

CONSILIUL NAȚIONAL AL AUDIOVIZUALULUI

ROMÂNIA
BUCUREȘTI

Bd. Libertății nr. 14
Sector 5, CP 050706
CF 4266189



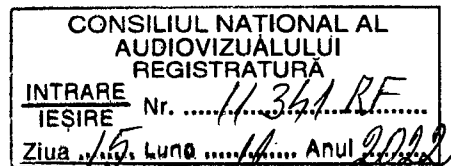
Autoritate publică
autonomă

Tel.: +4 0213055356
Fax: +4 0213055354
cna@cna.ro
www.cna.ro

Către,

PARLAMENTUL ROMÂNIEI – SENAT

Calea 13 Septembrie, nr. 1-3, sector 5, București



Referitor la: adresa dumneavoastră nr. 4483/04.10.2022,
înregistrată la CNA sub nr. 10396/12.10.2022

Comisia pentru buget, finanțe, activitate bancară și piață de capital

Tel: 021 312 02 98; Fax: 021 314 80 75; E-mail: comisiabuget@senat.ro

Referitor la: adresa dumneavoastră înregistrată la CNA sub nr. 11341/14.11.2022

În atenția domnului Mario-Ovidiu OPREA, Secretar General

În atenția domnului Nicolae NEAGU, Președintele Comisiei pentru buget,
finanțe, activitate bancară și piață de capital

Întrunit în ședință publică în data de 15 noiembrie 2022, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat „propunerea legislativă pentru modificarea și completarea legii nr. 504/2002 a audiovizualului, precum și a legii nr. 334/2006 privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale (B590/2022; L690/2022)” și vă trimitem **opinia motivată a instituției**:

Din analiza inițiativei legislative, observăm că doar **Art. II din proiectul de lege are incidență asupra domeniului audiovizualului, întrucât vizează modificarea Legii audiovizualului nr. 504/2002**, cu modificările și completările, în vederea „marcării programelor audiovizuale pentru care au fost furnizate contribuții cu scopul promovării activităților/liderilor politici”.

Potrivit **Art. II din proiectul de lege**, inițiatorul modifică următoarele dispoziții din Legea audiovizualului nr. 504/2002:

«1. La articolul 1, după punctul 19 se adaugă un nou punct, pct. 19¹, care va avea următorul cuprins:

„19¹. contribuție politică - orice contribuție la finanțarea serviciului media audiovizual, serviciului de platformă de partajare a materialelor video, a materialelor video generate de utilizatori sau a programelor, efectuată de persoane juridice de drept public sau privat ori de

persoane fizice, în scopul promovării numelui, imaginii, respectiv activității unei formațiuni politice, a unei alianțe politice, a unor membri ai unor formațiuni politice sau a unei alianțe politice;”

2. La articolul 34 după alineatul (2) se adaugă un nou alineat, alin. (2¹), care va avea următorul cuprins:

„(2¹) Programele pentru care au fost aduse contribuții politice trebuie să îndeplinească condițiile de la alin. (1) și trebuie să menționeze clar faptul că programul a fost sponsorizat, precum și formațiunea politică, alianța politică sau membrii formațiunii politice sau a alianței politice pentru a căror promovare a fost furnizată contribuția politică.”

3. La articolul 34, alineatul (4) se completează și va avea următorul cuprins:

„(4) Sponsorizarea sau furnizarea de contribuție politică pentru programele jurnalelor de știri și programele de actualități politice sunt interzise.”»

Prin raportare la obiectul proiectului de lege, care urmărește în esență transparența finanțării partidelor politice, menționăm că în forma actuală a Legii audiovizualului nr. 504/2002 cu incidență în sfera finanțării partidelor politice sunt prevăzute dispoziții doar cu privire la campaniile electorale. În acest sens, legislația din domeniul audiovizualului prevede reglementări specifice care vizează aspecte ce țin de regulile privind reflectarea și desfășurarea în audiovizual a campaniilor electorale și a celor pentru referendum, precum și dispoziții privind publicitatea politică.

În temeiul dispozițiilor art. 17 alin. (1) lit. d) pct. 11 din Legea audiovizualului nr. 504/2002, Consiliul este autorizat să emită decizii cu caracter de norme de reglementare în vederea realizării atribuțiilor sale prevăzute expres în lege și, cu precădere, cu privire la „normele și regulile de reflectare a desfășurării campaniilor electorale și a celor pentru referendum, în serviciile de programe audiovizuale, **în cadrul și pentru punerea în aplicare a legislației electorale**”. Mai mult, potrivit prevederilor art. 26¹ alin. (1) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, pentru încurajarea și facilitarea exprimării pluraliste a curentelor de opinie, radiodifuzorii au obligația de a reflecta campaniile electorale în mod echitabil, echilibrat și imparțial. Iar potrivit alin. (2) al art. 26¹, Consiliul emite norme cu caracter obligatoriu privind reflectarea de către radiodifuzori a campaniilor electorale, controlează respectarea prevederilor legale și ale normelor emise și sancționează încălcarea acestora.

Referitor la punctul 1 al Art. II din proiectul de lege, constatăm că definiția termenului „*contribuție politică*” este fundamentată pe definiția sponsorizării, prevăzută la art. 1 alin. (1) pct. 19 din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu precizarea că această se realizează „*în scopul promovării numelui, imaginii, respectiv activității unei formațiuni politice, a unei alianțe politice, a unor membri ai unor formațiuni politice sau a unei alianțe politice*”.

În ceea ce privește adăugarea unui nou punct, pct. 19¹, la art. 1 alin. (1), după punctul 19, remarcăm faptul că, prin definirea clară a noțiunii de „*contribuție politică*”, legiuitorul conturează sfera de cuprindere a modurilor de finanțare a serviciului media audiovizual, a serviciului de platformă de partajare a materialelor video, a materialelor video generate de utilizatori sau a programelor, încercând să o delimiteze de termenul juridic deja definit la **pct. 19** din Legea audiovizualului nr. 504/2002, referitor la **sponsorizare**, care reprezintă „*orice contribuție la finanțarea serviciului media audiovizual, serviciului de platformă de partajare a materialelor video, a materialelor video generate de utilizatori sau a programelor, efectuată de persoane juridice de drept public sau privat ori de persoane fizice, neangajate în activități de furnizare de servicii media audiovizuale sau de servicii de platformă de partajare a materialelor video sau în realizarea de opere audiovizuale, în scopul promovării*”

numelui, a mărcii, a imaginii, a activității sau a produselor proprii”.

Menționăm că, potrivit art. 1 din Legea partidelor politice nr. 14/2003, republicată, **„partidele politice sunt asociații cu caracter politic ale cetățenilor români cu drept de vot (...), persoane juridice de drept public”**. Din coroborarea celor două texte de lege rezultă că **definiția noțiunii de „sponsorizare”, așa cum se regăsește în Legea audiovizualului nr. 504/2002, include și partidele politice, acestea fiind persoane juridice de drept public.**

Mai mult, tot la art. 1 alin. (1) pct. 19, legiuitorul a reglementat și **scopul efectuării unei contribuții la finanțarea serviciului media audiovizual, serviciului de platformă de partajare a materialelor video, a materialelor video generate de utilizatori sau a programelor**, respectiv contribuția este efectuată **„în scopul promovării numelui, a mărcii, a imaginii, a activității sau a produselor proprii”**; pe de altă parte, potrivit noii norme preconizată a fi introdusă la **pct. 19¹, contribuția politică la finanțarea serviciului media audiovizual, serviciului de platformă de partajare a materialelor video, a materialelor video generate de utilizatori sau a programelor este făcută „în scopul promovării numelui, imaginii, activității unei formațiuni politice, a unei alianțe politice, a unor membri ai unor formațiuni politice sau a unei alianțe politice”**.

Ținând seama de dispozițiile art. 16 alin. (1) din Legea nr. 24/2000 privind normele de tehnică legislativă, republicată, cu modificările și completările ulterioare, care interzic instituirea aceluiași reglementări în mai multe articole sau alineate din același act normativ, observăm că, **prin norma juridică propusă la art. 1 alin. (1) pct. 19¹, s-ar crea un paralelism juridic cu norma de la pct. 19, întrucât aceasta din urmă o cuprinde și pe cea dintâi.**

Totodată, în textul definiției se face referire la **„formațiuni politice, alianțe politice, membri ai unor formațiuni politice sau a unei alianțe politice”**, expresie care ar trebui revizuită pentru a ține cont de terminologia utilizată în legislația și materia electorală **„partide politice, alianțe politice, alianțe electorale și organizații ale cetățenilor aparținând minorităților naționale, precum și candidații independenți”** (spre exemplu: Legea nr. 370/2004 pentru alegerea Președintelui României, republicată, cu modificările și completările ulterioare; Legea nr. 334/2006 privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale, republicată, cu modificările și completările ulterioare; Legea nr. 208/2015 privind alegerea Senatului și a Camerei Deputaților, precum și pentru organizarea și funcționarea Autorității Electorale Permanente, cu modificările și completările ulterioare, etc.).

Pe de altă parte, în corelare cu prevederile Legii nr. 334/2006, observăm că această lege se referă la **contribuții** (pentru campania electorală) în contextul finanțării în timpul campaniilor electorale, potrivit capitolului IV din legea menționată.

Așa cum am arătat mai sus, reglementarea propusă are incidență asupra materiei electorale. Prin urmare, luând în considerare situația care impune recurgerea la introducerea definiției **„contribuție politică”** în cadrul Legii audiovizualului nr. 504/2002 la art. 1 alin. (1) pct. 19¹, apreciem ca Legea nr. 334/2006 să includă această definiție, ținând cont de terminologia specifică domeniului în cauză, mai ales că fondul problematicei se regăsește în legea respectivă.

Cu privire la punctul 2 al Art. II din proiectul de lege, observăm că prin art. 34 alin. (2¹) din proiectul de lege se intenționează ca programele pentru care sunt aduse contribuții politice să îndeplinească condițiile specifice sponsorizării (a se vedea definiția sponsorizării din Legea audiovizualului nr. 504/2002 prevăzută la art. 1 alin. (1) pct. 19).

Cu privire la normele propuse de legiuitor spre a fi introduse la **art. 34 - alin. (2)¹ și alin. (4)**, reiterăm opinia menționată la pct. 1 de mai sus, referitoare la crearea unui paralelism între alineatele aceluiași articol, astfel:

– **art. 34** face referire, în cuprinsul **alin. (1)**, *la toate programele sponsorizate*; prin urmare, *la toate programele audiovizuale, toate platformele de partajare a materialelor video generate de utilizatori sau toate programele* la a căror realizare contribuie entități neimplicate în audiovizual, fie ele de drept public, privat ori persoane fizice și care trebuie să îndeplinească anumite condiții;

– mai mult, la **art. 34 alin. (1) lit. b)** legiuitorul a instituit una din condițiile pe care trebuie să le îndeplinească programele sponsorizate: „*să fie menționată existența unui acord de sponsorizare, semnalată prin denumirea, marca și/sau produsele/serviciile sponsorului*”; norma nou propusă la **alin. (2)**¹ introduce la rândul ei regula imperativă potrivit căreia programele trebuie „*să menționeze clar faptul că un program a fost sponsorizat*”, ceea ce relevă din nou un paralelism din punct de vedere juridic.

Ținând cont și de observațiile formulate pentru punctul 1 al Art. II din proiectul de lege în legătură cu definiția „*contribuție politică*” care este asimilată definiției sponsorizării în sens restrâns, apreciem că prin introducerea alin. (2)¹ la art. 34 se creează confuzia că de fapt contribuția politică reprezintă o formă de sponsorizare. În acest sens, dacă programele pentru care sunt aduse contribuții politice sunt asimilate unei forme de sponsorizare trebuie să se țină cont și de prevederile Cap. II „Sponsorizare” din cadrul Titlului VIII „Comunicări comerciale audiovizuale” din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare.

Potrivit art. 34 alin. (1) lit. b) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, pentru programele sponsorizate trebuie să fie menționată existența unui acord de sponsorizare, **semnalată prin denumirea, marca și/sau produsele/serviciile sponsorului**, prezentate în mod adecvat la începutul, în cuprinsul și/sau la sfârșitul acestora. În consecință, trebuie clarificat în ce sens contribuțiile politice reprezintă produse sau servicii ale sponsorului, elemente care decurg și din definiția sponsorizării.

Totodată, având în vedere că legislația electorală stabilește anumite reguli și limitări care se aplică exclusiv pe perioada de desfășurare a campaniei electorale, menționăm faptul că aceasta prevede că spoturile publicitare politice pot fi difuzate numai în interiorul emisiunilor electorale și de dezbateri electorale (a se vedea, de exemplu: Legea nr. 370/2004, Legea nr. 208/2015).

De asemenea, ținând cont de legislația în materia electorală, Decizia nr. 220/2011 stabilește că publicitatea, pozitivă sau negativă, în legătură cu partide politice, oameni politici, mesaje politice este permisă în cadrul serviciilor media audiovizuale doar în perioada campaniei electorale, fiind inserată numai calupuri separate și marcate corespunzător.

Menționăm că, potrivit art. 6 din Legea nr. 24/2000 privind normele de tehnică legislativă pentru elaborarea actelor normative, republicată, cu modificările și completările ulterioare, proiectul de act normativ trebuie să instituie reguli necesare, suficiente și posibile care să conducă la o cât mai mare stabilitate și eficiență legislativă.

Mai mult, conform normelor de tehnică legislativă, în redactarea actului normativ, de regulă, verbele se utilizează la timpul prezent, forma afirmativă, pentru a se accentua caracterul imperativ al dispoziției respective. Pentru un plus de claritate a normei, sugerăm ca sintagmele „*pentru care au fost aduse contribuții politice*” și „*programul a fost sponsorizat*” să fie înlocuite cu formulările „*pentru care sunt aduse contribuții politice*” și „*programul este sponsorizat*”.

Privind sub alt aspect, dispozițiile propuse pentru art. 34 alin. (2)¹ din proiectul de lege trebuie să țină cont și de faptul că prin Legea audiovizualului nr. 504/2002 se urmărește asigurarea echidistanței și a pluralismului opiniilor în cadrul serviciilor media audiovizuale. Având în vedere că prevederile **art. 3 alin. (1) și (2) din Legea audiovizualului nr. 504/2002** stabilesc că prin difuzarea și retransmisia serviciilor de programe se realizează și se asigură **pluralismul politic** și că toți furnizorii de servicii media audiovizuale au obligația să asigure **informarea obiectivă a publicului** prin prezentarea corectă a faptelor și evenimentelor și să

favorizeze libera formare a opiniilor, textul nou propus ar constitui o abatere de la aceste reguli de bază în domeniul programelor audiovizuale. Potrivit art. 90 alin. (1) lit. h) din actul normativ în vigoare, constituie contravenție nerespectarea prevederilor art. 3 și se sancționează cu amendă contravențională.

Dacă s-ar recurge la o astfel de variantă, precum stabilește norma propusă pentru art. 34 alin. (2¹) din proiectul de lege, apreciem că s-ar încălca principiul pluralismului politic în cadrul programelor audiovizuale și nu s-ar favoriza libera formare a opiniilor.

În legătură cu punctul 3 al Art. II din proiectul de lege, precizăm că dispozițiile în vigoare ale art. 34 alin. (4) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, stabilesc că „*sponsorizarea programelor jurnalelor de știri și programelor de actualități politice este interzisă*”. Potrivit proiectului de lege, se adaugă „*sau furnizarea de contribuție politică*”.

Menționăm că dispozițiile art. 34 alin. (4) din Legea audiovizualului nr. 504/2002 transpun art. 10 alin. (4), prima teză, din Directiva (UE) 2018/1808 (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale), potrivit căreia „*nu pot fi sponsorizate programele de știri și de actualități*”.

În legătură cu intervenția legislativă preconizată la Art. II punctul 1 din proiectul de lege, respectiv modificarea art. 1 alin. (1) din actul normativ de bază cu un nou punct, pct. 19¹, care include o nouă definiție, constatăm că din perspectiva terminologiei utilizate în Legea audiovizualului nr. 504/2002 se va face o distincție între sponsorizare și contribuția politică.

În consecință, prin raportare la faptul că sunt interzise „*sponsorizarea sau furnizarea de contribuție politică*”, apreciem că este restrânsă aria de aplicabilitate, întrucât prin folosirea termenului „*sau*” se poate crea confuzia că noțiunile de sponsorizare și de furnizare se referă fie la sponsorizarea de contribuție politică, fie la furnizarea de contribuție politică, aspect care ar exclude forma unor sponsorizări de orice altă natură. Pentru precizia și claritatea normei și pentru a cuprinde ambele elemente, atât „*sponsorizarea*”, cât și „*furnizarea de contribuție politică*”, trebuie să fie folosit termenul „*și*”.

Noua reglementare propusă de legiuitor la **art. 34** nu face decât să restrângă aria de aplicare a regulilor privind programele sponsorizate la cele care sunt realizate printr-o contribuție politică (**alin. (2)¹**) și creează un paralelism prin adăugarea **alin. (4)**.

Cu privire la propunerile de modificare și de completare a Legii nr. 334/2006, precizăm că nu putem formula observații asupra textelor propuse, întrucât potrivit art. 17 alin. (3) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, Consiliul este consultat cu privire la toate proiectele de acte normative prin care se reglementează activități din domeniul audiovizual ori în legătură cu acesta. În consecință, Autoritatea Electorală Permanentă este autoritatea care are competență în domeniul finanțării partidelor politice, a alianțelor politice sau electorale, a candidaților independenți și a campaniilor electorale, iar controlul privind subvențiile de la bugetul de stat intră în domeniul de competență a Curții de Conturi.

Cu stimă,

NICOLAIE BĂLAȘA-SORESCU,

VICEPREȘEDINTE

