

EXPUNERE DE MOTIVE

la proiectul de lege pentru modificarea și completarea

Legii nr. 148/2000 privind publicitatea

1. Contextul și necesitatea intervenției legislative

Spațiul public din România a devenit, în ultimii ani, un teren fertil pentru difuzarea unor mesaje cu aparență medicală, dar lipsite de fundament științific, promovate prin panotaj stradal și alte forme de publicitate vizuală. Ele sunt prezentate ca „sfaturi” sau „adevăruri medicale” și influențează decizii critice privind sănătatea, în special în rândul unor categorii vulnerabile sau sensibile la anumite subiecte, precum viitorii părinți.

Legea nr. 148/2000 interzice deja publicitatea care exploatează frica sau credulitatea (art. 6 lit. g)), însă nu conține mecanisme specifice de control pentru informațiile cu caracter medical difuzate acum liber în spațiul public.

Această lacună permite proliferarea unor campanii care induc angoasă, neîncredere în actul medical și, în unele cazuri, determină decizii cu consecințe tragice.

2. Problema identificată

În absența unui filtru de validare profesională:

- informații medicale eronate sunt prezentate ca adevăruri incontestabile;
- proceduri medicale standard precum operația cezariană, care salvează vieți în cazul multor complicații la naștere, sunt denaturate și demonizate;
- publicul nu poate identifica sursa reală a mesajului, din cauza lipsei de transparență privind finanțatorul campaniei.

În cazul exemplului mai sus menționat, în București, nu cu foarte mult timp în urmă, au apărut panotaje publicitare care induceau ideea că **operația cezariană nu este o procedură medicală sigură și că nu ar trebui indicată în funcție de evaluarea clinică, precum și că ar implica transmiterea de caracteristici genetice între mamă și făt**, ceea ce este științific fals.

Cu toate acestea, campanii publicitare neavizate promovează astfel de informații false sau distorsionate, generând presiune socială și emoțională asupra femeilor însărcinate.

Cazuri reale demonstrează consecințele dramatice ale acestor derapaje: refuzul intervenției medicale în situații de urgență, pe fondul unei convingeri formate din informații false, poate conduce la pierderea vieții.

3. Obiectivele reglementării

Propunerea legislativă urmărește trei obiective majore:

1. Protejarea sănătății publice prin introducerea obligativității avizării prealabile a publicității cu caracter medical de către organisme profesionale competente.

2. Combaterea dezinformării medicale prin eliminarea din spațiul public a mesajelor nevalidate științific.

3. Creșterea transparenței prin obligativitatea indicării explicite a persoanei fizice sau juridice care a comandat publicitatea.

4. Soluțiile propuse

Prin prezenta inițiativă legislativă se introduc următoarele măsuri:

- **Obligativitatea avizului profesional**

Publicitatea cu caracter medical va putea fi difuzată numai după aprobarea acesteia de către Colegiul Medicilor din România sau, după caz, de organismele profesionale competente .

- **Transparență obligatorie**

Se interzice publicitatea care nu indică în mod clar identitatea celui care a comandat-o (introducerea lit. k) la art. 6) .

- **Regim sancționator eficient**

Încălcarea acestor prevederi constituie contravenție și se sancționează cu amenzi între 10.000 și 100.000 lei.

- **Clarificarea competențelor de control**

Se extind atribuțiile autorităților locale și ale Ministerului Sănătății pentru constatarea și sancționarea abaterilor.

5. Impactul preconizat

Adoptarea acestei legi va conduce la:

- reducerea semnificativă a dezinformării medicale în spațiul public;
- creșterea încrederii în actul medical și în profesioniștii din sănătate;
- responsabilizarea actorilor care finanțează și difuzează astfel de mesaje publicitare;
- prevenirea unor situații tragice generate de decizii bazate pe informații false.

6. Concluzie

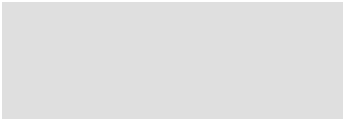
Libertatea de exprimare nu poate include dreptul de a difuza, în spațiul public, informații medicale false care pun în pericol viața oamenilor.

Atunci când mesajele devin instrumente de manipulare a unor decizii medicale critice, statul are obligația de a interveni.

Această inițiativă legislativă nu limitează dezbaterile, ci trasează o linie clară între opinie și responsabilitate, între libertate și risc pentru viață.

Inițiatori,

Corina Atanasiu



LEGE pentru modificarea și completarea Legii nr. 148/2000 privind publicitatea

[illegible]

Lege în vigoare	Propunere legislativă
Articolul 6 Se interzice publicitatea care: a) abrogată; b) este subliminală; c) prejudiciază respectul pentru demnitatea umană și morala publică; d) include discriminări bazate pe rasă, sex, limba, origine, origine socială, identitate etnică sau naționalitate; e) atentează la convingerile religioase sau politice; f) aduce prejudicii imaginii, onoarei, demnității și vieții particulare a persoanelor; g) exploatează superstițiile, credulitatea sau frica persoanelor; h) prejudiciază securitatea persoanelor sau incită la violență; i) încurajează un comportament care prejudiciază mediul înconjurător; j) favorizează comercializarea unor bunuri sau servicii care sunt produse ori distribuite contrar prevederilor legale.	Literă nouă k) care nu indică în mod clar identitatea persoanei fizice sau juridice care își face publicitate.
	Articol nou Art. 17¹ Publicitatea unor informații, afirmații sau recomandări privind sănătatea umană se face numai după aprobarea acestora de către Colegiul Medicilor din România sau Colegiul Medicilor Stomatologi din România, după caz.
Articolul 23 (1) Constituie contravenții, dacă nu au fost săvârșite în astfel de condiții încât, potrivit legii penale, să fie considerate infracțiuni, și se sancționează după cum urmează: a) încălcarea prevederilor art. 15-17, cu amenda de la 500 lei la 1.500 lei*); b) încălcarea prevederilor art. 9-14, cu amendă de la 1.500 lei la 4.000 lei. (2) Sancțiunile se pot aplica și persoanelor juridice.	Literă nouă c) încălcarea prevederilor art. 6 și art. 17¹, cu amendă de la 10.000 lei la 100.000 lei, aplicată proprietarului panotajului.

Articolul 24

(1) Contravențiile prevăzute la art. 23 se constata și se sancționează la sesizarea persoanelor prejudiciate ori a asociațiilor de consumatori sau din oficiu, de către:

a) reprezentanții împuterniciți ai Oficiului pentru Protecția Consumatorilor, în cazul încălcării prevederilor art. 9 și ale art. 13 lit.

a) și b);

b) reprezentanții împuterniciți ai administrației publice locale, pentru încălcarea prevederilor art. 6 lit. c), d), e), f), g) și i), ale art. 10 lit. c), ale art. 11, ale art. 13 lit. f) și ale art. 15;

c) reprezentanții împuterniciți ai Oficiului Concurenței, pentru încălcarea prevederilor art. 8 lit. d), e), f), g), h) și i);

d) reprezentanții împuterniciți ai Ministerului Sănătății, pentru încălcarea prevederilor art. 13 lit. c), d), e) și f) și ale art. 14, 16 și 17;

e) reprezentanții împuterniciți ai Consiliului Național al Audiovizualului, pentru încălcarea prevederilor art. 10 lit. a).

b) reprezentanții împuterniciți ai administrației publice locale, pentru încălcarea prevederilor **art. 6 lit. c)-k)**, ale art. 10 lit. c), ale art. 11, ale art. 13 lit. f) și ale art. 15;

.....

d) reprezentanții împuterniciți ai Ministerului Sănătății, pentru încălcarea prevederilor art. 13 lit. c), d), e) și f) și ale art. 14, **16-17¹**;