

MIHAELA BOTNARU

RODICA ANGHEL

LIBERTATEA DE EXPRIMARE ȘI PROTECȚIA  
MINORILOR ÎN AUDIOVIZUAL

Prefață de prof. univ. dr. Irina Moroianu Zlătescu

INSTITUTUL ROMÂN PENTRU DREPTURILE OMULUI

București 2006

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

BOTNARU, MIHAELA

Libertatea de exprimare și protecția minorilor în  
audiovizual / Mihaela Botnaru, Rodica Anghel. – București:  
Editura I.R.D.O., 2006

Bibliogr.

ISBN (10) 973-9316-57-3 ; ISBN (13) 978-973-9316-57-6

I.Anghel, Rodica

342.732(498)

© 2006 INSTITUTUL ROMÂN PENTRU DREPTURILE OMULUI

București, Bulevardul Nicolae Bălcescu, nr.21, etaj 4, sector 1

Telefon: 40-21-311 49 21

Fax: 40-21-311 49 23

e-mail: office@irido.ro

**ISBN** (10) 973-9316-57-3

**ISBN** (13) 978-973-9316-57-6

## Prefață

Libertatea de exprimare și corolarul său dreptul la informație sunt esențiale în exercitarea profesiei de jurnalist și îndeplinirea misiunii sociale a mass media într-un stat democratic.

Drept fundamental și, totodată, piatra unghiulară a tuturor libertăților pe care Națiunile Unite le protejează ( v. Rezoluția nr. 59 (1) 14 decembrie 1946 a Adunării Generale a ONU), libertatea informației reprezintă un concept complex, cu un înțeles mai larg decât cel tradițional al libertății presei pe care îl cuprinde, alături de libertatea de gândire și a cuvântului.

Mai mult decât agregatul acestor principii anterioare, conceptul care s-a adoptat după cel de-al doilea război mondial “acoperă”, de asemenea, noile mijloace de informare audio vizuale și interesele consumatorilor de știri, dreptul fiecărei persoane de a fi informată și de a exprima opinii liberă de constrângeri.

În absența unei definiții cu valoare juridică unanim acceptată pe plan internațional, se constată o predilecție pentru folosirea în același sens a termenului de libertate de exprimare, care prin modul de reglementare include în unul și același articol și dreptul la informație.

Dacă din punct de vedere legal, libertatea de exprimare și dreptul la informație, indisolubil legate, sunt drepturi fundamentale ale oricărei persoane și nu un privilegiu rezervat în exclusivitate jurnaliștilor, nu este mai puțin adevărat că aceste drepturi fundamentale legitimează și protejează prin excelență activitatea lor profesională de culegere și difuzare a opiniilor și informațiilor în beneficiul publicului.

Constituția României, adoptată în 1991 și revizuită în 2003, a pus accentul pe receptarea reglementărilor internaționale în dreptul intern.

Pentru stabilirea catalogului și conținutului libertăților și drepturilor, inclusiv a libertății de exprimare și a dreptului la informație, consfințite prin Constituția în vigoare. Adunarea Constituantă a realizat o selecție valorică bazată pe exprimarea declarațiilor, pactelor și convențiilor internaționale, a constituțiilor democratice din România, a dispozițiilor similare din constituțiile unor state de tradiție democratică, precum și a realităților și, mai ales, a perspectivelor drepturilor omului pe plan intern și internațional.

Mai mult, potrivit articolului 11 din Constituția României, articolul se referă la raportul dintre dreptul internațional și dreptul intern, “statul român se obligă să îndeplinească întocmai și cu bună credință obligațiile ce îi revin din tratatele la care este parte” (1), iar “ tratatele ratificate de Parlament, potrivit legii fac parte din dreptul intern” (2).

Subsumându-se prevederilor din Titlul întâi, articolul 11, articolul 20 din Titlul al doilea stabilește că dispozițiile constituționale privitoare la drepturile și libertățile cetățenilor vor fi interpretate și aplicate în concordanță cu Declarația universală a drepturilor omului, cu pactele și cu tratatele la care România este parte. De altfel, în domeniul drepturilor omului, Constituția merge mai departe, acordând prioritate dreptului internațional în cazul neconcordanțelor cu dreptul intern.

În consecință, toate prevederile internaționale care garantează libertatea de exprimare și de informare sunt incorporate de drept în sistemul românesc și au prioritate în fața legislației naționale în caz de “conflict legislativ”.

S-a creat astfel cadrul constituțional pentru valorificarea tuturor reglementărilor internaționale privind drepturile omului cuprinse în convențiile și

tratatele la care România este parte, precum și cele viitoare pe care România le va ratifica sau la care va adera.

Declarația universală a drepturilor omului, adoptată de Adunarea Generală a Organizației Națiunilor Unite la 10 decembrie 1948, document solemn ce stă la baza întregului sistem al drepturilor și libertăților edificat după cel de-al doilea război mondial prevede la art. 19: “ Orice om are dreptul la libertatea opiniilor și a exprimării; acest drept include libertatea de a avea opinii fără imixtiune din afară, precum și libertatea de a căuta, de a primi și de a răspândi informații și idei prin orice mijloace și independent de frontierele de stat”.

Instrument internațional cu forță juridică obligatorie pentru statele părți, Pactul internațional cu privire la drepturile civile și politice, adoptat de Adunarea Generală a ONU în 1966, intrat în vigoare zece ani mai târziu, ratificat de România la 31 septembrie 1974, reglementează în art. 19, în simetrie cu Declarația, ale cărei prevederi le reiterează, libertatea de opinie și libertatea de exprimare în paragrafe distincte.

Dacă libertatea de opinie, asimilată libertății de gândire, este absolută (para.1), libertatea de exprimare (para. 2) este un drept civil a cărui exercitare poate fi supusă unor limitări care trebuie însă să fie stabilite în mod expres prin lege și care sunt necesare pentru: a) respectarea drepturilor și libertăților altora; b) apărarea securității naționale, ordinii publice, sănătății și moralității publice (para. 3).

Pe plan regional european, Convenția pentru apărarea drepturilor omului și a libertăților fundamentale, adoptată la 4 noiembrie 1950, la mai puțin de doi ani după Declarația universală a drepturilor omului, înscrie între drepturile civile și politice pe care le consacra, libertatea de exprimare.

Conform art. 10 alin. 1 al Convenției “ Orice persoană are dreptul la libertatea de exprimare. Acest drept cuprinde libertatea de opinie și libertatea de a primi sau de a comunica informații sau idei fără amestecul autorităților publice și fără a ține seama de frontiere”. Acest articol “ nu împiedică statele să supună societățile de radiodifuziune, de cinematografie sau de televiziune unui regim de autorizare”.

Alineatul al doilea enumeră *limitativ* excepțiile restrictive legitime în exercițiul acestei libertăți fundamentale și anume acele “formalități, condiții, restrângeri sau sancțiuni prevăzute de lege, care constituie măsuri necesare, într-o societate democratică, pentru securitatea națională, integritatea teritorială sau siguranța publică, apărarea ordinii și prevenirea infracțiunilor, protecția sănătății, sau a moralei, protecția reputației sau a drepturilor altora, pentru a împiedica divulgarea de informații confidențiale sau a garanta autoritatea și imparțialitatea puterii judecătorești”.

Articolul 10 al Convenției Europene a Drepturilor Omului servește drept cadru pentru legislația asupra media și informației în Europa, atât în sfera Consiliului Europei cât și a Uniunii Europene.

Cele patru nivele la care se situează aplicarea și interpretarea articolului 10 sunt următoarele<sup>1</sup>: nivelul statelor membre, nivelul Curții Drepturilor Omului de la Strasbourg, nivelul politic al Consiliului Europei și nivelul dreptului comunitar și al jurisdicției Curții de Justiție din Luxembourg, care interpretează articolul 10 al Convenției europene a drepturilor omului în ordinea juridică a Comunității Europene.

Libertatea de exprimare și de informare fără ingerința autorităților publice și fără a lua în considerare frontierele, garantată prin articolul 10 al Convenției,

---

<sup>1</sup> V. Dirk Voorhoof, *Analyse critique de la partie et de l'application de l'article 10 de la Convention européenne des Droits de l'Homme*, Dossiers sur les mass media nr. 10, Conseil de l'Europe, Strasbourg, 1995.

reprezintă un pilon important al democrației și totodată un factor de progres al acesteia.

Remarcăm, de asemenea, că articolul 10 nu este doar baza legislației ce dispune pentru viitor, de *lege ferenda*, în materie de informație și media în cadrul Consiliului Europei, ci și un instrument juridic cu forță de constrângere - de *lege lata* – pentru statele membre, între care din 1993 se află și România, care a ratificat în 1994 Convenția europeană și protocoalele sale adiționale.

Nefiind asemenea libertății de gândire un drept absolut, libertatea de exprimare poate fi și este supusă unor restricții. Problema cheie este în ce cadru, în ce condiții și în ce măsură acestea sunt justificate.

Pentru a fi legală, ingerința autorităților publice:

1. trebuie să figureze pe lista completă și exhaustivă a restricțiilor art. 10 (2), listă care trebuie interpretată într-o manieră restrictivă;
2. să fie prevăzută de lege și formulată în termeni clari și preciși;
3. să fie necesară într-o societate democratică și să răspundă unei nevoi sociale imperioase;
4. să fie proporțională cu scopul urmărit.

Analiza jurisprudenței evidențiază *criteriul necesității* drept criteriu decisiv pentru stabilirea legitimității restricțiilor și sancțiunilor în materie. Curtea europeană “își axează deciziile sale pe justificarea nevoii sociale imperioase a restricțiilor sancțiunilor sau limitărilor în cauză. În schimb, condiția conform căreia aceste restricții trebuie să fie prevăzute de lege și să se bazeze pe un scop legitim nu a avut până în prezent un impact decisiv în practica jurisprudenței Comisiei și a Curții”.

În multe decizii privind admisibilitatea s-a recunoscut statului o marjă largă de apreciere, estimându-se că sancțiunea sau restrângerea în litigiu era “necesară într-o societate democratică” și proporțională cu scopul legitim urmărit.

Totodată, analiza jurisprudenței arată că *necesitatea* nu este un criteriu aplicabil într-o manieră absolută, ci obligă la luarea în considerare a unor *factori diverși*, între care natura opiniilor sau informațiilor în cauză, contextul politic sau social, persoanele implicate, tipul de media, publicul vizat.

Din această perspectivă ar trebui privită diferența de tratament pe care articolul 10, p. 1, o face între presa scrisă pe de o parte, radio și televiziune pe de altă parte, lăsând statelor facultatea de a supune întreprinderile de radiodifuziune, cinematografie și televiziune unui regim de autorizare. Motivul, deseori invocat, constă în impactul lor deosebit asupra vieții sociale, în general, al opiniei publice în special.

Convenția europeană privind televiziunea transfrontalieră a Consiliului Europei adoptată la 5 mai 1989, ratificată de România la 13 februarie 2003, prevede la art. 7 referitor la responsabilitățile radiodifuzorului cerința ca “toate elementele serviciilor de programe, prin prezentarea și conținutul lor, trebuie să respecte demnitatea și drepturile fundamentale ale oricărei persoane. În special, ele nu trebuie: a) să fie contrare bunelor moravuri și, mai ales, să conțină pornografie; b) să evidențieze violența sau să fie susceptibile de incitare la ură rasială (para. 1); acele elemente care sunt “susceptibile de a aduce prejudicii dezvoltării fizice, psihice și morale a copiilor sau adolescenților nu trebuie să fie transmise, atunci când, datorită orei de transmisie și de recepție, aceștia din urmă sunt susceptibili să le privească” (para. 2).

Protecția minorilor și responsabilitățile în acest sens ale media audiovizuale fac obiectul unor preocupări constante și reglementări la nivel comunitar ale Uniunii

Europene, cărora statele membre, între care de la 1 ianuarie 2007 și România, trebuie să li se conformeze.

Astfel Comisia europeană, în comunicarea sa din 19 iulie 1994 intitulată "Drumul Europei spre societatea informațională: plan de acțiune", a evidențiat importanța unui cadru legal aplicabil conținutului serviciilor audiovizuale, care să ia în considerare "natura specifică, mai ales impactul cultural și sociologic, al programelor audiovizuale".

Totodată, Comisia a prezentat o carte verde privind protecția minorilor și a demnității umane în serviciile audiovizuale și informaționale.

De asemenea, o investigație întreprinsă de Comisie cu concursul autorităților competente din statele membre, în vederea facilitării controlului părinților și al tutorilor legali asupra programelor care pot fi vizionate de minori, recomandă între altele ca noile televizoare să fie dotate cu un dispozitiv pentru filtrarea anumitor programe, încurajarea politicilor de vizionare de către întreaga familie și a altor măsuri educaționale și de conștientizare precum și valorificarea experienței dobândite în acest domeniu în Europa și în alte părți ale lumii.

În preambulul la Directiva Parlamentului european și a Consiliului 97/36/CE din 30 iunie 1997 de modificare a directivei Consiliului 89/552/CEE privind coroborarea unor prevederi stabilite prin dispoziții legale, de reglementare și administrative în statele membre, cu privire la desfășurarea activităților de difuzare a programelor de televiziune, care constituie cadrul legal pentru activitățile de difuzare a programelor de televiziune pe piața internă, se subliniază o serie de norme în ceea ce privește protecția minorilor.

Între acestea, necesitatea de a fi clarificate reglementările pentru protecția dezvoltării fizice, mentale și morale a minorilor, întrucât stabilirea unei distincții clare între programele complet interzise și cele care pot fi autorizate ar trebui să satisfacă preocuparea pentru interesul public.

Prevederile cu privire la protecția minorilor și ordinea publică ale acestei directive nu impun ca măsurile adoptate să fie în mod necesar puse în aplicare printr-un control prealabil al emisiunilor de televiziune.

Conform art. 22 din Capitolul V al Directivei cu privire la protecția minorilor și a ordinii publice statele membre trebuie să ia măsuri adecvate pentru a garanta că emisiunile televizate "nu cuprind programe cu potențialul de a afecta în mod grav dezvoltarea fizică, mentală sau morală a tinerilor în special cele care cuprind pornografie sau violență nejustificată" (para.1); aceste măsuri se extind și asupra altor programe care cuprind o astfel de probabilitate, cu excepția situației în care prin programare orară sau măsuri tehnice "se asigură faptul că minorii din zona de transmisie, în situații normale, nu vor auzi sau vedea emisiunile respective" (para. 2). Atunci când astfel de programe de natură să-i afecteze pe minori, sunt transmise fără a fi codate, ele trebuie să fie precedate de un avertisment acustic sau să fie semnalate printr-un simbol vizual pe toată durata acestora.

De asemenea, art. 16 al Directivei stipulează ca publicitatea prin televiziune nu trebuie să afecteze minorii din punct de vedere moral sau fizic.

În Constituția României *libertatea de exprimare și dreptul la informație sunt reglementate prin două articole distincte, art. 30 și respectiv 31*, ceea ce este de natură să dea un relief mai pregnant și totodată o bază legală mai solidă dreptului la informație, drept conținut în conceptele *libertatea informației și libertatea de exprimare* în limbajul ONU, al Consiliului Europei și al altor organisme, al multor legislații naționale și care au înlocuit după al doilea război mondial conceptul

tradițional al *libertății presei*, dezvoltându-l în contextul diversificării media și al noilor abordări, cu caracter internațional, în domeniul drepturilor omului.

În deplină concordanță cu normele și standardele în materie, articolul 30 consacră inviolabilitatea libertății de exprimare a gândurilor, opiniilor sau a credințelor și libertatea creațiilor de orice fel, prin viu grai, prin scris, prin imagini prin sunete sau prin alte mijloace de comunicare în public, prevăzând garanții esențiale precum interzicerea cenzurii de orice fel, libertatea de a înființa publicații și interdicția suprimării publicațiilor.

Potrivit Constituției României, libertatea de exprimare nu poate prejudicia demnitatea, onoarea, viața particulară a persoanei, dreptul la propria imagine (para. 6); sunt interzise de lege defăimarea țării și a națiunii, îndemnul la război de agresiune, la ură națională, rasială, de clasă sau religioasă, incitarea la discriminare, la separatism teritorial sau la violență publică, precum și manifestările obscene contrare bunelor moravuri (para.7).

Răspunderea civilă revine, conform paragrafului 8 al articolului 30, editorului sau realizatorului, autorului, proprietarului mijlocului de multiplicare, al postului de radio sau televiziune, după caz.

La aceste prevederi se adaugă cele ale art. 31 privind dreptul la informație, și anume dreptul persoanei de a avea acces la orice informație de interes public, căruia îi corespund obligațiile corelative ale autorităților publice de a informa cetățenii asupra treburilor publice și asupra problemelor de ordin personal și ale mijloacelor de informare în masă publice și private de a asigura informarea corectă a opiniei publice.

De asemenea, legea fundamentală consacră autonomia serviciilor publice de radio și televiziune și garantează dreptul la antenă al grupurilor sociale și politice importante.

Restricțiile în exercitarea dreptului la informație vizează **protecția tinerilor și siguranța națională**.

În domeniul audiovizualului, legea privind organizarea și funcționarea Societății Române de Radiodifuziune și Societății Române de Televiziune reiterează principiile și normele constituționale cu privire la libertatea de exprimare și dreptul la informație, precizând că aceste instituții publice "au obligația să asigure, prin întreaga lor activitate, pluralismul, libera exprimare a ideilor și opiniilor, libera comunicare a informațiilor, precum și informarea corectă a opiniei publice" (art. 3).

Noua Lege a audiovizualului (nr. 504/2002), modificată și completată prin Legea nr. 402/2003, înscrie, pe lângă o serie de prevederi privind licențe și autorizații, atribuțiile și funcționarea Consiliului Național al Audiovizualului, norme și principii de ordin general sau legate de conținutul comunicării și regimul juridic al proprietății, în concordanță cu reglementările internaționale în materie, cu exigențele aderării la Uniunea Europeană și cerințele interne resimțite în perioada de aplicare a vechii legi (nr. 48/1992), pe care o abrogă.

În aplicarea dispozițiilor legii, Consiliului Național al Audiovizualului este autorizat să emită decizii cu caracter de norme de reglementare, să elaboreze instrucțiuni și să emită recomandări.

În calitate sa de garant al interesului public și de unică autoritate de reglementare în domeniul programelor audiovizuale, CNA, stabilește norme cu privire la protecția copiilor, promovarea demnității umane, exercitarea dreptului la replică, asigurarea informării corecte și a pluralismului, responsabilitățile culturale ale radiodifuzorilor, precum și la publicitate, sponsorizare și teleshopping.

Titlul I al Deciziei sale nr. 187 din 3 aprilie 2006, cea mai recentă reglementare a conținutului audiovizualului, care asimilează și valorifică normele și standardele internaționale, inclusiv comunitare, este integral consacrat drepturilor copilului, protecției acestuia, inclusiv a imaginii sale publice, a vieții sale intime, private și familiale.

Sunt precizate, de asemenea, obligațiile radiodifuzorilor, ale serviciilor de programe, criteriile în funcție de care se apreciază și se clasifică producțiile audiovizuale, cerințele față de programele de știri, cele muzicale, publicitate și teleshopping ce decurg din protecția copilului, proclamate de Convenția ONU cu privire la drepturile copilului și de Convenția europeană a drepturilor omului.

Aprofundarea prin studii și cercetări a problematicii complexe a echilibrului între diferite drepturi și libertăți ca și între libertăți și responsabilități, între drepturi și îndatori constituie o necesitate pentru identificarea și soluționarea adecvată și corectă a eventualelor conflicte dintre acestea.

O astfel de contribuție aduce lucrarea de față, datorată unor autoare care îmbină în activitatea lor profesională din cadrul CNA experiența în domeniu cu preocupările științifice de natură să confere practicilor, politicilor și strategiilor un fundament solid și o perspectivă adecvată.



# Capitolul I - Introducere

## Secțiunea 1 - Context audiovizual European

Societatea informațională ne permite să trăim într-o lume invadată de mesaje vehiculate de mass media. Aparent, nu există limite de accesare a informațiilor disponibile, începând cu ziarul local și ajungând la e-mail-ul din telefonul mobil, la programul de radio și de televiziune transmis prin Internet. În aceste condiții suntem și mai bine și mai corect informați ?

Noi provocări își fac simțită prezența. În primul rând, noile media plasează în spațiul public, nenumărate surse de informare și tot într-un mod fără precedent permit oricui să trimită mesaje în spațiul public. Este tot mai dificil să ne orientăm în această "mare de informații". Problemele apar nu doar din cauza masei de informații, ci și din cea a naturii mijloacelor de comunicare. Realitatea mediatică nu se suprapune cu adevărat realității. Dar, într-o lume dominată de cultura media, granițele dintre realitate și ficțiune se estompează.

Pentru mulți copii și tineri, noile media și în special Internet-ul reprezintă mai mult decât o sursă credibilă de informare despre lume. Ele au devenit lumea lor, "realitatea lor virtuală", unde binele și răul se pot "face și desface". Tinerii sunt mult mai dornici decât adulții să pună în aplicare noile tehnologii, cu care se simt în largul lor, fără a avea însă, capacitatea de a emite judecăți de valoare în privința conținutului la care au acces atât de facil.

Părinții și profesorii sunt adesea neputincioși atunci când încearcă să reconcilieze propria experiență de viață cu experiența mediatică a copiilor/elevilor lor.

Sectorul audiovizual se află în febra unor schimbări esențiale sub imperiul tehnologiei digitale, care va permite trecerea de la comunicarea de masă prin sistemele clasice de programe de radio și televiziune, la comunicarea individualizată, la cerere, prin sisteme descentralizate de furnizare de programe de radio și de televiziune, de producții cinematografice și de acces la conținuturi aflate pe site-uri Internet, destinate unor anumite categorii de public. Din păcate, prin intermediul tehnologiei digitale pentru moment furnizorii de conținut (în rândul cărora se pot număra instituții dar și persoane fizice, ori diverse categorii de asociații al căror statut nu le interzice crearea de conținuturi ce ar putea afecta grav dezvoltarea mentală, fizică și morală a copiilor) vor putea să-și ofere serviciile fără a se supune rigorilor legislative actuale, aplicabile canalelor de radio și de televiziune tradiționale și a căror activitate se desfășoară în prezent conform dispozițiilor legale în ceea ce privește protecția minorilor de efectele negative ale programelor audiovizuale.

Numeroase țări europene au utilizat o întreagă gamă de soluții de auto-reglementare sau de co-reglementare pentru responsabilizarea mass mediei:

- restricțiile de conținut pentru programele difuzate în prime-time ( așa numita oră de vizionare în familie a unor programe ce nu pot pune în situații stânjenitoare pe nici unul din membrii familiei, sau perioada de tranziție "watershed" de aproximativ o oră între intervalul protejat, 7.00-20.00 și cel în care se poate începe difuzarea programelor ce nu se adresează copiilor, 22.00 – 06.00)

- avertizările adresate părinților (signalectica sau avertizările privind conținutul ce urmează a fi urmărit, cu o clasificare prealabilă pe categorii de vârstă și pe genuri a programelor de televiziune)
- filtrele de vizionare (codificarea transmisiei, chip-ul Violență, prin care părinții pot automat restricționa accesul copiilor la anumite categorii de conținut în care violența sub toate formele ei – fizică, psihică, de limbaj - este prezentă)

Din păcate, însă, aceste soluții se bazează pe unele presupuneri ideale, ce sunt negate de practicile curente de vizionare și de evoluția rapidă a societății și a tehnologiei. Aceste soluții servesc acelor copii care au cea mai mică nevoie de ele, căci este vorba despre copiii ai căror părinți atenți și educați vor evita capcanele supra-consumului de televiziune. Celelalte situații în care copiii provin din familii în care părinții s-au despărțit, sau sunt crescuți de un singur părinte, ori ai căror părinți s-au recăsătorit, nu sunt rezolvabile prin cele trei sisteme susmenționate, căci părinții sunt absenți de la domiciliu, sau folosesc televizorul pe post de babysitter ori nu pot sau nu doresc să intre în conflict cu copiii / tinerii.

Nu de puține ori, publicul are tendința de a confunda criteriile privind conținutul dăunător cu cel vulgar și de senzație, care am putea aprecia că le "agresează" sensibilitatea. De exemplu, publicul percepe mai puțin decât cercetătorii violența în sine. Publicul nu este la fel de prudent precum cercetătorii atunci când este vorba despre violența voalată sau despre cea cu iz umoristic, dar va fi extrem de impresionat și de îngrijorat de știrile ce descriu diverse tipuri de violență și/sau de consecințele actelor de violență, ori de evenimentele lipsite de importanță, așa numitele cazuri izolate ridicate de presa audiovizuală la rang de știre, sau de ceea ce denumim generic prin "știrile de la ora 5". Se pare însă că există consens între cele două categorii, public larg și specialiști, în privința respectării drepturilor omului, a demnității persoanei și copilului.

Studii recente realizate la nivelul țărilor membre ale Consiliului Europei, privind consumul de programe audiovizuale de copii și de tineri demonstrează că ei petrec în medie pe an, 1500 de ore în fața ecranelor (televiziune, Internet, cinematograful) dar, doar 850 de ore cu profesorii și numai 50 de ore cu părinții <sup>2</sup>. Rezultatul acestor cercetări a mai demonstrat și o erodare parțială a informațiilor de ordin emoțional și cognitiv, ce pot fi asociate procesului de socializare intermediat de cultura mass media. Ele indică o situație de tranziție, în care își face simțită prezența culturii americane alături de solide și compacte sisteme de cultură națională. Aspectul cel mai semnificativ îl constituie însă disonanța dintre valorile și comportamentele ocazionate de experiența vizuală acumulată de copii și modul în care ei interpretează instituțiile în care se dezvoltă (școala, familia, biserica). Disonanța cognitivă apărută în acest caz pare caracteristică unei situații de codificare culturală produsă de un proces de aculturație derulat în mod greșit<sup>3</sup>, înțelegând în procesul aculturației că termenii acestui fenomen sunt următorii: elementele materiale și spirituale ale culturii considerate a fi pe o treaptă superioară, ca fiind cea produsă de industria hollywood-iană, iar cele ce preiau aceste elemente, fiind reprezentate de culturile naționale.

<sup>2</sup> Council of Europe, Group of Specialists on Human Rights in the Information Society, (MC-S-IS), 5th Meeting, 20-21 June 2006, Divina Frau-Meigs, „Developing Strategies for the Promotion of Digital Inclusion

<sup>3</sup> Lonner and Berry Field Methods in Cross-Cultural Research 1987; Varan, Duane, „The Cultural Erosion Metaphor” 1998

Drept rezultat al prezentei aculturații, tinerii par să se afle într-o stare de confuzie generală în privința valorilor, ceea ce îi conduce către un sentiment de neputință dar și de consimțire prin constrângere.

Astfel la nivelul documentului cadru aplicabil țărilor membre ale Consiliului Europei, măsurile de protecție a minorilor aplicabile în serviciile media electronice, se află menționate în Raportul explicativ la Convenția revizuită privind televiziunea transfrontieră, precum și în Recomandarea R(97)19 a Comitetului de Miniștri din Statele Membre privind violența în programele din media electronice. De asemenea, Consiliul Europei își continuă activitatea privind situația copiilor în societatea informațională, în special în ceea ce privește educarea abilităților acestora în accesarea conținuturilor mediatice, indiferent de mijlocul de transport al acestor conținuturi (frecvențe de emisie terestră, cablu, satelit, Internet, telefonie mobilă ) și asigurarea protecției lor de conținuturile ce le pot prejudicia dezvoltarea mentală, fizică și morală. În acest sens în aprilie 2006, a fost publicat studiul realizat de Grupul de Specialiști în domeniul Drepturilor Omului în Societatea Informațională, “ Tinerii, binele și riscurile on-line” ( “Young people, well-being and risk on-line”), iar în mai 2006 același grup de specialiști a emis în continuarea Recomandării Adunării Parlamentare nr.1466-2000 privind Educația pentru Mass Media, un Proiect de Recomandare privind dezvoltarea abilităților copiilor în noul mediu informațional și comunicațional.

La nivelul Uniunii Europene, cap.22 a) din Directiva “Televiziunea fără Frontiere” prevede dispoziții exprese pentru protecția minorilor.

Dat fiind acest context, dar și tendința naturală a copiilor, primii care descifrează cu rapiditate modul de funcționare a celor mai sofisticate aparate de telefonie mobilă, cu ajutorul cărora pot urmări programe de televiziune sau pot accesa site-uri Internet, ori pot utiliza sisteme de spargere a codurilor de acces la programe ce nu sunt corespunzătoare vârstei lor, atât la nivelul Uniunii Europene cât și pe plan mondial au fost gândite politici și strategii care să protejeze minorii și demnitatea umană.

Iată de ce există în prezent două sisteme menite să elimine pe cât posibil efectele negative ale conținutului mediatic.

**Primul** se referă la măsurile de protecție incluse în legislația din domeniul audiovizual, cum ar fi de exemplu, intervalul orar protejat, cuprins în general între orele 7.00 – 22.00 pentru programele de televiziune, în care operatorii au obligația de a proteja minorii atât ca public cât și ca subiect al programelor pe care le difuzează. Deși vârsta până la care copiii trebuie protejați de programe audiovizuale ce ar putea să le afecteze fizic, psihic și moral dezvoltarea diferă de la o țară la alta, această obligație se regăsește în legislația tuturor țărilor. Accepțiunea conținutului ce ar putea să afecteze dezvoltarea copiilor diferă și aceasta în funcție de cultura, obiceiurile și tradițiile fiecărui stat.

În țările europene cu vederi mai relaxate, nuditatea, de exemplu, este permisă în programele de televiziune la orice oră, dar nuditatea cu conotații sexuale este permisă doar în programele ce pot fi accesate de adulți. În țările musulmane, însă, nuditatea nu este acceptată în programele de televiziune în niciun interval orar.

Discrepanțe similare de abordare se întâlnesc și în cazul scenelor de violență. Materiale care, de exemplu, sunt vizionate în SUA la ora micului dejun, ar putea fi vizionate doar spre miezul nopții în Europa occidentală datorită conținutului violent. Aceste diferențe demonstrează că nu poate exista un set unic de standarde, universal aplicabil: mai mult decât în orice alt domeniu al reglementărilor din audiovizual, standardele legate de conținut trebuie să țină seama de valorile și

normele locale. Violența, materialele cu conotații sexuale și limbajul ofensator sunt cele trei mari tipuri de materiale a căror difuzare este restricționată din punct de vedere al accesului minorilor. În majoritatea statelor, programele cu conținut pornografic sunt complet interzise, sau sunt permise doar în pachetele de servicii pe bază de abonament cu măsuri speciale de securitate (cod pin de acces). Totuși, având în vedere că publicul de televiziune, în special, este alcătuit în proporție majoritară din persoane de vârstă adultă, temele sau conținuturile destinate adulților nu pot fi în totalitate difuzate în afara spațiului orar protejat; un compromis ar putea fi realizat între protejarea minorilor și furnizarea de conținuturi adecvate adulților. Nu puține sunt țările care se confruntă cu următoarea problemă: “trecerea de la controlul exercitat de autorități asupra conținutului audiovizual la asumarea răspunderii la nivelul individului în legătură cu alegerea tipului de program”.

Organizațiile nonguvernamentale și cele ale părinților ce militează pentru protejarea copiilor continuă să susțină că nimic din ce ar putea afecta dezvoltarea mentală, fizică și morală a copiilor nu trebuie difuzat la televiziune sau la radio, întrucât nu se poate garanta, indiferent de măsurile de protecție, că niciun copil nu va fi expus unui mesaj nepotrivit. Interzicerea tuturor materialelor ce ar putea afecta minorii este posibilă în statele ce aplică un sistem legislativ construit pe precepte religioase, sau în cele în care o astfel de politică audiovizuală se bucură de susținere cvasi-unanimă. În majoritatea țărilor o astfel de interdicție ar fi inacceptabilă atât din punct de vedere politic cât și social.

Există două abordări generale pentru managementul compromisului între protecția copiilor și difuzarea de materiale ce se adresează adulților. O așa numită **trecere graduală**, “**watershed**”, în interiorul căreia se face transferul de la conținutul permis vizionării de către copii, către cel destinat cu precădere adulților, spre conținuturi adresate în mod expres celei de-a doua categorii de public. În Canada și în Marea Britanie intervalul de trecere este fixat să înceapă cu ora 21,00 iar în majoritatea țărilor din Europa occidentală este ora 22,00.

Pentru ca acest principiu să funcționeze, trebuie întrunite două condiții: publicul să cunoască semnificația intervalului de trecere, iar radiodifuzorii să respecte această perioadă ca fiind una de tranzit și nu una de schimbare bruscă de la programe accesibile tuturor categoriilor de public la programe destinate adulților, în exclusivitate. Intenția este acea ca părinții să fie mulțumiți că în perioada de trecere cuprinsă între orele 21,00-22,00 nu se vor difuzate materiale al căror conținut este de natură să afecteze dezvoltarea copiilor. După acest interval orar, responsabilitatea pentru accesul copiilor la programele audiovizuale trece de la radiodifuzori la părinți. Părinții care permit copiilor să urmărească până târziu în noapte programe de televiziune știu că există riscul de a le permite accesul la materiale nepotrivite pentru minori.

După expirarea termenului de aproximativ o oră de tranzit de la o categorie de program la alta, revine părinților responsabilitatea să aibă grijă de copiii lor, căci televiziunea nu este un serviciu de babysitting! Pentru ca acest sistem să fie unul eficient, atât autoritățile de reglementare cât și radiodifuzorii trebuie să se asigure că publicul este corect informat în legătură cu “watershed”-ul atât prin campanii publice de informare, cât și prin anunțuri televizate.

Cea de-a doua condiție ce trebuie îndeplinită de radiodifuzori pentru ca intervalul de tranzit să fie unul eficient este ca posturile să nu transforme acest interval din “cumpăna apelor” în “cascadă”. Momentul de “cumpăna apelor” nu reprezintă semnalul ca programele pentru adulți să poată începe imediat, ci reprezintă un moment de trecere graduală. În acest fel publicul va fi asigurat că nu

vor fi difuzate imagini șocante în timp ce copiii se mai află încă în fața televizorului, deși părinții îi trimit la culcare.

**Informarea privind conținutul programului și clasificarea** reprezintă un alt mod de a proteja copiii în calitate de consumatori de programe audiovizuale. Astfel, dacă părinții sunt avizați în legătură cu conținutul programelor ei vor putea lua decizii în cunoștință de cauză în legătură cu oportunitatea vizionării de către minori a respectivelor programe. Această informare se poate realiza chiar înainte de difuzarea programului prin anunțuri de tipul: „Următorul program conține scene de violență de intensitate medie și expresii licențioase și este indicată vizionarea de copii în vârstă de până la 12 ani numai cu acordul sau împreună cu părinții ori familia”. Dacă în Canada, de exemplu, toate programele ce se difuzează după ora 21.00 sunt precedate de anunțul: “vizionarea acestui program este cu acordul telespectatorilor”.

Programele de televiziune, asemeni producțiilor cinematografice” pot și ele să fie clasificate în funcție de gradul de adresabilitate după vârstă. Această abordare este tot mai uzitată în multe țări europene, cum ar fi de exemplu, Franța, unde revine radiodifuzorilor răspunderea clasificării programelor și afișarea clară pe ecran a acestei clasificări. În această accepțiune se presupune că părinții sunt informați în legătură cu grupa de vârstă căreia se adresează programul respectiv și că adoptă cele mai potrivite decizii pentru binele copiilor lor. În Marea Britanie, canalul de televiziune Channel 4 a experimentat acest sistem în anii 90 și în urma studiilor pe care le-a comandat pentru a verifica oportunitatea clasificărilor, a descoperit că pe lângă îndeplinirea obiectivului principal “avizarea părinților”, aceste clasificări atrăgeau atât atenția cât și curiozitatea adolescenților asupra unor programe, ce le-ar fi putut afecta dezvoltarea mentală, fizică și morală și pe care, în absența respectivei clasificări, copii și adolescenții nu și-ar fi dorit să le vizioneze.

În România în anul 2004 a funcționat un sistem de clasificare ce includea și avertizarea publicul în legătură cu conținutul programului ce urmează a fi difuzat:

“Art. 19. - Categoriile în care se încadrează producțiile audiovizuale sunt următoarele:

- a) producții audiovizuale accesibile tuturor categoriilor de public, fără restricții sau semne de avertizare;
- b) producții audiovizuale care pot fi vizionate de copii în vârstă de până la 12 ani numai cu acordul sau împreună cu părinții ori familia (violență fizică, psihică și de limbaj minimă ca durată, intensitate și număr de scene, nuditate fără conotații sexuale);
- c) producții audiovizuale interzise copiilor sub 12 ani (violență fizică, psihică și de limbaj redusă ca durată, intensitate și număr de scene, expresii vulgare ori licențioase incidentale, nuditate);
- d) producții audiovizuale interzise copiilor sub 16 ani (violența fizică, psihică sau de limbaj intensă, sistematic repetată, violență casnică sau sexuală, scene de cruzime asupra oamenilor sau animalelor, scene de sinucidere, consum de droguri și alcool, comportamente și atitudini antisociale ce pot fi imitate cu ușurință, scene care descriu abuzuri asupra copiilor sau care prezintă femeile în ipostaze degradante, divertismentul pe teme sexuale sau care are conotații sexuale ori în care abundă limbajul vulgar ori licențios, reality-show pe teme ori având conotații sexuale sau axat pe violență fizică sau psihică, filme erotice, filme horror, competițiile full-contact);

- e) producții audiovizuale interzise copiilor sub 18 ani (producții audiovizuale, altele decât cele pornografice, care în SUA și țările din Uniunea Europeană sunt interzise publicului sub 18 ani);
- f) alte producții audiovizuale interzise copiilor sub 18 ani (filme și emisiuni pornografice al căror principal scop este fie prezentarea în detaliu a actului sexual sau a modalităților de satisfacere a dorințelor sexuale, fie emisiuni audiovizuale în care se prezintă un act sexual real indiferent de modalitatea de filmare).

Art. 20. – (1) Producțiile prevăzute la art. 19 lit. b) se difuzează însoțite periodic de un semn de avertizare reprezentând un cerc, iar în interiorul acestuia majusculele AP (acord parental) de culoare albă, pe fond roșu.

(2) Dimensiunea semnelor de avertizare va fi de 30 pixeli.

(3) Semnul de avertizare va fi expus timp de 10 minute la debutul difuzării și timp de 3 minute după fiecare pauză publicitară.

(4) Pentru producțiile care nu sunt întrerupte de pauze publicitare, semnul de avertizare va fi expus timp de 10 minute la debutul difuzării și va fi repetat, într-un timp total de încă 15 minute, în restul difuzării producției.”<sup>4</sup>

După o perioadă de aproximativ doi ani când s-a considerat că publicul românesc s-a familiarizat cu clasificările în funcție de conținut, în anul 2006, prin Codul Audiovizualului emis de C.N.A. s-a renunțat la avertizările privind conținutul programului, păstrându-se doar clasificarea conținutului.

Cel de-al doilea sistem vizează introducerea în educația formală a disciplinei **“Educație pentru mass media”**. Literatura de specialitate precizează o diferență de abordare între cele două sisteme: în primul, minorii, ca un grup psihosocial vulnerabil, sunt considerați ca agenți “pasivi”; cel de-al doilea își propune să dezvolte gândirea critică a minorilor în legătură cu mesajele pe care le recepționează ca agenți “activi” ce își exercită voința, prin opțiune și nu numai, în legătură cu ce “văd și aud”. Introducerea disciplinei, “Educație pentru mass media” își propune să contribuie la creșterea relevanței educației formale în activitatea extrașcolară; astfel, dacă noțiunile teoretice predate la diverse discipline își demonstrează utilitatea efectivă în viața de zi cu zi a școlărilor - studenților cu mai multă dificultate, studiul mijloacelor de informare în masă poate conduce la satisfacții mai rapide și la motivații de ordin intrinsec, știut fiind interesul copiilor și al adolescenților pentru domeniul media și pentru noile media.

În acest sens, la nivel european, există dispozițiile Directivei „Televiziunea fără Frontiere” și cele ale Convenției „Televiziunea transfrontieră” iar la nivel național, au fost incluse dispoziții generale în legislația primară și cea secundară, precizări legate de clasificarea conținuturilor și obligațiile radiodifuzorilor în legătură cu difuzarea respectivelor producții, în funcție de aceste clasificări. De exemplu, un program de televiziune, clasificat cu „12”, aceasta însemnând că nu este recomandat minorilor sub 12 ani, se poate difuza după ora 20.00, fără a se putea transmite în reluare, înainte de ora 20.00. Dacă sistemul susmenționat are în vedere minorii ca un public pasiv și vulnerabil la mesajele mediatice, cel de-al doilea, “Educația pentru mass media” are în vedere dezvoltarea gândirii critice a minorilor în legătură cu programele pe care le urmăresc. Dacă aceste două sisteme de protecție vizează conținutul programelor, există, de asemenea politici și strategii ce privesc capacitatea de acces a minorilor la programe difuzate în pachete de tip, video la cerere (Video-on-demand) sau cele de plată contorizată (Pay-per-view) la

<sup>4</sup> Decizia Consiliului Național al Audiovizualului nr. 249 din 1 iulie 2004, privind protecția copiilor în cadrul serviciilor de programe

care accesul liber nu este posibil. Pentru a putea viziona programele oferite în aceste sisteme, operatorii de televiziune prin cablu încheie contracte separate cu persoanele adulte ce își asumă toate obligațiile privind recepția acestor programe codificate.

De asemenea, legiuitorul a avut în vedere la nivelul strategiilor realizate prin intermediul reglementărilor, ca măsurile ce vizează protecția minorilor și demnitatea umană să nu aducă atingere principiului libertății de expresie, al dreptului la informare, al pluralismului surselor de informare, sau celui ce privește libera circulație a programelor audiovizuale, principiu subsumat liberei circulații a serviciilor, unul din cele patru libertăți fundamentale (libera circulație a serviciilor, a persoanelor, a capitalurilor și a bunurilor ) pe care se bazează funcționarea pieței libere a Uniunii Europene.

**Pilonii** pe care se sprijină politicile și strategiile mass media din punct de vedere legislativ sunt următorii:

- la nivelul țărilor membre ale Consiliului Europei, “Convenția Europeană privind televiziunea transfrontieră”, adoptată la Strasbourg, în data de 5 mai 1989
- la nivelul țărilor membre ale Uniunii Europene, Directiva “Televiziunea fără Frontiere” adoptată în 1989 și modificată și completată în 1997.

Cele două documente, al căror text în mare măsură este asemănător în formă și concepție, vizează asigurarea liberei circulații a programelor audiovizuale în spațiul țărilor membre.

Dacă la nivelul Consiliului Europei, Convenția Europeană privind televiziunea transfrontieră acordă o atenție deosebită respectării drepturilor fundamentale ale omului, în principal libertatea de expresie și accesul liber la informație, alături de pluralismul surselor de informație, demnitatea umană și dreptul la propria imagine, protecția minorilor, la nivelul Uniunii Europene, Directiva vizează mai puțin aceste aspecte, întrucât toate țările ei membre sunt și membre ale Consiliului Europei, ceea ce înseamnă că au ratificat Convenția, îndreptându-se mai mult către aspectele de ordin economic, de susținere financiară a sectorului audiovizual, astfel încât acesta să devină cât mai competitiv pe piața mondială a serviciilor de programe audiovizuale.

Cadrul legislative, atât la nivelul țărilor membre ale Consiliului Europei, cât și al țărilor membre ale Uniunii Europene stabilește cerințele de ordin general, rămânând fiecărui stat membru libertatea să adopte unele măsuri mai stricte în acele situații în care se constată un vid legislativ, ori dacă măsurile existente, anumite sancțiuni de exemplu, nu sunt de natură să conducă la descurajarea încălcării legislației de către operatorii din domeniul audiovizual.

## **Secțiunea 2 - Politici mediatice cu impact în sfera educației**

În rândul politicilor din domeniul media se pot enumera:

- salvagardarea interesului public în ceea ce privește diversitatea culturală și lingvistică, protecția minorilor și a demnității umane, protecția consumatorului;
- susținerea de către Uniunea Europeană, Consiliul Europei și OSCE a sistemului dual de canale radio și de televiziune publice și private, ca element al democrației și ca parte a identității culturale și politice europene;
- stabilirea de criterii prin care forțele pieței nu pot fi și nu trebuie să determine politicile audiovizuale ( excepția culturală pentru a asigura în proporție

majoritară difuzarea de opere europene în programele de televiziune , prin derogare de la principiul liberei circulații a serviciilor în cadrul pieței comune, dar și prin derogare de la obligațiile asumate de UE în cadrul relațiilor externe cu OMC);

- încurajarea dezvoltării industriilor de media în sensul creșterii competitivității dintre aceste industrii, fără ca această competiție să se desfășoare în detrimentul calității programelor audiovizuale și a pluralismului surselor de informare;
- depășirea diferențelor de dezvoltare din punct de vedere audiovizual dintre statele membre ale UE și celelalte state candidate la aderare (programele MEDIA I, MEDIA II, MEDIA PLUS, MEDIA 2007 )care vizează specializarea personalului ce lucrează în mass media, stimularea producției cinematografice, facilitarea distribuției operelor audiovizuale europene);
- încurajarea producției și a distribuției de opere europene prin stabilirea unui cadru legal care să garanteze libertatea de a oferi servicii audiovizuale pe de o parte, iar pe de altă parte, mecanisme de susținere a industriei audiovizuale din Uniunea Europeană;
- întărirea capacității instituționale a autorităților de reglementare din domeniul audiovizual, prin consolidarea capacității acestora de monitorizare și control a respectării legislației din domeniul audiovizual de către titularii de licență audiovizuală;
- asigurarea trecerii la sistemul digital simultan cu adoptarea pârghiilor legislative care să interzică concentrarea de operatori implicați în lanțul digital – cum ar fi operatorii multiplex, posturile de televiziune, creatorii de pachete de programe și furnizorii de software – cu scopul de a împiedica dezvoltarea unor poziții dominante pe piața televiziunii digitale;
- educarea publicului asupra politicilor și realizărilor de interes public ale media, dar și asupra posibilelor efecte ale trecerii la transmisia digitală;
- dezvoltarea stațiilor locale și media comunitare;
- transparența proprietății și pluralismul surselor în ceea ce privește media comerciale;
- educația pentru media ( noi concepte: "Media Literacy", "Media Education", "Information Literacy").

Date fiind prioritățile și strategiile actuale dezvoltate de instituție (CNA), precum și preocupările profesionale personale, am optat ca în cadrul acestei lucrări, din suita politicilor media să focalizez demersul asupra politicilor mediatice care au un impact uriaș asupra educației și sunt de acută actualitate.

Înscrisă în rândul preocupărilor sale recente, Comisia Europeană a introdus pe site-ul său: [http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/index_en.htm) o rubrică, special destinată acestei activități, care în prezent include: definirea domeniului educației pentru media, o perspectivă globală a problemei, activități și programe, înființarea unui grup de experți care să se ocupe de această problemă.

La nivelul Consiliului Europei, Grupul de specialiști privind drepturile omului în societatea informațională (MC-S-IS) a întocmit în anul 2006, un proiect de recomandare pentru educarea copiilor în legătură cu noul mediu oferit de societatea informațională.

Data fiind pregnanța cu care se afirmă necesitatea educației permanente în societatea post-modernă, ponderea remarcabilă a educației informale în educația



permanentă, dar și rolul și locul pe care îl ocupă media în educația informală, toate aceste aspecte însumate impun o atenție sporită din partea decidenților în sfera educației și a celor din sfera juridică și de reglementare a mass media audiovizuale, pentru ca cele două domenii să-si poată exploata potențialul în sensul accentuării interesului elevilor pentru educație într-o măsură echivalentă cu cel pe care îl manifestă față de media.

Este demn de remarcat pentru logica demonstrației, în sensul existenței unor reverberații educaționale la nivelul politicilor și strategiilor mediatice, că educația pentru mass media, privită ca o punte între educația formală și cea informală își definește domeniul de activitate pornind și de la problema accesului minorilor la diverse tipuri de conținut, dar și “de la abilitatea de a analiza și evalua puterea imaginilor, sunetelor și mesajelor cu care ne confruntăm azi, în mod curent și care reprezintă o parte importantă a culturii noastre contemporane, precum și de la capacitatea de a comunica în mod competent într-un sistem de comunicare în masă în mod curent” (Comisia Europeană – definiția dată de Grupul de experți educației pentru mass media).

Televiziunea este un mijloc de comunicare în masă ale cărei activități de rutină instituțională s-au format în anii 1940 și 1950 în cadrul unui set de practici și de reglementări care presupuneau un public format din reprezentanți ai clasei mijlocii, cu un mod de comportament specific familiei mononucleare, având un televizor așezat în camera de zi, ale cărui programe erau vizionate de toți membrii familiei.

Azi, există un curent de opinie larg împărtășit, că ne aflăm într-o a treia eră a televiziunii. Dacă prima eră se baza pe un număr restrâns de rețele care se adresau unui public relativ nediferențiat, grupat la nivel național, cea de-a doua eră a fost cea a creșterii șanselor de alegere, prin sistemele multicanal, apărute în SUA în anii 1970 și în Marea Britanie în anii 1980. Tehnologia digitală a anilor 1990 a adus o nouă eră de abundență în care numărul canalelor s-a mărit și s-a extins la scară globală din punct de vedere al accesului, în timp ce noi capacități de interacțiune și stocare sunt adăugate la oferta pregătită publicului.

Deși nematurizată încă la scară universală, această nouă era a câștigat teren, pe măsură ce accesul digital s-a răspândit în mai mult de 50 % din cele 24.5 milioane de gospodării din Marea Britanie, la începutul anului 2004. Acest proces a fost susținut în Europa occidentală de politicile accesului liber la programele de televiziune în țările membre ale Uniunii Europene, simultan cu oferta de servicii de televiziune prin cable și/sau prin satelit, pe bază de abonament, urmând ca trecerea de la sistemul analog la cel digital să fie finalizată până în 2010.

Implicațiile acestei treceri de la analog la digital, împreună cu celelalte schimbări, cu ar fi convergența cu alte media digitale, ca de exemplu, Internetul, telefoanele mobile tip 3G, integrarea companiilor de televiziune în societăți multinaționale de media globale constituie centrul de interes al industriei audiovizuale și al politicilor din domeniul media. Se dezvoltă noi modele de finanțare a televiziunilor și noi regimuri de guvernare a reglementărilor care să gestioneze aceste schimbări.

Progresele de ordin tehnologic au produs modificări în procesul de producție. De exemplu, miniaturizarea camerelor digitale a permis filmarea de crâmpie inedite de viață, altădată inaccesibile camerelor de luat vederi. Aceste inovații de ordin generic au specializat și au sporit audiența pentru materiale documentare, care au apărut în grila de programe sub forma unei noi strategii, orientate spre rating și profit comercial.

Nu sunt inevitabile efectele schimbărilor tehnologice și economice din industria de televiziune, ci rezultatul modurilor în care publicul răspunde la potențialul oferit de acestea. Este un proces politic în care interese instituționale se afla în competiție, între politica executivului și industria de profil. În ultimele două decenii, în Uniunea Europeană dar și în Marea Britanie, de exemplu, acest aspect a produs o dezbatere pe tema serviciului public de radio și de televiziune sau economia de piață? Care din acestea două poate oferi un serviciu de calitate pentru un public de elită dar și pentru publicul larg ?

Printre interesele culturale susținute de o minoritate a publicului de radio și de televiziune există preocuparea de a păstra televiziunea ca un forum al societății democratice. În construirea audienței, în numele căreia se dă bătălia politică, două aspecte majore apar și anume: “cetățeanul unui stat național”, și “consumatorul” dintr-o piață globală. Și totuși, acestea nu sunt categorii statice, ci sunt deschise redefinirii, după cum apar noi valențe la conceptul de cetățenie sau noi piețe pentru realizarea de profit. Aceste două concepte nu sunt separate în mod absolut, întrucât cetățenia se redefinește în termenii consumerismului, guvernele oferind doar condițiile în care instituțiile comerciale pot oferi servicii cu plată publicului.

Aceste argumente de ordin tehnologic, dar nu numai, într-o epocă a ubicuității televiziunii au determinat forurile europene, Consiliul Europei și Comisia Europeană să dispună măsuri pentru inițierea tuturor categoriilor de public în tainele media.

### **Secțiunea 3 - Educația pentru media – politică inițiată de Consiliul Europei și de Comisia Europeană**

#### **A. Inițiativa Consiliului Europei<sup>5</sup>**

Media literacy – Grupul de specialiști pentru drepturile omului în societatea informațională

În anul 2006, temeiul art. 15b din Statutul Consiliului Europei, Comitetul de miniștri al Consiliului Europei a solicitat grupului de specialiști pentru drepturile omului în societatea informațională să întocmească un proiect de recomandare care să determine statele membre să dezvolte o strategie coerentă de inițiere a copiilor și a cadrelor didactice astfel încât aceștia să poată folosi cu maxim de profit avantajele tehnologiei informației și pe cele ale noilor servicii de comunicare.

În cadrul acestui document se arată că:

- reafirmând angajamentul statelor membre la Consiliul Europei de a respecta dreptul fundamental al libertății de expresie și acela de a primi și transmite informații și idei fără intervenția autorităților publice și indiferent de frontiere, conform art. 10 din Convenția pentru protecția Drepturilor Omului și a Libertăților Fundamentale (Convenția Europeană asupra Drepturilor Omului);
- reamintind Declarația privind libertatea de comunicare prin Internet din 2003, care subliniază că o asemenea libertate nu trebuie să prejudicieze

<sup>5</sup> Consiliul Europei, Grupul de specialiști pentru Drepturile Omului în Societatea Informațională, Proiect de Recomandare privind educarea copiilor în noul mediu informațional și comunicațional.

- demnitatea și drepturile fundamentale ale celorlalți, în special cele ale copiilor;
- conștiente de riscul de a aduce prejudicii prin conținutul sau comportamentul din noul mediu comunicațional și al tehnologiei informației, care deși poate să nu fie întotdeauna ilegal, dar care poate afecta în mod grav dezvoltarea fizică, emoțională și psihologică a copiilor, prin pornografia prin Internet, prin portretizarea și glorificarea violenței, a auto-mutilării, prin incitarea la ură pe diverse criterii;
  - convinse că o parte esențială a răspunsului la conținutul și la comportamentele ce provoacă riscuri, constă în inițierea și dezvoltarea pregătirii copiilor, a tinerilor și a profesorilor să folosească tehnologiile și serviciile de comunicare și tehnologia informației în mod pozitiv și responsabil
  - subliniind necesitatea dobândirii de competențe și abilități cu privire la serviciile de comunicare și cele de tehnologia informației, conform declarației asupra Politicii europene pentru noile tehnologii ale informației din 1999, în special în ceea ce privește training-ul la toate nivelurile sistemului de educație, formal și informal, al educației permanente, dar și promovarea unei mai bune și mai extinse utilizări a tehnologiei noilor informații în procesul de predare – învățare și în stimularea utilizării rețelelor informatice în domeniul educațional.

Același document, ce se constituie într-un proiect al politicii de educație pentru mass media, prevede ca textele adoptate la cea de-a VII-a Conferință Europeană Interministerială privind Politica Mass Media, în special Rezoluția nr. 3 și Planul de Acțiune, referitoare la necesitatea susținerii promovării la toate nivelurile de educație și ca parte a unui proces permanent de educare a disciplinei, „Educație pentru mass media” care implică utilizarea critică și activă a tuturor mijloacelor de informare, precum și promovarea de către statele membre a unui nivel coerent de protecție a copiilor împotriva conținuturilor cu risc pentru dezvoltarea normală a acestora, solicită statelor membre să se asigure că atât copiii cât și personalul didactic sunt familiarizați, dar și pregătiți pentru noul mediu al societății informaționale.

În scopul îndeplinirii acestui obiectiv, inițierea în domeniul mass media și dezvoltarea pregătirii în acest domeniu reprezintă o parte integrală a programei școlare pe tot parcursul derulării educației formale, dar și ca parte a educației permanente.

Statelor membre le revine obligația de a se asigura că pe parcursul procesului educativ la nivel formal și informal copiii dobândesc deprinderile necesare pentru a crea, a produce și a distribui conținut și comunicări în noul mediu informațional, într-un mod ce respectă drepturile și libertățile fundamentale ale celorlalți, în special dreptul de expresie și cel la informare în echilibru cu dreptul la viață intimă.

În acest context se preconizează ca statele membre să se asigure că deprinderile de „alfabetizare” în domeniul media permit copiilor să înțeleagă mai bine și să abordeze conținutul și comportamentele ce comportă riscuri, prin promovarea unui mai profund sentiment de încredere în forțele proprii și de respect pentru semenii lor, în noul mediu oferit de societatea informațională.

Pentru a îndeplini acest obiectiv, statele membre ar trebui să încurajeze, dar să și înlesnească realizarea și distribuirea de materiale pedagogice și de instrumente destinate studiului, pentru ca profesorii să recunoască și să acționeze

responsabil față de conținuturile și de comportamentele cu grad de risc pentru dezvoltarea normală a copiilor.

De asemenea, au fost avute în vedere strategii de creștere a gradului de conștientizare, de informare și pregătire a cadrelor didactice astfel încât să poată cu adevărat să –și pregătească elevii în legătură cu prevenirea și limitarea expunerii acestora la conținuturi și comportamente ce comportă riscuri.

Pentru realizarea în bune condiții a pregătirii personalului didactic în domeniul educației pentru media, au fost propuse programe de cercetare care să examineze motivațiile și comportamentul copiilor aflați în diverse etape de dezvoltare. Aceste programe de cercetare urmează să se desfășoare cu sprijinul „actorilor” din domeniul public-privat, implicați în crearea de conținut și comunicații ce privesc utilizarea de către copii a serviciilor de tehnologia informației. Media, element esențial al procesului inițiat atât pentru profesori cât și pentru copii, sunt invitate și încurajate să acorde atenție rolului lor ca sursă vitală de informație și de referință pentru copii și pentru personalul didactic în noul mediu creat de societatea informațională, în special în legătură cu respectarea drepturilor fundamentale.

Consiliul Europei și-a exprimat angajamentul de a realiza ghiduri de asistență pentru decidenții din sfera politicilor și a practicilor mediatică și educaționale în eforturile de pregătire a copiilor pentru utilizarea conținuturilor și serviciilor societății informaționale, dar și pentru dezvoltarea unei gândiri critice și a unei participări active prin informare și educare pentru pregătirea generală a copiilor pentru utilizarea conținuturilor și a serviciilor mass media.

## **B. Inițiativa Comisiei Europene<sup>6</sup>**

La nivelul Uniunii Europene, Comisia Europeană în cadrul Direcției Generale pentru Societatea Informațională, departamentul audiovizual și politici de media a inițiat un proiect de cercetare pe tema Educației pentru mass media.

Uniunea Europeană apreciază ca necesare patru tipuri de acțiuni pentru implementarea politicilor de media și a celor din domeniul audiovizual:

1. Asigurarea unui cadru de reglementare, compus în prezent din Directiva „Televiziune fără Frontiere”, ce permite crearea și funcționarea unei piețe unice a audiovizualului; o propunere legislativă pentru o nouă Directivă a Serviciilor Media Audiovizuale; Recomandări pentru protecția minorilor într-un mediu informațional și pentru patrimoniul european al filmului.
2. Ca strategii de implementare a politicilor de media și audiovizual, Comisia Europeană are mecanismele de susținere oferite prin Programele Media, la nivel european, în vederea completării acelor existente la nivel național;
3. Alte acțiuni sunt promovate cu privire la distribuția conținutului audiovizual prin rețele electronice și ele vizează protecția minorilor de conținutul accesibil prin servicii on-line și educația pentru media.
4. Măsuri externe, în special protejarea intereselor culturale europene în contextul Organizației Mondiale a Comerțului.

În demersul ce privește educația pentru media, Comisia Europeană pornește de la premiza că acest domeniu reprezintă o puternică forță economică și socială.

<sup>6</sup> Audiovizual și politici mass media, Comisia Europeana, Direcția Generala Societatea Informaționala, Educație pentru mass media [http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/index_en.htm)

Sectorul media este, de asemenea, un instrument accesibil cetățenilor Uniunii ce le oferă șansa unei mai bune înțelegeri a societăților în care trăiesc și în care participă la construcția societății democratice. Din aceste rațiuni, un grad sporit de competență în domeniul utilizării media poate contribui în mod semnificativ la îndeplinirea obiectivelor decise la UE cu prilejul Consiliului European de la Lisabona din 23-24 martie 2000 de către șefii de state și de guvern, în special în ce privește o economie europeană mai competitivă, capabilă să contribuie la o societate mai permisivă pentru toți cetățenii Uniunii Europene.

În sensul demersurilor inițiate de Comisia Europeană pentru dobândirea competenței în mass media, Grupul de Experți desemnați să analizeze acest domeniu a decis ca necesare următoarele precizări de ordin conceptual:

- Educație pentru media înseamnă abilitatea de a accesa, analiza și evalua puterea imaginilor, sunetelor și mesajelor cu care ne confruntăm azi, în mod curent și care reprezintă o parte importantă a culturii noastre contemporane, precum și capacitatea de a comunica în mod competent într-un sistem de comunicare în masă în mod curent.
- Scopul educației pentru mass media îl reprezintă sporirea gradului de conștientizare în legătură cu multitudinea de forme pe care mesajele mass media le îmbracă și pe care le întâlnim în mod curent în viața cotidiană. Această disciplină ar trebui să-i ajute pe cetățeni să recunoască mai ușor modul în care media le filtrează percepțiile și credințele, cum modelează cultura de masă și cum influențează alegerile și deciziile personale.
- Educația pentru media ar trebui să le dezvolte o gândire critică și abilități de rezolvare a problemelor în așa fel încât să poată fi consumatori și producători raționali. Educația pentru media reprezintă o parte a dreptului fiecărui cetățean la libertate de expresie și la dreptul de a fi informat, două aspecte esențiale în construirea și susținerea democrației.
- Azi, educația pentru media reprezintă o condiție esențială pentru exercitarea deplină și activă a drepturilor cetățenești și este unul din contextele în care dialogul intercultural trebuie promovat.

Deși importanța acestui domeniu este recunoscut pe scară largă, progresele sunt diferite în funcție de țară sau de regim, din motive financiare.

Australia, Noua Zeelandă și Canada sunt din punct de vedere al educației pentru media, cele mai avansate țări din lume; educația pentru media constituie materie obligatorie prevăzută în curricula școlară, fie sub forma unui obiect separat de studiu, fie ca parte a disciplinei studiului limbii materne. În țările susmenționate există parteneriate solide între industria media și autoritățile de reglementare; multe asociații publică jurnale și broșuri iar altele au chiar website-uri extinse pe această temă.

În Statele Unite, care nu au ratificat Convenția Națiunilor Unite asupra drepturilor copilului, un număr impresionant de organizații guvernamentale și neguvernamentale au abordat tema educației pentru media cu oarecare succes. În America Latină, cea mai interesantă și mai productivă activitate de acest fel susține activitățile bazate pe proiecte ale comunităților locale de tineri.

În situațiile în care există mai puține surse financiare sau mai puțin interes din partea decidenților la nivel de politici mass media, dezvoltarea inițiativelor de educație pentru media se bazează aproape exclusiv pe parteneriate (de exemplu, producții bazate pe parteneriate în China și Hong Kong). În multe țări africane,

aceste parteneriate sunt necesare doar pentru a asigura finanțarea. În multe țări aflate în curs de dezvoltare, personalul didactic este preocupat în mare măsură de dezvoltarea alfabetizării clasice, iar educația pentru media începe să devină doar o preocupare.

În țări precum Hong Kong și China, pătrunderea rapidă a tehnologiei informației și a comunicațiilor și infuzia masivă de fonduri în acest domeniu, au oferit un considerabil potențial de dezvoltare activității creatoare cu ajutorul media, în școală, la nivelul educației formale.

În Singapore s-a pus accentul pe promovarea măsurilor de siguranță la accesarea Internet-ului de tineri.

În Japonia, în ultimii ani, interesul pentru mass media a crescut semnificativ, atât în sectorul educației, cât și în administrație, în media și în rândul publicului larg. Deosebit de interesante și de eficiente sunt activitățile de voluntariat realizate de Forumul pentru Televiziunea și Mass Media cetățenilor.

Numeroase țări din Europa au inițiat și au început să dezvolte și să susțină inițiative proprii de educație pentru media atât la nivelul educației formale, cât și la cel al educației non-formale. În general, în majoritatea statelor membre, educația pentru media se predă în sistemul de educație formală, ca un subiect separat sau integrat în alte discipline de studiu. Pentru a da doar câteva exemple, în Irlanda noile programe școlare prevăd disciplina educație pentru mass media la cursul primar. În Marea Britanie se studiază începând cu clasa a-III-a ca parte a studiului limbii engleze. În Suedia, educația pentru imagine și educația pentru media sunt incluse în curricula ciclului primar, revizuită în anul 2000. În Marea Britanie cinci universități oferă masterate în Educație pentru Mass Media.

#### Activități și programe

Din noiembrie 2000, în cadrul agendei de la Lisabona, Comisia Europeană a organizat trei ateliere de lucru pe tema educației pentru media și a oferit aprox. 3.5 miliarde de euro suport financiar pentru 30 de proiecte în cadrul inițiativei „e-learning”. Aceste inițiative s-au dovedit eficiente în sprijinirea organizațiilor pentru educație pentru mass media, dar și pentru ca practicienii din diverse țări europene să stabilească contacte și să creeze rețele care reprezintă un prim pas către un schimb puternic și profitabil de cunoștințe și experiențe.

## Capitolul II - Strategii media și impactul lor educațional

În vederea îndeplinirii politicilor de media, au fost concepute strategii specifice menite să conducă la îndeplinirea obiectivelor propuse.

Aceste strategii vizează două mari domenii:

- **a)** producția și distribuția de filme și de programe pentru televiziune;
- **b)** cadrul de reglementare a audiovizualului, ce cuprinde legislația europeană și cea națională din domeniul audiovizual.

### Secțiunea 1 - Producția și distribuția de filme și de programe pentru televiziune

Astfel, pentru a putea îndeplini politicile legate de conturarea identității europene, au fost concepute strategii și programe destinate stimulării producției cinematografice și facilitarea distribuției operelor audiovizuale europene, simultan cu creșterea profesionalismului personalului angajat în domeniul media.

Strategiile ce vizează îndeplinirea politicilor din domeniul audiovizual au cuprins la capitolul industrie audiovizuală următoarele aspecte:

- formarea inițială și cea continuă a persoanelor ce-și desfășoară activitatea în domeniul cinematografiei și al audiovizualului,
- susținerea financiară a producțiilor cinematografice și a celor pentru televiziune, pentru asigurarea difuzării într-un procent majoritar (51%) de opere europene, menite să păstreze diversitatea culturală europeană, principală sursă de progres și de formare a identității tinerilor,
- asigurarea distribuției operelor europene.

În continuarea programelor Media I, Media II, Media Plus derulate până în prezent, Comisia Europeană a înaintat Parlamentului și Consiliului European o propunere de implementare a unui program de susținere a sectorului audiovizual european ce se va derula sub denumirea Media 2007.

În opinia Comisiei Europene, acest program va contribui la consolidarea politicilor orizontale ale Comunității Europene.

În rândul acestor politici orizontale trebuie menționate următoarele :

- promovarea principiului fundamental al libertății de expresie
- stimularea procesului de conștientizare a importanței diversității culturale și a multiculturalismului în Europa și necesitatea combaterii rasismului și a xenofobiei
- combaterea tuturor formelor de discriminare, bazate pe sex, rasă, origine etnică, religie, credințe, dizabilități, vârstă sau orientare sexuală
- contribuția la crearea unui cadru de dezbatere și de informare în legătură cu UE ca o zonă de pace, prosperitate și securitate.

O deosebită atenție se va acorda în cazul programului Media 2007 consistenței și complementarității dintre politicile și programele comunitare din domeniul cooperării culturale cu țările terțe.

Întrucât audiovizualul constituie un vector de expresie al cetățeniei și culturii europene și joacă un rol esențial în construcția identității culturale europene, în special în ceea ce-i privește pe tineri, se impune ca o prioritate majoră creșterea circulației operelor audiovizuale europene. Acest aspect constituie un mijloc important pentru consolidarea dialogului intercultural, a înțelegerii reciproce și a cunoașterii culturilor europene, pentru a forma o bază a cetățeniei europene, tot mai greu de definit într-o uniune formată din 25 de state. Susținerea acordată de Comunitatea Europeană sectorului audiovizual reprezintă o parte din strategia de a oferi europenilor șansa alegerii. Dacă cetățenii Europei nu beneficiază de oportunitatea de a urmări producții cinematografice de ficțiune, ecranizări ale unor opere literare, documentare și alte producții cinematografice și de televiziune care să reflecte realitățile și istoria proprie și pe cea a vecinilor lor, vor înceta să se recunoască și să se înțeleagă. Circulația operelor europene se poate realiza doar prin consolidarea sectorului cinematografic și a celui audiovizual și stimularea potențialului creativ al culturilor europene. Sectorul audiovizual European nu are numai importantă valoare politică și culturală, ci și un important potențial economic și social.

Concluziile Consiliului European de la Lisabona menționează că industriile producătoare de conținut sunt creatoare de valoare adăugată prin exploatarea diversității culturale europene.

În proiectul de Tratat pentru Constituția Europei, unul din obiectivele prevăzute la art. 3 este ca " Uniunea să respecte bogata diversitate culturală și lingvistică și să se asigure că patrimoniul cultural european este salvagardat și consolidat. Revine Comunității europene sarcina de a oferi culturilor Europei un cuvânt de spus în construcția armonioasă a unei identități europene comune și a conceptului politic de cetățenie europeană. Articolul 151. pct. 2 al Tratatului Comunității Europene menționează că acțiunile întreprinse de Comunitate sunt îndreptate către susținerea și suplimentarea acțiunii statelor membre în domeniul artistic, al creației literare, incluzând sectorul audiovizual. Odată cu piața unică pentru programele de televiziune, înființată de Directiva comunității europene, " Televiziunea fără Frontiere", Uniunea Europeană a adoptat măsuri pentru promovarea industriei audiovizualului european, principalul vehicul pentru schimbul de idei.

Susținerea sectorului audiovizual va contribui și la îndeplinirea altor obiective prevăzute în politicile europene, cum ar fi:

- operele europene sunt un vehicul esențial de transmitere a cunoștințelor în domeniul educației, științei, mediului, cercetării și bunei guvernări
- producțiile audiovizuale ar putea constitui o bază pentru cooperarea culturală și pentru dialogul cu țări din zona mediteraneană.

Sectorul audiovizual european este unul fragmentat atât în termeni legați de structura de producție, cât și în ceea ce privește cadrul cultural în care funcționează. Deși această fragmentare a permis apariția unei industrii de producție extrem de independentă, oferind astfel o voce diferitelor culturi tradiționale ce constituie patrimoniul european, ea a împiedicat totuși industria europeană să realizeze o cotă de piață mai semnificativă în importurile de produse non-europene pe piața europeană, dar și pe plan mondial.

Industria audiovizuală europeană depune serioase eforturi pentru a face față competitivității aceluiași tip de industrie americană. Poziția dominantă deținută de



producțiile audiovizuale americane , fie în forma unor produse finite, cum sunt filmele sau producțiile pentru televiziune, ori sub forma unor formate de programe de talk-show, de știri sau de divertisment ,a creat și continuă să adâncească problemele privind efectele negative produse de scenele de violență și de sex asupra dezvoltării minorilor. Aceasta este rațiunea pentru care un efort în plus trebuie depus pentru protejarea minorilor atât prin avertismentele privind conținutul programelor, prin conștientizarea rolului pe care părinții și școală trebuie să-l joace în scopul educării elevilor în legătură cu programele pe care le vizionează,( salutară fiind în acest sens o inițiativă, tot americană din păcate, de a petrece o săptămână pe an fără viziunea de programe de televiziune; multe familii americane cu copii minori au optat pentru această formulă și au alcătuit un program de petrecerea timpului liber diferit de cel al stării de hipnoză produs de mirajul celor 25 de cadre/secundă în Europa, și 30 de cadre-secundă în SUA , timp de 4-5 ore pe zi cât petrec în general copiii în fața televizorului sau a computerului) ,dar și prin introducerea disciplinei educație pentru media la toate ciclurile de învățământ .

## **Programul MEDIA 2007**

Programul MEDIA 2007 va îndeplini următoarele obiective globale<sup>7</sup>:

- păstrarea și consolidarea diversității culturale europene și a patrimoniului său cinematografic și audiovizual, garantarea accesului cetățenilor europeni la acest patrimoniu și promovarea dialogului intercultural;
- sporirea circulației operelor audiovizuale europene în interiorul și în exteriorul Uniunii Europene
- consolidarea competitivității sectorului audiovizual european în cadrul unei piețe libere

Programul va avea în vedere patru priorități orizontale:

- în primul rând, importanța procesului creator, specific sectorului european audiovizual și valoarea culturală a patrimoniului cinematografic și audiovizual european trebuie integrate în acțiunile pe care le va desfășura acest proiect
- în al doilea rând, consolidarea structurilor de producție audiovizuală formate din IMM-uri, care constituie nucleul sectorului audiovizual european, ca mijloc de sporire a competitivității. Aceasta va constitui o contribuție la promovarea culturii business-ului în audiovizual și va facilita investițiile de capital privat
- în al treilea rând, în cadrul pieței, programul va reduce dezechilibrele dintre țările cu o mare capacitate de producție audiovizuală și cele cu o capacitate mică de producție și cu o zonă lingvistică limitată. Această prioritate răspunde necesității de a păstra și consolida diversitatea culturală și dialogul intercultural în Europa.

---

<sup>7</sup> Comisia Europeană – Propunere pentru o Decizie a Parlamentului European și a Consiliului, privind implementarea unui program de susținere a sectorului audiovizual european (Media 2007) Bruxelles, 14 iulie 2004, COM(2004) 470 final

- în al patrulea, și ultimul rând, acest program va urma și va susține progresele pieței în ceea ce privește digitalizarea.

Programul Media 2007 va pune la punct măsuri pentru a însoți schimbările produse de digitalizare în sectorul audiovizual în toate etapele lanțului de producție și de distribuție, dar și în termenii noilor competențe ale profesioniștilor din audiovizual.

### **Obiective și intervenții specifice**

- Etapa premergătoare producției:

- **dobândirea și îmbunătățirea deprinderilor necesare lucrului în sectorul audiovizual**

Programul va susține proiecte menite să îmbunătățească deprinderile creatoare și cele de management ale profesioniștilor din audiovizualul european și adaptarea deprinderilor lor tehnice la tehnologiile digitale. Proiectul va încuraja o dimensiune europeană în promovarea rețelelor de profesioniști și a proiectelor de training, incluzând filmele destinate scopurilor didactice, precum și proiectelor de training individual, incluzând acordarea de burse. În finalul proiectului se va realiza o strategie europeană pentru cooperarea între profesioniști, atât pentru realizarea de co-producții cât și pentru elaborarea de planuri de afaceri destinate audiovizualului.

- **dezvoltarea**

Programul va susține etapa de dezvoltare a producției începând cu IMM-urile independente pentru zona de documentare, de animație, de genuri artistice, precum și pentru multimedia. În cadrul acestui program, companiile vor fi încurajate să elaboreze strategii de piață și de promovare internațională pentru proiectele din etapa premergătoare producției. Companiile vor fi sprijinite să-și elaboreze planuri financiare solide pentru producție dar și pentru acces la credite pentru IMM-uri independente de sectorul audiovizual european.

- Etapa de post-producție

- **distribuția**

Acțiunea Comunității Europene își va concentra eforturile de susținere a distribuției transnaționale, în conformitate cu principiul subsidiarității și cu cel al complementarității. Susținerea acordată în etapa de distribuției (prin difuzarea în cinematografe, în programele de televiziune, în sistem video, DVD și on-line) rămâne o prioritate pentru consolidarea pieței unice în Europa și pentru creșterea competitivității industriei. Doar implementarea unei strategii europene de distribuție va permite operelor audiovizuale europene să poată face față competiției pe piața mondială.

Noul program va consolida sectorul european de distribuție prin încurajarea investițiilor în producție, achiziție, marketing și promovarea operelor europene ne-naționale și prin încurajarea strategiilor de marketing între diferiții actori din sector: distribuitori, agenți de vânzări, producători, expozanți), În acest mod se va îmbunătăți circulația filmelor europene ne-naționale pe piețele europene și internaționale prin încurajarea exportului, a distribuției și a promovării producțiilor cinematografice. În plus, programul va stimula promovarea transnațională a operelor audiovizuale europene

realizate de producători independenți, încurajând totodată cooperarea între radiodifuzori, producători și distribuitori independenți.

#### **- promovarea**

Programul va încuraja circulația operelor cinematografice europene și a programelor de televiziune pe piețele specializate din Europa și din lume. Acesta va încuraja cooperarea și coordonarea operatorilor europeni prin susținerea acțiunilor comune atât pe piața europeană, cât și pe cea internațională, de organizații publice și private specializate în promovare ca mijloc de implementare a strategiei europene. Programul va asigura ca rolul festivalurilor să producă impact asupra politicii culturale dar și asupra educării audienței la cote de potențial maxim.

Acțiunile avute în vedere asigură accesul profesioniștilor la piețele audiovizualului din Europa și din lume, garantând accesul cât mai larg al publicului european dar și al celui internațional la diversitatea culturală europeană și la dialogul intercultural, promovându-se acțiuni comune între filmul național și cel ce vizează programele audiovizuale, încurajându-se și pe această cale promovarea patrimoniului cinematografic și audiovizual european.

Trebuie menționat faptul că România, spre deosebire de unele state candidate la UE, în cadrul negocierilor de aderare la UE, nu a solicitat OMC exceptarea serviciilor audiovizuale de la comerțul cu servicii, considerând că la 1 ianuarie 2007 va reuși să acopere cerințele cotelor majoritare pentru opere europene în programele de televiziune.

Deși această atitudine a României a adus beneficii în cadrul negocierilor cu OMC în alte domenii, a privat domeniul cinematografiei românești de avantajele oferite de programele MEDIA pentru realizarea de producții cinematografice.

## **Secțiunea 2 - Cadrul de reglementare relevant pentru strategiile mediatice cu impact educativ**

O altă categorie de strategii vizează cadrul de reglementare creat la nivel european, prin directive, recomandări, decizii ale Comisiei Europene, Consiliului European sau ale Parlamentului European, dar și prin cadrul legislativ național, care pe de-o parte trebuie să acopere cerințele acquis-ului comunitar, iar pe de alta poate introduce măsuri mai stricte decât cele europene pentru soluționarea unor probleme punctuale apărute la nivel național, regional sau local.

## **Secțiunea 3 - Documente ce vizează îndeplinirea politicilor audiovizuale europene**

### **A. Cartea verde privind protecția minorilor și a demnității umane în serviciile de programe audiovizuale și în cele din domeniul tehnologiei informației**

Cartea verde<sup>8</sup> examinează provocările cu care se confruntă societatea în efortul de a se asigura că două probleme de mare interes public, protecția minorilor și demnitatea umană sunt adecvat analizate în domeniul serviciilor de

<sup>8</sup> Comisia Europeană – Cartea verde privind protecția minorilor și a demnității umane în serviciile de programe audiovizuale și în cele din domeniul tehnologiei informației, Bruxelles, 16 octombrie 1996, COM(96) 483 final

programe audiovizuale și al celor din sfera tehnologiei informației. Tranziția de la o lume a radiodifuziunii la cea în care televiziunea tradițională va coexista cu serviciile oferite de tehnologia informației creează oportunități pentru apariția și dezvoltarea de produse hibride. Potențialul integral al unor asemenea progrese va depinde de societate privită ca un întreg, atunci când construiește o delimitare între libertatea de expresie și problemele de interes public, între politicile destinate încurajării apariției de noi servicii și necesitatea asigurării că acestea nu devin un instrument abuziv în mâna unui număr restrâns de persoane în detrimentul celor mulți. Anumite aspecte impun soluții la nivel european și chiar mondial. Soluționarea altor probleme intră în sfera de competență a statelor sau sunt de natură a fi soluționate de fiecare individ.

Problema protecției minorilor și cea a respectării demnității umane se află în permanență la nivel înalt pe agenda politică. Identificate în primul raport anual prilejuit de Forumul Societății Informaționale, din iunie 1996, acestea se numără printre priorități în domeniul asigurării protecției la nivel legislativ.

Măsurile de ordin legislativ și celelalte măsuri din acest domeniu au fost create ca o funcție a specificului mijloacelor de comunicare în masă tradiționale (radioul și televiziunea terestră) centralizate ca natură și ca mijloc de comunicare în masă. Noile servicii au două caracteristici fundamentale diferite – sunt descentralizate și sunt mai aproape de comunicare individuală decât de cea de masă. Deși conținutul actual al unor asemenea servicii poate uneori să coincidă cu cel al mijloacelor de comunicare tradiționale – filme, buletine de știri, documentare – acele diferite caracteristici trebuie avute în vedere atunci când se construiesc politicile din acest domeniu.

Cartea verde descrie evoluția serviciilor audiovizuale și a celor din domeniul tehnologiei informației, analizează legislația curentă și politicile la nivel național, european și internațional precum și implicațiile dezvoltării noilor servicii asupra acestor politici, în măsura relevanței acestora pentru cele două teme ale studiului: protecția minorilor și protecția demnității umane.

Tipurile de opțiuni formulate în sfera politicilor sunt diverse și comprehensive, ele grupând reglementări și coduri de auto-reglementare dar vizează și măsuri de conștientizare a publicului și măsuri educaționale ce se îndreaptă și către sistemele de control parental.

Cartea verde vine în întâmpinarea cererilor formulate atât de Parlamentul European cât și de Consiliul European pentru o analiză profundă a politicii publice europene în strânsă legătură cu dezvoltarea noilor servicii.

## 1. Protecția minorilor și a demnității umane: context și problematică

În ciuda greutății acordate libertății de expresie, protecția minorilor și a demnității umane a constituit întotdeauna o problemă fundamentală pentru reglementarea din mass media, iar apariția noilor mijloace de comunicare nu modifică în nici un fel necesitatea de asigurare a acestei protecții.

Există diferențe de la o țară la alta și de la un moment la altul, în ceea ce privește protecția minorilor și demnitatea umană, dar două probleme sunt esențiale în realizarea obiectivului propus:

- accesul la anumite tipuri de materiale poate fi interzis tuturor indiferent de vârstă ca potențial public, sau ca mijloc de acces utilizat. Este posibil ca în această situație, indiferent de legislația națională, să se identifice o categorie generală de material care să aducă prejudicii demnității umane, în primul rând în ceea ce privește pornografia cu copii, violența extremă

gratuită, incitarea la ură pe criterii rasiale sau alte tipuri de incitare la ură, discriminarea și violența;

- accesul la anumite materiale, care ar putea afecta dezvoltarea fizică și mentală a minorilor, dar care este permis adulților.

Spre exemplu, în contextul legislației comunitare cuprinse în Directiva Televiziunea fără Frontiere există 2 obiective clar stabilite:

- reglementările privind protecția minorilor se aplică tuturor programelor, inclusiv publicității considerată ca orice alt program și includ dispoziții menite să împiedice afectarea gravă a dezvoltării fizice, psihice și morale a minorilor ( Art. 22 )
- regulile privind protecția consumatorilor se aplică și în cazul publicității pentru a preveni exploatarea credulității copiilor (Art.16)

## 2.Schimbarea de context

Trecerea la transmisia în sistem digital oferă șansa unei explozii spectaculoase a numărului și a gamei de servicii: fiecare pachet digital poate cuprinde servicii de tip pay-per-view, near video on demand. Video on demand și o întreagă gamă de noi servicii, (de la filme la cerere, la jocuri interactive și la home banking ) vor fi introduse treptat.

Această schimbare va permite trecerea, în lumea televiziunii de la abordarea de tip, „mass-media” la una ce se aseamănă tot mai mult cu modelul editorial:

- penuria de frecvențe nu mai reprezintă un obstacol în calea proliferării de servicii
- diversificarea serviciilor și impactul lor sunt legate de numărul total de servicii disponibile
- telespectatorul are un domeniu vast din care poate alege servicii și tipuri de programe identificabile

În cazul protecției minorilor, măsurile și regulile aplicabile se supun dispozițiilor a două principii fundamentale într-o societate democratică – libertatea de expresie și dreptul la intimitate.

## 3.Principiul libertății de expresie

Principiul libertății de expresie este garantat de Convenții internaționale, printre care se numără Convenția pentru Protecția Drepturilor Omului și a Libertăților Fundamentale, document considerat a fi cel mai sofisticat dar și un material de referință, vital, pentru Uniunea Europeană. Toate statele membre sunt parte la Convenție, și, cu excepția Marii Britanii s-a stabilit libertatea de expresie ca principiu constituțional a sistemului legislativ.

Deși Convenția nu reprezintă o obligație pentru Comunitatea Europeană, conținutul său a fost incorporat în art. F (2) al Tratatului Uniunii Europene iar soluționarea cazurilor ce contravin respectivelor dispoziții revine Curții de Justiție a Comunității Europene în baza principiilor generale a legislației comunitare.

Acest principiu nu este însă analizat în termeni absoluți. Libertatea de expresie poate fi restrânsă de Stat, deși posibilele restrângeri sunt circumscrise unui set de criterii: să fie necesare într-o societate democratică, măsura trebuie să îndeplinească o reală nevoie socială și să devină efectivă fără a fi disproporționată prin restricțiile pe care le impune.

#### 4. Principiul respectării dreptului la intimitate

Acest principiu se bucură de același statut cu cel al libertății de expresie. El este prevăzut în art.8 din Convenție, iar restricțiile impuse vizează în mare măsură aceleași prevederi ca în cazul libertății de expresie.

#### Reglementări și resurse la nivel național

Dintr-o analiză la nivel național a reglementărilor și a altor măsuri privind protecția minorilor și demnitatea umană rezultă existența unor decalaje semnificative la nivelul statelor membre din punct de vedere al tradițiilor culturale și juridice.

#### 5. Protecția demnității umane

Primul tip de restricții impus de dispozițiile legale tuturor țărilor vizează interdicția afișării fațășe a anumitor tipuri de material considerate intolerabile atât pentru individ, cât și pentru întreaga comunitate și chiar pentru esența demnității umane ca bază a societății.

Toate statele membre au prevederi clare în legătură cu interdicțiile aplicate anumitor materiale. Sunt prevăzute amenzi consistente și sancțiuni privative de libertate / cu închisoarea în codul penal privind interdicția producerii, distribuției, importului și publicității pentru astfel de materiale. Prin caracterul lor general aceste interdicții se aplică tuturor mijloacelor de informare în masă precum și serviciilor utilizate de tehnologia informației.

Interdicțiile aplicabile materialelor suspectate de a aduce atingere demnității umane, cum ar fi materialele obscene, materialele ce contravin bunelor moravuri sau sunt indecente există în majoritatea statelor membre. Uneori ele sunt clasificate prin textele de lege, alteori revine instanțelor de judecată să decidă în legătură cu natura unor astfel de materiale. Este posibil ca anumite tipuri de materiale să fie clar identificate pentru a fi interzise în Uniunea Europeană.

Materialele asupra cărora se aplică în mod unanim interdicțiile se referă la pornografia cu copii ( sub formă de fotografii, fotografii simulate și materiale animate ). Conferința mondială de la Stockholm privind exploatarea sexuală a copiilor a atras atenția asupra problemei distribuirii unor astfel de materiale prin intermediul rețelelor de comunicații, solicitând în mod ferm ca deținerea unor astfel de materiale să fie sancționată ca infracțiune.

Conceptele generale ( obscenitate, bune moravuri ) includ pornografia violentă ( în care categorie sunt cuprinse materialele în care apar adulți fără consimțământul acestora ) și zoofilia, care este interzisă pe scară largă.

O altă categorie de materiale supusă interdicțiilor se referă la materialele ce incită la ură pe criterii rasiale sau la violența sau incită la ambele. Deși există imprecizii la nivel legislativ în diferite state membre, există mărturii evidente în legătură cu un obiectiv comun, acela de a combate direct sau indirect toate tipurile de materiale care incită la ură, discriminare sau violență împotriva persoanelor sau grupurilor de persoane pe considerente de rasă, naționalitate, culoare, sex sau religie.

Diferențele dintre diferitele sistemele juridice și lipsa lor de transparență îngreunează procesul aplicării dispozițiilor naționale unor servicii sau unor rețele internaționale și angajează respectivele industrii la nivel european. În plus, acestea pot genera apariția unor bariere disproporționate în calea liberei circulații a serviciilor în cadrul UE și pot îngreuna protecția valorilor comune în forumuri internaționale.

În acest scop, Comisia Europeană a susținut importanța cooperării între statele membre în domeniul justiției și al afacerilor interne pentru inventarierea comună a faptelor ce contravin celor două principii.

Dificultățile de aplicare a diverselor sisteme punitive apar o dată cu noile servicii audiovizuale și a celor din sfera tehnologiei informației. În cazul serviciilor centralizate, în care licența de funcționare se acordă unui operator, căruia îi revine răspunderea pentru conținutul pe care îl oferă, în cazul serviciilor descentralizate alocarea responsabilității constituie un proces dificil datorită numeroaselor etape implicate – de la accesul inițial, prin care se încarcă un material până la utilizatorul final.

Responsabilitatea utilizatorului ce folosește un material interzis aflat într-o rețea și scutirea de orice obligație a operatorilor ce nu desfășoară decât activitatea de transportator reprezintă o situație curentă. Responsabilitatea legată de etapele intermediare ( locul de depozitare a materialului, chiar și temporar, pe o perioadă limitată în format text ) este departe de a fi rezolvată. Problema reală se referă la găsirea acelor metode viabile din punct de vedere tehnic și economic și care să poată conduce la o delimitare între libertatea de expresie și dreptul la intimitate, între protecția minorilor pe de-o parte și respectarea demnității umane, pe de alta.

Întrucât, în prezent rețelele de comunicații sunt globale, domeniul de aplicare al legislației naționale este unul restrâns, în timp ce accesul a devenit aproape nelimitat. În situația serviciilor descentralizate prin rețele internaționale, materialele controversate pot fi rapid transferate altor servere pentru a ocoli anumite interdicții de ordin legislativ. În afară de riscul delocalizării pe scară largă a serverelor către țări cu regim juridic mai permisiv, această mobilitate aduce în prim plan și problema actualizării listelor cu materiale îndoielnice. S-ar putea aprecia ca deplasată acțiunea de blocare a unui site ce transportă materiale interzise, în situația în care acest blocaj ar afecta toate serviciile și materialele aflate pe acel site.

Protecția minorilor în Marea Britanie este sporită și tratată cu atenție deosebită mai ales față de site-uri sau chat-rooms în care pedofili versați i-ar putea incita pe copii la întâlniri, de unde și numeroasele avertismente adresate părinților de a-i educa pe copii ca niciodată să nu accepte să se întâlnească cu persoanele cu care intră în legătură prin Internet.

## **6. Protecția minorilor**

În unele state membre, principiul general al protecției minorilor ia forma dispozițiilor înscrise în codul penal ce interzic accesul minorilor la materiale permise adulților, dar care pot afecta dezvoltarea fizică, mentală și morală a minorilor. Aceste dispoziții au aplicare generală. Ele sunt aplicabile indiferent de modul în care materialul în cauză poate fi accesat de copii. În statele membre care nu au prevăzute reguli pentru aceste situații, același tip de protecție este asigurată ca în cazul mediilor individuale.

Orice sistem de protecție a minorilor are nevoie de un sistem rezonabil de garantare că în mod normal minorii nu au acces la materiale de natură să le afecteze dezvoltarea normală.

Controlul accesului minorilor la materiale cu grad de risc pentru dezvoltarea lor normală.

Regulile ce guvernează accesul la anumite tipuri de materiale depinde de tipul de servicii. În ciuda asemănărilor dintre serviciile de radiodifuziune și cele de acces prin intermediul IT, cartea verde analizează cele 2 domenii separat :

a) Serviciile de radiodifuziune

În cazul televiziunii tradiționale, timpul de transmisie al programelor poate fi gândit/programat în așa fel încât să se asigure protecția minorilor. Programele cu potențial nociv pot fi difuzate noaptea, când se presupune că nu sunt vizionate de copii. Din punct de vedere tehnic acest sistem de separare poate fi aplicat oricărui sistem de televiziune, dar el nu va corespunde logicii televiziunii viitorului. Unii radiodifuzori privați și publici au dezvoltat pe bază de voluntariat un sistem de simboluri pentru a informa publicul în legătură cu natura programelor ce urmează să le urmărească. Sunt utilizate diverse loggo-uri pentru clasificarea programelor cu conținut potențial nociv pentru minori.

Noile servicii de radiodifuziune oferă soluții noi pentru protejarea minorilor. Accesul condiționat, inerent tuturor serviciilor cu plată din domeniul audiovizual ( pay-per-view, plată pentru ce se vizionează, oferă o gamă largă de posibilități pentru a controla accesul copiilor )

- în primul rând abonamentul este în sine un mijloc pentru părinți de a se asigura că serviciul pe care îl aleg, nu conține materiale ce ar putea să afecteze dezvoltarea fizică sau mentală a copiilor,
- în al doilea rând, relațiile privilegiate dintre abonat și furnizorul de servicii cu plată au făcut ca adesea respectivele servicii să dezvolte o politică de informare a consumatorului în legătură cu programele oferite, ce include și sfaturi adresate părinților,
- o diversitate de facilități tehnice sunt uneori puse la dispoziția părinților pentru a controla accesul copiilor la anumite tipuri de programe; acestea pot fi simple sisteme de blocare, ce permit părinților să blocheze accesul la programe în absența lor sau să permită accesul la programe ce se pot recepționa liber/necodat, doar prin intermediul unui card special sau al unui card de credit.

Apariția sistemelor de tehnice de exercitare a controlului parental a condus la o dezbateră în legătură cu utilizarea acestora și pentru programele difuzate liber, necodificat. Bazată pe exemplul canadian și pe interesul generat în Statele Unite, posibilitatea unei conexiuni între o clasificare sistematică a conținutului și un mecanism de control exercitat de părinți a atras interesul general atât la nivelul Parlamentului European cât și la cel al Consiliului pe parcursul revizuirii Directivei Televiziunea fără Frontiere.

Această problemă a fost de asemenea dezbătută în nenumărate state membre ale UE, dar nu a condus decât către conștientizarea dificultăților privind de construirea și implementarea unui sistem de clasificare a materialelor audiovizuale.

Industriile de profil au recunoscut la rândul lor importanța protecției minorilor și depun eforturi în sensul găsirii unor soluții practice. Ghiduri electronice destinate navigării prin gama largă de programe de televiziune vor apărea în curând pe piață și vor pune la dispoziție părinților multiple variante de exercitare a controlului asupra programelor pe care le pot urmări copii fără a fi expuși riscului unor influențe nefaste pentru dezvoltarea lor normală.

Concepute inițial într-o ofertă de multiple canale și programe, pentru programarea înregistrării programelor audiovizuale pe aparate video, aceste ghiduri electronice vor descifra un număr mare de informații privind conținutul programelor, incluzând acele materiale care ar putea fi nepotrivite vizionării de către minori.



În domeniul televiziunii digitale, utilizarea unui decodor și necesitatea existenței unor ghiduri electronice pentru trierea conținutului dintr-o diversitate de canale, oferă două șanse dezvoltării serviciilor, informare despre și control asupra conținutului programelor.

#### b) Serviciile liniare

Spre deosebire de serviciile radiodifuzate, cele liniare nu se supun unei segregări a materialului în funcție de intervalul orar la care ar putea fi accesate. Toate materialele disponibile pot fi accesate în orice moment. În plus, materialul este pus la dispoziție pe baza unei opțiuni individuale atunci când utilizatorul dorește. Accesul la un material sensibil rareori va avea loc în mod accidental. În acest context specific, problema protecției minorilor se pune în forma următoare: cum li se poate oferi adulților maximă libertate de expresie, în vreme ce minorii să nu fie expuși unor materiale care să le afecteze dezvoltarea fizică, mentală sau morală. Posibilele soluții de protejare a minorilor diferă în funcție de gradul de deschidere al rețelei de acces.

- rețele închise

Sistemele video-on-demand ( video-la cerere) beneficiază de o serie de caracteristici, ce se pot utiliza pentru protecția minorilor.

Operatorii sunt ușor identificabili și relativ puțini la număr. Structura de funcționare a acestora permite instalarea unui sistem transparent de responsabilitate în legătură cu materialul prezentat.

În vreme ce este limpede că materialele ce ar putea afecta dezvoltarea fizică, mentală și morală a minorilor sunt interzise, este absolut rezonabil ca în colaborare cu operatorii în cauză să se construiască sisteme efective de protecție a minorilor:

- identificarea sau clasificarea materialelor controversate prin ghiduri electronice în legătură cu programele ( de exemplu, identificarea unui spațiu rezervat pentru divertisment ce se adresează adulților)
- condiția legată de dovedirea vârstei pentru acces la programe ( prin utilizarea unui card bancar sau al unui număr personal de identificare )
- posibilitatea neselectării anumitor oferte de programe la cererea utilizatorului
- dispozitive de control parental care să prevină accesul la anumite categorii de programe.

Dimensiunea rețelelor este hotărâtoare în privința sistemelor care să asigure protecția minorilor de efectele unor programe inadecvate vizionării pentru vârsta lor. Dacă o rețea de mică dimensiuni poate oferi diverse sisteme de control al accesului, rețelele internaționale întâmpină dificultăți în ceea ce privește utilizarea unor sisteme de protecție care să fie agreate în țări diferite.

- rețele deschise

Protecția minorilor este dificil de realizat în cazul acestui tip de rețea, în care fiecare utilizator devine un potențial furnizor de informație. În rețelele private sau prin Internet, sunt create milioane de zone de informație, ce sunt consultate și modificate prin intermediul unor sisteme ce permit diverse grade

de interactivitate între utilizatori, ce solicită intervenția unor intermediari între furnizorul de informație și utilizatorii ce accesează respectivele informații.

Dat fiind pericolul responsabilității comune, în special în zona infracțională, pentru distribuția de materiale dăunătoare minorilor, industria a dezvoltat în mod spontan o serie de mecanisme destinate protecției minorilor. Aceste mecanisme pot fi dezactivate în funcție de nivelul la care operează:

- nivelul furnizorilor de informație,
- nivelul de acces al furnizorilor de acces
- nivelul de acces al utilizatorilor.

Sistemele realizate de utilizator oferă o soluție cu adevărat comprehensivă, care să permită părinților accesul complet la Internet simultan cu controlul și restricționarea accesului pentru minori.

## 7. Etichetarea materialelor

La prima vedere, identificarea materialelor care ar putea fi periculoase pentru dezvoltarea fizică, mentală și morală a minorilor prezintă o problemă de bază: în primul rând, nu există un consens chiar și în cercurile medicale în legătură cu ce ar putea exact să afecteze dezvoltarea minorilor; în al doilea rând, termenul : „minori” nu acoperă un grup uniform și este un aspect demn de dezbatere dacă un copil de 4 ani are aceleași probleme ca un adolescent de 15.

Aceste două aspecte conduc în practică către o diversitate de clasificări, introduse de diverse producții mass media ( în special filme), care adesea sunt incompatibile. În contextul serviciilor de programe, această diversitate are urmări asupra liberei circulații a materialelor.

Combinarea utilizării acestor noi sisteme de control al conținutului cu libera circulație a serviciilor presupune existența unei tendințe de trecere de la clasificarea centralizată a sistemelor către sistemele descentralizate de clasificare care țin seama mai bine de diferențele de atitudine.

### 7.1. Serviciile radiodifuzate

În absența facilităților legate de exercitarea controlului parental, radiodifuzorii trebuie să-și bazeze strategia de construcție a programelor pe o clasificare centralizată, operată de radiodifuzor în concordanță cu regelemntări mai mult sau mai puțin amănunțite.

În contextul dezvoltării ghidurilor electronice de program și al sistemelor de navigare se pot găsi modalități care să țină seama de sensibilitățile naționale în cadrul serviciilor transnaționale:

- informațiile privind programele oferite se pot diferenția în funcție de țara căreia ele sunt adresate ( de exp. serviciul disponibil în țările A și B, ar putea avea o clasificare A pentru țara A și o clasificare B pentru țara B)
- clasificarea și etichetarea programelor s-ar putea descentraliza ( serviciul stabilește o clasificare și structuri de etichetare specifice fiecărei țări )

### 7.2. Servicii liniare

Date fiind prioritățile și strategiile actuale dezvoltate de instituție (CNA), precum și preocupările profesionale personale, am optat ca în cadrul acestei lucrări din suita politicilor media să focalizez demersul asupra politicilor mediatice care au un impact uriaș asupra educației și sunt de acută actualitate.

Serviciile tip VOD pot clasifica materialul pe care îl oferă în mod direct sau prin intermediul altor firme specializate în acest sens.

Structura deschisă a Internetului, pe de-o parte și aplicațiile extrem de accesibile și de interactive ale serviciilor cu plată, ridică problema clasificării materialelor în termeni complet diferiți. Diversitatea modurilor de editare a materialelor precum și faptul că fiecare utilizator este un potențial editor impune cu pregnanță necesitatea filtrării materialului disponibil. S-au dezvoltat trei tipuri de filtre:

- Filtrele cu lista neagră care își propun să blocheze accesul către site-urile identificate ca fiind problematice din punct de vedere al materialelor pe care le distribuie ( nuditate, violență, sex ) Acestea sunt dificile de actualizat
- Filtrele cu lista albă care autorizează accesul doar către anumite site-uri; accesul la materiale este extrem de limitat
- Filtrarea bazată pe clasificări neutre, care permite utilizatorilor acces la informații privind materialele introduse de furnizori sau de terți, pe baza propriilor criterii de selecție.

O combinație a diverselor forme de clasificare permite utilizatorului să construiască un mediu care este în general sigur în privința accesului la Internet al minorilor. Totuși, doar introducerea pe scară largă a clasificărilor neutre ar permite reglementarea problemei într-un mod comprehensiv.

## 8. Educație pentru mass-media

Revoluția care a avut loc în domeniul audiovizual și în serviciile de informații, începând cu sistemul de radiodifuziune difuzat necodificat, până la noul mijloc de comunicație oferit de Internet, implică necesitatea inițierii într-o nouă metodă de abordare a mijloacelor de comunicare din domeniul audiovizual.

Atât părinții cât și copiii trebuie să învețe să utilizeze noile mijloace de comunicare. Ei trebuie să fie informați în legătură cu noile riscuri la care se expun urmărind timp îndelungat programe de radio și în special de televiziune, dar și în legătură cu sistemele de protecție disponibile. Informarea, creșterea gradului de conștientizare și educația reprezintă puncte cheie efective ale protecției minorilor și stabilirea unui climat de încredere pe care să se clădească dezvoltarea noilor servicii.

### 8. 1. Contextul Uniunii Europene - Instrumente și priorități

Deși este considerată în principiu o problemă a Statelor Membre, protecția minorilor și a demnității umane în cadrul serviciilor electronice nu poate să nu aibă ramificații la nivel european, iar instituțiile comunitare au exprimat importanța pe care o acordă protejării acestor interese generale, în nenumărate ocazii <sup>9</sup>.

Din punctul de vedere al legislației din UE și a instrumentelor pe care le oferă în acest domeniu, există două aspecte ce merită o atenție deosebită:

- în primul rând, principiul liberei circulații a serviciilor în cadrul Uniunii, presupune îndepărtarea barierelor nejustificate și, în anumite cazuri armonizarea legislativă;

<sup>9</sup> Declarația comună a Parlamentului European, a Consiliului, a reprezentanților statelor membre și a Comisiei, din data de 11 iunie 1986 împotriva rasismului și xenofobiei.

- în al doilea rând, Tratatul UE prevede o procedură de cooperare în domeniul justiției și afacerilor interne, care se pot aplica și în cazul unor aspecte ce vizează protecția minorilor și a demnității umane în cadrul serviciilor de programe electronice.

Comisia are convingerea că, în multe domenii, cooperarea cu autoritățile naționale și cu industriile de profil constituie o prioritate de acțiune a UE.

### **8. 2.Principiul liberei circulații a serviciilor**

Libertatea de a oferi servicii este una din cele patru libertăți fundamentale ce guvernează stabilirea și funcționarea pieței unice. Dezvoltarea noilor servicii de radiodifuziune ( televiziunea digitală, pay-per-view, near-video-on-demand) reprezintă fondul Directivei Televiziunea fără Frontiere, care stabilește regulile comune de protecție a minorilor și a demnității umane și permite producerea efectelor principiului libertății de a oferi servicii. Aceste principii se bazează pe modelul de interes general al transmisiei semnalului în mod necodificat și urmează să fie testat în cadrul serviciilor liniare, întrucât implementarea acestuia urmează să se adapteze specificului noilor servicii. Dar, nici principiul fundamental al țării de origine pentru transmiterea semnalului și nici procedura specială privind controlul exercitat de țara pe al cărei teritoriu se recepționează semnalul în vederea protejării minorilor și a demnității umane nu ar trebui puse sub semnul întrebării.

Comisia împreună cu reprezentanții statelor membre își propun o revizuire a dispozițiilor relevante din Directivă, în special întrucât ele se aplică noilor formate de servicii de radiodifuziune.

Noile amendamente la Directivă vor crea cadrul propice cooperării cu Statele Membre ( prin Comitetul de Contact ) iar Comisia Europeană va avea de îndeplinit o misiune dublă:

- să acorde atenție deosebită în legătură cu acest aspect revizuirii periodice a Directivei, „ Televiziunea fără Frontiere „
- în colaborare cu autoritățile de reglementare din Statele Membre să investigheze avantajele și dezavantajele altor mijloace care să permită părinților și profesorilor să exercite un control asupra programelor vizionate de minori.

În vreme ce libera circulație a serviciilor de radiodifuziune în cadrul Uniunii Europene este asigurată de Directiva, „ Televiziunea fără Frontiere”, circulația transfrontieră a altor servicii audiovizuale și de tehnologia informației este reglementată de regulile generale aplicate pieței interne și în special libertății de a oferi servicii.

### **8. 3.Cooperarea în domeniul justiției și al afacerilor interne**

Dispoziția introdusă în virtutea Tratatului Uniunii Europene<sup>10</sup>, cooperarea în domeniul justiției și afacerilor interne joacă un rol fundamental ca mijloc de discuție pe tema protecției minorilor și a demnității umane, în cadrul noilor servicii electronice, în special în aplicarea sancțiunilor penale pentru anumite tipuri de conținut.

O situație de natură relativ nouă o constituie scenele de violență din școli realizate cu telefonul mobil, care vizează violența dintre elevi, cea dintre elevi și

<sup>10</sup>Titlul VI din Tratatul de înființare a Uniunii Europene conține prevederi legate de cooperarea în domeniul justiției și al afacerilor interne.

Dacă se optează pentru măsuri de reglementare, propunerea pentru asigurarea transparenței pe piața internă pentru serviciile oferite în cadrul societății informaționale (COM (96)392) vor oferi un sistem fundamental de asigurare a unui echilibru la nivelul comunității europene între protejarea intereselor de ordin general, în care se înscrie protejarea minorilor și a demnității umane și libera circulație a serviciilor electronice.

profesori, scene de sex în școală ș.a. și care mai apoi sunt plasate pe site-uri accesibile tuturor ). Sancțiunile ce se aplică în acest caz nu sunt de natură să descurajeze aceste practici ilegale de a plasa materiale cu conținut indecent pe site-uri accesibile tuturor categoriilor de vârstă, un alt aspect ce vizează pentru moment doar deontologia profesională a jurnaliștilor din audiovizual se referă la faptul că aducerea acestor evenimente în buletinele de știri difuzate la ore de maximă audiență cu valoare de știre, pe de-o parte le mărește „audiența/publicul” iar, pe de altă parte întărește modelul negativ de comportament în școală, căci astfel de știri ale vieții de școlar se bucură de mediatizate, în vreme ce rezultatele bune și foarte bune la învățătură trec neremarcate și deci pălesc în comparație cu cele negative, ce fac senzație în lumea școlii. Ele atrag sancțiuni asupra profesorilor iar în final se dovedesc modele de succes, modele învingătoare, căci nimeni nu prezintă ca demers jurnalistic, decât într-o lumină palidă riscul pe care aceste evenimente deplasate îl au asupra vieții de elev și asupra dezvoltării normale a acestora fizic, mental și moral.

Dat fiind că definiția ofenselor este diferită de la o țară la alta, toate actele reprobabile nu sunt în mod necesar sancționate la fel, în toate statele membre. Întrucât serviciile audiovizuale și cele internaționale sunt internaționale ca arie de acoperire, autorii sau furnizorii de material se pot plasa în afara zonei de acoperire a legislației penale și nu se supun sancțiunilor pe care unele state le sancționează. Chiar și în acele cazuri în care legislația țării respective interzice anumite materiale și solicită aplicarea de sancțiuni prevăzute de codul penal, autorul sau furnizorul respectivului material se poate situa în afara spațiului în care se aplică sancțiuni și deci nu se va supune dispozițiilor autorităților de reglementare ce își exercită competența în respectivele țări.

Iată de ce, există în mod clar necesitatea existenței unei colaborări mai bune între Statele Membre pentru a se combate materialele și practicile ilegale prin intermediul noilor tehnologii.

Tratatul Uniunii Europene oferă instrumentele pentru o astfel de cooperare în domeniul justiției și al afacerilor interne. Acordul politic dintre ministerele de justiție și cele de afaceri interne semnat cu prilejul întâlnirii de la Dublin din 26-27 septembrie 1996 pentru consolidarea Europolului în vederea combaterii pedofiliei și a traficului cu minori, ca preambul la activitatea de stabilire a unor standarde legislative în domeniul abuzului împotriva minorilor, constituie doar un exemplu.

#### **8. 4. Linii prioritare de cooperare în Uniunea Europeană**

Pentru a facilita apariția de soluții coerente la nivelul Uniunii și fără a aduce prejudicii pe termen scurt măsurilor produse de Comisie în Comunicare sa asupra Conținutului legal sau Dăunător prin Internet, Comisia consideră că este important să se sublinieze anumite linii de cooperare.

##### **Cooperare administrativă**

Cooperarea între autoritățile naționale relevante reprezintă o prioritate pentru construcția unui cadru legislativ coerent în vederea protejării minorilor și a demnității umane în cadrul serviciilor liniare ( de la VOD – la Internet ).

Cooperarea se va axa asupra următoarelor aspecte:

- schimbul de informații asupra progreselor ( probleme specifice, studii de caz, auto-reglementarea, proiecte legislative) ca mijloc de dezvoltare a expertizei comunitare în acest domeniu

- analize comparative ale legislației naționale și a modului de implementare a acesteia, pentru a încuraja introducerea de standarde minime comune de sancționare a materialelor ilegale.
- crearea de recomandări și ghiduri pentru cooperarea în domeniul justiției și al afacerilor interne. Fără a aduce prejudicii programului de lucru destinat cooperării în justiție și afaceri interne, aceste priorități specifice pentru noi servicii ar putea fi avute în vedere în activități cu un spectru mai larg (măsuri de combaterea rasismului și xenofobiei, a traficului cu femei sau a abuzului sexual împotriva copiilor în scopuri comerciale etc.)

Definirea unui cadru comun de auto-reglementare în Europa, presupunându-se ca autoreglementarea este acceptată drept corespunzătoare. Acest cadru va include:

- obiectivele de urmat pentru protecția minorilor și a demnității umane, care vor constitui condițiile de bază ale autoreglementării;
- principiile referitoare la reprezentarea industriei la nivel european și procedurile de adoptare a deciziilor;
- un calendar pentru adoptarea unui cod de conduită și a unor măsuri de protecție specifice industriei din domeniul audiovizual.

Întocmirea unui set de recomandări și de ghiduri pentru cooperarea internațională, obiectivul acestei măsuri fiind identificarea de valori și de principii ce urmează să fie protejate la nivelul forurilor internaționale, pe baza activității desfășurate la nivelul Uniunii Europene.

#### Cooperarea cu industriile

Diversele industrii din domeniu joacă un rol major în dezvoltarea și implementarea soluțiilor găsite pentru diversele probleme legate de protecția minorilor și de demnitatea umană. De aceea este vital ca acestea să fie mobilizate cât mai bine posibil și organizate efectiv la nivel european. Capacitatea industriilor din domeniul audiovizual de a vorbi printr-o singură voce, prin intermediul organismelor cu adevărat reprezentative este crucială pentru demersul politicilor și al strategiilor din domeniul audiovizual.

Principalele atribuții asupra cărora industria trebuie să-și concentreze atenția sunt:

- înființarea unui cod de comportament și măsuri concrete de acțiune într-un cadru predefinit de cooperare între departamentele naționale guvernamentale;
- clasificarea materialelor pe care le produc;
- promovarea de standarde sau de sisteme echivalente pentru a realiza o masă critică de materiale clasificate în funcție de conținut dar și sisteme de navigare și/sau control parental compatibil reciproc.

Cooperare în domeniul informării utilizatorilor și al creșterii gradului de conștientizare asupra riscurilor la care sunt expuși copiii care urmăresc programe al căror conținut ar putea să le afecteze dezvoltarea normală.

Există obiective atât pe termen mediu cât și pe termen lung:

- informarea utilizatorilor noilor servicii electronice (în special a părinților și a minorilor) în legătură cu riscurile specifice implicate și în legătură cu faptul că au posibilitatea să utilizeze metode eficiente de protecție;

- încurajarea asociațiilor și a organizațiilor cetățenești să se implice în procesul de clasificare a materialelor ( clasificări realizate de terți pentru mai multă obiectivitate);
- încurajarea asociațiilor consumatorilor și a consumatorilor individuali să se implice în supravegherea pieței;
- încurajarea conștientizării părinților în legătură cu responsabilitatea ce le revine privind monitorizarea activității copiilor lor.

Măsurile ce urmează a fi implementate în acest context trebuie examinate în detaliu. La nivelul UE, Comisia propune ca activitatea să se desfășoare în etape, concentrându-se asupra următoarelor aspecte:

- un studiu al inițiativelor deja existente și al eficienței acestora și schimb de experiență asupra bunelor practici din domeniul protecției minorilor și a demnității umane;
- cooperare cu toate părțile interesate ( guvern, sistemul de educație zonal, grupuri de consumatori, industriile de profil din audiovizual )
- stabilirea unui plan de acțiune axat pe inițiativele comunității, care să ofere în mod real valoare adăugată; identificarea mesajelor comune și a inițiativelor transnaționale ( informare și desfășurare de campanii de conștientizare, realizarea de materiale pentru profesori )
- cercetare în scopul utilizării prietenoase a facilităților oferite de societatea informațională

Promovarea accesului minorilor la noile servicii electronice.

Comisia va studia posibilitatea de a evalua această prioritate în cadrul programelor educaționale existente și în cele de susținere a industriei precum și în procedura de comunicare a bunelor practici în cadrul rețelelor de profil la nivel european.

Serviciile descentralizate și în primul rând Internet-ul merită principala atenție și urgență de abordare în privința asigurării protecției minorilor și a demnității umane. A devenit limpede că Uniunea Europeană confruntată cu limitele soluțiilor naționale și cu cele privind crearea și aplicarea de soluții valabile pe scară mondială, trebuie să joace un rol important în soluționarea problemelor. Dar potențialul pentru dezvoltarea transnațională a serviciilor descentralizate este de o asemenea natură încât soluții obișnuite sau compatibile merită căutate la nivelul UE.

Alte strategii privind îndeplinirea politicilor și strategiilor mediatice cu implicații directe în sfera educației formale

## **B. Comunicarea Comisiei către Consiliu, Parlamentul European, Comitetul Economic și Social și Comitetul Regiunilor referitoare la principii și linii conducătoare pentru politica audiovizuală în era digitală<sup>11</sup>**

Tehnologiile digitale vor permite ca printr-o frecvență terestră, în loc de un canal de radio sau de televiziune să poată fi recepționate între patru și șase programe, ceea ce multiplică sursele de informare și de alegere a programelor preferate, dar facilitează totodată receptarea acestor programe atât prin Internet cât și prin sistemele de telefonie mobilă de generația a III-a, conducând astfel la schimbarea comunicării de masă, ce se adresează publicului larg la o comunicare individualizată, ce fragmentează și specializează publicul. Impactul educativ în această perspectivă acoperă în mod diferit protecția minorilor, o mare parte din răspunderea ce revenea în mod clasic operatorilor de radio și televiziune începe să se răsfrângă acum asupra familiei, a părinților ce trebuie să supravegheze cu mai multă atenție activitățile copiilor lor.

Aceste schimbări de ordin tehnologic vor conduce și către modificarea cadrului de reglementare dar și a diverselor mecanisme de susținere financiară din acest domeniu.

Comisia Europeană a considerat important ca atât operatorii cât și toate părțile interesate în acest domeniu să fie informate cu strategia din domeniul audiovizual propusă de Comisia Europeană.

Digitalizarea va conduce, de asemenea, la o dezvoltare rapidă a sectorului audiovizual, care pe lângă oportunitățile legate de acces la programe, va crea locuri de muncă, un aspect deloc de neglijat pentru tinerii ce doresc o specializare în acest domeniu.

În elaborarea politicilor audiovizuale, Comisia Europeană a menționat că este vital ca acest progres oferit de digitalizare să aducă beneficii industriei audiovizualului european prin promovarea operelor audiovizuale europene și să nu conducă spre creșterea importurilor de producții furnizate de industria hollywoodiană. Deficitul comunitar în comerțul cu SUA în sectorul audiovizual se ridică deja la aproape 7 miliarde de euro anual. Impactul social și cultural este strâns legat de acest progres în domeniul audiovizual. Televiziunile sunt prezente în 98% din gospodăriile din Europa, iar telespectatorul european petrece mai mult de trei ore pe săptămână urmărind programe de televiziune. Televiziunea joacă un rol important în transmiterea valorilor sociale, culturale și educative și de aceea sunt în joc interese publice majore.

Politicile de reglementare din sectorul audiovizual sunt îndreptate către salvagardarea interesului public în ceea ce privește diversitatea culturală, lingvistică, protecția copiilor și a demnității umane și protecția consumatorului. Comisia propune o abordare diferită a reglementărilor pentru infrastructura de transmisie și pentru conținut. Astfel, serviciile care oferă conținut audiovizual ar trebui să fie reglementate în funcție de natura lor și nu în funcție de modul în care sunt distribuite. O abordare echilibrată a serviciului public de radio și de televiziune este în continuare necesară, iar mecanismele de auto-reglementare ar putea juca un rol tot mai semnificativ în îndeplinirea obiectivelor ce privesc interesul public. În lumina

<sup>11</sup> Comisia Europeană, - Comunicarea Comisiei către Consiliu, către Parlamentul European, Comitetul Economic și Social și Comitetul Regiunilor, Principii și strategii comunitare ale politicii audiovizuale în era digitală, Bruxelles, 14 decembrie 1999, COM(1999) 657 final



progreselor de ordin tehnologic, Comisia Europeană consideră că unele aspecte de reglementare ce vizează diversitatea culturală și lingvistică, accesul la conținutul audiovizual, protecția minorilor și a demnității umane, publicitatea vor ridica probleme în viitorul apropiat.

În privința mecanismelor de susținere a politicilor media, Comisia Europeană va aplica principiile complementarității dintre nivelul național și cel european, cel al valorii adăugate și al adaptabilității. Acestea sunt încorporate în propunerea Comisiei privind un nou program MEDIA. Programul Media Plus are în vedere provocările și oportunitățile create de era digitală. În relațiile externe și în cadrul negocierilor cu OMC este vital ca statele membre și comunitatea europeană să-și păstreze libertatea de acțiune în sectorul audiovizual dacă Europa dorește să-și păstreze diversitatea culturală și lingvistică. În egală măsură este important ca țările candidate la aderarea la UE să implementeze rapid și complet acquis-ul comunitar în sectorul audiovizual.

În cazul României, țara noastră a declarat în cadrul documentului de poziție față de CAPITOLUL 20 de negociere pentru aderarea la UE, intitulat, " POLITICI CULTURALE ȘI AUDIOVIZUAL și redactat cu prilejul CONFERINȚEI INTERGUVERNAMENTALE PENTRU ADERAREA LA UNIUNEA EUROPEANĂ, că acceptă în întregime acquis-ul comunitar aflat în vigoare la data de 31 decembrie 1999, nu solicită nici o perioadă de tranziție sau derogare și va fi în măsură să aplice în întregime, la data aderării, acest acquis, inclusiv a prevederilor referitoare la rezervarea unui procent majoritar pentru operele europene în programele canalelor de televiziune, constituite în rețele naționale.

De asemenea, în același document se arată că România împărtășește întru totul principiul politicii culturale, care prevede respectul deplin acordat diversității culturale, punând un accent deosebit asupra patrimoniului cultural comun european.

## 1. Impactul social, cultural și educațional al sectorului audiovizual

În timp ce aspectele de ordin economic și cele referitoare la potențialul de a genera locuri de muncă sunt elemente majore în elaborarea politicii comunitare, rolul social și cel educațional al mass media constituie punctul de plecare în construcția politicilor de media. Impactul social al media este deosebit de semnificativ și este, de asemenea, caracteristica definitorie a media și în acest mod media se situează în centrul oricărei politici care le vizează. Impactul lor social este evident din simpla analiză a rolului televiziunii:

- existența în proporție de 98% a televizoarelor în gospodăriile europenilor,
- timpul mediu de vizionare de 205 minute în anul 1998 a crescut după ultimele statistici la 240 minute în 2005, (pentru telespectatorul roman , timpul mediu de vizionare a fost de 243de minute/zi anul trecut, conform datelor TNS-AGB Internațional) iar în cazul copiilor timpul de vizionare a programelor de televiziune este mai mare atât în timpul săptămânii cât și în week-end, de cele mai multe ori copiii petrecând în fața televizorului dublul timpului pe care îl acordă pregătirii temelor.

Media reprezintă o importantă sursă de informare și de divertisment în societățile europene. Media audiovizuală joacă un rol esențial în funcționarea societăților democratice. Fără fluxul liber al informațiilor, societățile nu pot funcționa. În plus, media audiovizuală joacă un rol fundamental în dezvoltarea și transmiterea valorilor sociale. Aceasta nu doar pentru că influențează într-o mare măsură ce evenimente și ce imagini ne sunt puse la dispoziție, ci și pentru că ne oferă concepte

și categorii politice, sociale, etnice, geografice, psihologice pe care le folosim pentru a înțelege evenimentele și imaginile ce le recepționăm. Industria audiovizuală nu se aseamănă celorlalte industrii, pentru că nu produce bunuri. Ea este în fond o industrie culturală, prin excelență, și are o influență majoră asupra a ceea ce află, cunosc și cred cetățenii, jucând un rol crucial în transmisia, dezvoltarea și chiar construcția de identități culturale, iar acest din urmă aspect vizează copiii și viitorul lor într-o societate modernă.

## 2.Scopurile și mijloacele politicii audiovizuale comunitare

Argumentele susmenționate sunt cele pentru care sectorul radiodifuziunii, unul din principalii vectori ai conținutului audiovizual a fost supus încă de la început unor reglementări specifice, ce vizează interesul public. Acest cadru de reglementare s-a bazat pe aceleași principii, care la rândul lor se bazează pe valori comune, cum ar fi libertatea de expresie și dreptul la replică, pluralismul, protecția drepturilor de autor și a operelor audiovizuale, promovarea diversității culturale și lingvistice, protecția minorilor și a demnității umane, protecția consumatorului. Toate statele membre au impus obligații serviciilor publice. Reglementarea acestui domeniu este tot mai mult realizată de instituții independente de sfera politică. În plus, statele membre au implementat instrumente financiare pentru promovarea creației, producției și distribuției de opere audiovizuale.

Politica audiovizuală a Comunității Europene a înglobat aceste principii și obiective comune și a dezvoltat instrumente proprii conform competențelor sale, în special în ceea ce privește libertatea de a oferi servicii și susținere pentru industria audiovizuală.

La nivel de reglementare, Directiva „Televiziunea fără Frontiere „ a stabilit cadrul legal de asigurare a libertății de a oferi servicii audiovizuale în cadrul comunității ținând seama de anumite interese publice, în special: protecția minorilor, promovarea diversității culturale și protecția consumatorilor.

În ceea ce privește măsurile de susținere la nivel european a domeniului audiovizual, programele Media I, Media II au acoperit training-ul personalului angajat în audiovizual, dezvoltarea proiectelor din domeniul audiovizual, distribuția creațiilor europene din domeniu.

În vreme ce revoluția digitală face ca politica UE din domeniul audiovizual să se confrunte cu noi provocări, obiectivele fundamentale ale acestei politici rămân neschimbate: încurajarea producției și a distribuției de opere europene prin stabilirea unui cadru legal care să garanteze libertatea de a oferi servicii audiovizuale, pe de o parte, iar pe de alta mecanisme de susținere a industriei audiovizuale.

Progresele din sectorul audiovizual impun ca principiile și obiectivele politicii comunitare să fie realizate mai în amănunt. În plus, politica comunitară trebuie să mobilizeze mai mult decât actorii pieței tradiționale ( cinematografie, radio, televiziune). Există pe piață noi actori a căror contribuție va fi importantă dacă se dorește ca revoluția digitală să aducă beneficii tuturor cetățenilor UE. Aceste aspecte se referă la producătorii noilor formate de conținut, în special în scopul informării, educării și păstrării diversității culturale.

### 3.Principii și linii conducătoare pentru politica audiovizuală în era digitală<sup>12</sup>

#### **Principiul proporționalității**

Principiul necesității și al proporționalității sunt incluse în Tratatul UE și sunt completate de jurisprudența Curții Europene de Justiție în ceea ce privește libertatea de a oferi servicii și formează baza reglementărilor comunitare relevante pentru sectorul audiovizual și în termeni mai generali pentru societatea informațională. Principiul proporționalității cere ca gradul de intervenție al reglementărilor să nu depășească limita necesarului pentru îndeplinirea obiectivului propus. Acest principiu este exemplificat de instrumentele comunitare relevante : serviciile de programe de televiziune, reglementate de Directiva “ Televiziunea fără Frontiere”, dar și de alte instrumente destinate protejării drepturilor de proprietate intelectuală și protejării serviciilor codificate, în timp ce serviciile audiovizuale și cele care privesc serviciile de tehnologia informației altele decât cele radiodifuzate sunt reglementate de mecanisme de reglementare a transparenței și completate de Directiva privind comerțul electronic.

Aplicarea testului de proporționalitate solicită o analiză de profunzime a serviciului în cauză. De exemplu, gradul în care un utilizator individual își poate exercita controlul asupra conținutului pe care îl recepționează trebuie avut în vedere. Aceste dispoziții ale reglementărilor europene vizează din nou protecția minorilor de efectele nedorite ale programelor audiovizuale care prin conținut ar putea să le afecteze dezvoltarea fizică, mentală și morală. Astfel, reglementările ce vizează protecția pentru un program de televiziune ce se poate recepționa liber la retransmisie vor avea un alt conținut decât cele aplicabile serviciilor cu plată contorizată în funcție de programul comandat și care pentru a fi recepționat necesită un cod de identificare și un mijloc direct de plată.

#### **Principiul separării reglementărilor privind transportul de cele privind conținutul programelor audiovizuale**

Procesul de revizuire a documentelor ce vizează trecerea la transmisia digitală dar și consultările publice ocazionate de Cartea Verde asupra Convergenței mijloacelor de transmitere a programelor audiovizuale ( prin frecvență terestră, prin rețea de televiziune prin cablu, prin satelit, Internet, ori telefonie mobilă) au condus la consens asupra necesității de a separa abordarea reglementărilor privind transportul de semnal de cele referitoare la conținut.

În acest sens, Comisia Europeană a apreciat ca necesară realizarea unei concordanțe între caracteristicile unor servicii date de conținut cu obiectivele politicii publice asociate acestor servicii. De asemenea a fost vizată necesitatea asigurării că reglementările din sfera conținutului se adresează specificității sectorului audiovizual. În aplicarea acestor distincții între reglementări privind transportul și cele privind conținutul , o deosebită atenție se acordă problemelor legate de protecția minorilor dar și celor legate de accesul consumatorilor la conținut.

---

<sup>12</sup> Comisia Europeană, - Comunicarea Comisiei către Consiliu, către Parlamentul European, Comitetul Economic și Social și Comitetul Regiunilor, Principii și strategii comunitare ale politicii audiovizuale în era digitală, Bruxelles, 14 decembrie 1999, COM(1999) 657 final

## **Principiul obiectivelor de interes general și abordarea reglementărilor la nivel european**

Principiile și metodologia legislației comunitare sunt extrem de relevante pentru dezvoltarea unui cadru de reglementare stabil, și sigur din punct de vedere legal. Aceasta situație reprezintă o condiție sine qua non pentru funcționarea eficientă și pentru dezvoltarea pieței de conținut audiovizual în Comunitate. Acest cadru trebuie de asemenea, să garanteze protecția efectivă a intereselor generale ale societății, cum ar fi: protecția minorilor și a demnității umane și promovarea diversității lingvistice și culturale libertatea de expresie și dreptul la replică, protecția autorilor și a operelor acestora, pluralismul, protecția consumatorilor.

Politicele din domeniul audiovizual se referă la acele servicii care oferă conținut audiovizual destinat publicului: asemenea servicii constituie o “comunicare către public” și poate afecta anumite interese generale asociate cu sectorul mass media, luat ca un tot ( de exemplu, în privința drepturilor de autor, a protejării integrității operelor artistice din domeniul audiovizual, a protecției minorilor, a protecției consumatorilor, dar și a protecției diversității culturale ).

### **Principiul recunoașterii rolului și a misiunii serviciului public de radiodifuziune și televiziune și necesitatea transparenței finanțării acestuia.<sup>13</sup>**

Serviciul public de radiodifuziune și televiziune joacă un rol important în Statele Membre ale Comunității Europene. Îndeplinirea acestei misiuni de serviciu public vizează asigurarea în programele acestor canale a diversității culturale și lingvistice, a programelor educaționale, informarea corectă, obiectivă a publicului, garantarea pluralismului de opinii în furnizarea de programe de calitate, libere la retransmisie.

Viitorul sistemului dual de radiodifuziune și televiziune, public-privat în Europa depinde de reconcilierea rolului serviciului public cu principiile unei concurențe corecte și funcționarea unei piețe audiovizuale libere în statele membre.

Aceasta înseamnă că:

- statele membre au libertatea să confere, să definească și să organizeze serviciul public și să decidă asupra modului de finanțare al acestuia,
- deși responsabilitatea în privința modul de finanțare a serviciului public, Comisia are sarcina de a se asigura că acesta nu contravine dispozițiilor Tratatului UE atât din punct de vedere al ajutorului acordat de stat cât și din cel al libertății de a furniza servicii.
- păstrarea sistemului de radio și televiziune public-privat și odată cu trecerea la sistemul digital, sporește șansele ca rolul educativ, cultural al posturilor publice să fie îndeplinit cu mai multă pregnanță, mai ales în folosul copiilor și tinerilor.

Domeniul politicilor și strategiilor din sfera audiovizualului vizează pe de-o parte libertatea de expresie și accesul neîngrădit la informații de interes public, incluzând în acest principiu pe acela al liberei circulații a serviciilor din cele 4 adică, - libera circulație a persoanelor, serviciilor, capitalurilor și bunurilor – ce stau la baza Tratatului Uniunii Europene, iar pe de alta, faptul că audiovizualul constituie un

<sup>13</sup> Consiliul European, Grupul de specialiști pentru serviciul public de radio și de televiziune în societatea informațională (MC-S-PSB) – Proiect de declarație a Comitetului de Miniștri asupra garantării independenței serviciului public de radiodifuzare în statele membre, Strasbourg, 9 mai 2006.

vector de expresie a cetățeniei și a culturii europene, jucând un rol principal în construcția identității europene, în special a copiilor și a tinerilor și are în vedere protejarea acestora de programe al căror conținut ar putea să le afecteze dezvoltarea psihică, fizică și morală datorită accesului liber la programe în intervalul orar cuprins la televiziune între 5.00-6.00 dimineața și 20.00-22.00 iar la radio 7.00-9.00 și 13.00-19.00.

În același timp, comunitatea europeană susține sectorul audiovizual ca parte a strategiei de a oferi cetățenilor Europei șansa unei opțiuni. Dacă europenilor nu vor putea să urmărească programe de ficțiune, spectacole de teatru pentru televiziune, documentare și alte opere care să reflecte realitatea existenței lor și pe cea a vecinilor lor, ei vor pierde abilitatea de a le recunoaște și de a le înțelege.

Circulația sporită a operelor audiovizuale europene s-a dovedit a fi un important mijloc de dialog intercultural, de înțelegere și cunoaștere reciprocă. Această circulație a conținuturilor, benefică dezvoltării unei identități a tinerilor, aflați în căutare de modele, se poate realiza prin consolidarea sectorului audiovizual și a potențialului creator al culturilor europene să se realizeze deplin. Sectorul audiovizual european nu se bucură doar de mare valoare politică și culturală, ci și de un considerabil potențial economic și social. Concluziile Consiliului European de la Lisabona au menționat că „industriile de conținut creează valoare adăugată prin exploatarea și intercorelarea diversității culturale”.

Proiectul de constituire a Constituției Europene prevede la art. 3 că: „Uniunea Europeană va respecta diversitatea culturală și lingvistică a statelor membre și va lua măsurile adecvate pentru ca patrimoniul său cultural să fie protejat și consolidat. Revine comunității europene sarcina de a-și face auzit glasul în construcția armonioasă a unei identități europene comune și a conceptului politic de cetățenie europeană. Articolul 151.2 din Tratatul UE menționează acțiunile pe care comunitatea trebuie să le întreprindă în sensul susținerii acțiunii statelor membre în domeniul creațiilor artistice și literare, inclusiv a sectorului audiovizual. Pe lângă piața unică pentru programe de televiziune, consfințită prin „Directiva Televiziunea fără Frontiere”, UE a adoptat măsuri destinate promovării industriei audiovizuale europene, care reprezintă un forum unic de schimb de idei.

Susținerea sectorului audiovizual va contribui, de asemenea, la îndeplinirea altor politici europene întrucât operele audiovizuale sunt un vehicul esențial în transmisia de cunoștințe în domeniul educației, științei, mediului, cercetării și administrației. În final a fost formulată oportunitatea ca producția audiovizuală să constituie o bază pentru cooperarea culturală și pentru dialogul cu terțe țări, în special cu cele din spațiul mediteranean.

Pentru moment sectorul audiovizual este fragmentat atât din punct de vedere al producției cât și al structurii și al cadrului de reglementare cultural în care funcționează. În vreme ce este limpede că această fragmentare a condus către producții diverse din punct de vedere cultural și extrem de independente industrial, construirea unei voci pentru diferitele tradiții culturale ce alcătuiesc patrimoniul european a împiedicat totuși industria europeană să dobândească o cotă de piață mai semnificativă în ceea ce privește importurile de produse non-europene pe piața uniunii Europene, dar și pe plan mondial. Industria audiovizuală europeană depune eforturi pentru a concura oferta de producții audiovizuale din SUA și din țările Americii Latine.

Acțiunile pe care le va întreprinde comunitatea europeană ar trebui să contribuie la transformarea valorilor culturale europene într-o industrie competitivă pe plan mondial, prin depășirea obstacolelor care împiedică operatorii să

beneficieze de avantajele pieței interne pentru producțiile audiovizuale realizate cu colaborarea mai multor state. Lanțul specific de valori și cel al ciclurilor de producție și distribuție domeniul audiovizual comportă mari riscuri financiare. (dificultatea investițiilor în teme educaționale ce aduc un rating scăzut – politica sistemului dual public/comercial – viitorul serviciilor publice/ șansa ca ele să-și mai poată îndeplini misiunea cultural educativă )

Contextul economic actual întărește această dependență de politica publică. De asemenea, riscurile legate de producție și distribuție se nasc din faptul că succesul și viabilitatea economică a proiectelor individuale se bazează pe un număr de factori aleatori și imprevizibili în legătură cu preferințele publicului, cu aspectele culturale, cu experiența celor angajați în diverse proiecte și cu „povestea „ în sine.

Rolul politicii publice pentru acest sector este acela de a spori disponibilitatea de export, pentru maximizarea dezvoltării potențialului acestei industrii. Din acest punct de vedere, exploatarea potențialului pieței interne reprezintă o șansă pentru export în acest domeniu, care se poate consolida doar la nivel european. Datorită structurii acestui sector, exploatarea maximă nu înseamnă că politica publică trebuie să încerce doar să creeze actori mari pe piață, ci mai degrabă să creeze un mediu corespunzător întreprinderilor mici/mijlocii care să faciliteze circulația coproduțiilor audiovizuale pe piața UE, ceea ce reprezintă una din strategiile cu implicații la nivelul educației informale prin media, prin abordarea problematicilor europene în spațiul european. O industrie a audiovizualului, mai competitivă, va avea efecte pozitive asupra dezvoltării UE și va consolida valorile culturale europene în procesul încheșării cetățeniei europene.

Suștinerea Uniunii Europene va contribui la crearea unui mediu socio-economic favorabil sectorului audiovizual european. Aceasta țintește stimularea din surse private a sectorului audiovizual pentru a permite companiilor active în acest sector să îmbunătățească competiția și să-și consolideze situația financiară. Noul program se va axa pe susținerea procesului creator la toate nivelurile lanțului de producție cu obiectivul declarat de a permite acestui domeniu să exploateze potențialul economic și cultural al Pieței Europene Interne. De aceea eforturile comunitare vor fi integrate într-un program unic ce va interveni în pregătirea producției în etapele de post producție, iar fondurile naționale destinate sectorului audiovizual sunt axate aproape integral pe susținerea producției, iar un efort minim se îndreaptă către dezvoltarea dimensiunii de producție și circulație a operelor audiovizuale europene.

Politicile și strategiile din domeniul audiovizual și în curând, în mod specializat și cele din domeniul educației pentru mass media, vizează protecția copiilor de conținuturi care ar putea să le afecteze dezvoltarea fizică, morală și mentală. Această protecție se realizează prin diverse sisteme de avertizare asupra conținutului ce urmează a fi difuzat, prin politicile de vizionare în familie a programelor, în special în cazul copiilor cu vârste între 2-12 ani, iar pe de altă parte pentru a da curs potențialului pozitiv, cultural, educativ al mass media continuă să fie susținut serviciul public de radio/tv. pentru a contrabalansa oferta comercială axată pe divertisment de cele mai multe ori de slabă calitate, cu impact negativ asupra sistemului de valori și de modele, bazat în mare parte pe pragmatismul american. Acest mod de gândire, pragmatic, tot mai mult injectat în mintea europenilor în ciuda faptului că în Europa, leagănul civilizației și culturii, prin diversitatea de forme culturale și de limbi, nu împărtășește același set de valori cu cel predat de o supraputere cetățenilor săi de toate vârstele, unde succesul reprezintă condiția supraviețuirii, dincolo de teorie, filosofie și bune moravuri.

În bătălia Europei cu producțiile hollywood-iene, în cadrul acordului general cu servicii, statele membre dar și cele candidate au cerut exceptarea serviciilor audiovizuale de la dispozițiile care impun asigurarea de condiții de liberă concurență, prin introducerea în documentul cadru de politici în libera circulație a programelor/conținuturilor, dispoziția privind cotele majoritare, tocmai pentru a asigura accesul în programe dar și în mentalul publicului european, în special a publicului tânăr a valorilor și a modelelor culturale europene atât de necesare în construcția identitară, inedită în care azi copiii și tinerii călătoresc mult în vacanțe, întâlnesc persoane cu alte obiceiuri și mentalități decât cele pe care ei le cunosc acasă și pe care având în vedere cele 4 libertăți fundamentale ale UE le pot include în patrimoniu comun de valori ce le oferă ghiduri de construcție a personalității-identității în spiritul toleranței și al respectului pentru toate culturile și valorile și al recunoașterii alterității, al educației interculturale.

### **Capitolul III - Excepția culturală și diversitatea culturală - probleme cheie ale politicilor și strategiilor mediatiche**

În conformitate cu dispozițiile Tratatului UE se înființează piața unică, piața comună, al cărei mod de funcționare se bazează pe respectarea a patru libertăți fundamentale:

- libera circulație a serviciilor,
- libera circulație a capitalurilor,
- libera circulație a persoanelor,
- libera circulație a bunurilor.

Pentru a oferi o imagine mai clară a situației politicilor și strategiilor din domeniul audiovizual, trebuie menționat faptul că oferta de programe pe care publicul o primește, se subsumează principiului liberei circulații a serviciilor.

Construcția europeană a fost concepută încă de la început de fondatorii săi, Jean Monet și Robert Schumann, ca un sistem deschis în care să poată fi admiși noi membri ce împărtășesc valorile fundamentale ce au stat la baza construcției europene. Exigențele pe care dobândirea calității de membru le impuneau statelor ce doreau să adere la UE, se grupează în conceptul de *acquis comunitar*, o sinteză a valorilor, a filosofiei și a câștigurilor dobândite în timp de UE.

*Acquis-ul comunitar* reprezintă totalitatea normelor juridice, ce reglementează activitatea instituțiilor UE, al acțiunilor și politicilor comunitare ce constă în :

- conținutul, principiile și obiectivele politice cuprinse în Tratatul de origine al Comunităților Europene ( CECO, CEE, CEEA) dar și în cele ulterioare ( Acordul unic european, Tratatul de la Maastricht, Tratatul de la Amsterdam )
- legislația adoptată de instituțiile UE pentru punerea în practică a prevederilor Tratatului ( regulamente, directive, decizii, opinii și recomandări)
- jurisprudența Curții de Justiție a Comunității Europene
- declarațiile și rezoluțiile adoptate în cadrul UE
- acțiuni comune, poziții comune, convenții semnate, rezoluții, declarații și alte acte adoptate în cadrul politicii externe și de securitate comună (PESC) și a cooperării în domeniul Justiției și al Afacerilor Interne (JAI)<sup>14</sup>
- acordurile internaționale la care Comunitatea Europeană este parte.

În conformitate cu exigențele impuse în procesul de aderare statelor candidate la statutul de membru UE, prin art. 3 A & I al Tratatului Comunităților se prevede ca fiecare stat să realizeze o politică economică bazată pe principiile economiei de piață, deschisă liberei concurențe.

Și totuși, deși serviciile audiovizuale, după cum am arătat anterior se conformează principiului liberei circulații a serviciilor, există o excepție, așa numita "excepție culturală", negociată de statele membre dar și de statele candidate în cadrul procesului de aderare; astfel, în momentul negocierilor fiecărui stat pentru

<sup>14</sup> Politici europene, „ Curs pentru master în domeniul „, Guvernării moderne și al integrării europene” – Conf. univ. dr. Luminița Gabriela Popescu , SNSPA, București, 2006.



adoptarea acquis-ului comunitar la capitolul 20, "Cultură și audiovizual" a fost solicitată o derogare de la principiul liberei concurențe pe piața serviciilor audiovizuale, în sensul introducerii de măsuri favorizante pe piața liberă în favoarea operelor europene, un procent majoritar și un procent de 10% în favoarea producțiilor producătorilor independenți.

Aceste bine cunoscute cote majoritare europene contravin principiul funcționării pieței libere pe baza cererii și a ofertei, căci introduc criteriul favorizant bazat pe originea europeană a producțiilor cinematografice ori a operelor create pentru televiziune, aspect interzis pe piața liberă unde unica regula este cea a cererii și ofertei, criteriile naționale nefiind acceptate pentru protejarea unor produse în defavoarea altora. Inițiativa regulii cotelor majoritare a aparținut Franței, care a dorit să întreprindă un demers real împotriva "McDonaldizării Europei" prin infuzia de producții cinematografice americane, ieftine, de slabă calitate și care promovează valori și modele culturale neîmpărtășite de cultura europeană, sau în cel mai bun caz, aflate undeva la periferia modului de viață european.

Deși nu s-a soldat cu mult așteptatele rezultate, ba dimpotrivă deficitul dintre Europa și SUA în privința schimburilor cu producții cinematografice se cifrează la 7 miliarde de euro pe an în defavoarea Europei, care exportă în SUA, doar în procent de 3% din totalul producției sale audiovizuale, dorința și eforturile de a promova pe piața europeană producții cinematografice realizate în Europa și despre europeni, pentru a promova valorile și modelele comunității europene, de care tinerii au nevoie pentru a-și construi identitatea europeană, în spiritul interculturalismului se află în desfășurare în continuare.

Franța pentru a putea realiza obligația autoimpusă a cotelor majoritare de opere europene a înființat canalul de televiziune France 2. În acest fel a reușit ca difuzând pe acest canal programe de producție franceză și europeană să diminueze procentele alarmante de producții cinematografice americane, difuzate de toate celelalte canale de televiziune din Franța, în ciuda obligațiilor de difuzare impuse propriilor canale (40% pentru operele francofone, 60% pentru operele europene), a cotelor de producție (ele reprezintă comenzile obligatorii impuse canalelor TV pentru producția cinematică și audiovizuală, ea fiind calculată în raport de cifra de afaceri a canalelor respective) susținerea financiară (prin taxele impuse cifrei de afaceri a canalelor de televiziune și prețurilor билетelor de cinema) cele mai multe dintre aceste obligații nefiind respectate de radiodifuzorii francezi, în ceea mai mare parte din rațiuni financiare.

Al doilea pas: "excepția culturală la GATS. Încheiat în 1947, acordul GATT nu se referea decât la mărfuri. Pentru că serviciile au început să joace un rol din ce în ce mai important în cadrul economiei și schimburilor, discuțiile s-au reorientat către liberalizarea acestora, ceea ce a condus la apariția acordului GATS în 1994. În cadrul runde de negocieri, Uruguay, SUA au dorit ca schimburile culturale și în special audiovizualul, să fie tratate ca și celelalte servicii. În acest moment de mare importanță pentru audiovizualul European, Franța a jucat un rol important, în lămurirea Comisiei Europene ca la negocieri să nu fie de acord cu propunerea SUA, folosind ca argument faptul că bunurile și serviciile culturale nu reprezintă mărfuri în sensul comun al termenului.

Căci, dacă se supun strict regulilor de piață, produsele culturale ale unei țări riscă să fie rapid înlocuite cu produse mai bine finanțate. Acesta este unul din argumentele pentru care anumiți negociatori au considerat că se impuneau măsuri menite să mențină și să dezvolte o producție națională viabilă, care să poată reflecta

specificitatea culturală locală și să evite o standardizare accentuată a gusturilor și a comportamentelor sociale.

În decembrie 1992, Comisia Europeană a depus o cerere oficială pentru a face operațională aplicarea clauzei de exceptare, prevăzută la art.14 din Acordul general pentru servicii culturale. "Excepția culturală" este așadar o noțiune apărută în 1993 în perioada negocierilor multilaterale Uruguay, care sintetizează faptul că majoritatea statelor participante dar și Comisia Europeană au refuzat să-și ia angajamente de liberalizare în sectorul audiovizual argumentând că bunurile și serviciile culturale, "nu sunt mărfuri ca celelalte". Termenul de produse culturale înglobează de regulă, cele două concepte, adică bunuri dar și servicii culturale. Bunurile culturale vehiculează idei, valori simbolice și moduri de viață, contribuind atât la formarea și exprimarea identității, cât și la influențarea practicilor culturale. Serviciile culturale sunt activități care răspund unei idei sau unei nevoi culturale și se traduc prin măsuri de susținere vizând practicile culturale, pe care statele, instituțiile publice, fundațiile, întreprinderile private sau cele mixte le pun la dispoziția comunității.

Teza "excepției culturale" a înregistrat însă și numeroase critici. Acuzată de protecționism, de elitism, de anarhie, de naționalism, ba chiar și de corporatism, ea a fost repusă în discuție odată cu proiectul privind Acordul Multilateral privind Investițiile, ale cărui clauze amenințau cu fărâmițarea completă a industriei europene de producție audiovizuală sau odată cu proiectul "New Transatlantic Market" ce își propunea stabilirea unei zone de liber schimb între SUA și Europa. Dar valorile din care decurge teza excepției culturale (egalitatea între culturi, respectul față de partenerul de dialog, pluralismul, democrația) și-au croit un drum propriu.

Noua noțiune, "diversitatea culturală" propusă de UNESCO și reluată în prezent, în cadrul negocierilor multilaterale, are meritul de a fi oferit miza de civilizație, vizată de instrumentul juridic al excepției culturale, păstrarea și promovarea diversității creatoare, a diversității umane pur și simplu.

Adoptată la 2 noiembrie 2001, Declarația universală asupra diversității culturale a recunoscut în mod explicit specificitatea produselor culturale și a subliniat necesitatea elaborării normelor internaționale privind diversitatea culturală. Diversitatea culturală apare în această declarație ca elementul central pentru democrație: aceasta deoarece pluralismul cultural este intrinsec democrației și inseparabil legat de respectul demnității umane. Dacă trebuie vegheat ca toate culturile să se poată exprima și să poată fi cunoscute, motivul este acela că ele sunt purtătoare de identitate, de valoare și de sens.

Trecând prin avatarurile atâtor runde de negociere de la care interesele financiare nu au lipsit, s-a reușit totuși ca serviciile audiovizuale cel puțin teoretic, să fie exceptate de la condițiile impuse de piața liberă.

Rezultatele deloc încurajatoare pentru impactul educativ, cultural pe care media îl deține azi, demonstrează că decidenții "au aplecat urechea către glasul finanțatorilor" și au lăsat toate bunele intenții să se păstreze în formă scrisă pentru istorie.

Privită la scară globală, problema excepției culturale și a introducerii cotelor majoritare pentru operele audiovizuale europene, contravine și principiilor conform cărora se desfășoară activitatea Organizației Mondiale a Comerțului. OMS-ul reprezintă cadrul de desfășurare a negocierilor comerciale în baza principiilor economiei de piață, aceleași cu cele ale pieței unice europene.

În fapt, diversitatea culturală nu se substituie excepției culturale. Pur și simplu cele două noțiuni se situează în planuri diferite: dacă prin diversitate culturală se

înțelege explicitarea obiectivului final urmărit de Franța și reluat de Comunitatea Europeană în negocierile purtate în cadrul GATS , iar din anul 1994 în cadrul OMC, prin “excepție culturală” se înțelege desemnarea mijloacelor juridice preconizate pentru atingerea obiectivului reprezentat de diversitatea culturală. Ciclul Uruguay, 1986-1994 s-a încheiat la Marrakech prin crearea OMC, însărcinat să administreze și să reglementeze litigii care ar putea să apară în cadrul acordurilor comerciale internaționale: GATT (Acordul general pentru tarife și comerț) dar și GATS (acord referitor la servicii) și TRIPS (acord referitor la proprietatea intelectuală ) care sunt și ele rodul negocierilor ciclului Uruguay. OMC reprezintă un cadru în care se desfășoară negocieri comerciale: obiectivul său este acela al promovării liberei circulații a bunurilor și serviciilor, în special prin suprimarea măsurilor care i se opun – drepturile vamale și restricțiile calitative (cotele), discriminări fondate pe naționalitate. “Excepția culturală”, autentic concept formativ derivând dintr-un exercițiu juridic efectiv, ar trebui să facă operațională păstrarea diversității culturale pe plan mondial, “diversitate culturală” care trimite la considerații antropologice (UNESCO face paralela între apărarea diversității culturale și apărarea biodiversității, ambele reprezentând bogății inestimabile pentru umanitate).

Între momentul inițial al punerii în evidență a “excepției culturale” și revendicările ulterioare impuse de “diversitatea culturală”, ponderea produselor culturale americane nu a cunoscut evoluții de natură să sporească îngrijorarea opiniei publice. Ceea ce a evoluat totuși este amploarea conștientizării temei dezbătute: dacă la început, efortul combativ al francezilor de apărare a “excepției culturale”, a fost preluat de Comunitatea Europeană și de toate țările francofone, în prezent, acest demers a căpătat dimensiuni internaționale, alăturându-i-se majoritatea țărilor lumii, în numele “diversității culturale”.

Se așteaptă ca în perioada următoare să fie elaborate în cadrul OMC, normele internaționale comune, care să permită statelor să-și păstreze și să-și promoveze specificitatea culturală.

### **Secțiunea 1 - De la refuzul Mcdonaldizării culturii la punerea în evidență a noțiunii de “excepție culturală”**

Dezbaterile privind situația comerțului internațional al bunurilor și serviciilor culturale sunt dominate de o trăsătură comună: vânzările internaționale de produse culturale reprezintă, începând cu anul 1996, primul sector de export al SUA (aproximativ 60 milioane \$) depășind sectoarele tradiționale ale agriculturii, zborurilor aero spațiale și apărării. În ceea ce privește sectorul cinematografic, dacă proporția filmelor americane ajunge la 60% pe piața europeană, aceea a filmului european în SUA nu atinge decât 3%. Aproape 85% din filmele difuzate în sală, pe glob, sunt astăzi produse la Hollywood. Organizația pentru cooperare economică și dezvoltare), inițiativele SUA fac dovada unei perseverențe constante.

A fost o perioadă în care, preocupate să exporte cât mai mult și astfel, să-și susțină propria producție cinematografică, SUA nu au ezitat să negocieze acorduri comerciale bilaterale. Așa de face că în 1946, în cadrul planului MARSHALL, americanii au impus Franței o largă deschidere spre piața lor audiovizuală. Fără o strategie în favoarea unei producții și a unei difuzări mai viguroase, industria audiovizuală franceză ar fi fost complet surclasată de o producție americană de mâna a doua, ieftină, în măsura în care dimensiunile pieței sale interne erau insuficiente pentru amortizarea costurilor.

## Noțiunea de “diversitate culturală” și Declarația universală asupra diversității culturale din perspectiva drepturilor culturale ca parte a drepturilor omului

Așa cum biodiversitatea apare ca indispensabilă pentru supraviețuirea ecosistemelor naturale, “ecosistemele culturale” alcătuite dintr-un mozaic complex de culturi, mai mult sau mai puțin influente, au nevoie de diversitate, pentru a păstra patrimoniul generațiilor viitoare. Paralela dintre biodiversitate și diversitate culturală a fost făcută pentru prima dată în cadrul raportului, “Diversitatea noastră creatoare” (1992, ONU, UNESCO) unde s-a subliniat necesitatea promovării diversității culturilor; Conferința interguvernamentală privind strategiile culturale pentru dezvoltare de la Stockholm (1998, UNESCO) a reluat tema, subliniind că aceasta traduce voința de a apăra specificul fiecărei culturi, de a garanta pluralismul cultural, ca o contrapondere la piața mondială a culturii dominată de SUA. „Diversitatea culturală” apare ca expresia pozitivă a unui obiectiv general ce trebuie atins: punerea în valoare și protejarea culturilor în fața pericolului uniformizării. Căci, de facto, un număr din ce în ce mai redus de mari grupuri multimedia controlează pe piața mondială, o cantitate din ce în ce mai mare de produse culturale destinate marelui public. Un număr sporit de țări își văd compromis accesul propriilor lor bunuri și servicii culturale la piață, dintr-o lipsă a strategiilor culturale corespunzătoare, dintr-o lipsă a impulsurilor adresate creatorilor din insuficiența investițiilor necesare și din insuficiența mecanismelor de promovare a produselor culturale.

Până acum, piețele au arătat că nu puteau garanta doar ele singure diversitatea ofertei și o concurență corectă. Astfel, Conferința generală a UNESCO din 1999 a reamintit că libera circulație a produselor culturale n-ar putea fi supusă doar regulilor pieței internaționale”.

Adoptată la data de 2 noiembrie 2001, Declarația universală asupra diversității culturale a recunoscut în mod explicit specificitatea produselor culturale și a subliniat necesitatea elaborării normelor internaționale privind diversitatea culturală . Patrimoniul universal, „ diversitatea culturală” apare în această declarație ca fiind elementul central pentru democrație: aceasta deoarece pluralismul cultural este intrinsec democrației și inseparabil respectului demnității umane. Rațiunea pentru care trebuie vegheat permanent ca toate culturile să se poată exprima și să poată fi cunoscute, (Art. 6) este aceea că produsele culturale sunt purtătoare de identitate, de valoare și de sens. Declarația mai subliniază necesitatea ca Statele semnatare să dezvolte strategiile culturale pentru susținerea creației, producției și difuzării propriilor produse culturale.

### **Secțiunea 2 - Efectele prosoziale, „o posibilă lecție la televizor”<sup>15</sup>**

În decursul anilor atât opinia publică cât și specialiștii au remarcat acumularea de dovezi privind „contribuția” televiziunilor la creșterea gradului de violență și de ostilitate în rândul minorilor și nu numai. Nu există însă nici o motivație intrinsecă pentru care vizionarea programelor de televiziune trebuie să aibă numai efecte negative. În fond, majoritatea efectelor negative, produse de televiziune sunt explicate de două mecanisme de bază. Unul este acela că, învățăm observând felul în care trebuie făcute unele lucruri. Al doilea este acela că răspunsurile noastre,

---

<sup>15</sup> Prosocial Effects on Children’s Social Interactions, Marie-Louise Mares, Emory H. Woodard, University of Pennsylvania

În momentul vizionării programelor de televiziune este unul emoțional, iar acest răspuns afectează modul în care reacționăm în viața reală, în situații similare.

Indivizii ce răspund cu agresivitate ajutorului prietenesc sau solicitărilor de sprijin au mai puține șanse de a fi recompensați de ceilalți membri ai societății, decât cei care oferă un răspuns pozitiv.

Alte studii realizate de cercetători americani în perioada 1986-1998, au utilizat un eșantion format din 5473 de copii. Din rândul variabilelor selectate și considerate utile în demersul analizării efectelor produse de programele de televiziune cu mesaj prosocial, au fost utilizate următoarele:

- Interacțiuni pozitive (jocuri desfășurate sub auspiciile prieteniei și rezolvarea pașnică a conflictelor). Astfel, studiile care au oferit o măsură a comportamentului prosocial au fost codificate în această categorie.
- Cea de-a doua categorie a constituit-o agresiunea fizică și cea verbală, privită din perspectiva următoarei întrebări: „Prezentările prosociale din programele de televiziune ar putea reduce comportamentul agresiv manifestat între copii și tineri ?”
- A treia categorie a constituit-o altruismul, care include oferta de ajutor, donațiile, și/sau suportul moral.

Rezultatul studiilor a demonstrat în linii generale, că programele cu un conținut prosocial au condus la reducerea stereotipurilor, în special a celor legate de rasă și de etnie, iar cele mai puternice efecte au fost remarcate de studiile privind altruismul, în mare măsură și pentru că acestea modelau comportamente asemănătoare rezultatului așteptat, în timp ce eforturile pentru promovarea altor comportamente prosociale aveau șanse mai mici de succes din pricina obligațiilor ce le implicau. ( Un argument în sprijinul succesului temei altruismului în programele de televiziune, îl oferă mobilizarea de care s-au bucurat campaniile recente ale canalelor de televiziune PRO TV și Antena 1 de colectarea de ajutoare pentru sinistrați, în anul 2005 și 2006. )

### **Secțiunea 3 - Regula celor 3 ore de program educativ-informațional pe săptămână<sup>16</sup>**

În SUA în 1990, Congresul a votat legea privind televiziunea copiilor. Prin această lege s-a decis că se apreciază că îndeplinesc cerințele privind educația și informarea minorilor, acele programe care prin conținutul lor își aduc aportul la dezvoltarea pozitivă a copiilor, incluzând nevoile de ordin cognitiv/intelectual sau emoțional-social.

Inițial, legiuitorul a lăsat radiodifuzorului libertatea să decidă ce tip de program educativ/informativ va oferi copiilor. După 3 ani de la intrarea în vigoare a legii, a fost realizată o analiză de conținut a solicitărilor formulate de radiodifuzori cu prilejul cererii de reînnoire a licenței și au examinat tipurile de programe considerate de radiodifuzori că ar fi îndeplinit cerințele legii privind conținutul educativ/informativ pentru copii. Astfel, au observat că principalele canale TV au transmis aprox. 4 ore săptămânal de program educațional sau prosocial. Întrucât, programele difuzate sub sigla E/I erau în mare măsură încadrate forțat astfel, FCC-ul a emis în 1997 în aplicarea legii televiziunii pentru copii o reglementare, cea a regulii celor 3 ore de program educativ/informativ săptămânal, conform căreia radiodifuzorii care doresc

<sup>16</sup> Public Policy and Private Practice –Government Regulations and Parental Control of Children’s Television Use in the Home, Amy B. Jordan-University of Pennsylvania, P. 652.

să beneficieze de reînnoirea licenței de emisie au obligația să asigure acest tip de conținut în programele lor. Conținutul programelor E/I pentru televiziune trebuia să îndeplinească nevoile cognitiv-intelectuale sau social-emoționale ale minorilor și să fie difuzate cu marcajul permanent E/I pe ecran. Programele E/I trebuie să se adreseze copiilor de până în vârstă de 16 ani și trebuie difuzate între orele 07.00 – 22.00. Revine radiodifuzorilor obligația de a anunța aceste programe ca fiind educativ – informative, atât la începutul emisiunii, pentru a informa publicul în legătură cu conținutul ce urmează să se difuzeze; de asemenea, același tip de informații trebuie să figureze și în programele de televiziune anunțate în presa scrisă.

Centrul de politici publice Annenberg a realizat o analiză de conținut anuală a programelor E/I difuzate în Philadelphia, o piață media bogată.

În eșantionul anului 1998-1999, 50% din totalul programelor pentru copii au inclus cel puțin o lecție din domeniul social, cele mai multe fiind adresate preșcolarilor. 72% din programele difuzate de postul public (PBS) pentru copii conțineau lecții sociale. Postului public i-au urmat din acest punct de vedere, principalele canale de televiziune pentru copii, recepționate prin rețele de cablu: Disney Channel, HBO care a oferit lecții sociale în 59% din programele pentru copii.

În concluzie cerința regulii celor 3h/săptămână a fost întrunită de radiodifuzori prin emisiuni axate pe mesaje prosociale, mai degrabă decât să transmită informații privind cititul, scrisul și aritmetica.

#### **Secțiunea 4 - Chip-ul Antiviolență (V-chip)<sup>17</sup>**

Începând cu ianuarie 1997, FCC, autoritatea americană de reglementare din domeniul audiovizual, a decis că toate programele difuzate pe cale terestră sau prin cablu (excepție făcând știrile și programele sportive) trebuiau clasificate în funcție de conținut, după anumite criterii. Sistemul de clasificare era proiectat să funcționeze în legătură cu chip-ul V (violență), un anume dispozitiv computerizat, montat în televizoare începând din 1999. Televizoarele ce conțineau acest dispozitiv puteau fi programate de părinți, astfel încât să blocheze accesul la orice fel de materiale cu conținut ofensator, agresiv, capabil să afecteze dezvoltarea fizică, psihică și morală a minorilor.

---

<sup>17</sup> IDEM

## Capitolul IV - Programe de Cercetare în CNA consacrate problematicii minorilor

Anul 2004 a însemnat pentru CNA debutul unui amplu program de cercetări, fără precedent în instituție. În principal cercetările au fost generate de doi vectori:

- pe de o parte, primul proiect PHARE de anvergură în domeniul audiovizualului din România;
- necesitățile reale ale CNA de a cunoaște mai profund și exact fenomenul audiovizual și impactul acestuia asupra societății românești;

Numeroasele activități subordonate implementării acquis-ului comunitar în domeniul audiovizualului și asigurării unei politici echilibrate și proporționale în domeniu, a protecției minorilor, a liberei competiții, cât și a pluralismului, a păstrării diversității culturale, dar în același timp și promovării interesului public și a identității culturale, a creșterii gradului de informare a populației asupra standardelor europene în domeniu, au inclus și o serie de studii asupra pieței audiovizualului din România, și anume:

1. Utilizare, atitudini și satisfacții ale consumatorilor de radio și televiziune;
2. Expunerea copiilor la programele de radio și televiziune;
3. Influența media asupra comportamentului civic și a celui electoral;

Preocupat să-și fundamenteze deciziile pe date furnizate de cercetări științifice și în tradiția practicilor autorităților de reglementare europene (în special Conseil Supérieur de l'Audiovisuel din Franța și Office for Communications din Marea Britanie), care acordă un loc și un rol special cercetării în elaborarea și implementarea unor inițiative și decizii legislative, în special în protecția minorilor, C.N.A. a stabilit ca fiecare dintre cele trei studii să acopere un segment și o problematică specifice pentru peisajul audiovizual românesc și anume:

Primul studiu, „Utilizare, atitudini și satisfacții ale consumatorilor de radio și televiziune”, utilizând un eșantion de proporții considerabile (peste 8.000 subiecți), a urmărit să ofere o reprezentare clară și coerentă a segmentării populației României în calitate de consumatori de televiziune și de radio, cu o focusare pe habitusurile de utilizare, pe aptitudini și pe nivelul de satisfacție. În final, a rezultat un profil al telespectatorului/ascultătorului român pe care ar fi benefic să-l aibă în vedere în primul rând strategiile de programe TV și Radio, dar și industria de publicitate.

Al doilea studiu, „Expunerea copiilor la programele de radio și televiziune”, care evaluează expunerea copiilor la programele de radio și televiziune, în comparație cu alte practici culturale și de consum media („tradiționale” vs. „noi”), a utilizat pentru prima dată în România, simultan în aceeași cercetare, un eșantion de copii cu vârsta cuprinsă în intervalul 6-14 ani și un eșantion de părinți, în total aproximativ 8.000 de subiecți. Studiul a determinat de asemenea rolul jucat de părinți în consumul media al copiilor și măsura în care aceștia îi protejează de conținuturile (negative-violența, consum de alcool, droguri, pornografie), programelor care le pot afecta dezvoltarea.

Al treilea studiu, „Influența media asupra comportamentului civic și a celui electoral”, a inclus atât o dimensiune individuală (atitudini, reprezentări, motivații) cât și dimensiuni contextuale (rețeaua interacțiunilor sociale și comunicaționale, opinia dominantă, etc.).

Cei 5.000 de subiecți ai eșantionului s-au pronunțat asupra importanței pe care o acordă campaniilor sociale și electorale, furnizând astfel date interesante, necesare reglementărilor privind acoperirea campaniilor sociale și a celor electorale, sau în promovarea unor anumite modele de atitudini și comportamente civice.

Extrase semnificative din cele trei cercetări realizate în cadrul proiectului finanțat de Uniunea Europeană, dar și alte materiale (cercetări, studii și reglementări) reflectând o solidă și pertinentă experiență românească și internațională în această problematică au apărut în cele trei volume apărute sub titlul „Studii și cercetări audiovizuale”.

Menționăm de asemenea, faptul că toate cele trei cercetări au fost evaluate prin câte un studiu de audit realizat de un institut de specialitate desemnat în urma unei licitații, procedură prin care au fost selectate de altfel, și institutele de cercetare care au realizat studiile de mai sus, respectându-se în felul acesta exigențele Uniunii Europene în domeniu. Rezultatele auditului au confirmat valoare remarcabilă a cercetărilor.

Al doilea vector de studii a inclus cercetări comandate de CNA, unele foarte originale în câmpul cercetării sociologice românești, ca tematică și metodologie („Evaluarea reprezentării violenței în programele de TV”), altele curențe, dar foarte necesare („Percepția publicului privind campania desfășurată în audiovizual pentru alegerile locale din 2004” și „Percepția publicului privind campania desfășurată în audiovizual pentru alegerile parlamentare și prezidențiale din 2004”).

Cercetarea violenței în programele TV s-a concretizat în două studii calitative (analiză de conținut și analiză semio-discursivă): unul a monitorizat programele a 10 canale tv din grila de vară (26 iulie-8 august) în intervalul orar 17,00-24,00; al doilea a analizat programele a 11 canale TV din grila de toamnă (permanent, timp de două săptămâni, în același interval orar).

Utilizând cele șase categorii „clasice” de violență (psihologică, verbală, fizică, socială, economică, sexuală) atât pentru violența reală, cât și pentru cea funcțională, și indicatori cum sunt: durata actelor violente, frecvența acestora, procentul lor în diferite programe, s-au obținut concluzii extrem de valoroase și utile atât pentru realizatorii de emisiuni și pentru specialiștii în grile de programe tv, dar și pentru deciziile CNA, pentru educatori (școala și familie). Iată câteva dintre cele mai semnificative:

a. Dacă în numeroase țări care constituie modele de strategie editorială pentru televiziunile din România, se constată o dublă tendință: una pozitivă, de reducere progresivă a numărului, a ponderii și a duratei scenelor de violență, iar alta negativă, de amplificare a negativității actelor de violență, la noi în țară, violența televizuală se menține la cote ridicate la toți cei trei indicatori. Aceasta înseamnă că televiziunea românească a rămas la stadiul televiziune senzațională.

b. Banalizează reprezentarea violenței în operele de ficțiune (filme)

c. Prezentarea violenței, cel puțin la nivel ficțional, situează canalele tv din România într-o poziție mai negativă în raport cu cele europene și cele americane.

d. Violența reală, adică cea prezentă în telejurnale, are o pondere importantă în economia emisiunilor informative.

e. În emisiunile difuzate în România primează violența fizică, urmată de cea verbală.



f. Cele mai frecvente efecte negative asupra minorilor remarcate de specialiști au fost:

- imitația și învățarea socială (identificarea copiilor cu personaje negative);
- impregnarea (asimilarea, chiar inconștientă, a stilului violent de relaționare umană);
- dezinhibarea (imagini care pot favoriza trecerea minorilor la acte violente);
- desensibilizarea și repetarea frecventă a scenelor violente reduce sensibilitatea copiilor la acte de violență;
- catharsis (eliberarea de pulsii agresive);
- incubație (frică, spaimă, insecuritate).

g. Studiul indică ameliorarea funcționalității signalecticii adoptate de CNA, mai ales în ce privește aplicarea criteriilor de clasificare a emisiunilor și a programării orare a acestora. Și acest indicator atestă faptul că violența televizuală din România are ponderi superioare față de situația din SUA și țările vest-europene.

h. În cazul canalelor de desene animate (Fox Kids de ex.) frecvența medie pe oră a scenelor de violență este extrem de ridicată : pe ansamblul programelor Fox Kids analizate, un copil poate viziona, în medie, între 0,89 și 1,25 scene violente pe minut. Aceasta confirmă tendința existentă pe plan internațional: canalele de desene animate destinate copiilor ,transmit mai multa violență decât canalele generaliste.

Preocuparea constantă a CNA privind relația media-consumatori minori din perspectiva protecției acestora din urmă, dar și exigența permanentă de armonizare cu politicile europene și cu cercetările în domeniu au condus în ultimii doi ani la realizarea unor cercetări mai aplicate și focalizate pe problematica tinerilor( comportamente de consum audiovizual, modele, atitudini, valori, relația tineri – familie - școală sub incidența media; ceea ce a fost deosebit de interesant în aceste cercetări a fost segmentarea populației de elevi în trei grupe de vârstă : 7-10ani, 11-14ani și 15-18 ani, ceea ce a permis compararea rezultatelor și obținerea unor date în dinamică).

Deși rezultatele au fost remarcabile și unele chiar spectaculoase (modele, vedete, idoli), voi aminti câteva semnificative.

Pentru a evalua influența tv, a școlii și a familiei asupra modului în care elevii și –au însușit anumite valori/antivalori reprezentative pentru gândirea axiologică a adolescenților (rezultate din cercetările Institutului pentru științele educației), subiecții au precizat instituția de la care află informații despre domeniul etico-moral, civic, socio-profesional și mediatic.

Astfel, familia are cea mai mare influență în privința valorilor etico-morale esențiale (adevărul și respectul).

Școala apare ca având cea mai mare influență în ceea ce privește însușirea unor valori civice și socio-profesionale ca: libertatea de expresie, creativitatea, competența, comportamentul activ, cultura civică, formarea culturală, succesul, patriotismul.

Televiziunea însă, este percepută ca având cel mai mare impact în ceea ce privește însușirea unor valori și atitudini” mediatice”: vedetismul, sexualitatea, lipsa de scrupule, violența, vulgaritatea, senzaționalul, îmbogățirea.

Dintre cele trei instituții, televiziunea pare a fi cea mai complexă și cea mai mult orientată spre antivalori. Promovarea lor nu este neapărat intenționată,

vizibilitatea negativului fiind mai pregnantă din motive de creștere a audienței, deci din rațiuni comerciale.

Nu trebuie uitat că, în genere, televiziunea cultivă cu precădere spectacularul și modelele „la modă”, cu focalizare pe succesul financiar mai mult decât cel intelectual.

Accentul cade cel mai frecvent pe satisfacerea unor exigențe consumeriste, și mai puțin pe valorile socio-educative (școala) sau morale (familia).

## Concluzii

Îngrijorarea părinților, a profesorilor și a decidenților din domeniul politicilor media în legătură cu efectele și cu influențele negative ale consumului de programe audiovizuale asupra copiilor și tinerilor are o lungă istorie, începând cu literatura, producțiile cinematografice, radio-ul, televiziunea și jocurile pe computer, chat-ul pe Internet, numărându-se printre cele mai recente. Aceste temeri și literatura teoretică empirică pe tema efectelor negative produse de media asupra minorilor au pornit de la premisa copilului ca receptor pasiv de conținut mediatic. Această viziune asupra copiilor a fost în mod natural însoțită de nevoia de protecție ce trebuie acordată celui neajutorat.

Mijloacele de protejare a minorilor au fost, de-a lungul anilor perfecționate, îmbunătățite, atât la nivelul reglementărilor impuse operatorilor ce furnizează programe audiovizuale cu acces liber, cât și din punct de vedere tehnic, prin diverse mijloace de control, exercitat de părinți prin blocarea accesului copiilor la programe susceptibile să producă efecte negative asupra minorilor.

Identificarea cât mai largă a factorilor susceptibili să afecteze dezvoltarea normală a copiilor, rămâne centrul de interes al viitoarelor programe de cercetare în care se va antrena CNA.

În același sens, sunt canalizate preocupările instituției de a stabili căi mai eficiente de comunicare și acțiune comună între cele trei paliere esențiale în domeniu: reprezentanții părinților, ai mediului educațional/cercetării și cei ai autorității de reglementare(CNA).

Armonizarea permanentă a legilor și reglementarilor interne cu cele europene constituie al treilea vector (nu în ordinea importanței) care va orienta politicile CNA înainte și după integrarea în UE.

Și totuși, contextul în care sunt incluși tot mai mulți copii este acela al unor receptori activi, care desigur au nevoie să fie informați în legătură cu programele audiovizuale, dar și în legătură cu regulile de siguranță și protecție pe care trebuie să le respecte când urmăresc programele audiovizuale sau accesează Internet-ul .

## **ANEXĂ:**

### **DECIZIA CNA NR.187 DIN 3 APRILIE 2006**

#### **PRIVIND CODUL DE REGLEMENTARE A CONTINUTULUI AUDIOVIZUAL**

Având în vedere dubla calitate a Consiliului Național al Audiovizualului, de garant al interesului public și de unică autoritate de reglementare în domeniul programelor audiovizuale,

convinși că libertatea de exprimare și asigurarea accesului neîngrădit la orice informație de interes public constituie fundamente esențiale ale unei societăți democratice,

ținând seama de faptul că exercitarea dreptului la libera exprimare comportă îndatoriri și responsabilități, convinși că libertatea de exprimare constituie unul dintre fundamentele esențiale ale unei societăți democratice, motiv pentru care presa audiovizuală trebuie să beneficieze de o protecție deosebită,

convinși, totodată, că libertatea de exprimare nu poate prejudicia demnitatea, onoarea, viața particulară a persoanei și nici dreptul la propria imagine,

ținând cont de obligațiile care revin prin lege Consiliului Național al Audiovizualului de a stabili norme de reglementare cu privire la protecția copiilor, apărarea demnității umane, exercitarea dreptului la replică, asigurarea informării corecte și a pluralismului, responsabilitățile culturale ale radiodifuzorilor, precum și la publicitate, sponsorizare și teleshopping,

ținând cont de responsabilitatea atribuită prin lege Consiliului Național al Audiovizualului de a asigura, în programele audiovizuale, protecție dezvoltării fizice, mentale și morale a copiilor,

interesați în cel mai înalt grad de creșterea și educația copilului în spiritul valorilor și al idealurilor democratice, proclamate de Convenția Organizației Națiunilor Unite cu privire la drepturile copilului și de Convenția europeană a drepturilor omului, conștienți de necesitatea pregătirii copilului pentru o integrare armonioasă în viața socială,

având în vedere obligațiile care revin Consiliului Național al Audiovizualului și radiodifuzorilor în protejarea drepturilor și libertăților fundamentale ale omului, în general, și faptul că încălcarea acestora poate aduce prejudicii interesului public,

ținând cont de necesitatea respectării principiilor liberei concurențe, protecției vieții, sănătății, securității și intereselor economice ale consumatorilor, precum și a mediului,

având în vedere obligația radiodifuzorilor de a informa publicul prin prezentarea corectă și imparțială a faptelor și a evenimentelor, ca și obligația Consiliului Național al Audiovizualului de a asigura respectarea exprimării pluraliste de idei și opinii, precum și pluralismul surselor de informare a publicului,

ținând cont de necesitatea reglementării publicității și a teleshoppingului la produsele medicamentoase, tratamentele medicale și suplimentele nutritive,

ținând cont de faptul că publicitatea la produsele medicamentoase trebuie să se supună unor condiții stricte și unui control efectiv,

ținând cont de efectele nocive ale consumului de droguri și alcool asupra minorilor, în special, dar și asupra societății, în general, de faptul că aceasta este o problemă de interes public,

în temeiul art. 3 alin. (1) și (2), art. 10 alin. (3) lit. a), e) și f), art. 17 alin. (1) lit. d) și al art. 39 - 40 din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare,  
membrii Consiliului Național al Audiovizualului adoptă următoarea  
Decizie:

## TITLUL I

### Protecția copilului

#### CAP. 1

#### Protecția drepturilor copilului

##### ART. 1

În sensul prezentului cod de reglementare a conținutului audiovizual, denumit în continuare cod, prin copil se înțelege persoana care nu a împlinit vârsta de 18 ani.

##### ART. 2

Ori de câte ori copilul este subiect al emisiunilor audiovizuale, radiodifuzorii au obligația să respecte principiul interesului superior al acestuia.

##### ART. 3

Copilul are dreptul la protejarea imaginii sale publice și a vieții sale intime, private și familiale.

##### ART. 4

(1) Este interzisă difuzarea oricăror indicii care ar putea duce la identificarea copilului în vârstă de până la 14 ani, în situația în care acesta este victimă a unei infracțiuni privitoare la viața sexuală, este acuzat de comiterea unor infracțiuni sau a fost martor la săvârșirea acestora.

(2) În situația în care copilul în vârstă de până la 14 ani este victimă a unor infracțiuni, altele decât cele prevăzute la alin. (1), sau a fost supus unor abuzuri fizice ori psihice, difuzarea de imagini sau declarații este posibilă numai cu acordul scris al părinților, al persoanei în grija căreia se află copilul ori, după caz, al reprezentantului legal al copilului.

(3) În situația în care copilul în vârstă de până la 14 ani a fost supus de către părinți ori reprezentanții legali la abuzuri fizice sau psihice, difuzarea de imagini ori declarații este posibilă numai cu acordul scris al unuia dintre părinți, cel care nu este autorul abuzului, al persoanei în grija căreia se află copilul sau, după caz, al unei autorități responsabile cu protecția copilului.

##### ART. 5

(1) Copilul în vârstă de până la 14 ani nu poate fi prezent în emisiuni audiovizuale care reconstituie infracțiuni, abuzuri sau evenimente dramatice.

(2) Radiodifuzorii nu pot difuza interviuri, declarații sau relatări luate în mod nemijlocit copilului în vârstă de până la 14 ani în legătură cu evenimente dramatice, din comunitate sau din familie, la care acesta a asistat.

##### ART. 6

(1) Copilul cu vârsta între 14 și 16 ani, acuzat de comiterea unei infracțiuni sau victimă a unei infracțiuni ori abuzat fizic, psihic sau sexual, poate fi prezentat în programele de știri, în emisiuni de dezbateri sau reportaje audiovizuale, cu îndeplinirea cumulativă a următoarelor condiții:

a) existența prealabilă a consimțământului acestuia;

b) existența prealabilă a consimțământului părinților, al persoanei în grija căreia se află copilul sau al reprezentantului legal, în formă scrisă;

c) asistarea pe parcursul transmisiei sau al înregistrării de către un părinte ori de către reprezentantul legal, respectiv de către avocat în cazul cercetării penale sau arestării.

(2) În cazul copilului cu vârsta între 16 și 18 ani, acuzat de comiterea unei infracțiuni, sunt necesare acordul explicit al acestuia și asistarea sa de către avocat în situația în care este cercetat penal, reținut sau arestat.

(3) În cazul copilului cu vârsta între 16 și 18 ani, care este victimă sau martor la comiterea unor infracțiuni ori care a fost abuzat fizic, psihic sau sexual, sunt necesare:

a) acordul explicit al acestuia;

b) eliminarea, la solicitarea copilului, a oricăror elemente care pot duce la identificarea lui.

#### ART. 7

(1) Copilul, părinții sau reprezentantul legal trebuie să fie informați cu privire la drepturile lor înainte de filmare sau de înregistrare.

(2) Participarea copilului în vârstă de până la 14 ani în emisiuni audiovizuale este posibilă numai cu consimțământul scris al acestuia și al părinților sau, după caz, al altui reprezentant legal.

#### ART. 8

Este interzisă, în cadrul programelor de știri, al dezbaterilor sau al reportajelor, difuzarea de imagini ori de fotografii ale copilului care s-a sinucis.

#### ART. 9

(1) Este interzisă difuzarea de emisiuni al căror scop principal este exploatarea aspectului fizic al copilului sau expunerea acestuia în ipostaze nepotrivite vârstei.

(2) Este interzisă difuzarea emisiunilor în care copilul este folosit sau expus de către părinte, rudă, reprezentant legal ori avocat în scopul de a obține avantaje personale de orice fel.

(3) După ora 22,00 este interzisă difuzarea de emisiuni realizate în direct de către radiodifuzori licențiați în România, la care participă copii în vârstă de până la 14 ani.

#### ART. 10

Interviurile și declarațiile copilului trebuie luate și difuzate cu responsabilitate și discernământ, astfel încât acesta să nu fie chestionat pentru a-i fi smulse păreri referitoare la probleme intime de familie sau pentru a-i fi cerute opinii în chestiuni care depășesc puterea lui de judecată.

#### ART. 11

Radiodifuzorii au obligația de a lua toate măsurile astfel încât copilul implicat, în orice mod, în emisiuni de radio sau de televiziune, să nu fie expus nici unui risc fizic, psihic ori moral care ar putea decurge din realizarea respectivelor emisiuni.

#### ART. 12

Este interzisă orice referire peiorativă sau discriminatorie la originea etnică, naționalitatea, rasa sau religia copilului, precum și la un eventual handicap al acestuia.

### CAP. 2

Serviciile de programe și protecția copilului

#### ART. 13

Pentru a permite părinților sau reprezentanților legali ai copiilor să facă alegerea potrivită, toți radiodifuzorii au obligația să pună la dispoziția publicului informații

suficiente privind intervalul orar de difuzare, recomandările și avertizările acustice și vizuale, astfel încât programele vizionate sau ascultate în familie, ori numai de către copii, să nu afecteze dezvoltarea fizică, mentală sau morală a acestora; aceleași obligații sunt valabile și în cazul serviciilor de programe destinate exclusiv publicului din România, retransmise de distribuitorii de servicii.

#### ART. 14

Sunt interzise, în cadrul emisiunilor audiovizuale destinate copiilor, fumatul și consumul băuturilor alcoolice, comportamentul violent, trivial, limbajul violent, vulgar ori licențios, aluziile sexuale, ridiculizarea defectelor fizice și a handicapurilor.

#### ART. 15

(1) În intervalul orar 6,00 - 20,00 radiodifuzorii nu pot difuza anunțuri promoționale care includ scene de violență, sex, limbaj vulgar sau alte elemente ce pot afecta copiii.

(2) În intervalul orar 6,00 - 22,00 nu pot fi difuzate emisiuni care conțin:

- a) detalii sau metode de sinucidere ori de automutilare;
- b) demonstrații sau detalii importante privind tehnici criminale;
- c) demonstrații sau detalii importante privind exorcismul, practici ocultе, fenomene sau practici paranormale.

#### ART. 16

(1) Criteriile în funcție de care se apreciază producțiile difuzate în serviciile de programe au drept scop asigurarea protecției copilului și informarea publicului cu privire la conținutul acestora.

(2) Responsabilitatea clasificării producțiilor audiovizuale revine titularilor de licență audiovizuală.

(3) Criteriile generale de care titularii de licență audiovizuală vor ține cont în clasificarea producțiilor audiovizuale sunt următoarele:

- a) numărul și natura scenelor violente precum și caracterul gratuit sau indispensabil al acestora, raportat la genul și subiectul producției audiovizuale;
- b) utilizarea violenței și rolul acesteia în rezolvarea problemelor;
- c) modalitatea de tratare prin imagini a scenelor de violență, tipul de plan utilizat, realismul reprezentării, rolul coloanei sonore în a genera frică ori angoasă;
- d) contextul în care este prezentat consumul de droguri și alcool;
- e) numărul și natura scenelor de nuditate, reprezentarea actului sexual;
- f) psihologia personajelor și reperatele morale pe care acestea le oferă copiilor sau adolescenților;
- g) tipologia eroilor, scopul acțiunii acestora, gradul de recurgere la violență;
- h) prezența și rolul copiilor în scene de violență;
- i) prezentarea femeii în ipostaze degradante;
- j) numărul și intensitatea scenelor de violență casnică;
- k) calitatea și tipologia limbajului;
- l) genul sau temele producțiilor audiovizuale.

#### ART. 17

În clasificarea filmelor radiodifuzorii se vor ghida și după clasificarea stabilită de producător.

#### ART. 18

Categoriile în care se încadrează producțiile audiovizuale în funcție de criteriile precizate la art. 16 alin. (3) sunt următoarele:

- a) producții audiovizuale accesibile tuturor categoriilor de public, fără restricții sau semne de avertizare;

- b) producții audiovizuale care pot fi vizionate de copiii în vârstă de până la 12 ani numai cu acordul sau împreună cu părinții ori familia;
- c) producții audiovizuale interzise copiilor sub 12 ani;
- d) producții audiovizuale interzise copiilor sub 15 ani;
- e) producții audiovizuale interzise copiilor sub 18 ani, altele decât cele pornografice, care în Statele Unite ale Americii și în țările din Uniunea Europeană sunt interzise publicului sub 18 ani;
- f) producții audiovizuale interzise copiilor sub 18 ani: filme și emisiuni pornografice al căror scop principal este prezentarea în detaliu a actului sexual, a modalităților de satisfacere a dorințelor sexuale sau emisiuni audiovizuale în care se prezintă un act sexual real, indiferent de modalitatea de filmare.

#### ART. 19

- (1) Producțiile prevăzute la art. 18 lit. b) se difuzează însoțite de un semn de avertizare reprezentând un cerc de culoare albă, iar în interiorul acestuia, pe fond transparent, majusculele AP (acord parental) de culoare albă.
- (2) Dimensiunea semnului de avertizare va fi de 30 de pixeli.
- (3) Semnul de avertizare va fi expus timp de 10 minute la începutul difuzării.

#### ART. 20

- (1) Producțiile audiovizuale prevăzute la art. 18 lit. c) se difuzează numai după ora 20,00 și vor fi însoțite de un semn de avertizare reprezentând un cerc de culoare albă, iar în interiorul acestuia, pe fond transparent, numărul 12 de culoare albă.
- (2) Dimensiunea semnului de avertizare va fi de 30 de pixeli.
- (3) Semnul de avertizare va fi expus timp de 15 minute la începutul difuzării și timp de 3 minute după fiecare pauză publicitară.

#### ART. 21

- (1) Producțiile audiovizuale prevăzute la art. 18 lit. d) se difuzează numai în intervalul orar 22,00 - 6,00 și vor fi însoțite permanent de un semn de avertizare reprezentând un cerc de culoare albă, iar în interiorul acestuia, pe fond transparent, numărul 15 de culoare albă.
- (2) Dimensiunea semnului de avertizare va fi de 30 de pixeli.
- (3) Fac excepție de la prevederile alin. (1) referitoare la intervalul de difuzare următoarele producții audiovizuale care pot fi difuzate numai în intervalul orar 23,00 - 6,00:
  - a) filme horror, erotice, de o violență extremă sau inspirate din sporturi extreme;
  - b) divertismentul în care se abuzează de limbajul vulgar sau licențios;
  - c) competiții full-contact;
  - d) reality-show pe teme sexuale, cu conotații sexuale sau cu un grad mare de violență fizică ori psihică;
  - e) emisiuni audiovizuale sponsorizate de producătorii de băuturi spirtoase.

#### ART. 22

- (1) Producțiile audiovizuale prevăzute la art. 18 lit. e) se difuzează numai în intervalul orar 24,00 - 6,00 și vor fi însoțite permanent de un semn de avertizare reprezentând un cerc de culoare albă, iar în interiorul acestuia, pe fond transparent, numărul 18 de culoare albă.
- (2) Dimensiunea semnului de avertizare va fi de 30 de pixeli.

#### ART. 23

- (1) Producțiile audiovizuale prevăzute la art. 18 lit. f) nu vor fi difuzate sau retransmise de radiodifuzori aflați sub jurisdicția României.
- (2) Retransmisia de către distribuitorii de servicii a producțiilor audiovizuale din categoria celor prevăzute la art. 18 lit. f) este permisă numai cu respectarea



condițiilor prevăzute la alin. (3) și (5), în cazul retransmisiei de tip analogic, respectiv la alin. (4) și (5), în cazul retransmisiei de tip digital.

(3) Producțiile audiovizuale prevăzute la art. 18 lit. f) pot fi retransmise analogic numai în intervalul orar 1,00 - 5,00, codat și în cadrul pachetelor opționale.

(4) Producțiile audiovizuale prevăzute la art. 18 lit. f) pot fi retransmise digital numai în intervalul orar 21,00 - 5,00, cu respectarea următoarelor condiții tehnice și de informare a abonatului:

a) receptorul abonatului trebuie să fie prevăzut cu un sistem de blocare a accesului, denumit în continuare sistem de control parental, diferit de sistemul de control al accesului la pachetele de servicii oferite;

b) sistemul de control parental trebuie să permită accesul la serviciile de programe restricționate copiilor, în baza unui cod personal format din cel puțin 4 cifre; cifrele nu trebuie să fie vizibile pe ecran în momentul tastării;

c) sistemul de control parental trebuie să fie perfect sincronizat cu programele din această categorie, trebuie să rămână activ pe toată perioada în care se oferă aceste categorii de programe, iar accesul trebuie să fie reblocat în orice situație în care se modifică contextul vizionării (schimbarea programului, trecerea sistemului de recepție în stare de veghe, schimbarea decodului sau a cartelei de acces, după realimentarea cu tensiune);

d) în cadrul instrucțiunilor de utilizare, distribuitorul de servicii trebuie să explice, în termeni simpli și clari, modul de funcționare a sistemului de control parental, necesitatea stabilirii codului personal de acces și păstrarea confidențialității acestuia;

e) în momentul punerii în funcțiune a sistemului de recepție, distribuitorul de servicii are obligația să stabilească, împreună cu abonatul, codul personal de acces pentru fiecare dintre serviciile de programe restricționate copiilor; se recomandă evitarea stabilirii codului "1234" sau a unui cod format din aceeași cifră;

f) introducerea în oferta de servicii a unui nou serviciu de programe restricționat copiilor va fi adusă la cunoștință abonaților cu cel puțin 30 de zile înainte de modificarea ofertei, precizându-se "Program interzis persoanelor sub 18 ani".

(5) Producțiile audiovizuale prevăzute la art. 18 lit. f) vor fi însoțite permanent de semnul de avertizare reprezentând un cerc, iar în interiorul acestuia, numărul 18 de culoare albă, pe fond roșu; se interzice retransmiterea producțiilor audiovizuale care prezintă imagini cu copii având un comportament explicit sexual.

#### ART. 24

(1) Difuzarea anunțurilor promoționale pentru producțiile audiovizuale prevăzute la art. 18 lit. b), c), d) și e) se va face cu semnul de avertizare corespunzător și va respecta prevederile art. 15.

(2) Distribuitorii de servicii nu pot difuza anunțuri promoționale pentru producțiile audiovizuale prevăzute la art. 18 lit. f).

#### ART. 25

(1) Emisiunile erotice interactive, publicitatea și teleshoppingul pentru convorbirile telefonice erotice, precum și pentru produse și servicii cu destinație sexuală se difuzează numai în intervalul orar 1,00 - 5,00 și vor fi însoțite permanent de semnul de avertizare prevăzut la art. 22.

(2) Publicitatea directă sau indirectă la publicații, filme ori spectacole erotice se difuzează numai în intervalul orar 23,00 - 5,00 și va fi însoțită permanent de semnul de avertizare prevăzut la art. 21.

(3) Este interzisă difuzarea oricărei forme de publicitate sau de promovare la produse cu caracter pornografic.

#### ART. 26

(1) Radiodifuzorii au obligația de a informa sonor și vizual publicul, înainte de începerea difuzării, cu privire la genul producției audiovizuale și, după caz, cu privire la restricțiile de vizionare.

(2) Durata anunțului prevăzut la alin. (1) nu va fi mai mică de 15 secunde.

(3) Radiodifuzorii au obligația să solicite ca publicarea programelor de radio și de televiziune să fie însoțită de marcasele prevăzute în prezentul cod.

#### CAP. 3

##### Programele de știri și protecția copiilor

#### ART. 27

(1) Programele de știri și de actualități se supun cerințelor de protecție a copiilor și vizionării în familie.

(2) Avertizarea verbală a publicului, în cazul difuzării unor scene de violență sau cu posibil impact emoțional negativ, este obligatorie; radiodifuzorii vor evita prezentarea repetată a scenelor de violență.

(3) Imaginile care prezintă execuții, oameni uciși sau voluntari ai morții, indiferent de motivația acestora, se difuzează numai în cazuri temeinic justificate și în conformitate cu deontologia jurnalistică.

(4) Subiectele sau evenimentele cu teme sexuale pot fi prezentate înainte de ora 22,00 numai în situația în care imaginile și comentariile care le însoțesc nu afectează copiii.

(5) Este interzisă ilustrarea unei informații cu imagini de natură pornografică.

#### CAP. 4

##### Programele muzicale și protecția copiilor

#### ART. 28

(1) Producțiile și videoclipurile muzicale bazate pe violență fizică, psihică ori sexuală sau care folosesc un limbaj vulgar ori licențios pot fi difuzate doar cu respectarea criteriilor de clasificare și a restricțiilor orare de difuzare.

(2) Este interzisă difuzarea producțiilor și a videoclipurilor muzicale care încurajează consumul de droguri sau care sugerează că drogurile ar constitui un mijloc de rezolvare a problemelor de viață.

#### ART. 29

Publicitatea și teleshoppingul se supun cerințelor și criteriilor de protecție a copiilor.

### TITLUL II

#### Protecția demnității umane și a dreptului la propria imagine

#### ART. 30

Radiodifuzorii au obligația să respecte drepturile și libertățile fundamentale ale omului și să nu profite de ignoranța sau de buna-credință a persoanelor.

#### ART. 31

În sensul prezentului cod, sunt considerate a fi de interes public justificat orice probleme, fapte sau evenimente locale ori naționale, cu semnificație pentru viața comunității.

#### ART. 32

(1) Nu orice interes al publicului trebuie satisfăcut, iar invocarea dreptului la informare nu poate justifica invadarea vieții private.

(2) Dreptul la propria imagine nu trebuie să împiedice aflarea adevărului în probleme de interes public justificat.

#### ART. 33

(1) Este interzisă difuzarea de imagini sau de înregistrări ale persoanelor reținute pentru cercetări, arestate ori aflate în detenție, fără acordul scris al acestora.

(2) Fac excepție de la prevederile alin. (1) situațiile în care filmarea sau înregistrarea este realizată în locuri publice.

#### ART. 34

(1) Orice persoană acuzată sau cercetată pentru săvârșirea unei infracțiuni este prezumată nevinovată atâta timp cât nu a fost condamnată printr-o hotărâre penală definitivă și irevocabilă.

(2) În cadrul programelor audiovizuale nu pot fi oferite, direct sau indirect, recompense și nu pot fi făcute promisiuni de recompensare persoanelor care ar putea fi martori în cauze penale.

#### ART. 35

(1) Nu pot fi difuzate materiale audiovizuale realizate și puse la dispoziția radiodifuzorilor de către poliție sau parchet fără acordul persoanelor care sunt victime ale unor infracțiuni sau fără acordul familiilor acestora.

(2) Nu poate fi dezvăluită în nici un mod identitatea persoanelor care sunt victime ale infracțiunilor privitoare la viața sexuală, prevăzute la titlul II cap. III din Partea specială a Codului penal; se exceptează situațiile în care victimele și-au dat acordul scris.

#### ART. 36

(1) Orice persoană are dreptul la respectarea vieții sale private și de familie, a domiciliului și a corespondenței sale.

(2) Este interzisă difuzarea de știri, dezbateri, anchete sau de reportaje audiovizuale privind viața privată și de familie a persoanei, fără acordul acesteia.

(3) Fac excepție de la prevederile alin. (2) situațiile în care sunt întrunite cumulativ următoarele condiții:

a) existența unui interes public justificat;

b) existența unei legături semnificative și clare între viața privată și de familie a persoanei și interesul public justificat.

(4) Informațiile privind adresa unei persoane sau a familiei sale și numerele lor de telefon nu pot fi dezvăluite fără permisiunea acestora.

#### ART. 37

(1) Este interzisă difuzarea de imagini ale persoanei, filmate în propria locuință sau în orice alte locuri private, fără consimțământul acesteia.

(2) Este interzisă difuzarea de imagini care prezintă interioare ale unei proprietăți private, fără acordul proprietarului.

(3) Fac excepție de la prevederile alin. (1) și (2) situațiile în care imaginile difuzate:

a) pot preveni săvârșirea unei infracțiuni;

b) surprind sau pot proba săvârșirea unei infracțiuni;

c) protejează sănătatea publică;

d) surprind fapte care prezintă un interes public justificat.

#### ART. 38

Este interzisă difuzarea de imagini și sunete înregistrate cu microfoane și camere de luat vederi ascunse, cu excepția situației în care materialele audiovizuale astfel

obținute nu puteau fi realizate în condiții normale, iar conținutul lor prezintă un interes justificat pentru public.

#### ART. 39

(1) Înregistrările audio și/sau video destinate emisiunilor de divertisment, inclusiv cele de tip "camera ascunsă", nu pot fi difuzate decât cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții:

a) să nu provoace iritare sau suferință ori să nu pună persoana în situații înjositoare sau de risc;

b) persoanele care au făcut obiectul filmării/înregistrării să-și dea acordul scris pentru difuzare.

(2) În scopul informării publicului telespectator, imaginile înregistrate cu camere de luat vederi ascunse se difuzează însoțite permanent de un marcaj grafic ce simbolizează o cameră de luat vederi, conform modelului prezentat în anexa nr. 1 la prezentul cod.

#### ART. 40

Difuzarea înregistrărilor convorbirilor telefonice sau a corespondenței ajunse în posesia radiodifuzorilor este permisă în următoarele situații:

a) răspunde unor necesități de siguranță națională, ordine publică sau asigură prevenirea unor fapte penale;

b) probează comiterea unei infracțiuni;

c) prezintă un interes public justificat.

#### ART. 41

În cazul excepțiilor prevăzute la art. 36 alin. (3), art. 37 alin. (3), art. 38 și 40, radiodifuzorii pot difuza materialele audiovizuale numai însoțite de punctul de vedere al persoanei în cauză; în situația în care persoana refuză să prezinte un punct de vedere, radiodifuzorul trebuie să precizeze acest fapt.

#### ART. 42

(1) Orice persoană are dreptul la propria imagine.

(2) În cazul în care în emisiunile audiovizuale se aduc acuzații unei persoane privind fapte sau comportamente ilegale ori imorale, acestea trebuie susținute cu dovezi, iar persoanele acuzate au dreptul să intervină pentru a-și exprima punctul de vedere; dacă acuzațiile sunt aduse de radiodifuzor, acesta trebuie să respecte principiul audiatur et altera pars.

(3) Realizatorii emisiunilor au obligația să respecte dreptul persoanei la propria imagine și să pună în vedere interlocutorilor să probeze afirmațiile acuzatoare sau să indice, cel puțin, probele care le susțin.

(4) Realizatorii emisiunilor au obligația să nu permită invitaților să folosească un limbaj injurios sau să instige la violență împotriva altor persoane.

(5) Sunt interzise în programele audiovizuale orice referire peiorativă la adresa persoanelor în vârstă sau cu dizabilități, precum și punerea acestora în situații ridicole ori umilitoare.

(6) Programele audiovizuale trebuie să respecte dreptul la libertatea de gândire, de conștiință și de religie.

#### ART. 43

(1) Radiodifuzorii nu pot difuza:

a) imagini ale persoanei aflate în situația de victimă, fără acordul acesteia;

b) imagini ale persoanei fără discernământ sau decedate, fără acordul familiei;

c) imagini care exploatează sau scot în evidență traumele ori traumatismele unei persoane.

(2) În cazul martorilor la comiterea unei infracțiuni, la solicitarea acestora, difuzarea imaginilor se va realiza cu asigurarea protecției depline a identității lor.

#### ART. 44

(1) Orice persoană are dreptul la respectarea intimității în momente dificile, cum ar fi o pierdere ireparabilă sau o nenorocire.

(2) În cazul situațiilor de suferință umană, al dezastrelor naturale, accidentelor sau al actelor de violență, radiodifuzorii au obligația de a nu se amesteca nejustificat în viața privată.

#### ART. 45

(1) Difuzarea materialelor audiovizuale conținând imagini ale persoanelor aflate la tratament în unitățile de asistență medicală, precum și a datelor cu caracter personal privind starea de sănătate, problemele de diagnostic, prognostic, tratament, circumstanțe în legătură cu boala și cu alte diverse fapte, inclusiv rezultatul autopsiei, este permisă numai cu acordul persoanei sau, în cazul în care persoana este fără discernământ ori decedată, cu acordul familiei sau al aparținătorilor.

(2) Radiodifuzorii au obligația de a respecta demnitatea și anonimatul persoanelor cu tulburări psihice.

(3) Fac excepție de la prevederile alin. (1) situații de interes public justificat în care difuzarea materialului audiovizual are drept scop:

a) prevenirea săvârșirii unor fapte penale ori înlăturarea urmărilor prejudiciabile ale unor asemenea fapte;

b) probarea comiterii unei infracțiuni.

#### ART. 46

(1) Este interzisă difuzarea în programele audiovizuale a oricăror forme de manifestări antisemite sau xenofobe.

(2) Este interzisă în programele audiovizuale orice discriminare pe considerente de rasă, religie, naționalitate, sex, orientare sexuală sau etnie.

#### ART. 47

(1) Prezentarea apologetică a crimelor și abuzurilor regimurilor totalitare, nazist și comunist, a autorilor unor astfel de fapte, precum și denigrarea victimelor acestora sunt interzise în emisiunile audiovizuale.

(2) Prin apologie, în sensul prezentului cod, se înțelege: elogiul, lauda ferventă (adesea exagerată) adusă unei persoane, unei idei; apărarea (servilă și interesată) cuiva sau a ceva; discursul, scrierea care face apologia cuiva sau a ceva.

### TITLUL III

#### Dreptul la replică și la rectificare

##### CAP. 1

##### Dispoziții generale

#### ART. 48

Orice persoană fizică sau juridică, indiferent de naționalitate, ale cărei drepturi sau interese legitime au fost lezate prin prezentarea în cadrul unui program audiovizual a unor fapte neadevărate beneficiază de dreptul la replică.

#### ART. 49

(1) Dreptul la replică nu poate fi solicitat:

a) pentru opinii și judecăți de valoare;

b) în situația în care radiodifuzorii au respectat principiul audiatur et altera pars;

c) în situația în care se solicită replica la replică;

d) în cazul în care radiodifuzorul răspunde acuzațiilor unei persoane, cu condiția să nu afecteze drepturile sau interesele legitime ale unui terț;

e) în cazul unui acord scris încheiat de radiodifuzor cu persoana lezată.

(2) Respectarea principiului *audiatur et altera pars* presupune condiții nediscriminatorii de exprimare în cadrul aceluiași program.

#### ART. 50

(1) Orice persoană fizică sau juridică, indiferent de naționalitate, ale cărei drepturi sau interese legitime au fost lezate prin prezentarea în cadrul unui program audiovizual a unor informații inexacte beneficiază de dreptul la rectificare.

(2) Rectificarea nu poate fi solicitată în cazul în care inexactitatea informațiilor nu este semnificativă și clară și nici în cazul unui acord scris încheiat de radiodifuzor cu persoana lezată.

#### ART. 51

(1) Radiodifuzorii au obligația de a asigura persoanei care se consideră lezată de prezentarea în cadrul unui program audiovizual a unor fapte neadevărate sau informații inexacte accesul la revizionarea ori la reaudierea programului respectiv în termen de 24 de ore de la data primirii unei solicitări scrise din partea respectivei persoane.

(2) Accesul la revizionarea sau la reaudierea programului audiovizual poate fi asigurat fie direct, la sediul radiodifuzorului, fie indirect, prin înmânarea unei copii video sau audio a programelor respective.

(3) Persoanele care se consideră lezate de prezentarea unor fapte neadevărate sau informații inexacte pot solicita revizionarea sau reaudierea unui program audiovizual, în termen de cel mult 20 de zile de la data difuzării acestuia.

(4) În cazul în care persoanele lezate sunt minori în vârstă de până la 14 ani, cererea de revizionare sau de reaudiere va fi semnată de părinți sau de reprezentantul legal; pentru minorii cu vârste între 14 și 18 ani cererea va fi semnată de aceștia și de părinți sau de reprezentantul legal.

(5) Minorii vor fi asistați la revizionări sau la reaudieri de părinți sau de reprezentantul legal.

### CAP. 2

#### Procedura exercitării dreptului la replică

#### ART. 52

(1) Persoanele ale căror drepturi sau interese legitime au fost lezate prin prezentarea unor fapte neadevărate și care doresc să beneficieze de dreptul la replică vor transmite în scris, la sediul postului care a difuzat programul incriminat, o cerere care va conține următoarele:

a) numele persoanei care se consideră vătămată, adresa acesteia, telefonul sau orice alt mijloc care să facă posibilă contactarea sa rapidă și eficientă;

b) serviciul de programe care a difuzat emisiunea în care s-a produs lezarea, data și ora difuzării, denumirea emisiunii;

c) faptele neadevărate pentru care se solicită dreptul la replică;

d) motivarea cererii;

e) textul replicii.

(2) În cazul minorilor în vârstă de până la 14 ani, cererea va fi semnată de părinți sau de reprezentantul legal; pentru cei cu vârste între 14 și 18 ani, cererea va fi semnată de aceștia și de părinți sau de reprezentantul legal.

#### ART. 53

Textul replicii trebuie să se refere numai la faptele neadevărate contestate, să fie exprimat în limitele decenței și să nu conțină amenințări sau comentarii marginale.

#### ART. 54

(1) Cererea va fi înregistrată de radiodifuzor cu precizarea datei și orei primirii, iar solicitantului i se va înmâna o dovadă scrisă în acest sens.

(2) În cazul în care radiodifuzorul refuză să înregistreze cererea, solicitantul se poate adresa direct Consiliului Național al Audiovizualului în termen de cel mult 30 de zile de la data difuzării programului care a produs lezarea.

#### ART. 55

Termenul de transmitere a cererii este de cel mult 20 de zile de la data difuzării emisiunii în care s-a produs lezarea.

#### ART. 56

Radiodifuzorul poate refuza dreptul la replică în următoarele situații:

- a) cererea nu a fost trimisă în termenul prevăzut la art. 55;
- b) textul replicii nu întrunește condițiile stabilite la art. 53;
- c) lungimea textului depășește cu mult necesarul dreptului la replică, iar persoana lezată nu acceptă scurtarea textului;
- d) persoana care solicită dreptul la replică nu respectă condițiile prevăzute la art. 52;
- e) radiodifuzorul deține dovezi care probează adevărul faptelor prezentate.

#### ART. 57

(1) Radiodifuzorul va decide, în termen de două zile de la data primirii cererii de acordare a dreptului la replică, dacă îi va da curs sau nu.

(2) În cazul în care radiodifuzorul decide acordarea dreptului la replică, va comunica persoanei lezate, în termen de două zile de la data primirii cererii, ziua și ora difuzării dreptului la replică.

(3) În cazul în care radiodifuzorul refuză să acorde dreptul la replică, va comunica în scris solicitantului decizia luată și motivarea acesteia, în termen de două zile de la primirea cererii.

(4) În refuzul motivat se vor mai comunica solicitantului următoarele:

- a) posibilitatea, în cazul în care acesta este nemulțumit de decizia radiodifuzorului, de a se adresa Consiliului Național al Audiovizualului;
- b) termenul de 15 zile de la data primirii refuzului motivat, în care solicitantul se poate adresa Consiliului Național al Audiovizualului;
- c) adresa Consiliului Național al Audiovizualului și un număr de telefon la care solicitantul poate contacta Consiliul pentru a obține informațiile necesare.

#### ART. 58

(1) Dreptul la replică va fi difuzat gratuit, în termen de 3 zile de la data aprobării cererii, în aceleași condiții în care drepturile sau interesele legitime ale persoanei au fost lezate: în cadrul aceluiași interval orar, al aceleiași emisiuni, în limitele aceleiași durate și cu precizarea emisiunii în care s-a produs lezarea.

(2) Dacă emisiunea în care s-a produs lezarea este programată într-un interval mai lung de 7 zile, dreptul la replică se difuzează în termen de 3 zile, în același interval orar și cu precizarea emisiunii în care s-a produs lezarea.

#### ART. 59

Dreptul la replică se exercită fie prin difuzarea pe post a intervenției directe a persoanei lezate, fie prin difuzarea unei înregistrări realizate de radiodifuzor sau de solicitant; înregistrarea realizată de solicitant trebuie să corespundă standardelor tehnice utilizate de radiodifuzor.

## CAP. 3

### Procedura rectificării

#### ART. 60

(1) Persoanele ale căror drepturi sau interese legitime au fost lezate prin prezentarea unor fapte inexacte și care doresc să beneficieze de rectificare vor transmite în scris, la sediul postului care a difuzat programul incriminat, o cerere care va conține următoarele:

- a) numele persoanei care se consideră vătămată, adresa acesteia, telefonul sau orice alt mijloc care să facă posibilă contactarea sa rapidă și eficientă;
- b) serviciul de programe în cadrul căruia s-a difuzat emisiunea în care s-a produs lezarea, data și ora difuzării, denumirea emisiunii;
- c) faptele inexacte pentru care se solicită rectificarea;
- d) motivarea cererii.

(2) În cazul minorilor în vârstă de până la 14 ani, cererea va fi semnată de părinți sau de reprezentantul legal; pentru cei cu vârste între 14 și 18 ani, cererea va fi semnată de aceștia și de părinți sau de reprezentantul legal.

#### ART. 61

(1) Cererea va fi înregistrată de radiodifuzor, cu precizarea datei și orei primirii, iar solicitantul va primi o dovadă scrisă în acest sens.

(2) În cazul în care radiodifuzorul refuză să înregistreze cererea, solicitantul se poate adresa direct Consiliului Național al Audiovizualului în termen de cel mult 30 de zile de la data difuzării programului care a produs lezarea.

#### ART. 62

Termenul de transmitere a cererii este de cel mult 20 de zile de la data difuzării emisiunii în care s-a produs lezarea.

#### ART. 63

(1) Radiodifuzorul va decide, în termen de două zile de la data primirii cererii de rectificare, dacă îi va da curs sau nu.

(2) În cazul în care radiodifuzorul decide rectificarea, va comunica persoanei lezate, în termen de cel mult două zile de la primirea cererii, ziua și ora difuzării rectificării.

(3) În cazul în care radiodifuzorul refuză rectificarea, va comunica în scris solicitantului, în termen de două zile de la primirea cererii, decizia luată, motivarea acesteia și informațiile prevăzute în art. 57 alin. (4).

#### ART. 64

(1) Dreptul la rectificare se exercită prin difuzarea gratuită pe post, în termen de 3 zile de la data aprobării cererii, în același interval orar, a unui material realizat de radiodifuzor, prin care acesta corectează, în spiritul adevărului, informațiile inexacte care au produs lezarea.

(2) Radiodifuzorul este obligat să precizeze emisiunea în care au fost prezentate informațiile inexacte și data difuzării ei.

(3) Radiodifuzorul nu poate difuza rectificarea fără acordul prealabil al persoanei lezate.

#### ART. 65

Rectificarea poate fi refuzată de radiodifuzor în următoarele condiții:

- a) solicitarea a depășit termenul prevăzut la art. 62;
- b) solicitarea nu îndeplinește condițiile stabilite la art. 50 alin. (2) și la art. 60.



## CAP. 4

### Sesizarea Consiliului Național al Audiovizualului

#### ART. 66

(1) Persoana ale cărei drepturi sau interese legitime au fost lezate prin prezentarea în cadrul unui program audiovizual a unor fapte neadevărate sau informații inexacte și careia i s-a refuzat dreptul la replică ori la rectificare se poate adresa Consiliului Național al Audiovizualului în termen de 15 zile de la data primirii refuzului motivat din partea radiodifuzorului.

(2) În cazul în care radiodifuzorul nu își îndeplinește obligația de a comunica solicitantului decizia luată, acesta din urmă se poate adresa Consiliului Național al Audiovizualului în termen de cel mult 30 de zile de la data difuzării programului care a produs lezarea.

#### ART. 67

Sesizarea, însoțită de întreaga documentație referitoare la cererile de acordare a dreptului la replică sau la rectificare, se înregistrează la Registratura Consiliului Național al Audiovizualului.

#### ART. 68

Consiliul Național al Audiovizualului este obligat să se pronunțe asupra sesizării în termen de cel mult 7 zile de la data înregistrării ei.

#### ART. 69

În cazul în care Consiliul Național al Audiovizualului dă câștig de cauză solicitantului, radiodifuzorul va duce la îndeplinire decizia Consiliului Național al Audiovizualului în cel mult 3 zile de la data comunicării ei.

#### ART. 70

Acordarea dreptului la replică sau la rectificare nu împiedică persoana ale cărei drepturi sau interese legitime au fost lezate să se adreseze instanțelor judecătorești.

## TITLUL IV

### Asigurarea informării corecte și a pluralismului

#### ART. 71

(1) În programele de știri și dezbateri informarea în probleme de interes public, de natură politică, economică, socială și culturală, trebuie să respecte următoarele principii:

- a) asigurarea imparțialității, echilibrului și favorizarea liberei formări a opiniilor, prin prezentarea principalelor puncte de vedere aflate în opoziție, în perioada în care problemele sunt în dezbatere publică;
- b) asigurarea unei distincții clare între faptele și opiniile prezentate;
- c) evitarea oricăror forme de discriminare pe considerente de rasă, etnie, religie, naționalitate, sex, orientare sexuală sau vârstă.

(2) Prevederile alin. (1) lit. a) sunt respectate și în cazul în care punctele de vedere exprimate aparțin experților, jurnaliștilor, reprezentanților partidelor neparlamentare, minorităților, organizațiilor neguvernamentale, sindicatelor și patronatelor.

(3) Prezentarea principalelor puncte de vedere aflate în opoziție se asigură, de regulă, în cadrul aceleiași emisiuni sau, în mod excepțional, în emisiunile următoare; în cazul în care cei solicitați refuză să își precizeze punctul de vedere, acest fapt se menționează pe post.

#### ART. 72

Principiile enunțate la art. 71 alin. (1) nu exclud posibilitatea radiodifuzorului de a-și exprima opinia în legătură cu subiectul prezentat.

#### ART. 73

În vederea respectării și garantării prevederilor art. 3 alin. (1) și (2) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, precum și a prevederilor art. 71 din prezentul cod, radiodifuzorii nu pot difuza emisiuni audiovizuale editate, prezentate, moderate sau realizate de parlamentari, reprezentanți ai Guvernului și ai administrației publice locale, reprezentanți ai Administrației Prezidențiale, persoane cu funcții în structura partidelor politice sau purtători de cuvânt ai acestora, persoane desemnate public să candideze ori care și-au anunțat public intenția de a candida la alegerile locale, parlamentare sau prezidențiale.

#### ART. 74

(1) În programele de știri radiodifuzorii aflați sub jurisdicția României vor respecta regula celor trei părți, după cum urmează:

a) o treime din timpul total destinat exprimării reprezentanților puterii și opoziției va fi alocată opoziției parlamentare (senatori, deputați, persoane cu funcții de conducere în partide, primari, consilieri locali și județeni);

b) o treime din timpul total destinat exprimării reprezentanților puterii și opoziției va fi alocată reprezentanților autorității publice centrale (primul-ministru, miniștri, secretari de stat, prefecți și purtători de cuvânt ai acestora);

c) o treime din timpul total destinat exprimării reprezentanților puterii și opoziției va fi alocată partidelor care formează majoritatea parlamentară (senatori, deputați, persoane cu funcții de conducere în partide, primari, consilieri locali și județeni).

(2) Se exceptează de la regula celor trei părți:

a) timpul alocat primului-ministru, atunci când acesta reprezintă România la evenimente internaționale oficiale, interne sau externe;

b) timpul alocat unor relatări și intervenții referitoare la producerea de calamități naturale sau de epidemii, la măsurile de înlăturare a efectelor acestora; această excepție nu anulează dreptul opoziției de a-și exprima punctul de vedere în legătură cu evenimentul în cauză și cu măsurile stabilite de autorități.

(3) Monitorizarea respectării regulii celor trei părți se realizează pe perioade glisante de două luni consecutive; în cazul constatării unui dezechilibru evident, Consiliul Național al Audiovizualului va solicita radiodifuzorului să restabilească echilibrul în luna ce urmează perioadei monitorizate.

#### ART. 75

Numărul reprezentanților puterii și ai opoziției, participanți la alte emisiuni decât cele de știri, va fi egal; respectarea acestei reguli se monitorizează în conformitate cu dispozițiile art. 74 alin. (3).

#### ART. 76

În cadrul programelor de știri și dezbateri care abordează probleme de interes public privind minoritățile etnice, religioase sau sexuale se va prezenta și un punct de vedere al acestora.

#### ART. 77

Radiodifuzorii trebuie să precizeze calitatea politică a persoanelor care își exprimă punctele de vedere în cadrul emisiunilor informative sau de dezbateri.

#### ART. 78

În cadrul emisiunilor cu caracter informativ și al dezbaterilor radiodifuzorii trebuie să respecte următoarele reguli:

- a) rigoare și acuratețe în redactarea și prezentarea știrilor;
- b) între subiectul tratat și imaginile ce însoțesc comentariul să existe o conexiune reală;
- c) să asigure o distincție clară între reconstituirea faptului cu ajutorul altor persoane și imaginile și/sau sunetul înregistrate la evenimentul real;
- d) în cazul prezentării de materiale audiovizuale provenind din surse externe redacției, să se precizeze acest lucru; fac excepție materialele audiovizuale provenite de la agențiile de presă;
- e) în enunțarea unor ipoteze sau a unor relații de cauzalitate privind producerea unor eventuale catastrofe, să se solicite și un punct de vedere al unei persoane cu competență în domeniu;
- f) sondajele de opinie prezentate să fie însoțite de următoarele informații:
  - denumirea instituției care a realizat sondajul;
  - data sau intervalul în care a fost efectuat sondajul și metodologia utilizată;
  - dimensiunea eșantionului și eroarea maximă de eșantionare;
  - solicitantul sondajului;
- g) televotul sau anchetele făcute pe stradă să nu fie prezentate ca fiind reprezentative pentru opinia publică sau pentru un anumit grup social ori etnic;
- h) să se precizeze numărul mesajelor primite prin orice mijloace de comunicare, atunci când se prezintă opiniile publicului;
- i) difuzarea de mesaje în timpul emisiunilor, primite prin orice mijloace de comunicare, este posibilă numai în situația în care radiodifuzorii asigură un mod de verificare publică a acestora.

#### ART. 79

În cazurile de răpiri sau deturnări, radiodifuzorii trebuie să se asigure că materialele audiovizuale difuzate nu aduc prejudicii eforturilor depuse pentru soluționarea lor și nu pun în pericol viețile persoanelor în cauză.

#### ART. 80

(1) Practicile oculte, paranormale sau exorcismul trebuie tratate cu obiectivitate corespunzătoare, în cadrul unui pluralism al punctelor de vedere.

(2) Nu pot fi difuzate emisiuni interactive în care se oferă publicului, la cererea acestuia, consultații și tratamente medicale, indiferent de mijloacele și procedurile folosite.

(3) Nu pot fi difuzate emisiuni interactive în care publicul apelează la vrăjitori și ghicitori sau la alte activități interzise prin lege.

#### ART. 81

(1) În cazul informării asupra unor accidente, dezastre sau tragedii colective, se va evita accentuarea gratuită a stării de îngrijorare și se vor cita sursele de informare.

(2) Se vor evita speculațiile asupra evenimentelor tragice, cauzelor și consecințelor lor ori prezentarea repetată a unor imagini șocante, pentru a nu provoca temeri inutile sau panică în rândul publicului.

(3) Nu se vor preciza numele victimelor până la comunicarea sau confirmarea oficială a acestora.

#### ART. 82

(1) Radiodifuzorii care dau publicității date, informații, avertizări și prognoze meteorologice sunt obligați să precizeze sursa de informare.

(2) Serviciile publice de radio și de televiziune sunt obligate să aducă la cunoștință publicului, în mod repetat, informațiile, prognozele generale și avertizările meteorologice referitoare la fenomenele meteorologice periculoase, furnizate de Centrul meteorologic național.

#### ART. 83

În vederea informării corecte a populației despre iminența producerii unor dezastre și despre zonele de risc potențial, despre măsurile de prevenire, de intervenție operativă și de refacere în cazul dezastrelor (calamități naturale și alte catastrofe), pentru diminuarea efectelor sociale, economice și ecologice ale acestora, radiodifuzorii au obligația să confrunte informațiile primite din surse proprii sau de la colaboratori ocazionali cu informațiile deținute de autoritățile competente, înainte de a transmite știri și puncte de vedere care pot genera panică în rândul populației; în cazul în care versiunile primite diferă, se va transmite în mod obligatoriu și informația provenită de la sursa autorizată legal, cu menționarea acesteia.

#### ART. 84

(1) Informațiile și comunicatele oficiale ale autorităților publice cu privire la dezastre, la starea de urgență sau la starea de asediu se difuzează integral și cu prioritate.

(2) În conformitate cu prevederile legale, decretul de instituire a stării de asediu sau a stării de urgență împreună cu măsurile urgente de aplicare se aduc neîntârziat la cunoștință populației; decretul se difuzează pe posturile de radio și de televiziune în cel mult două ore de la semnare și este difuzat în mod repetat în primele 24 de ore de la instituirea stării de asediu sau de urgență.

(3) Informațiile cu privire la starea de asediu sau la starea de urgență, cu excepția celor referitoare la dezastre, se dau publicității numai cu avizul autorităților militare.

(4) Pe timpul stării de asediu sau al stării de urgență radiodifuzorii sunt obligați să transmită, cu prioritate, mesajele autorităților militare, la cererea acestora.

#### ART. 85

(1) Prezența siglei serviciului de programe de televiziune pe întreaga durată a difuzării, cu excepția timpului afectat publicității, este obligatorie.

(2) Afișarea pe ecran a informațiilor ce se impun pentru precizarea caracterului transmisiei este obligatorie în următoarele cazuri:

a) la transmiterea în direct a unor emisiuni, evenimente sau manifestări, cu excepția buletinelor de știri, se va face mențiunea "Transmisiune în direct" sau "Direct" pe întreaga durată a emisiunii ori transmisiei.

b) la difuzarea în reluare a emisiunilor informative, politice, social-economice, sportive, culturale, religioase și de divertisment, se va face mențiunea "Reluare" sau "În reluare" pe întreaga durată a difuzării acestora.

#### ART. 86

În cazul utilizării unor imagini și/sau înregistrări sonore de arhivă în alte emisiuni decât cele având caracter retrospectiv declarat, este obligatorie informarea publicului prin mențiunea "Arhivă"; data filmării sau a înregistrării trebuie precizată dacă este necesară pentru înțelegerea corectă a informației.

#### ART. 87

Radiodifuzorii au obligația de a asigura respectarea orei anunțate de începere a emisiunii/programului, în special a emisiunilor informative; fac excepție situațiile de forță majoră.

### TITLUL V

#### Responsabilități culturale

#### ART. 88

Radiodifuzorii au obligația de a asigura respectarea normelor ortografice, ortoepice și morfologice ale limbii române, stabilite de Academia Română.

#### ART. 89

Programele oferite publicului de posturile de radio și de televiziune trebuie să răspundă standardelor editoriale elaborate în cadrul mecanismelor de autoreglementare, cu respectarea normelor europene și a legislației naționale în materie, să reflecteze diversitatea culturală în respectul identității naționale și europene.

#### ART. 90

Radiodifuzorii au obligația să rezerve operelor audiovizuale românești o proporție de cel puțin 30% din timpul de difuzare al fiecărui serviciu de programe de televiziune, cu excepția timpului consacrat informațiilor, manifestărilor sportive, jocurilor, publicității, precum și serviciilor de teletext și teleshopping.

#### ART. 91

(1) În sensul prezentului cod, sunt considerate opere românești:

- a) operele originare din România, realizate de autori și lucrători rezidenți în România;
- b) operele originare din alte state, realizate în baza unor tratate bilaterale de coproducție, dacă coproducătorii din România furnizează un procent majoritar din totalul costurilor producției, iar aceasta nu este controlată de unul sau mai mulți producători stabiliți în afara României.

(2) Operele care nu sunt considerate opere românești în sensul alin. (1), dar care sunt realizate în principal de către autori și lucrători rezidenți în România vor fi considerate opere românești într-un procent corespunzător procentului contribuției coproducătorilor din România la totalul costurilor de producție.

#### ART. 92

Radiodifuzorii vor prezenta trimestrial Consiliului Național al Audiovizualului un raport cuprinzând operele românești difuzate în trimestrul anterior în cadrul fiecărui serviciu de programe și procentul din timpul de difuzare consacrat acestora.

#### ART. 93

(1) Prevederile art. 90 - 92 nu se aplică serviciilor de programe destinate unei audiențe locale, asigurate de radiodifuzorii care nu fac parte dintr-o rețea națională.

(2) Dispozițiile art. 90 - 93 își încetează aplicabilitatea începând cu data de 1 ianuarie 2007.

#### ART. 94

Începând cu data de 1 ianuarie 2007, radiodifuzorii aflați în jurisdicția României au obligația de a asigura în cadrul fiecărui serviciu de programe de televiziune îndeplinirea următoarelor cerințe:

- a) să rezerve operelor europene, astfel cum sunt definite la art. 23 din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, un procent de minimum 50% din timpul de difuzare, cu excepția timpului consacrat informațiilor, manifestărilor sportive, jocurilor, publicității, precum și serviciilor de teletext și teleshopping;
- b) să rezerve operelor europene create de producători independenți cel puțin 10% din timpul de difuzare, cu excepția timpului consacrat informațiilor, manifestărilor sportive, jocurilor, publicității, precum și serviciilor de teletext și teleshopping, sau cel puțin 10% din bugetul lor de programe.

#### ART. 95

Radiodifuzorii care după data de 1 ianuarie 2007 nu pot atinge proporția majoritară prevăzută la art. 94 lit. a) o vor realiza progresiv în interval de un an, în funcție de responsabilitățile educaționale, culturale și de divertisment pe care le au față de public.

#### ART. 96

(1) Sunt exceptate de la prevederile art. 94 serviciile de programe de televiziune care îndeplinesc simultan următoarele condiții:

- a) au o audiență potențială de până la 3% din populația recenzată a țării;
- b) nu difuzează filme artistice de lung metraj și seriale pentru televiziune;
- c) conținutul serviciului de programe este exclusiv de interes local.

(2) Serviciile de programe de televiziune difuzate în baza unei licențe acordate pentru municipiul București sunt exceptate de la prevederile art. 94 dacă îndeplinesc simultan următoarele condiții:

- a) nu difuzează filme artistice de lung metraj și seriale pentru televiziune;
- b) conținutul serviciului de programe este exclusiv de interes local.

#### ART. 97

Consiliul Național al Audiovizualului va monitoriza îndeplinirea dispozițiilor art. 94 și 95 prin evaluarea și autorizarea programelor audiovizuale difuzate.

#### ART. 98

Începând cu data de 1 ianuarie 2007, radiodifuzorii vor prezenta trimestrial Consiliului Național al Audiovizualului un raport, conform modelului prezentat în anexa nr. 2 care face parte integrantă din prezentul cod.

### TITLUL VI

#### Jocuri și concursuri

#### ART. 99

(1) Jocurile și concursurile trebuie să se desfășoare în mod corect, premiile trebuie să fie prezentate cu exactitate, iar regulile trebuie să fie clare și aduse la cunoștință în mod corespunzător.

(2) Este interzisă descrierea calității produselor sau a serviciilor oferite ca premii în emisiunile-concurs, cu excepția mărcii și a prețului.

(3) Fac excepție de la prevederile alin. (2) produsele sau serviciile culturale.

#### ART. 100

În emisiunile de jocuri și concursuri destinate copiilor, premiile oferite și valoarea lor vor fi potrivite vârstei acestora; nu se pot oferi premii în bani.

#### ART. 101

(1) Comunicarea în cadrul unei emisiuni sau al unui program a numerelor de apel ale serviciilor de telefonie, în scopul invitării publicului de a participa la un concurs cu premii sau televot ori pentru a-și exprima opiniile, trebuie să respecte următoarele cerințe:

- a) să pună la dispoziție publicului informații clare privind tariful aplicat de furnizor pe unitatea de timp, incluzând taxa pe valoarea adăugată și, după caz, toate taxele suplimentare;
- b) să informeze corect publicul cu privire la condițiile și modalitatea de a intra în posesia premiului oferit, inclusiv eventualele costuri suplimentare;
- c) în situația în care tariful se aplică în mod automat din momentul formării numărului (apel fără răspuns), acest lucru va fi adus la cunoștință publicului pe parcursul emisiunii, periodic, atât sub formă scrisă, cât și oral.

(2) În cadrul serviciilor de programe de televiziune, tariful aplicat de furnizorul de servicii de telefonie va fi prezentat lizibil, pe întreaga durată de afișare a numărului de apel, utilizându-se caractere cu dimensiuni identice cu cele ale numărului de apel.

(3) În cadrul serviciilor de programe de radiodifuziune sonoră, tariful aplicat de furnizorul de servicii de telefonie va fi precizat imediat după comunicarea numărului de apel, astfel încât să fie clar perceput de radioascultător.

(4) În cazul concursurilor cu premii, care în mod normal implică o durată a apelului mai mare de 3 minute, publicul va fi informat în condiții similare celor impuse afișării tarifului aplicat, condiții precizate la alin. (2) și (3).

(5) Cerințele enunțate la alin. (1) lit. a), alin. (2) și (3) se aplică și publicității pentru convorbirile telefonice erotice.

## TITLUL VII

### Sponsorizare, publicitate, teleshopping

#### CAP. 1

#### Sponsorizare

##### ART. 102

(1) Sponsorizarea desemnează participarea unei persoane fizice sau juridice, care nu este angajată în activități de radiodifuziune sau de televiziune ori în producția operelor audiovizuale, la finanțarea directă sau indirectă a unei emisiuni, în scopul de a-și promova numele, marca comercială ori imaginea, propriile activități sau produse.

(2) Conținutul și programarea unei emisiuni sponsorizate nu pot să fie influențate de către sponsor într-o manieră care să aducă atingere independenței editoriale a radiodifuzorului.

(3) Emisiunile sponsorizate nu trebuie să incite la vânzarea, cumpărarea sau închirierea produselor ori serviciilor sponsorului sau ale unui terț, în special prin referiri promoționale ori de natură comercială la aceste produse sau servicii, făcute în timpul respectivelor emisiuni.

(4) Sponsorizarea trebuie să fie în mod clar separată de publicitate; anunțurile de sponsorizare nu trebuie să conțină mesaje publicitare.

(5) Atunci când un anunț promoțional conține o referire la sponsorul programului, aceasta trebuie să fie scurtă și secundară.

(6) În anunțul sponsorului nu trebuie să existe nici o conexiune cu publicitatea difuzată referitoare la produsele sau serviciile sponsorului.

##### ART. 103

(1) Nu pot fi sponsorizate emisiuni de știri și dezbateri pe teme politice; nu poate fi sponsorizat întregul serviciu de programe.

(2) Emisiunile/programele audiovizuale nu pot fi sponsorizate de către persoane fizice ori juridice care au ca obiect principal de activitate fabricarea sau vânzarea de produse ori furnizarea de servicii a căror publicitate este interzisă.

(3) Sponsorizarea programelor de către persoane fizice sau juridice ale căror activități includ fabricarea ori comercializarea produselor medicale sau a tratamentelor medicale se poate face numai prin promovarea numelui sau a imaginii persoanei respective.

##### ART. 104

Este interzisă difuzarea, în intervalul orar 6,00-23,00, a emisiunilor sponsorizate de companiile al căror nume sau marcă este identică cu numele ori marca unei băuturi alcoolice.

#### ART. 105

(1) În cazul emisiunilor destinate copiilor nu trebuie să fie percepută nici o conexiune între numele, marca sau imaginea sponsorului și denumirea emisiunii.

(2) Emisiunile destinate copiilor nu pot fi sponsorizate de către persoane fizice sau juridice ale căror activități includ fabricarea ori comercializarea produselor medicale, a tratamentelor medicale sau a suplimentelor alimentare.

(3) Emisiunile destinate copiilor nu pot fi sponsorizate de către persoane fizice ori juridice care organizează jocuri și concursuri interzise copiilor.

#### ART. 106

(1) Ori de câte ori o emisiune este sponsorizată, acest lucru trebuie să poată fi clar identificat ca atare de către public, în cadrul genericului de la începutul și/sau de la sfârșitul emisiunii.

(2) În cadrul emisiunilor/programelor sponsorizate cu o durată mai mare de 30 de minute, cu excepția transmisiunilor sportive, numele, sigla comercială sau logoul sponsorului ori numele sau imaginea unui produs reprezentativ se difuzează timp de maximum 60 de secunde pe întreaga durată a acestora, fără a se face nici un fel de referire comercială sau de conexiune cu publicitatea difuzată la produsele ori serviciile sponsorului; în cazul emisiunilor cu o durată de până la 30 de minute, timpul maxim de difuzare este de 30 de secunde.

### CAP. 2

#### Publicitate și teleshopping

#### SECȚIUNEA 1

##### Dispoziții generale

#### ART. 107

Publicitatea și teleshoppingul vor respecta regulile unei competiții corecte și transparente, care trebuie să servească, în primul rând, interesele publicului.

#### ART. 108

Este interzisă orice formă de promovare a unor produse sau a unor servicii care sugerează publicului ori îl instigă să renunțe la alte produse sau servicii similare ori asemănătoare pe motivul că acestea din urmă devin inutile sau improprii folosinței.

#### ART. 109

Este interzisă orice formă de publicitate care sugerează publicului să renunțe la fructele și la alimentele naturale de bază.

#### ART. 110

Publicitatea comparativă este posibilă numai în cazul în care respectă prevederile Legii nr. 148/2000 privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare.

#### ART. 111

Durata publicității și a teleshoppingului nu constituie un motiv care să justifice înlăturarea obligațiilor de informare corectă a publicului în legătură cu bunurile sau serviciile promovate.

#### ART. 112

(1) Este interzisă difuzarea de emisiuni, altele decât emisiunile de teleshopping, în care sunt prezentate bunuri sau servicii individualizate care pot fi identificate de public prin marcă, producător ori prin modalități de comercializare; aceste restricții nu se referă la denumirea companiilor producătoare de bunuri sau prestatoare de servicii.



(2) Fac excepție de la prevederile alin. (1) produsele și serviciile culturale sau cele destinate învățământului.

(3) Fac excepție de la prevederile alin. (1) produsele IT și auto, cu condiția prezentării în scop informativ, în cadrul aceleiași emisiuni, a mai multor produse de același gen sau clasă.

#### ART. 113

(1) Este interzisă descrierea calității produselor sau serviciilor oferite ca premii în emisiunile-concurs, cu excepția mărcii și a prețului.

(2) Fac excepție de la prevederile alin. (1) produsele sau serviciile culturale.

#### ART. 114

(1) Informațiile prezentate în spoturi publicitare sau în emisiuni de teleshopping nu trebuie să inducă în eroare publicul, direct ori prin omisiune, în privința:

a) caracteristicilor produsului și, în special, a naturii, identității, proprietăților, compoziției, cantității, durabilității, originii sau provenienței, precum și a metodelor de fabricație ori de producție;

b) atribuirii de efecte sau de proprietăți pe care produsul nu le posedă;

c) prețului sau a tarifelor; acestea vor fi prezentate integral, incluzând taxa pe valoarea adăugată și toate taxele suplimentare;

d) condițiilor în care sunt distribuite produsele sau sunt prestate serviciile.

(2) Orice informație sau avertizare difuzată sub formă de videotext va fi prezentată static, lizibil și pe o durată suficientă, astfel încât să fie clar percepută de telespectatori.

#### ART. 115

Publicitatea sau teleshoppingul care se referă la o ofertă specială trebuie să indice, în mod clar și neechivoc, data la care încetează oferta sau, dacă este cazul, faptul că oferta specială se referă la stocul de bunuri ori de servicii disponibil, iar dacă oferta specială nu a început încă, data de începere a perioadei în care se aplică prețul special sau alte condiții specifice.

#### ART. 116

(1) Este interzisă difuzarea de publicitate și de teleshopping în care apar prezentatori ai emisiunilor de știri.

(2) Este interzisă difuzarea anunțurilor de interes public și a apelurilor în scopuri caritabile prin care se promovează produse sau servicii.

#### ART. 117

(1) Calupurile publicitare trebuie separate clar, sonor și vizual, de programele audiovizuale, prin coperte neutre.

(2) În cadrul unui calup publicitar poate fi difuzat un singur grupaj de anunțuri promoționale.

(3) În cazul în care în spoturile publicitare sunt folosite personaje, decoruri sau situații din emisiunile difuzate, pe lângă condițiile de separare prevăzute la alin. (1), se va insera pe întreaga durată a difuzării mențiunea "Publicitate".

#### ART. 118

Radiodifuzorii pot difuza în timpul transmisiunilor sportive minispoturi de publicitate, cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții:

a) durata minispotului să nu depășească 10 secunde;

b) maximum două minispoturi pe repriză;

c) să fie inserate în momentele de întrerupere naturală a jocului;

d) să fie însoțite pe toată durata difuzării de un marcaj cât mai vizibil, constând în majuscula "P" încadrată într-un cerc cu suprafața transparentă, amplasat în partea din dreapta jos a ecranului.

#### ART. 119

Radiodifuzorii pot difuza în timpul transmisiei unei competiții sportive logouri, cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții:

- a) logoul poate fi inserat numai în momentul în care se anunță înlocuirea unui jucător sau când se anunță scorul;
- b) durata unui insert să nu depășească 10 secunde, iar durata totală de difuzare pe întreaga transmisie să nu depășească două minute;
- c) logoul să fie plasat deasupra sau sub zona de difuzare a informației precizate la lit. a) și să nu depășească dimensiunile acesteia.

#### ART. 120

În cadrul serviciilor de programe de televiziune se pot difuza spoturi publicitare izolate numai dacă pauzele disponibile pentru inserarea spoturilor între părțile unui program, cum ar fi pauzele dintre rundele unui meci de box sau de tenis, sunt foarte scurte.

#### ART. 121

(1) În mod excepțional, în cadrul serviciilor de programe de televiziune se pot difuza, în intervalul orar 20,00 - 22,00, în alte situații decât cele precizate la art. 120, două spoturi publicitare izolate.

(2) În cazul publicității pentru băuturi spirtoase, spotul publicitar izolat va fi difuzat numai în intervalul orar 23,00 - 6,00.

#### ART. 122

Spotul publicitar difuzat izolat trebuie să respecte următoarele condiții:

- a) durata spotului să nu depășească 30 de secunde;
- b) să fie însoțit pe toată durata difuzării de un marcaj cât mai vizibil, constând în majuscula "P" încadrată într-un cerc cu suprafața transparentă, amplasat în partea din dreapta jos a ecranului.

#### ART. 123

Societatea Română de Televiziune poate difuza în timpul transmisiilor sportive minispoturi publicitare, spoturi difuzate izolat și logouri, cu respectarea condițiilor precizate la art. 118 - 120.

#### ART. 124

În cazul transmisiilor în direct, publicitatea nu trebuie să afecteze integritatea programelor respective.

#### ART. 125

Plasarea de produse/servicii în programele audiovizuale este permisă numai în filme și seriale pentru televiziune și cu respectarea următoarelor condiții:

- a) să se încadreze în mod natural în desfășurarea producției audiovizuale;
- b) să nu fie acordată o vizibilitate exagerată produsului/serviciului, cum ar fi menționarea mărcii unui produs sau prezentarea unui produs în prim-plan ori dintr-un unghi care să permită evidențierea mărcii.

### SECȚIUNEA a 2-a

#### Publicitate la alcool

#### ART. 126

(1) În cadrul serviciilor de programe de televiziune este interzisă, în intervalul orar 6,00 - 22,00, orice formă de publicitate la băuturi spirtoase.

(2) În cadrul serviciilor de programe de radiodifuziune sonoră este interzisă orice formă de publicitate la băuturi spirtoase în următoarele intervale orare:

- a) 6,00 - 8,00 și 10,00 - 22,00, în zilele de luni până vineri;

b) 6,00 - 22,00, sâmbăta și duminica.

ART. 127

În sensul prezentei decizii, băuturile spirtoase sunt cele definite în Ordinul ministrului agriculturii, alimentației și pădurilor, al ministrului sănătății și familiei și al președintelui Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor nr. 268/441/117/2003, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 573 din 11 august 2003, cu modificările ulterioare.

ART. 128

Este interzisă difuzarea de publicitate la băuturi alcoolice, prin care se promovează comportamente sau atitudini violente, agresive ori antisociale.

ART. 129

Este interzisă difuzarea de spoturi publicitare la alcool, în care apar minori.

ART. 130

Este interzisă difuzarea anunțurilor promoționale și a concursurilor care conțin referiri la numele sau la marca unei băuturi spirtoase; în cadrul concursurilor nu se pot oferi premii sponsorizate de firme producătoare de astfel de băuturi.

ART. 131

Transmisile sportive sponsorizate de producătorii de băuturi spirtoase pot fi difuzate numai în intervalul orar 23,00 - 6,00.

ART. 132

Evenimentele sportive desfășurate pe teritoriul României care nu respectă dispozițiile Legii nr. 148/2000, cu modificările și completările ulterioare, cu privire la produsele din tutun și la băuturile spirtoase, nu pot fi difuzate de radiodifuzori licențiați în România.

ART. 133

În publicitatea pentru băuturi spirtoase este interzisă folosirea de personaje, de decoruri sau situații din emisiunile difuzate.

ART. 134

Calupurile publicitare în care se promovează băuturi spirtoase se vor încheia cu avertismentul sonor și vizual: "Consumul excesiv de alcool dăunează grav sănătății".

SECȚIUNEA a 3-a Publicitate la alimente

ART. 135

Publicitatea la produsele alimentare va respecta următoarele condiții:

a) nu va încuraja consumul excesiv de alimente;

b) afirmațiile precise privind nutriția (de exemplu, efectele vitaminei C) ori afirmațiile legate de sănătate (de exemplu, "Ajută la o digestie sănătoasă") se vor baza pe fapte științifice solide și nu vor crea impresii înșelătoare privind beneficii nutriționale sau de sănătate ale alimentului respectiv.

ART. 136

Ilustrarea cu fructe și/sau cu porțiuni vegetale nu este permisă decât în cazul în care fructele (sau părți de fruct - suc de fructe, pulpă de fruct) și/sau porțiunile vegetale sunt înscrise pe eticheta produsului și se regăsesc în conținutul său în proporție de minimum 4% .

ART. 137

În cazul utilizării la fabricarea alimentelor numai a aromelor, se interzic ilustrarea, desenarea sau orice alte forme de reprezentare a fructelor și/sau a porțiunilor vegetale.

ART. 138

Nu se vor atribui alimentelor proprietăți de prevenire, tratare sau vindecare a bolilor și nu se vor face referiri la astfel de proprietăți; sunt exceptate de la această

interdicție apele minerale naturale care sunt utilizate ca medicamente sau în scopuri curative în stațiunile balneare.

#### SECȚIUNEA a 4-a

#### Publicitate la produse medicamentoase

##### ART. 139

Prin publicitate audiovizuală pentru produse medicamentoase și tratamente medicale se înțelege orice formă de promovare, efectuată în cadrul serviciilor de programe, destinată să stimuleze distribuirea, consumul sau vânzarea acestora.

##### ART. 140

(1) Publicitatea și teleshoppingul sunt permise numai în cazul produselor medicamentoase și al tratamentelor medicale care nu necesită prescripție medicală.

(2) Reclama va avertiza publicul dacă produsele eliberate fără prescripție medicală conțin substanțe ce pot dăuna sănătății.

##### ART. 141

Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul la produsele medicamentoase care conțin substanțe psihotrope sau narcotice, în sensul convențiilor internaționale.

##### ART. 142

Publicitatea pentru produsele medicamentoase trebuie să susțină folosirea rațională a acestora, să le prezinte în mod obiectiv, fără a le exagera calitățile terapeutice.

##### ART. 143

(1) Promovarea produselor medicamentoase în serviciile de programe audiovizuale va include în mod obligatoriu următoarele:

a) denumirea produsului;

b) denumirea comună, dacă produsul conține un singur ingredient activ;

c) indicația terapeutică (afecțiunile pentru care se folosește produsul medicamentos);

d) avertizarea: "Acest produs se poate elibera fără prescripție medicală. Se recomandă citirea cu atenție a prospectului. Dacă apar manifestări neplăcute, adresați-vă medicului sau farmacistului."

(2) Prin derogare de la prevederile alin. (1) lit. d), publicitatea pentru produsele medicamentoase, difuzată într-o formă prescurtată (reminder), va include avertizarea: "Se recomandă citirea cu atenție a prospectului."

(3) În sensul prezentei decizii, prin reminder se înțelege clipul publicitar care îndeplinește cumulativ următoarele condiții:

a) este o parte, o continuare și/sau o completare a aceleiași campanii publicitare la un anumit produs medicamentos, realizată în cadrul aceluiași serviciu de programe;

b) reamintește publicului elemente din mesajul difuzat în spotul principal al campaniei publicitare;

c) are o durată ce nu depășește 10 secunde.

(4) Avertizările menționate la alin. (1) lit. d) și la alin. (2) se vor difuza în următoarele condiții:

a) în cazul spotului principal, textul va fi prezentat la sfârșitul spotului publicitar, sonor și vizual, timp de minimum 6 secunde;

b) în cazul reminderului, textul va fi prezentat pe parcursul difuzării spotului publicitar, în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului.

##### ART. 144

(1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru produse medicamentoase, vitamine, suplimente alimentare, nutrienți, suplimente nutritive și

tratamente medicale, prezentate sau recomandate de personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori de alte persoane, care, datorită celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau tratamente.

(2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care personal medical sau farmaciști recomandă ori avizează produse alimentare destinate copiilor, produse medicamentoase, tratamente medicale, vitamine, suplimente alimentare, nutrienți sau suplimente nutritive.

(3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru produse alimentare destinate copiilor, produse medicamentoase, vitamine, suplimente alimentare, nutrienți, suplimente nutritive și tratamente medicale, dacă prezentările conțin recomandări sau avize ale asociațiilor medicale.

#### ART. 145

(1) Nici un fel de mesaj publicitar pentru produse medicamentoase sau tratamente medicale nu poate fi adresat persoanelor care au vârsta mai mică de 16 ani.

(2) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru produse medicamentoase, vitamine, suplimente alimentare, nutrienți, suplimente nutritive și tratamente medicale în emisiuni pentru copii sau în pauzele publicitare care precedă ori urmează unor astfel de emisiuni.

(3) Producătorii și distribuitorii de produse medicamentoase, vitamine, suplimente alimentare, nutrienți, suplimente nutritive și tratamente medicale nu pot sponsoriza programele sau emisiunile destinate copiilor.

(4) Publicitatea și teleshoppingul la produse și tratamente pentru disfuncții sexuale sau probleme de natură sexuală ori pentru creșterea sânilor nu pot fi difuzate decât în intervalul orar 22,00 - 6,00 și trebuie însoțite de avertizarea că aceste produse nu sunt destinate copiilor.

#### ART. 146

(1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping:

- a) la produse pentru tratarea alcoolismului;
- b) la tratamente clinice împotriva căderii părului;
- c) pentru hipnoză, terapie prin hipnoză, psihologie, psihanaliză sau psihiatrie;
- d) la produsele medicamentoase al căror cost este compensat.

(2) Este interzisă menționarea în publicitate sau în teleshopping a unor indicații terapeutice referitoare la boli precum:

- a) tuberculoză;
- b) bolile cu transmisie sexuală;
- c) alte boli infecțioase grave;
- d) cancer și alte boli tumorale;
- e) insomnia cronică;
- f) diabet și alte boli metabolice.

#### ART. 147

Publicitatea la produsele medicamentoase nu trebuie să conțină nici o mențiune care:

- a) să dea impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară, în special prin oferirea unor sugestii de diagnostic ori de tratament la distanță;
- b) să sugereze că efectul tratamentului cu produsul medicamentos respectiv este garantat, nu este însoțit de efecte secundare sau este mai bun decât ori echivalent cu cel al altui tratament sau produs medicamentos;
- c) să sugereze că starea de sănătate normală a publicului ar putea fi îmbunătățită prin consumul respectivului produs;

- d) să sugereze că starea de sănătate normală a publicului ar putea fi afectată dacă nu consumă produsul respectiv; această interdicție nu se aplică campaniilor de vaccinare susținute de industria farmaceutică și aprobate de Ministerul Sănătății;
- e) să sugereze că respectivul produs medicamentos este un aliment, produs cosmetic sau alt bun de larg consum;
- f) să sugereze că siguranța sau eficiența produsului medicamentos se datorează faptului că este natural;
- g) să sugereze că ar putea, prin descrierea sau reprezentarea detaliată a unor simptome ori a unor cazuri clinice, să ducă la un autodiagnostic eronat;
- h) să se refere, în termeni improprii sau incorecți, la vindecare;
- i) să folosească în termeni improprii, alarmanți sau incorecți imagini, scheme ori fotografii care să arate modificări ale organismului uman provocate de boli sau leziuni ori de acțiunea produselor medicamentoase asupra organismului uman sau a unor părți ale acestuia;
- j) să evidențieze că respectivul produs medicamentos este autorizat de Agenția Națională a Medicamentului.

#### ART. 148

(1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping la produse și tratamente naturiste, care, după caz, nu sunt însoțite de avertizarea, sonoră și scrisă:

- a) "Produs neatestat medical";
- b) "Metodă neatestată medical".

(2) În cazul în care produsele și tratamentele naturiste au fost verificate din punct de vedere medical, acest lucru va fi atestat de Colegiul Medicilor din România.

(3) Avertizarea prevăzută la alin. (1) se va face la finalul mesajului publicitar.

#### ART. 149

Publicitatea și teleshoppingul pentru produse și tratamente homeopate sunt permise numai pentru produsele și tratamentele avizate de Ministerul Sănătății sau de Colegiul Medicilor din România.

#### ART. 150

Este interzisă difuzarea de emisiuni sau teleshopping în care sunt prezentate cazuri de vindecare a unor boli grave cu ajutorul tratamentelor convenționale sau neconvenționale, dacă diagnosticul și actele medicale care îl atestă nu au fost certificate de Colegiul Medicilor din România ori dacă în emisiune sau în teleshopping nu este prezent și un reprezentant al Colegiului Medicilor din România, care să certifice din punct de vedere medical rezultatele obținute.

#### ART. 151

(1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care se sugerează că este necesar ca oricine să își suplimenteze dieta cu vitamine și minerale sau că astfel de suplimente pot să îmbunătățească funcții fizice ori mentale care în mod normal sunt bune.

(2) Promovarea în serviciile de programe audiovizuale de radio și de televiziune a suplimentelor alimentare, suplimentelor nutritive, vitaminelor și nutrienților va include în mod obligatoriu avertizarea: "Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul."

(3) Durata avertizării menționate la alin. (2) va fi de minimum 3 secunde și aceasta va fi difuzată la sfârșitul spotului publicitar; pe posturile de televiziune avertizarea va fi prezentată atât sonor, cât și vizual.

(4) În cazul reminderului, textul precizat la alin. (2) va fi prezentat pe parcursul difuzării spotului publicitar, în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului.

#### ART. 152

Emisiunile audiovizuale, publicitatea și teleshoppingul destinate produselor sau tratamentelor pentru slăbit și pentru menținerea greutateii corporale, fără indicații terapeutice, vor respecta următoarele condiții:

- a) să existe dovezi medicale, de încredere, pentru fiecare afirmație, privind efectele benefice ale produselor sau tratamentelor;
- b) să indice, când se afirmă că greutatea unei persoane a scăzut cu o anumită valoare, perioada în care s-a realizat această scădere;
- c) greutatea pierdută și perioada în care aceasta s-a obținut trebuie să fie compatibile cu practicile medicale și de dietă general acceptate și să nu semnifice calități nereprezentative ale produsului sau serviciului medical oferit;
- d) în cazul alimentelor și al băuturilor cu cantități calorice scăzute, dacă sunt prezentate ca o parte a regimului de slăbire, se va indica faptul că produsul respectiv poate conduce la pierderea de greutate numai ca parte a unei diete ce controlează kaloriile/energia;
- e) în cazul produselor special elaborate pentru a fi utilizate în diete cu restricții calorice, care, conform instrucțiunilor producătorului, înlocuiesc în totalitate sau în parte aportul alimentar zilnic, acestea trebuie promovate sub numele de "substituit alimentar complet pentru slăbit" sau "substituit alimentar parțial pentru slăbit";
- f) în cazul produselor alimentare și al băuturilor cu cantități calorice scăzute nu se vor face referiri la rata ori la mărimea scăderii în greutate ca rezultat al utilizării respectivelor produse sau la reducerea senzației de foame ori la creșterea senzației de sațietate.

#### ART. 153

(1) Promovarea sau prezentarea produselor și tratamentelor pentru slăbit ori pentru menținerea greutateii corporale trebuie să includă avertizarea, sonoră și scrisă, cu o durată de minimum 5 secunde: "Consultați medicul înainte de a urma dieta"; dieta trebuie prezentată sau promovată ca o măsură pe termen scurt.

(2) Sunt interzise mărturiile sau relatările unor cazuri particulare care să justifice urmarea dietei respective.

#### ART. 154

Publicitatea și teleshoppingul pentru orice fel de produs sau tratament pentru slăbit ori pentru menținerea greutateii corporale vor respecta următoarele condiții:

- a) nu se vor adresa persoanelor sub 18 ani și vor avertiza publicul asupra acestui aspect printr-un insert scris și/sau sonor;
- b) nu pot fi difuzate în emisiunile pentru copii sau în pauzele publicitare care precedă ori urmează unor astfel de emisiuni;
- c) nu se vor adresa în mod direct persoanelor obeze, nu vor include exemple în care vorbesc sau apar persoane care ar fi fost obeze înainte de a utiliza produsele ori serviciul cărora li se face publicitate;
- d) nu vor sugera sau nu vor afirma că a fi subponderal este adecvat sau de dorit.

#### SECȚIUNEA a 5-a

Publicitatea politică și publicitatea referitoare la exercitarea unor profesii

#### ART. 155

(1) În sensul prezentului cod, constituie publicitate politică clipurile publicitare care promovează un partid, un om politic sau un mesaj politic.

(2) Publicitatea politică este interzisă, cu excepția perioadelor de campanie electorală.

#### ART. 156

(1) Este interzisă publicitatea la cabinetele notariale și la orice formă de exercitare a profesiei de avocat.

(2) Este interzisă publicitatea care promovează executori judecătorești și experți judiciari.

#### ART. 157

(1) Membrii activi ai barourilor de avocați nu pot realiza sau modera emisiuni în care se dezbate cazuri aflate în cercetare ori pe rolul instanțelor de judecată.

(2) Participarea și intervențiile avocaților în emisiunile audiovizuale în care se dezbate cazuri aflate în cercetare sau pe rolul instanțelor și în care aceștia sunt angajați vor respecta normele deontologice ale profesiei de avocat.

#### ART. 158

(1) Este interzisă orice formă de publicitate pentru furnizarea de servicii medicale publice, de stat și private.

(2) Participarea și intervenția medicilor în emisiuni sau în programe pe teme medicale vor respecta principiile deontologice înscrise în Codul de deontologie medicală adoptat de Colegiul Medicilor din România.

(3) În emisiunile audiovizuale pe teme medicale nu se vor recomanda medicamente, identificate prin marcă sau denumire comercială, tratamente medicale și cabinete medicale furnizoare de servicii publice, de stat și private.

### SECȚIUNEA a 6-a

#### Emisiuni de teleshopping

#### ART. 159

(1) Emisiunea de teleshopping constă în difuzarea către public a unor oferte de comercializare directă privind furnizarea contra cost a unor bunuri, inclusiv imobiliare și necorporale, sau, după caz, prezentarea unor servicii, disponibile printr-un contract la distanță.

(2) În sensul prezentului cod, prin contract la distanță se înțelege contractul de furnizare de produse sau servicii încheiat între un comerciant și un consumator, în cadrul unui sistem de vânzare organizat de către comerciant, care utilizează în mod exclusiv, înainte și la încheierea acestui contract, una sau mai multe tehnici de comunicație la distanță.

(3) Ofertele difuzate trebuie să respecte prevederile Ordonanței Guvernului nr. 130/2000 privind regimul juridic al contractelor la distanță, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 51/2003, și ale Ordonanței Guvernului nr. 85/2004 privind protecția consumatorilor, la încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare, aprobată prin Legea nr. 399/2004.

#### ART. 160

(1) Emisiunea de teleshopping trebuie identificată ca atare și separată clar de programele audiovizuale, sonor și vizual, prin coperte neutre.

(2) Emisiunea de teleshopping nu poate conține și nu poate fi întreruptă pentru difuzarea de spoturi publicitare.

#### ART. 161

Dispozițiile art. 160 nu se aplică serviciilor de programe dedicate exclusiv teleshoppingului.



## TITLUL VIII

### Sanțiuni și dispoziții finale

#### ART. 162

(1) Nerespectarea prevederilor art. 23, 25 și ale art. 28 alin. (2), art. 46, 47 și 132, precum și refuzul ducerii la îndeplinire a dispozițiilor referitoare la acordarea dreptului la replică se sancționează conform dispozițiilor art. 90 alin. (2) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare.

(2) Nerespectarea prevederilor celorlalte articole ale prezentei decizii, precum și refuzul ducerii la îndeplinire a dispozițiilor referitoare la acordarea rectificării se sancționează conform dispozițiilor art. 91 din Legea nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare.

(3) În individualizarea sancțiunii, Consiliul Național al Audiovizualului va ține cont, după caz, de următoarele aspecte:

- a) gravitatea faptei și efectele acesteia;
- b) sancțiunile primite anterior, pe o perioadă de cel mult un an;
- c) ziua din săptămână și intervalul de difuzare a emisiunii în cauză;
- d) durata emisiunii;
- e) audiența înregistrată.

(4) În cazul nerespectării dispozițiilor art. 157 alin. (2) și ale art. 158 alin. (2), Consiliul Național al Audiovizualului va sesiza Uniunea Națională a Barourilor din România sau Colegiul Medicilor din România, solicitându-le să analizeze în ce măsură au fost respectate principiile deontologice stabilite de acestea și să sancționeze conduitele necorespunzătoare, în conformitate cu prevederile statutare.

#### ART. 163

La data intrării în vigoare a prezentei decizii se abrogă Decizia Consiliului Național al Audiovizualului nr. 130/2006 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 250 din 20 martie 2006, cu modificările ulterioare.

[anexa 1](#)

[anexa 2](#)

**Președintele**  
**Consiliului Național al Audiovizualului,**  
**Ralu Filip**

**MARCAJ CAMERA ASCUNSA**



**RAPORT**  
privind procentul rezervat operelor europene în perioada .....

**DENUMIREA RADIODIFUZORULUI (titularul licenței audiovizuale):**

Denumirea serviciului de programe / licența audiovizuala nr. ....	Procent din timpul de difuzare rezervat operelor europene	Opere europene create de producatori independenti		Observatii
		Procent din timpul de difuzare sau din bugetul de programe	Opere recente, procent din col. 3	
1	2	3	4	5

## CUPRINS

<b>Prefață de Irina Moroianu Zlătescu</b>	<b>3</b>
<b>CAPITOLUL I</b>	
<b>Introducere</b>	
Secțiunea 1. - <u>Context audiovizual European</u>	9
Secțiunea 2. - Politici mediatice cu impact în sfera educației	15
Secțiunea 3. - <u>Educația pentru media – politica inițiată de Consiliul Europei și de Comisia Europeană</u>	18
A. Inițiativa Consiliului Europei	18
B. Inițiativa Comisiei Europene	20
<b>CAPITOLUL II</b>	
Strategii media și impactul lor educațional	
Secțiunea 1. - <u>Producția și distribuția de filme și de programe pentru televiziune</u>	23
A. Programul Media 2007	25
Secțiunea 2. - <u>Cadrul de reglementare relevant pentru strategiile mediatice cu impact educativ</u>	27
Secțiunea 3. – <u>Documente ce vizează îndeplinirea politicilor audiovizuale europene</u>	27
A. Carta verde privind protecția minorilor și a demnității umane în serviciile de programe audiovizuale și în cele din domeniul tehnologiei informației	27
1. Protecția minorilor și a demnității umane: context și problematică	28
<u>2. Schimbarea de context</u>	29
3. Principiul libertății de exprimare	29
4. Principiul respectării dreptului la intimitate	30
5. Protecția demnității umane	30
6. Protecția minorilor	31
7. Etichetarea materialelor	34
7.1 Serviciile radiodifuzate	34
7.2 Servicii liniare	34
8. Educație pentru mass-media	35
8.1 Contextul Uniunii Europene - Instrumente și priorități	35
8.2 Principiul liberei circulații a serviciilor	36
8.3 Cooperarea în domeniul justiției și al afacerilor interne	36
8.4 Linii prioritare de cooperare în Uniunea Europeană	37
B. Comunicarea Comisiei către Consiliu, Parlamentul European, Comitetul Economic și Social și Comitetul Regiunilor	40
1. Impactul social, cultural și educațional al sectorului audiovizual	41
2. Scopurile și mijloacele politicii audiovizuale comunitare	42
3. Principii și linii conducătoare pentru politica audiovizuală în era digitală	43
<b>CAPITOLUL III</b>	
<b>Excepția culturală și diversitatea culturală - probleme cheie ale politicilor și strategiilor mediatice</b>	<b>48</b>
Secțiunea 1. - De la refuzul Mcdonaldizării culturii la punerea în evidență a noțiunii de excepție culturală	51
Secțiunea 2. - <u>Efectele prosoziale, “o posibilă lecție la televizor”</u>	52
Secțiunea 3. - Regula celor 3 ore de program educativ-informațional pe săptămână	53
Secțiunea 4. - Chip-ul Antiviolență (V-chip)	54
<b>CAPITOLUL IV</b>	
<b>Programele de cercetare în CNA consacrate problematicii minorilor</b>	<b>55</b>
<b>CONCLUZII</b>	<b>59</b>
<b>Anexă</b> Decizia CNA nr. 187 din 3 aprilie 2006, privind Codul de reglementare a conținutului audiovizualului	60