

CODUL SERVICIILOR MEDIA AUDIOVIZUALE AL REPUBLICII MOLDOVA

COMENTARIU EXPLICATIV



CODUL SERVICIILOR MEDIA AUDIOVIZUALE AL REPUBLICII MOLDOVA

COMENTARIU EXPLICATIV

Autori:

**Ion BUNDUCHI,
Vasile STATE,
Alexandru DOROGAN,
Eugeniu RÎBCA,
Jean-François FURNÉMONT**

Acest material a fost elaborat în cadrul Proiectului „Promovarea standardelor europene în reglementarea domeniului audiovizual din Republica Moldova”. Opiniile exprimate în această lucrare sunt responsabilitatea autorului(ilor) și nu reflectă în mod necesar politica oficială a Consiliului Europei.

Reproducerea fragmentelor (până la 500 de cuvinte) este autorizată, cu excepția celei în scopuri comerciale, atâta timp cât este păstrată integritatea textului, extrasul nu este folosit în afara contextului, nu oferă informații complete sau nu induce în eroare cititorul cu privire la natura, domeniul de aplicare sau conținutul textului. Textul sursă trebuie să fie întotdeauna recunoscut după cum urmează, © Consiliul Europei, anul publicării”. Toate solicitările privind republicarea/traducerea integrală sau parțială a documentului, vor fi adresate Directoratului de Comunicare, Consiliul Europei (F-67075 Strasbourg Cedex sau publishing@coe.int).

Conceptul, ilustrația și tiparul: Foxtrot SRL

Imagini: © Consiliul Europei, martie 2021

LISTĂ DE ABREVIERI

- APCE** – Adunarea Parlamentară a Consiliului Europei
CA – Consiliul Audiovizualului
CEC – Comisia Electorală Centrală
CEDO – Convenția Europeană pentru Drepturile Omului
CM – Comitetul de Miniștri al Consiliului Europei
CoE – Consiliul Europei
CS – Consiliul de Supraveghere
CSJ – Curtea Supremă de Justiție
CSMA – Codul serviciilor media audiovizuale
CtEDO – Curtea Europeană a Drepturilor Omului
DSMAV – Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 10 martie 2010 (Directiva serviciilor media audiovizuale)
EBU – European Broadcasting Union (Uniunea Europeană de Radio și Televiziune)
EPRA – European Platform of Regulatory Authorities (Platforma europeană a autorităților de reglementare)
ERGA – European Regulators Group for Audiovisual Media Services (Grupul autorităților europene de reglementare a serviciilor media audiovizuale)
GRT – Compania „Gagauziya Radio Televizionu” (furnizorul public regional de servicii media)
OSCE – Organizația pentru Securitate și Cooperare în Europa
RM – Republica Moldova
SUA – Statele Unite ale Americii
TRM – Compania „Teleradio-Moldova” (furnizorul public național de servicii media)
UE – Uniunea Europeană

CUPRINS

CUVÂNT ÎNAINTE	6
CODUL SERVICIILOR MEDIA AUDIOVIZUALE AL REPUBLICII MOLDOVA	8
Capitolul I. DISPOZIȚII GENERALE	8
Articolul 1. Noțiuni principale	8
Articolul 2. Scopul, obiectul și sfera de aplicare	30
Articolul 3. Legislația privind serviciile media audiovizuale	32
Articolul 4. Programele audiovizuale locale	32
Articolul 5. Programele audiovizuale achiziționate	35
Articolul 6. Operele audiovizuale europene	36
Capitolul II. PRINCIPIILE COMUNICĂRII AUDIOVIZUALE	37
Articolul 7. Libertatea de exprimare	37
Articolul 8. Independența editorială și libertatea de creație	40
Articolul 9. Protecția confidențialității surselor de informare	40
Articolul 10. Protecția jurnaliștilor	41
Articolul 11. Respectarea drepturilor și libertăților fundamentale	42
Articolul 12. Accesul la serviciile media audiovizuale	50
Articolul 13. Asigurarea informării corecte	51
Articolul 14. Dreptul la replică sau la rectificare	53
Articolul 15. Protecția minorilor	55
Articolul 16. Protecția persoanelor cu dizabilități	60
Articolul 17. Protejarea spațiului audiovizual național	61
Articolul 18. Egalitatea de gen	64
Articolul 19. Responsabilități culturale	65
Articolul 20. Accesul la evenimente de importanță majoră	66
Articolul 21. Transparența proprietății furnizorilor de servicii media	68
Articolul 22. Difuzarea informațiilor cu privire la starea de urgență, de asediu și de război	69
Articolul 23. Protecția dreptului de autor și a drepturilor conexe	70
Capitolul III. SERVICIILE MEDIA AUDIOVIZUALE LINIARE	72
Articolul 24. Organizarea și funcționarea serviciilor media liniare	72
Articolul 25. Licența de emisie	73
Articolul 26. Prolungirea valabilității licenței de emisie	75
Articolul 27. Retragerea licenței de emisie	76
Articolul 28. Regimul juridic al proprietății furnizorilor de servicii media	77
Articolul 29. Limitarea cotei de audiență	80
Articolul 30. Măsurarea cotelor de audiență	86
Capitolul IV. FURNIZORII PUBLICI DE SERVICII MEDIA	86
Articolul 31. Misiunea furnizorilor publici de servicii media	86
Articolul 32. Statutul juridic al furnizorilor publici de servicii media	87
Articolul 33. Obiectul de activitate al furnizorilor publici de servicii media	88
Articolul 34. Independența editorială a furnizorilor publici de servicii media	89
Articolul 35. Atribuțiile furnizorilor publici de servicii media	90
Capitolul V. FURNIZORUL PUBLIC NAȚIONAL DE SERVICII MEDIA	91
Articolul 36. Funcționarea furnizorului public național de servicii media	91
Articolul 37. Directorul general	92
Articolul 38. Comitetul managerial	95
Articolul 39. Caietul de sarcini al furnizorului public național de servicii media	95
Articolul 40. Proprietatea furnizorului public național de servicii media	96
Articolul 41. Bugetul furnizorului public național de servicii media	96
Articolul 42. Consiliul de supraveghere	98

Articolul 43. Componența Consiliului de supraveghere	98
Articolul 44. Incompatibilitățile funcției de membru al Consiliului de supraveghere	100
Articolul 45. Atribuțiile Consiliului de supraveghere	100
Articolul 46. Activitatea Consiliului de supraveghere	101
Articolul 47. Remunerarea membrilor Consiliului de supraveghere	103
Articolul 48. Responsabilitatea Consiliului de supraveghere	103
Capitolul VI. FURNIZORII COMUNITARI DE SERVICII DE RADIODIFUZIUNE SONORĂ	104
Articolul 49. Constituirea furnizorilor comunitari de servicii de radiodifuziune sonoră	104
Articolul 50. Funcționarea furnizorului comunitar	105
Articolul 51. Finanțarea furnizorului comunitar	106
Articolul 52. Suspendarea și încetarea activității furnizorului comunitar	106
Capitolul VII. DISTRIBUITORII DE SERVICII MEDIA	107
Articolul 53. Funcționarea distribuitorilor de servicii media	107
Articolul 54. Autorizația de retransmișiune	107
Articolul 55. Oferta de servicii media audiovizuale retransmise	108
Articolul 56. Raportul anual al distribuitorului de servicii media	111
Capitolul VIII. SERVICIILE MEDIA AUDIOVIZUALE NELINIARE	111
Articolul 57. Organizarea serviciilor media audiovizuale neliniare	111
Articolul 58. Cerințe de notificare a furnizării serviciilor media audiovizuale neliniare	112
Articolul 59. Avizul de furnizare a serviciului media audiovizual neliniar	115
Articolul 60. Activitatea furnizorilor de servicii media audiovizuale neliniare	116
Articolul 61. Obligațiile furnizorilor de servicii media audiovizuale neliniare	117
Capitolul IX. COMUNICĂRILE COMERCIALE AUDIOVIZUALE	118
Articolul 62. Dreptul de a difuza comunicări comerciale audiovizuale	118
Articolul 63. Cerințe generale privind comunicările comerciale audiovizuale	119
Articolul 64. Cerințe privind protecția minorilor	120
Articolul 65. Sponsorizarea programelor audiovizuale	121
Articolul 66. Publicitatea și teleshoppingul	122
Articolul 67. Spoturile publicitare și spoturile de teleshopping	123
Articolul 68. Programele de teleshopping	123
Articolul 69. Plasarea de produse	124
Articolul 70. Publicitatea și teleshoppingul pentru băuturile alcoolice	125
Articolul 71. Publicitatea și teleshoppingul pentru produsele medicamentoase și tratamentele medicale	125
Articolul 72. Publicitatea politică și cea electorală	125
Capitolul X. CONSILIUL AUDIOVIZUALULUI	126
Articolul 73. Misiunea Consiliului Audiovizualului	126
Articolul 74. Statutul Consiliului Audiovizualului	127
Articolul 75. Atribuțiile Consiliului Audiovizualului	129
Articolul 76. Componența Consiliului Audiovizualului	139
Articolul 77. Membrii Consiliului Audiovizualului	141
Articolul 78. Incompatibilitățile funcției de membru al Consiliului Audiovizualului	142
Articolul 79. Conducerea Consiliului Audiovizualului	143
Articolul 80. Organizarea și funcționarea Consiliului Audiovizualului	144
Articolul 81. Finanțarea Consiliului Audiovizualului	144
Articolul 82. Remunerarea membrilor Consiliului Audiovizualului	145
Articolul 83. Activitatea de supraveghere și control	145
Articolul 84. Sancțiuni	147
Articolul 85. Cooperarea cu alte autorități publice	149
Articolul 86. Cooperarea cu societatea civilă	150
Articolul 87. Responsabilitatea Consiliului Audiovizualului	150
Capitolul XI. DISPOZIȚII FINALE ȘI TRANZITORII	150
Articolul 88. Intrarea în vigoare a prezentului cod	150
Articolul 89	151
Articolul 90	151
Articolul 91	151
Articolul 92	152
Articolul 93	152
Articolul 94	152
BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ	153

CUVÂNT ÎNAINTE

Prezentul comentariu explicativ este rodul unui efort temerar și ingrat, ghidat de speranța unei înțelegeri mai bune a legii ca primă condiție de aplicare corespunzătoare a acesteia. „Temerar și ingrat”, pentru că CSMA este o lege care se referă la informație. Or, ce înseamnă informație nu știe cu exactitate nimeni, chiar dacă răspunsul este căutat insistent de aproape un secol.¹ Nimic nou sub soare. Omenirea nu are o listă de priorități. Și nu i se poate imputa că a pășit pe Lună înainte să fi inventat geamantanul cu roți. Faptul doar confirmă că efortul merită să fie făcut. Lumea n-a încetat să se dezvolte nici când, mult mai mult de o sută de ani, Pământul plat s-a ținut pe trei balene. Apropos, este motivul central din care orice idee, oricât de năstrușnică și nesocotită ar părea, are dreptul la viață. Iar verdicte să le dea practica vieții, nu cineva, orice statut social ar avea. Astfel, ajungem la libertatea de exprimare, la libertatea ideilor, la „piața liberă a ideilor” – firul roșu al CSMA. Comentariul explicativ insistă pe acest gând. CSMA este despre libertatea de exprimare prin intermediul serviciilor media audiovizuale, libertatea de exprimare, proclamată drept cea mai înaltă aspirație a omului.²

CSMA, pentru că-i lege, conține norme juridice. Ele, convențional, vizează două părți ale aceleiași medalii – serviciile media tradiționale, oferite prin intermediul radioului și televiziunii, și serviciile media netradiționale, noi, oferite de platformele de partajare a materialelor video. Normele de reglementare a serviciilor media tradiționale, luând forma unor standarde comunitare acceptate, sunt cunoscute și aplicate de multă vreme. Deci, situația este limpede și, în condițiile RM, mai rămâne respectarea cu acuratețe a normelor urmărind scopul declarat al legii – pluralism audiovizual veritabil. Cu siguranță, marea provocare o constituie încercarea reglementării conținuturilor platformelor de partajare a materialelor video ori, altfel spus, a Internetului.

Istoria se repetă. Din nou, suntem năboiți de fluxuri uriașe de informație. În fața lor, deocamdată, strângem neputincioși din umeri. „Vinovatul” de cândva – tiparul, a fost înlocuit cu alt „vinovat” – Internetul. Așa se întâmplă, că orice inventează omenirea poate face în egală măsură și bine, și rău. Se știe, nu de azi și nu de ieri, de forța enormă edificatoare, dar și distrugătoare a cuvântului. Autoritățile, în toate timpurile și peste tot în lume, responsabile de actul guvernării, caută soluții pentru cuvintele distrugătoare. Prima soluție a fost controlul cuvântului. Monopolul statului asupra informației a creat pentru o vreme iluzia că totu-i sub control. Deși anevoios și costisitor, controlul asupra hârtiei și asupra conținuturilor tipărite a reușit. Doar că informația este un material deosebit, misterios, inepuizabil, imprevizibil și nicidecum nu poate fi pironită de pagina ziarului sau a cărții, nicidecum nu rămâne în ogradă dacă închizi poarta. Să ne amintim, cenzorii – cei mai pregătiți oameni ai vremii, au fost primii care au sugerat abrogarea cenzurii din cauza inutilității ei. Dar, pentru că autoritățile au memorie istorică lungă, revin la idee când, din nou, ceva pare că arde.

Internetul a ieșit de sub control. Rețelele sociale fac ce vor. Bloggeri, vlogheri, instagrammeri, tiktokeri, influenceri, cu urmăritori cât populația câtorva state întregi, pot provoca dezordine fără vreo răspundere. Cete de hackeri dau dureri de cap oricui doresc. Oricine, după scutul nickname-ului, poate ofensa pe oricine, poate injura sau da rețete de bombe artisanale. Atare stare de lucruri, bineînțeles, nu poate fi tolerată. Și primul gând al autorităților – controlul, nu dă roade. Internetul nu-i nici ziar, nici carte. Filtrele și inteligența artificială pot fi ușor ocolite. Și atunci se merge pe varianta de rezervă – de interzis o rețea socială, un site ori chiar internetul. Există încercări de naționalizare a Internetului. Asemenea reflexe au fost și sunt observate în diverse părți ale lumii, mai ales, în alegeri, război sau pandemie. Undeva s-a trecut la acțiuni, de altfel, reprobabile. Altundeva – se discută și, deocamdată, mai multe voci sugerează reglementarea Internetului. Dar pentru asta, cel puțin în țările democratice, nu există suficiente argumente. Pe de altă parte, nu rămân argumente nici pentru reglementarea în continuare a audiovizualului, dacă Internetul rămâne liber. Și apoi, libertatea cuvântului, edificată cu sudoare și sânge, nu poate așa, pur și simplu, să fie trecută în țarc. Altfel spus, ceva trebuie de făcut. Ce anume – nu știe nimeni. Timpul răspunsurilor ușoare a trecut. Trebuie căutate cu multă precauție soluții cumpătate. Căutările nu conținesc. Nici discuțiile, nici disputele. Omenirea încearcă

¹ Conceptul de „informație” a fost introdus pentru prima dată în știință în 1928 de americanul Ralph Hartley în lucrarea „Transmisia informației” pentru a desemna o unitate de măsurare cantitativă a informațiilor diseminate prin canale tehnice de comunicare. Astfel, R.Hartley a inițiat teoria informației.

² Preambulul Declarației Universale a Drepturilor Omului https://www.ohchr.org/en/udhr/documents/udhr_translations/rum.pdf

să răspundă marilor provocări, conștientizând beneficiile și pericolele internetului. Și cel mai potrivit ar fi să găsim răspuns împreună – și țările mari, și țările mici. Internetul, cumva, ne egalează și-n fața avantajelor, și-n fața riscurilor lui. Comentariul explicativ e și despre aceste situații incerte, deocamdată.

Punerea în practică a normelor ce vizează platformele de partajare a materialelor video constituie o grea încercare, în primul rând, pentru CA. Și, dacă implementarea noilor norme este anevoioasă, sugerăm inițierea și menținerea unei colaborări strânse între CA și organisme similare europene (EPRA, ERGA etc.). Acumularea experienței și schimbul de experiență pe acest segment este vital necesar pentru a diminua pericolele internetului fără a strângula libertatea de exprimare. Se știe: presa liberă poate fi bună sau proastă; presa ne-liberă nu poate fi decât proastă.

Legea este complexă, pentru că vizează un domeniu complex. Unele norme pot fi înțelese din textul CSMA, altele – necesită lectură suplimentară din texte din legislația conexă națională și internațională, parte dintre care se regăsește în bibliografia selectivă recomandată în finalul comentariului. Înțelegerea normelor este crucială pentru că doar urmate și aplicate în cunoștință de cauză pot apropia scopul pentru care au fost puse în lege.

Comentariul explicativ ar putea fi util tuturor subiecților reglementați de CSMA, dar și oricui se interesează de tematica/problematica domeniului. Oricum, și asta scoatem în evidență, legea trebuie privită ca un tot întreg, ca o construcție unitară chiar și atunci sau mai ales atunci, când apare dorința modificării ei, pentru ca modificarea să nu însemne demolare.

CODUL SERVICIILOR MEDIA AUDIOVIZUALE AL REPUBLICII MOLDOVA

Comentariu

Denumirea actului juridic indică exact că vizează și reglementează serviciile media audiovizuale oferite utilizatorilor. Este vorba, în principal, de servicii media liniare, neliniare (la cerere) și servicii de platformă de partajare a materialelor video. La etapa dezbaterilor proiectului CSMA, au apărut două curente de opinii. Primul insistă pe denumirea tradițională – „Codul audiovizualului”, iar al doilea – pe exactitate.

* * *

Confirmând adeziunea Republicii Moldova la standardele Uniunii Europene privind libertatea de exprimare și accesul la serviciile media audiovizuale, în temeiul art. 66 lit. d), art. 72 alin. (3) lit. r), art. 126 alin. (2) lit. a) și b) și art. 132 alin. (1) din Constituția Republicii Moldova,

Parlamentul adoptă prezentul cod.

Prezentul cod transpune Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 10 martie 2010 privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii mass-media audiovizuale (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale), publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene L 95 din 15 aprilie 2010.

Comentariu

Directiva 2010/13/UE reglementează coordonarea la nivelul UE a legislațiilor naționale cu privire la toate serviciile mass-media audiovizuale. DSMAV a fost modificată și actualizată prin Directiva (UE) 2018/1808³, pentru a extinde anumite norme audiovizuale la platformele de partajare a materialelor video, precum și la conținutul audiovizual partajat în anumite servicii oferite de mijloacele de comunicare socială; a introduce flexibilitate în ceea ce privește restricțiile aplicabile televiziunii; a consolida promovarea conținutului european; a proteja copiii și a aborda mai eficient discursurile de incitare la ură; a consolida independența autorităților naționale de reglementare.

DSMAV inițială se aplică din luna mai 2010, iar modificările introduse prin Directiva (UE) 2018/1808 – din decembrie 2018.

* * *

Capitolul I. DISPOZIȚII GENERALE

Articolul 1. Noțiuni principale

În sensul prezentului cod, următoarele noțiuni semnifică:

autopromovare – mesaj, difuzat din inițiativa unui furnizor de servicii media, care vizează promovarea propriilor servicii, programe audiovizuale sau produse auxiliare derivate direct din acestea;

³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=celex%3A32018L1808>

Comentariu

A se înțelege că mesajul de autopromovare poate fi difuzat din inițiativa unui furnizor doar în propriul serviciu media. Pentru a fi difuzat în alte servicii media este necesar consimțământul acestora, consimțământ ce poate lua forma unui contract de publicitate, de exemplu. Publicitatea, potrivit definiției juridice din prezentul Cod, include și mesajele de autopromovare. Mesajele de autopromovare vizează doar servicii de programe, programe audiovizuale sau produse auxiliare derivate direct din acestea. Produse derivate ar însemna, bunăoară, un interviu separat din cadrul unui program audiovizual care conține și alte elemente sau un rezumat al unui program audiovizual de concurs. Produs derivat poate fi înțeles și mesajul ce vizează anumite activități organizatorice, cum ar fi întâlnirile cu publicul, lansări de noi programe audiovizuale etc. Mesajele de autopromovare se referă în egală măsură la serviciile media audiovizuale liniare și neliniare. În toate cazurile, scopul autopromovării este lărgirea audienței, or către atingerea acestui scop tinde orice furnizor de servicii media. De reținut: dacă mesajul de autopromovare ar viza un program audiovizual în care sunt prezentate avantajele unui automobil sau avantajele unei destinații turistice, bunăoară, faptul ar trezi bănuiele rezonabile de publicitate mascată, interzisă prin lege. Autopromovarea vizează doar furnizorii de servicii media, nu și distribuitorii din motiv că aceștia de la urmă nu dispun de propriile servicii media și nu produc programe audiovizuale sau produse auxiliare derivate din acestea.

* * *

autoritate publică autonomă – instituție care întrunește cumulativ următoarele cerințe:

- a) este instituită prin lege;
- b) își desfășoară activitatea pe teritoriul Republicii Moldova în conformitate cu legislația în vigoare;
- c) acționează în regim de putere publică în scopul realizării unui interes public;
- d) utilizează resurse financiare publice;
- e) este competentă să emită acte cu caracter normativ;
- f) nu se află în subordinea Guvernului și nu are o altă autoritate administrativă supraordonată ierarhic;
- g) prezintă în fața Parlamentului raportul cu privire la activitatea desfășurată;

Comentariu

Definiția constituie o premieră în legislația națională. Ea este oportună, deoarece art. 107. *Administrația publică centrală de specialitate* din Constituția RM, prevede:

„(1) Organele centrale de specialitate ale statului sînt ministerele. Ele traduc în viață, în temeiul legii, politica Guvernului, hotărârile și dispozițiile lui, conduc domeniile încredințate și sînt responsabile de activitatea lor.

(2) În scopul conducerii, coordonării și exercitării controlului în domeniul organizării economiei și în alte domenii care nu intră nemijlocit în atribuțiile ministerelor, se înființează, în condițiile legii, și alte autorități administrative.”

Prin urmare, articolul vizează doar autoritățile administrative. În anumit sens, autoritățile administrative pot fi numite și autorități publice, diferența principială existând între sintagmele „autorități publice” și „instituții publice”. O autoritate publică este cea autorizată să presteze un serviciu public în regim de putere publică. În schimb, în categoria instituțiilor publice sunt incluse Parlamentul, Administrația Prezidențială, ministerele, celelalte organe de specialitate ale administrației publice centrale, instituțiile publice locale – consiliile locale și primarii, municipiile, orașele, comunele, instituțiile și serviciile publice din subordine, cu personalitate juridică, indiferent de modul de finanțare a activității acestora.

Legea nr. 98 din 04.05.2012 *privind administrația publică centrală de specialitate*, în art. 2. *Sfera de aplicare*, indică:

*„(1) Sub incidența prezentei legi cad ministerele, Cancelaria de Stat, alte autorități administrative centrale subordonate Guvernului și structurile organizaționale din sfera lor de competență (autoritățile administrative din subordine inclusiv, serviciile publice desconcentrate și cele aflate în subordine, precum și instituțiile publice în care ministerul, Cancelaria de Stat sau altă autoritate administrativă centrală are calitatea de fondator)”. Deci, CA nu se regăsește în categoria instituțiilor publice enumerate în lege. Iar Legea nr. 436 din 28.12.2006 *privind administrația publică locală*, în art. 6, *Raporturile dintre autoritățile administrației publice*, operează cu sintagma „autorități administrative autonome”:*

„(1) Consiliile locale și cele raionale, primarii și președinții de raioane funcționează ca autorități administrative autonome, soluționînd treburile publice din sate (comune), orașe (municipii) și raioane în condițiile legii.

(2) Raporturile dintre autoritățile publice centrale și cele locale au la bază principiile autonomiei, legalității, transparenței și colaborării în rezolvarea problemelor comune.

(3) Între autoritățile centrale și cele locale, între autoritățile publice de nivelul întâi și cele de nivelul al doilea nu există raporturi de subordonare, cu excepția cazurilor prevăzute de lege”.

Legislația, însă, nu definește juridic nici noțiunea „autoritate administrativă autonomă”, nici „autoritate publică autonomă”.

De reținut, că o autoritate publică autonomă, pentru a avea această calitate, trebuie să întrunească cele șapte rigori în mod cumulativ. Decăderea unei sau mai multor cerințe, din varii motive (ingerință de natură politică sau economică, factorul uman etc.) știrbește atât din caracterul public, cât și din autonomia autorității, date de lege. Altfel spus, definiția juridică poate fi privită și ca un puternic mecanism prin care este sau trebuie asigurată independența autorității respective.

Să observăm că, deși una dintre cerințe este ca să nu aibă vreo autoritate administrativă supraordonată ierarhic, autoritatea publică autonomă, totuși, prezintă în fața Parlamentului raportul cu privire la activitatea desfășurată. S-ar părea că CA ar fi în subordinea Parlamentului. În realitate, însă, este vorba de control parlamentar. Organul legislativ are prerogativa controlului parlamentar al modului în care este implementată întreaga legislație, inclusiv cea audiovizuală, iar controlul este exercitat asupra responsabililor de punerea în practică a legilor.

La etapa dezbaterilor proiectului CSMA au fost enunțate anumite temeri, că autoritățile publice autonome, prin definiția juridică, i s-ar acorda putere nelimitată, fapt ce ar putea conduce la abuzuri din partea acestora. Atare temeri nu sunt întemeiate din, cel puțin, două motive: a) autoritatea publică autonomă își desfășoară activitatea nu cum consideră necesar, ci în conformitate cu legislația în vigoare. Orice abatere de la legislație constituie o ilegalitate și trebuie sancționată, la fel, în conformitate cu legislația în vigoare; b) controlul parlamentar are ca scop și evaluarea gradului de conformitate a activității CA cu cerințele legale.

Consacrarea juridică a definiției nu conferă în mod automat CA calitatea de autoritate publică autonomă. Acest statut însăși CA trebuie să-l obțină, să-l mențină și să-l fortifice ca să se identifice drept autoritate publică autonomă.

Dacă CA, declarat sau tacit, acceptă ingerințe din exterior pe măsură să-i influențeze independența decizională, trebuie să recunoască, de facto, o relație de subordonare contrară definiției juridice pentru autoritatea publică autonomă și, prin urmare, că încalcă legislația. Altfel spus, prezenta definiție juridică, de rând cu alte prevederi din CSMA (inclusiv cea referitoare la inamovibilitatea membrilor CA), formează un mecanism puternic menit să asigure independența și autonomia CA.

* * *

autorizație de retransmisiune – act permisiv emis de către Consiliul Audiovizualului prin care unui distribuitor de servicii media i se acordă dreptul de a retransmite o ofertă de servicii media audiovizuale;

Comentariu

Este o definiție preluată din legislația audiovizuală anterioară și nu necesită explicații suplimentare.

* * *

aviz de furnizare a serviciului media audiovizual neliniar – act emis de către Consiliul Audiovizualului ce confirmă recepționarea notificării din partea unui furnizor de servicii media privind intenția de a pune la dispoziția publicului servicii media audiovizuale neliniare;

Comentariu

Este o noțiune nouă și o definiție juridică nouă. Definiția sugerează necesitatea ca toți furnizorii de servicii media audiovizuale care dețin și site-uri, să notifice CA și să intre în posesia avizului. Definiția este complet valabilă doar în cazul furnizorilor de servicii care ar urma să-și lanseze posturi de radio sau de televiziune și care ar intenționa să pună la dispoziția publicului și servicii media neliniare (la cerere). Furnizorii care activează deja pe piața mediatică și dețin site-uri pe care plasează conținuturi audiovizuale, au depășit faza intenției și, realmente, oferă publicului și servicii media neliniare, doar că acestea, potrivit legii, urmează să ia forma unui catalog. CA, mai devreme sau mai târziu, va trebui să se îngrijească de serviciile neliniare la fel ca și de serviciile liniare.

Definiția nu indică asupra obligativității furnizorilor de a oferi publicului și servicii media neliniare, dar, dacă intenționează să o facă ori dacă o face, este necesar avizul CA. Procedura de obținere a avizului, se vede și din definiție, este una ușor de parcurs. Avizul, practic, instituie și certifică relația juridică între regulatorul și prestatorul serviciilor media neliniare.

* * *

comunicare audiovizuală – punere la dispoziția publicului a diverselor programe audiovizuale prin utilizarea frecvențelor terestre și a diferitor mijloace tehnice (emițătoare, sateliți, cablu etc.

Comentariu

Definiția indică asupra faptului că programele audiovizuale pot fi puse la dispoziția publicului prin utilizarea oricăror mijloace tehnice, inclusiv cele oferite de tehnologiile avansate. Definiția cuprinde și forme de comunicare audiovizuală, de exemplu, prin utilizarea rețelelor sociale, chiar dacă acestea nu sunt obiect de reglementare a prezentului Cod. Definiția, însă, are relevanță pentru comunicarea audiovizuală reglementată de CSMA, respectiv, de CA.

* * *

comunicare comercială audiovizuală – mesaj sonor ori mesaj în imagini însoțite sau nu de sunet, care sînt destinate să promoveze, direct ori indirect, bunurile, serviciile sau imaginea unei persoane fizice ori juridice. Mesajele respective fie însoțesc, fie sînt incluse într-un program audiovizual în schimbul unei plăți ori retribuții similare sau în scopul autopromovării. Comunicările comerciale audiovizuale pot lua forma publicității, sponsorizării, teleshoppingului, plasării de produse și alte forme;

Comentariu

Definiția este una cuprinzătoare și vizează o sferă vitală de activitate a furnizorilor de servicii media. Formele de comunicare comercială audiovizuală necesită a fi reglementate suplimentar, într-un act normativ separat, dată fiind importanța unor reguli clare, echitabile, care să asigure o concurență loială și onestă pe piața comunicărilor comerciale între furnizorii de servicii media, și o relație corectă cu sponsorii și cu furnizorii de publicitate comercială.

* * *

comunicare audiovizuală cu conținut comercial mascat – reprezentare prin sunete și/sau imagini a bunurilor, a serviciilor, a denumirii, a mărcii comerciale ori a activităților unui producător de bunuri sau furnizor de servicii în cadrul programelor audiovizuale, dacă reprezentarea respectivă este destinată unor scopuri publicitare și poate induce în eroare publicul cu privire la natura acesteia. Reprezentările respective se consideră intenționate, în special, atunci cînd se fac în schimbul unei plăți sau al unei retribuții similare;

Comentariu

Definiția urmărește scopul eliminării comunicărilor audiovizuale cu conținut mascat din activitatea cotidiană a furnizorilor de servicii media, ca fenomen nociv pentru mediul concurențial. Ea se adresează în egală măsură și furnizorilor de servicii media pentru a-i determina să ocolească asemenea practici, și CA pentru a-l obliga să contracareze atare practici, chiar dacă este conștientizată dificultatea depistării conținuturilor comerciale mascate. Pentru contracararea fenomenului, însă, este necesar de demonstrat scopul publicitar, intenționalitatea scopului comercial sau prezența retribuției. Potrivit definiției, reprezentarea conținutului comercial mascat neintenționat nu schimbă situația, nu elimină încălcarea. Lipsa de intenție poate să facă sancțiunea mai indulgentă, nu și s-o anuleze. Conținutul comercial mascat ar putea apărea din lipsă de experiență, din necunoaștere, din neatenție etc. Atare situații ar putea fi diminuate/eliminate prin instruire corespunzătoare, inclusiv la inițiativa CA.

* * *

control – posibilitate de a exercita o influență decisivă asupra unei persoane juridice, care decurge din drepturi, din contracte sau din orice alte mijloace, separat sau combinate, ținînd seama de circumstanțele de drept și de fapt relevante, în special din:

- a) dreptul de proprietate sau de folosință integrală ori parțială asupra activelor unei persoane juridice;
- b) drepturi sau contracte care conferă o influență decisivă asupra structurii, voturilor sau deciziilor organelor de conducere ale persoanei juridice.

Controlul este dobîndit de persoane fizice sau juridice care sînt titulare ale drepturilor ori beneficiare ale drepturilor în baza contractelor sau care, deși nu sînt titulare ale acestor drepturi sau beneficiare ale drepturilor în baza acestor contracte, au puterea de a exercita drepturile care decurg din acestea;

Comentariu

Definiția este necesară pentru a ghida acțiunile menite să asigure un regim de proprietate în domeniul audiovizualului care să excludă apariția pozițiilor dominante în formarea opiniei publice și să faciliteze concurența loială.

* * *

cotă de piață – raportul procentual dintre numărul mediu de utilizatori ai unui serviciu media audiovizual într-un interval de timp și numărul mediu de utilizatori ai tuturor serviciilor media audiovizuale relevante, calculat pentru același interval de timp;

Comentariu

Raționamentul acestei noțiuni definite anume în CSMA rezidă în necesitatea unei modalități de a calcula cota de piață deținută de un furnizor de servicii media. Pentru domeniul audiovizualului este instituit un prag diferit al cotei de piață (35%), dincolo de care apare o poziție dominantă în formarea opiniei publice. Măsurarea sistematică a cotei de piață permite a menține audiențele furnizorilor de servicii media în limitele admise de legislație.

* * *

discurs care incită la ură – mesaj care propagă, incită, promovează sau justifică ura rasială, xenofobia, antisemitismul sau alte forme de ură fondate pe intoleranță sau pe discriminarea pe criterii de sex, de rasă, de naționalitate, de religie, de dizabilitate sau de orientare sexuală;

Comentariu

Definiția este oportună pentru a înțelege ce fel de mesaje sunt interzise în serviciile media audiovizuale. Definiția se bazează pe art. 21. *Nediscriminarea*, din Carta Drepturilor Fundamentale a UE:

„(1) Se interzice discriminarea de orice fel, bazată pe motive precum sexul, rasa, culoarea, originea etnică sau socială, caracteristicile genetice, limba, religia sau convingerile, opiniile politice sau de orice altă natură, apartenența la o minoritate națională, averea, nașterea, un handicap, vârsta sau orientarea sexuală.

(2) În domeniul de aplicare a tratatelor și fără a aduce atingere dispozițiilor speciale ale acestora, se interzice orice discriminare pe motiv de cetățenie.”⁴

De observat că, potrivit definiției, discursul care incită la ură este calificat ca atare, indiferent dacă difuzarea lui a provocat sau nu consecințe concrete imediate. Atare abordare este corectă, dat fiind că efectele discursului de ură pot fi și latente, dar la fel de nocive și distructive ca și cele imediate. Relațiile bazate pe ură și intoleranță pun în pericol însăși existența umană. Este motivul suficient pentru ca, prin definiție, să se înțeleagă ce mesaje anume trebuie ocolite sau contracarate. Discursul de ură poate fi descurajat și contracarat mai ușor dacă sunt utilizate mecanisme eficiente de depistare, analiză, evaluare și sancționare.

* * *

distribuitor de servicii media – persoană care constituie și pune la dispoziția publicului o ofertă de servicii media audiovizuale, prin retransmisiune, pe bază de relații contractuale cu furnizorii de servicii media sau cu persoane autorizate în condițiile legii;

Comentariu

Din definiție este de reținut obligativitatea relațiilor contractuale între distribuitor și furnizorii de servicii media sau între distribuitor și persoanele autorizate legal să ofere spre distribuție servicii media audiovizuale sau părți ale acestora. Distribuitorul nu are responsabilitate editorială asupra conținuturilor serviciilor media retransmise, dar, pentru că el alege ce servicii să retransmită, trebuie să se conformeze unor rigori stipulate de lege.

* * *

drepturi de exclusivitate – drepturi obținute de către un furnizor de servicii media în temeiul unui contract de la organizatorul unui eveniment și/sau de la proprietarul ori, după caz, administratorul locului unde se desfășoară evenimentul, de la autori și/sau de la alți deținători de drepturi în vederea difuzării exclusive de către furnizorul de servicii media respectiv pe o zonă geografică determinată;

⁴ <https://fra.europa.eu/ro/eu-charter/article/21-nediscriminarea>

Comentariu

Definiția indică asupra faptului că drepturile exclusive pot fi obținute doar de un furnizor de servicii media și doar în temeiul unui contract încheiat cu unul sau, după caz, cu mai mulți deținători de drepturi asupra unui eveniment și că evenimentul va fi difuzat într-o zonă geografică determinată. Raționamentul drepturilor de exclusivitate este sporirea audienței și, respectiv, atragerea publicității și a sponsorilor. Deținerea drepturilor de exclusivitate de către un furnizor de servicii media nu înseamnă interdicția de a reflecta evenimentul și de către alți furnizori, doar că reflectarea se va realiza în anumite condiții prescrise de prezenta lege. Respectivul condiții vin să protejeze, pe de o parte, deținătorul drepturilor de exclusivitate și, pe de altă parte, să asigure dreptul la informație a beneficiarilor de servicii media, mai ales, al celor aflați în afara zonei geografice determinate.

Definiția se referă doar la serviciile media liniare, dat fiind că cele neliniare nu pot asigura, din punct de vedere tehnic, difuzarea evenimentului într-o zonă geografică determinată/limitată.

Definiția în cauză vizează doar drepturile exclusive pe care le poate obține un furnizor de servicii media pentru difuzarea unui eveniment. Ea nu se referă, bunăoară, la drepturile exclusive de a distribui un serviciu media audiovizual anume sau de a difuza anumite programe audiovizuale sau colecții de opere cinematografice ori muzicale. În practica devenită cotidiană drepturi exclusive pot obține și obțin și alte entități, inclusiv rețele sociale, platforme on-line etc. Asemenea relații, însă, în bună parte, sunt reglementate de legislația conexasă. Totuși, CSMA, probabil, ar trebui completat cu reglementări ce ar viza drepturile de exclusivitate obținute, de exemplu, de eventuale platforme de partajare a materialelor video.

* * *

durată programată – interval de timp care însumează durata efectivă a programului audiovizual sau a tranșei de program și, după caz, durata publicității difuzate în interiorul acestora;

Comentariu

Oportunitatea definiției este dictată de necesitatea corectitudinii în evaluarea volumului efectiv de programe audiovizuale de anumit tip și gen: opere locale, europene, achiziționate, coproduții, schimb de programe, coraportul de programe în limba română și în alte limbi etc. În toate cazurile noțiunea reprezintă o unitate de măsură pentru toți acei care o folosesc (furnizori, distribuitori, CA, eventuali parteneri etc.).

* * *

eveniment de importanță majoră – eveniment care este inclus în lista aprobată de către Consiliul Audiovizualului și care este considerat a fi de interes major pentru o parte semnificativă a populației, desfășurat de un organizator de evenimente care deține dreptul legal de a comercializa drepturile aferente evenimentului respectiv;

Comentariu

Definiția stabilește cine conferă anumitor evenimente statut de importanță majoră; în temeiul căror principii este conferit acest statut și cine poate oferi drepturi exclusive de difuzare a respectivelor evenimente. Se pare, „veriga slabă” în definiție este sintagma „parte semnificativă a populației”, dat fiind că „semnificativ” înseamnă mult, fără a cunoaște valoarea numerică exactă, iar interesul major pentru un eveniment viitor poate fi doar ghicit. Să reținem, că definiția nu se referă la evenimente de interes public major, ci, mai degrabă, la cele ce suscită interesul mare al publicului, iar organizatorii lor pot comercializa drepturile exclusive de difuzare a acestora. Lista nu poate cuprinde evenimente de interes public major, precum alegerile parlamentare, prezidențiale sau referendumurile naționale, dat fiind că, deși se cunoaște organizatorul, acesta n-ar putea comercializa drepturilor exclusive, mai ales, pe motiv că ar îngradi drastic accesul publicului la informația de interes public. Oricum, CA la întocmirea listei se conduce și trebuie să se conducă de bunele practici existente în lume și de interesul anterior al populației pentru asemenea evenimente, interes estimat, cel puțin, cu aproximație. Cu siguranță, componenta economico-financiară nu poate fi ignorată la stabilirea listei, pentru a nu obstrucționa comercializarea drepturilor exclusive și a nu compromite însăși conceptul de eveniment de interes major. De reținut că peste tot în lume lista evenimentelor de interes major este scurtă. În cazul, în care în listă sunt incluse evenimente din țară, e bine de luat în calcul eventualul interes pentru ele și ale publicului din alte țări.

* * *

furnizor de servicii media – persoană fizică sau juridică care poartă responsabilitate editorială pentru alegerea conținutului audiovizual al serviciului media audiovizual și care stabilește modul de organizare a serviciului respectiv;

Comentariu

Definiția sugerează că furnizorul de servicii media este unicul responsabil de conținuturile pe care le oferă beneficiarilor. Responsabilitatea editorială nu este împărțită nici cu beneficiarii, nici cu protagoniștii programelor audiovizuale, nici cu eventualii deținători de drepturi asupra anumitor programe audiovizuale, dat fiind că furnizorul este cel care alege ce să ofere publicului, iar față de alegere există un șir întreg de rigori, prevăzute în CSMA.

* * *

furnizor național de servicii media – furnizor ale cărui servicii media audiovizuale liniare se adresează populației la nivel național și pot fi recepționate de cel puțin 2/3 din populația Republicii Moldova;

Comentariu

Definiția abordează problema diferit de abordările anterioare când clasificarea furnizorilor se făcea în funcție de zona geografică acoperită de semnal. Noua abordare pune accent pe două principii: a) caracterul conținutului serviciului media audiovizual și b) numărul populației care poate avea acces la respectivul serviciu media. Principiile sunt mai exacte, deoarece conține numărul efectiv de oameni care pot recepționa serviciul media și nu suprafața geografică acoperită de semnal, unde, s-ar putea să locuiască o mică parte a populației, insuficientă pentru a putea clasifica furnizorul la categoria „național”, precum și caracterul conținuturilor oferite populației. În mare, conținuturile adresate populației la nivel național, cu siguranță, diferă și trebuie să difere de cele adresate populației la nivel local sau comunitar, de exemplu. Noua abordare solicită din partea CA mai multe calcule dificile în lipsa unui serviciu statistic bine pus la punct, precum cel al recensământului, însă ea reflectă mai exact esența lucrurilor. În cazul în care furnizorul de servicii media difuzează prin intermediul satelitului sau a Internetului, fapt ce-i asigură din start o recepționare la nivel național, clasificarea este determinată în temeiul caracterului conținuturilor oferite populației. De exemplu, un furnizor de servicii media dintr-o localitate rurală difuzează prin internet și oferă conținuturi de importanță locală. Un atare furnizor, chiar dacă poate fi recepționat de întreaga populație a țării, este furnizor local pentru că oferă conținuturi adresate populației la nivel local.

În funcție de categoria în care a fost clasificat, furnizorul de servicii media îi revin obligațiile respective prevăzute de lege.

* * *

furnizor regional de servicii media – furnizor ale cărui servicii media audiovizuale liniare se adresează populației la nivel regional și pot fi recepționate de cel puțin 1/3 din populația Republicii Moldova;

furnizor local de servicii media – furnizor ale cărui servicii media audiovizuale liniare se adresează populației la nivel local și care pot fi recepționate de mai puțin de 1/3 din populația Republicii Moldova;

furnizorul serviciului de platformă de partajare a materialelor video – persoană fizică sau juridică care oferă un serviciu de platformă de partajare a materialelor video;

Comentariu

Este o definiție nouă, chemată la viață de evoluția rapidă a pieței serviciilor media audiovizuale datorită convergenței care are loc între televiziune și serviciile prin internet. Progresele tehnice au permis noi tipuri de servicii și de experiențe ale utilizatorilor. Obiceiurile de vizionare, în special cele ale generațiilor mai tinere, s-au modificat în mod semnificativ. O mare parte a publicului a trecut la alte dispozitive, portabile, pentru a viziona conținutul audiovizual. Noi tipuri de conținut, cum ar fi videoclipurile sau conținutul generat de utilizatori, au devenit tot mai importante și noi actori, inclusiv furnizorii de servicii video la cerere și de platforme de partajare a materialelor video, sunt în prezent consacrați. Această convergență media necesită un cadru juridic actualizat pentru a reflecta evoluțiile de pe piață și pentru a atinge un echilibru între accesul la serviciile de conținut online, protecția consumatorilor și competitivitate.

Serviciile de platformă de partajare a materialelor video oferă conținut audiovizual care este accesat din ce în ce mai mult de către publicul larg, în special de către tineri. Aceasta se aplică și serviciilor oferite de mijloacele de comunicare socială, care au devenit un mediu important pentru schimbul de informații și pentru divertisment și pentru educație, inclusiv prin asigurarea accesului la programe și la materiale video generate de utilizatori. Este necesar ca respectivele servicii să fie incluse în domeniul de aplicare al DSMAV, deoarece concurează pentru același public și aceleași venituri ca serviciile mass-media audiovizuale.

Furnizorul de platformă nu are responsabilitate editorială asupra conținuturilor materialelor video. În același rând, el are obligația să ia măsuri adecvate pentru a proteja minorii de conținutul care le-ar putea afecta dezvoltarea fizică, mintală sau morală, precum și pentru a proteja publicul larg de incitarea la violență sau la ură ori de instigări publice la săvârșirea de infracțiuni de terorism. Între măsuri se pot regăsi, de exemplu, mecanisme care să le permită utilizatorilor să semnaleze conținutul neconform și proceduri eficiente privind plângerile utilizatorilor sau instrumente eficiente privind educația în domeniul mass-mediei și sporirea gradului de informare a utilizatorilor cu privire la respectivele instrumente.

Furnizorii de servicii de platformă de partajare a materialelor video au aceleași obligații ca și furnizorii de servicii media audiovizuale când este vorba de conținuturile publicitare, inclusiv a celor care nu sunt promovate, comercializate sau organizate de ei înșiși, chiar dacă exercitarea controlului asupra acestora este limitat.

* * *

furnizor de multiplex – persoană fizică sau juridică, înregistrată în Republica Moldova și autorizată, în condițiile legii, de către autoritatea publică centrală de reglementare a pieței serviciilor în domeniul comunicațiilor electronice și tehnologiei informației, a cărei activitate constă, în totalitate sau în parte, în instalarea, operarea și gestionarea propriei rețele de comunicații electronice prin care se realizează un multiplex;

Comentariu

Necesitatea definiției juridice a noțiunii a apărut odată cu declanșarea tranziției de la televiziunea analogică la televiziunea digitală terestră. Exactitatea și caracterul ei permisiv, însă, le punem la îndoială. Să observăm, că viitorul furnizor de multiplex trebuie să fie înregistrat, neapărat, în RM. Anumite neclarități trezește sintagma „în totalitate sau în parte”. Este de presupus, că „instalarea, operarea și gestionarea propriei rețele de comunicații electronice” trebuie înțelese cumulativ pentru a fi recunoscute ca activitate a persoanei fizice sau juridice și, deci, condiție pe care trebuie s-o întrunească un viitor furnizor de multiplex. Dacă-i așa, definiția este excesiv de restrictivă, ea nepermițând, bunăoară, unei persoane să instaleze, doar, alteia să opereze, iar la a treia – să gestioneze rețeaua de comunicații electronice. S-ar putea ca cel care construiește rețeaua să nu dorească s-o gestioneze. Potrivit definiției, însă, acest lucru nu-i permis. Exactitatea definiției juridice este necesară și din motiv că furnizorul de multiplex intră în anumite relații economico-financiare contractuale cu utilizatorii multiplexului.

* * *

licență de emisie – act permisiv emis de către Consiliul Audiovizualului prin care unui furnizor de servicii media, aflat în jurisdicția Republicii Moldova, i se acordă dreptul de a difuza un anumit serviciu media audiovizual liniar;

Comentariu

De reținut că licența este obligatorie în cazul serviciilor media audiovizuale liniare. Licența este condiționată, în principal, de trei factori: a) utilizarea unui bun public (în cazul frecvențelor terestre); b) impactul semnificativ pe care îl au serviciile media audiovizuale în formarea opiniei publice și c) economia de piață nu oferă suficiente pârghii pentru a-l determina pe un furnizor de servicii media să se orienteze și spre efectul social așteptat (informarea, educarea și recreerea publicului). Licența oferă dreptul de a pune la dispoziția publicului un anumit serviciu media, dar pe lângă un act permisiv, licența mai înseamnă obligații exacte stabilite de lege.

* * *

materiale video generate de utilizatori – o serie de imagini în mișcare, însoțite sau nu de sunet, care constituie un singur element, indiferent de durata sa, creat de către un utilizator și încărcat pe o platformă de partajare a materialelor video de către acesta sau de către un alt utilizator;

Comentariu

Pentru că materialele video generate/crete de utilizatori a devenit realitate obișnuită, noțiunea trebuia definită juridic. Definiția are similitudini cu cea pentru programe audiovizuale. Deși mult mai puțin reglementate în comparație cu programele audiovizuale, materialele video generate de utilizatori oricum trebuie să corespundă unor rigori și, în primul rând, să nu conțină mesaje/imagini interzise de legislația în vigoare.

* * *

mesaj subliminal – mesaj care utilizează stimuli prea slabi pentru a putea fi percepuți în mod conștient, dar care pot influența comportamentul persoanelor;

Comentariu

Este o definiție preluată din documente internaționale în mai multe rânduri și în mai multe acte normative, chiar dacă în practica națională nu se cunoaște vreun caz în care să fi fost depistate și sancționate mesaje subliminale.

S-ar putea ca pentru detectarea tehnicilor subliminale să fie necesare dispozitive și echipamente pe care nu le posedăm. Oricum, definiția, chiar de nu-i utilizată, nu încurcă.

* * *

multiplex – sistem de structurare a unui set de servicii media audiovizuale și de servicii auxiliare, integrate într-un flux digital și difuzate printr-un canal radio de televiziune digitală terestră;

Comentariu

Definiția încearcă să confere noțiunii și componenta tehnică, și cea de creație (a conținuturilor). Rămâne de văzut cât de potrivită este o asemenea abordare. Deocamdată, se pare, ea este valabilă doar în cazul în care sloturile multiplexului sunt completate.

* * *

ore de maximă audiență – intervalele de timp cuprinse între orele 06:00–09:00 și 17:00–23:00 – pentru serviciile de televiziune și între 06:00–10:00, 12:00–15:00 și 17:00–20:00 – pentru serviciile de radiodifuziune sonoră;

Comentariu

Stabilirea exactă a orelor de maximă audiență este necesară, în principal, din două motive: a) să indice clar intervalele de timp în care trebuie să fie difuzate anumite programe audiovizuale prescrise de lege (reflectând astfel grija pentru utilizatorii serviciilor media), și b) ajustarea tarifelor pentru comunicările comerciale audiovizuale în funcție de orele în care sunt plasate/difuzate.

Orele stabilite în definiție nu coincid neapărat cu orele de maximă audiență reală în cazul unui furnizor de servicii ori altul. Oricum, obligativitatea de a plasa anumite programe audiovizuale în orele indicate nu dispare. Cât despre tarife, ele sunt ajustate în mod individual în funcție de audiența maximă reală determinată cu regularitate de un măsurător avizat.

* * *

plasare de produse – formă de comunicare comercială audiovizuală ce constă în includerea unui produs, serviciu sau a mărcilor comerciale ale acestora ori în referirea la acestea, în cadrul unui program audiovizual, în schimbul unei plăți sau al unei retribuții similare;

Comentariu

Definiția concretizează una din formele de comunicare comercială audiovizuală. Concretizarea facilitează atât utilizarea corectă a acestui gen de activitate, cât și monitorizarea modului în care se desfășoară.

* * *

pluralism audiovizual – context în domeniul audiovizualului care întrunește cumulativ următoarele caracteristici:

- a) diversitate de furnizori de servicii media și de servicii media audiovizuale;
- b) diversitate de programe audiovizuale în cadrul aceluiași serviciu media audiovizual;
- c) prezența opiniilor publicului larg în serviciile media audiovizuale, în special a celor liniare;

- d) prezența furnizorilor de servicii media liberi, autonomi, independenți economic și editorial;
- e) accesul publicului larg la gama de opinii prezente în serviciile media audiovizuale;

Comentariu

Definiția constituie o premieră pentru legislația națională. Ea permite a înțelege mai bine esența pluralismului ca valoare democratică. Totodată, definiția indică exact ce elemente trebuie dezvoltate pentru a asigura pluralismul mediatic în general și cel audiovizual în particular. CA îi revine un rol important în stimularea pluralismului audiovizual. Acest rol trebuie perceput ca obligațiune impusă de lege. Cum poate contribui CA la fortificarea pluralismului? Exemple: a) prin diversificarea furnizorilor de servicii media. Ca unică autoritate care acordă frecvențe și licențe furnizorilor, poate utiliza ușor acest mecanism pentru a lichida disproporția reală între furnizorii locali, regionali și naționali; între furnizorii de servicii generaliste, de știri și tematice. O nouă licență acordată pentru un serviciu media generalist de care e suprasaturată piața media în niciun fel nu poate lărgi pluralismul, ca și o nouă licență acordată pentru un serviciu media care va fi difuzat în capitală, în situația în care o treime dintre raioane nu dispun de cel puțin un post de radio sau de televiziune. O altă filieră ar fi încurajarea apariției serviciilor de știri și, mai ales, de nișă, pe contul serviciilor media generaliste sau a retransmisiunilor masive din străinătate; b) prin diversificarea programelor audiovizuale în serviciile media. CA poate stimula diversificarea condiționând, bunăoară, includerea furnizorilor în lista must carry în funcție de gradul pluralismului intern sau de volumul produselor locale; c) prin stimularea pluralismului intern, acordând frecvențe noi, pentru extindere, anume furnizorilor care asigură cea mai mare diversitate de programe audiovizuale și de opinii în serviciile media oferite publicului. În toate situațiile, dezvoltarea pluralismului audiovizual poate fi un argument puternic și credibil pentru motivarea acordării de licențe de emisie. Potrivit definiției, pluralismul vizează în egală măsură serviciile media liniare și cele neliniare. Serviciile media neliniare, cu timpul, trebuie să intre în aria de preocupări a CA.

* * *

producător independent – persoană fizică sau juridică, stabilită sau înregistrată în Republica Moldova, independentă în raport cu furnizorul de servicii media, care întrunește cumulativ următoarele caracteristici:

- a) dispune de personalitate juridică distinctă de cea a unui furnizor de servicii media;
- b) nu dispune, direct sau indirect, de mai mult de 15% din capitalul unui furnizor de servicii media;
- c) nu încasează mai mult de 2/3 din veniturile sale (cifra anuală de afaceri) pe o perioadă de 3 ani din vânzările de produse către unul și același furnizor de servicii media;
- d) capitalul său nu este deținut în proporție mai mare de 15% de către o persoană fizică sau juridică care deține, la rândul acesteia, direct sau indirect, mai mult de 15% din capitalul unui furnizor de servicii media;

Comentariu

Definiția a rămas, deși la finele anului 2020 legiuitorul a eliminat din CSMA prevederile legale (art. 6, alin. (6)–(8)) pentru care a și fost definită juridic această noțiune. Definiția a devenit în plus, de altfel, ca și o prevedere din Dispoziții finale și tranzitorii ce se referă la producătorii independenți. Oricum, insistăm în explicarea oportunității acestei definiții pentru a înțelege mai bine de ce sunt necesari producătorii independenți și de ce modificarea legii este neavenită.

Producătorii independenți nu sunt influențați de factori politici sau economici cum sunt influențați, de regulă, furnizorii de servicii media. Prin urmare, ei pot crea producții audiovizuale independente – cele mai credibile și cele mai indicate. Achiziționate și difuzate de un furnizor de servicii, ele fortifică independența acestuia, lucru de salutat, mai ales, în condițiile RM.

Obligativitatea furnizorilor de servicii de a achiziționa un anumit volum de producții independente ar fi impulsivat dezvoltarea pieței care, în alte țări are rulaje bănești de miliarde de dolari. Și apoi, din punct de vedere economic este mai convenabil să achiziționezi decât să realizezi un produs mediatic pe proprie cheltuială.

Nu-i vorba, furnizorii de servicii media pot achiziționa oricâte producții independente doresc fără a fi impuși de lege. Doar că, fără o reglementare clară a relațiilor economice între furnizori și producători independenți, piața poate fi distorsionată prin posibile elemente de coruptibilitate. Or, prezenta definiție include în sine și aspecte pe măsură să elimine eventuale conflicte de interese ce pot genera practici anticoncurențiale.

Până la urmă, modificările operate la lege sunt reprobabile și ratează șansa unor noi posibilități de dezvoltare a domeniului prin cooperarea dintre furnizori și producători independenți. Acest lucru se întâmplă în situația în care toată lumea recunoaște deficitul vădit de produse mediatic locale de calitate.

* * *

proprietar beneficiar – persoană fizică care, în temeiul legii și/sau al contractului, se află în una dintre următoarele situații:

a) beneficiază sau poate beneficia de orice tip de venit din activitatea unui furnizor de servicii media sau distribuitor de servicii media și nu are obligația de a preda acest venit unei terțe persoane;

b) deține, direct sau indirect, prin persoane afiliate, controlul asupra furnizorului de servicii media ori distribuitorului de servicii media;

c) are calitatea de membru al organului de conducere al unei persoane juridice cu scop necomercial sau al unei persoane juridice în care nicio persoană fizică nu deține o cotă de participare egală cu sau mai mare decât cota substanțială, de asemenea are competența să revoce, singură sau împreună cu alți membri, majoritatea membrilor consiliului, organul executiv sau majoritatea membrilor organului executiv și/sau cenzorul ori majoritatea membrilor comisiei de cenzori a furnizorului de servicii media sau a distribuitorului de servicii media;

Comentariu

Definiția este oportună pentru a reglementa regimul juridic al proprietății în audiovizual și a spori transparența proprietății în domeniu. De remarcat faptul, că proprietar beneficiar poate fi doar o persoană fizică. Prezenta definiție, lit. b), poate fi înțeleasă mai ușor dacă alăturăm și definiția pentru noțiunea „control”.

* * *

program audiovizual – ansamblu de imagini în mișcare, însoțite sau nu de sunet, în cazul unui program televizat, sau ansamblu de sunete, în cazul unui program sonor, indiferent de durata acestuia, care constituie un întreg identificabil prin titlu, conținut sau formă, în cadrul unei grile sau al unui catalog realizat de către un furnizor de servicii media (evenimente sportive, filme documentare, programe de divertisment și de tip reality, programe pentru copii, piese de teatru și altele);

Comentariu

Definiția se referă la principalul element din serviciul media al oricărui furnizor. Ea vizează atât serviciile media liniare, cât și cele neliniare, sugerând, totodată, că serviciile neliniare se cuprind într-un catalog distinct pentru a facilita accesul utilizatorilor la el. În practica uzuală programul audiovizual mai este denumit emisiune. Totuși, mai ales, în actele normative ale CA, trebuie utilizată noțiunea pentru care există definiție juridică. De observat că în definiția curentă se includ și calupurile de publicitate.

* * *

program audiovizual în primă difuzare – program audiovizual difuzat în premieră în cadrul unui serviciu media audiovizual liniar;

Comentariu

Noțiunea definită se referă doar la serviciile media liniare. Raționamentul definiției rezidă în necesitatea depășirii situației semnalate în practica autohtonă când un program audiovizual local era reluat zilnic până „aduna” volumul de producție locală obligatorie. Obligativitatea de a produce o cotă exactă de programe audiovizuale în primă difuzare, chiar dacă nu lichidează problema, o diminuează. Definiția este necesară pentru a putea stabili cote zilnice obligatorii și a monitoriza realizarea lor.

* * *

protejarea spațiului audiovizual național – ansamblu de măsuri având ca scop atât eliminarea factorilor interni sau externi, intenționali sau involuntari, ce prejudiciază ori pot afecta integritatea instituțională, cea funcțională, cea structurală, cea de conținut, cea tehnologică sau de altă natură a spațiului de referință, cât și crearea ambianței sociale propice pentru funcționarea spațiului audiovizual național în condiții de securitate legală, politică, economică, culturală sau de altă natură;

Comentariu

Definiția are menirea de a asigura o înțelegere uniformă și univocă a noțiunii de către toți subiecții reglementați de CSMA. Definiția indică zonele de intervenție pentru a asigura protejarea spațiului audiovizual. A proteja spațiul audiovizual este o obligație juridică, iar definiția sugerează multitudinea de acțiuni pe segmentele enumerate pentru a elimina factorii ce prejudiciază sau pot prejudicia securitatea spațiului audiovizual.

Acțiunile, de exemplu, înseamnă înlăturarea sau ocolirea conținuturilor care afectează/pot afecta securitatea spațiului audiovizual; înseamnă securizarea rețelilor tehnologice în fața unor posibile atacuri cibernetice care, în definitiv, poate compromite securitatea spațiului audiovizual.

Însă, în cazul aplicării unor eventuale sancțiuni pentru lipsa protecției spațiului audiovizual, trebuie să fim conștienți de sarcina dificilă ce revine CA în a demonstra încălcarea legii și în a-și motiva și argumenta decizia de sancționare.

* * *

publicitate – mesaj, sub orice formă, difuzat în scop de autopromovare sau difuzat în schimbul unei plăți, fie al unei retribuții similare, de către o persoană juridică sau fizică, în legătură cu un domeniu de activitate, cu o activitate comercială, cu o meserie ori profesie, în scop de promovare a furnizării unor bunuri și servicii, inclusiv bunuri imobiliare, sau a unei cauze, a unei idei, ori a unor drepturi și obligații;

Comentariu

Definiția diferită de cea atestată în Legea cu privire la publicitate care este defectuoasă și lacunară. Definiția este cuprinzătoare și, în temeiul ei, pot și trebuie să fie date definiții juridice altor tipuri de publicitate, inclusiv publicității politice care, este de așteptat că promovează o cauză ori o idee. Definițiile juridice pentru tipurile de publicitate ar fi domeniul legislației conexe (Legea cu privire la publicitate, Codul electoral etc.). E motivul, din care CSMA se limitează în a defini publicitatea caracteristică domeniului audiovizualului.

* * *

publicitate interactivă – publicitate televizată, tehnica de difuzare a căreia permite utilizatorului să opteze pentru accesul la publicitate prin intermediul unui serviciu media audiovizual neliniar la momentul, pe durata și la conținutul publicitar alese de acesta;

Comentariu

Potrivit definiției, publicitatea interactivă poate fi doar televizată și accesată doar prin intermediul cataloagelor serviciilor media neliniare. Accesul la publicitatea interactivă poate fi realizat doar în condițiile televiziunii digitale terestre care, pe lângă un întreg set de canale tv, oferă servicii suplimentare, inclusiv servicii interactive. Atare servicii televiziunea în sistem analog nu poate oferi. Definiția sugerează clar furnizorilor de servicii media neliniare cum să-și organizeze catalogul pentru comoditatea utilizatorului: în meniu, de lângă alte categorii de programe audiovizuale, trebuie să fie și una cu publicitate pe care s-o poată accesa oricine dintre doritori, gratuit sau contra plată.

* * *

publicitate prin ecran partajat – publicitate televizată, inclusiv autopromovare sau promovare a elementelor de identificare a sponsorului, tehnica de difuzare a căreia constă în divizarea spațială a ecranului pentru difuzarea televizată simultană a conținutului editorial și a conținutului publicitar sau a mesajului cu privire la sponsor;

publicitate virtuală – publicitate televizată, tehnica de difuzare a căreia constă în prelucrarea imaginii, în cazul transmisiunii unor evenimente, prin înlocuirea imaginii panourilor publicitare expuse în incinta în care se desfășoară evenimentele respective cu mesaje publicitare introduse de către furnizorul de servicii media sau prin suprapunerea de noi imagini cu astfel de mesaje în orice zonă a imaginii transmise;

Comentariu

Publicitatea prin ecran partajat și cea virtuală reflectă, de fapt, modalități de plasare a publicității televizate apărute și utilizate pe larg odată cu tehnologiile avansate. Și pentru că publicitatea constituie un domeniu ce necesită reglementări, orice tip de publicitate trebuie, mai întâi, să fie definit.

* * *

responsabilitate editorială – exercitarea unui control efectiv asupra selectării programelor audiovizuale și asupra organizării acestora fie într-o grilă cronologică, în cazul serviciilor de televiziune sau de radiodifuziune sonoră, fie într-un catalog, în cazul serviciilor media audiovizuale neliniare;

Comentariu

Definiția indică două zone de responsabilitate editorială: selectarea programelor audiovizuale și aranjarea cronologică a acestora fie într-un serviciu media, fie într-un catalog. Altfel spus, cineva trebuie să răspundă pentru oferta de servicii media destinate publicului. Dacă oferta denotă lipsă de responsabilitate editorială, intervin sancțiunile – și din partea publicului (ignoră oferta), și din partea CA. De precizat, că în definiție cuvântul „control” nu coincide neapărat cu definiția juridică a noțiunii „control”. Pe interior, mai ales, în cazul furnizorilor mari, responsabilitatea editorială revine unei persoane desemnate de administrație/proprietar. În relațiile cu CA, însă, responsabilitatea editorială revine administrației/proprietarului.

* * *

retransmisiune – captare și furnizare simultană ori cvasisimultană, prin orice mijloace tehnice, a serviciilor media audiovizuale sau a unor părți ale acestora (versiuni prescurtate), în mod integral și fără vreo modificare a conținutului, destinate recepționării de către public;

Comentariu

Este o definiție acceptată și recunoscută în spațiul european. Pentru realitățile RM ea este corectă și clară în cazul distribuitorilor de servicii care nu sunt în drept să intervină în integralitatea serviciilor media retransmise sau a versiunilor prescurtate ale acestora. Definiția, însă, devine problematică în cazul furnizorilor de servicii media care retransmit părți ale unor servicii media. Apare întrebarea, dacă părțile retransmise constituie versiuni prescurtate sau nu. Dacă da, cine, de fapt, realizează aceste versiuni prescurtate. Dacă nu, cum trebuie calificate aceste retransmisiuni, de rând ce legea operează cu programe audiovizuale locale și achiziționate, în cazul furnizorilor, și cu servicii media retransmise, în cazul distribuitorilor. Dacă un furnizor retransmite părți ale unor servicii media străine, are sau nu nevoie de autorizație de rând cu distribuitorii? Răspunsurile sunt necesare pentru a înțelege până la capăt ce se permite și ce nu se permite într-un proces de retransmisiune. Aceste răspunsuri ar putea să se regăsească în reglementări ale CA sau în completări ale CSMA.

În serviciile media retransmise este interzisă publicitatea comercială dacă nu-i plătită în RM. Dat fiind că majoritatea serviciilor media retransmise care sunt solicitate conțin și publicitate, distribuitorii sunt în situația fie s-o lase, fie s-o elimine, în ambele cazuri, însă, încălcând legea. Altfel spus, pentru respectarea întocmai a normei legale distribuitorii trebuie să-și formeze oferta din rândul canalelor fără publicitate, lucru extrem de anevoios. Este motivul din care distribuitorii militează pentru eliminarea interdicției, fapt contestat, însă, de agențiile de publicitate. Acestea, pe bună dreptate, consideră că publicitatea străină penetrantă prejudiciază piața națională de publicitate și așa restrânsă. Deocamdată, o soluție agreată de toate părțile nu a fost identificată, iar distribuitorii de servicii media sunt în continuare pasibili de sancțiuni pentru eventuala prezență a publicității în conținuturile retransmise.

* * *

rețea de comunicații electronice – sistem de transmisiune și, după caz, echipament de comutare sau de rutare și alte resurse, inclusiv elemente de rețea care nu sînt active, dar care permit transmiterea semnalelor prin cablu, prin unde radio, prin mijloace optice sau prin alte mijloace electromagnetice, inclusiv prin rețele de satelit, prin rețele terestre fixe (cu comutare de circuite sau de pachete, inclusiv internet) și mobile, sistem care utilizează rețeaua electrică, atît timp cît servesc la transmiterea semnalelor, rețelele utilizate pentru difuzarea programelor audiovizuale și rețelele de televiziune prin cablu, indiferent de tipul de informație transmisă;

Comentariu

Definiția cuprinde întreaga gamă de mijloace tehnice electronice prin intermediul cărora este asigurată transmisiunea serviciilor media audiovizuale către beneficiari.

Definiția ar putea fi modificată într-o perspectivă vizibilă, dată fiind convergența sectoarelor telecomunicațiilor, mass-mediei și tehnologiei informației. La nivelul UE se consideră că este necesar să se separe reglementarea rețelelor și serviciilor de comunicații electronice de reglementarea conținutului. Reglementarea politicii în domeniul audiovizualului și reglementarea conținutului vizează realizarea unor obiective de interes general, cum ar fi libertatea de exprimare, pluralismul în mass-media, imparțialitatea, diversitatea culturală și lingvistică, incluziunea socială, protecția consumatorilor și protecția minorilor. Separarea dintre reglementarea comunicațiilor electronice și reglementarea conținutului nu împiedică luarea în considerare a legăturilor care există între acestea, în special pentru a garanta pluralismul în mass-media, diversitatea culturală și protecția consumatorilor.

Serviciile utilizate pentru comunicații și mijloacele tehnice de furnizare a acestora au evoluat în mod considerabil. Serviciile de telefonie vocală tradițională, de mesaje text (SMS-uri) și de transmisie prin poșta electronică sunt înlocuite tot mai mult de utilizatorii finali cu servicii online echivalente din punct de vedere funcțional, cum ar fi serviciile de telefonie prin internet, serviciile de mesagerie și serviciile de e-mail pe internet. În vederea asigurării faptului că utilizatorii finali și drepturile acestora sunt protejate în mod eficace și în egală măsură atunci când utilizează servicii echivalente din punct de vedere funcțional, o definiție orientată spre viitor a serviciilor de comunicații electronice nu ar trebui să se bazeze exclusiv pe parametri tehnici, ci, mai degrabă, să se întemeieze pe o abordare funcțională.

Domeniul de aplicare al reglementării necesare ar trebui să fie adecvat pentru atingerea obiectivelor sale de interes public. În timp ce „transmiterea de semnale” rămâne un parametru important pentru actuala definiție a noțiunii, definiția nu acoperă și alte servicii care permit comunicarea. Din perspectiva utilizatorului final nu este relevant dacă un furnizor transmite el însuși semnale sau dacă respectiva comunicare este efectuată prin intermediul unui serviciu de acces la internet.

Definiția referitoare la serviciile de comunicații electronice ar trebui, prin urmare, să conțină trei tipuri de servicii care se pot suprapune parțial, și anume: serviciile de acces la internet, serviciile de comunicații interpersonale, și serviciile care constau, în întregime sau în principal, în transmiterea de semnale. Definiția serviciului de comunicații electronice ar trebui să elimine ambiguitățile observate în punerea în aplicare a definiției existente și să permită o aplicare calibrată, dispoziție cu dispoziție, a drepturilor și a obligațiilor specifice cuprinse în cadrul diferitelor tipuri de servicii.⁵

* * *

securitate informațională – stare de protecție a resurselor informaționale, a persoanei, a societății și a statului, inclusiv prezența unui ansamblu de măsuri pentru asigurarea protecției persoanei, a societății și a statului de eventuale tentative de dezinformare și/sau de informare manipulatorie din exterior și pentru neadmiterea agresiunii mediatică îndreptate împotriva Republicii Moldova;

Comentariu

Este o definiție de prisos și, pe de asupra, una lacunară. Noțiunea este indicată pentru actele juridice care vizează nemijlocit securitatea informațională a statului. În CSMA și-ar fi putut găsi locul definiția noțiunii „securitate mediatică” sau „securitate informațională audiovizuală”. În definiție sunt utilizate sintagme, precum „resurse informaționale” sau „agresiuni mediatică” care, la rândul lor, necesită a fi definite pentru a fi înțelese univoc. Legea nr. 467 din 21.11.2003 cu privire la informatizare și la resursele informaționale de stat dă definiția juridică a noțiunii „resursă informațională”,⁶ dar ea nu limpezește situația. În plus, art. 1 alin. (2) statuează că sub incidența legii respective nu cad raporturile care apar la crearea și funcționarea mijloacelor de informare în masă, resurselor informaționale nestatale și la prelucrarea informației nedocumentate. Sintagma „agresiune mediatică”, deși este utilizată în Legea nr. 299 din 21.12.2017 privind aprobarea Concepției securității informaționale a RM (Secțiunea I, pct. 8),⁷ nu are definiție juridică.

Securitatea informațională, cu siguranță, semnifică mult mai mult, decât protecția resurselor informaționale și protecția societății de eventuale tentative de dezinformare și/sau manipulare și de agresiuni mediatică. Tentativele de dezinformare și manipulare pot veni și din interior și pot fi la fel de periculoase ori și mai periculoase ca cele din exterior. Potrivit definiției, însă, securitatea informațională poate fi afectată doar din exterior. Definiția în cauză doar încarcă textul legii.

* * *

serviciu media audiovizual – serviciu, aflat sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii media, al cărui scop principal sau al unei secțiuni dissociabile a acestuia este furnizarea de programe audiovizuale în scop informativ, educativ sau de divertisment pentru publicul larg, prin rețele de comunicații electronice;

5 Mai multe detalii, în Directiva (UE) 2018/1972 din 11 decembrie 2018 de instituire a Codului european al comunicațiilor electronice. Poate fi accesată aici – http://publications.europa.eu/resource/ellar/4bb873d0-01d2-11e9-adde-01aa75ed71a1.0020.03/DOC_1

6 *resursă informațională* – totalitate de informații documentate în sistemele informaționale automatizate, organizată în conformitate cu cerințele stabilite și cu legislația în vigoare – https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=122810&lang=ro

7 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=105660&lang=ro

Comentariu

Din definiție, probabil, mai dificil este să înțelegem și să determinăm „secțiunile dissociabile” ale unui furnizor de servicii media care au drept scop principal să informeze, să educe sau să distreze publicul larg. Identificarea secțiunilor dissociabile este necesară și importantă, dat fiind că în raport cu acestea este aplicabilă DSMAV și, prin urmare, intervine responsabilitatea editorială.

Directiva explică situația astfel: elementele autonome ale unui ziar on-line care prezintă programe audiovizuale sau materiale video generate de utilizatori, dacă prin conținut și formă pot fi dissociate de activitatea principală a furnizorului serviciului (ziarul), dar, în același timp, scopul principal al programelor audiovizuale sau al materialelor generate de utilizatori este de a informa, a educa sau a distra, atunci elementele respective pot fi considerate drept secțiune dissociabilă. În cazul în care activitatea principală a ziarului este furnizarea știrilor în format scris, iar ziarul, din când în când oferă și produse audiovizuale, avem de a face, mai degrabă, cu elemente indisociabile cărora nu li se aplică cerințele Directivei față de un serviciu media audiovizual. În același timp, serviciul audiovizual rămâne sub responsabilitate editorială și sub incidența Directivei, chiar dacă acesta este oferit printr-o platformă de partajare a materialelor video, platformă care nu are responsabilitate editorială. În astfel de cazuri, furnizorului de servicii media cu responsabilitate editorială îi va reveni obligația de a respecta Directiva. Să mai precizăm că, potrivit unei definiții juridice anterioare, Internetul se încadrează în noțiunea de rețele de comunicații electronice.

* * *

serviciu media audiovizual liniar – serviciu media audiovizual pus la dispoziția publicului de către un furnizor de servicii media pentru vizionarea/audierea simultană de programe audiovizuale în baza unei grile de programe elaborate de furnizorul de servicii media;

Comentariu

La modul practic, serviciul media liniar e ceea ce auzim și vedem când includem radio sau televizorul.

Definiția sugerează că programele audiovizuale sunt oferite într-o anumită succesiune, consecutivitate, pe care o decide furnizorul.

Față de grila de programe există mai multe cerințe, inclusiv juridice, pe care furnizorul trebuie să le urmeze.

* * *

serviciu media audiovizual neliniar – serviciu media audiovizual pus la dispoziție de către un furnizor de servicii media pentru vizionarea/audierea de programe audiovizuale la cererea individuală a utilizatorului și la momentul ales de acesta, în baza unui catalog de programe stabilit de furnizorul de servicii media;

Comentariu

Este o definiție nouă pentru un serviciu nou, la cerere. Serviciul vizează programe audiovizuale arhivate, doar că acestea trebuie aranjate într-un catalog (electronic) ușor de accesat și oferit gratuit sau contra cost la decizia furnizorului. Serviciile neliniare sunt oportune pentru promovarea producției și distribuției de opere europene. În acest sens, DSMAV pune accent, în principal, pe două căi: a) cataloagele să conțină o cotă minimă (30%) de opere europene și b) operele europene să fie puse suficient în evidență. Punerea în evidență implică promovarea operelor europene prin facilitarea accesului la acestea și poate fi asigurată prin diferite mijloace: o secțiune dedicată operelor europene care să fie accesibilă de la pagina de pornire a serviciului; posibilitatea căutării de opere europene în instrumentul de căutare disponibil în cadrul serviciului; utilizarea de opere europene în campanii ale serviciului; asigurarea unui procentaj minim de opere europene promovate din catalogul serviciului prin utilizarea bannerelor sau a unor instrumente similare etc.

Definiția sugerează că servicii neliniare (la cerere) pot oferi doar furnizorii de servicii media audiovizuale. În acest context, serviciile la cerere ar trebui să se regăsească în angajamentele din conținutul licenței.

Serviciul la cerere poate deveni profitabil pentru furnizor, având în vedere că arhiva se completează continuu și anumite programe audiovizuale, în timp, obțin valoare (culturală, istorică, științifică).

* * *

serviciu media audiovizual generalist – serviciu media audiovizual care furnizează programe audiovizuale cu conținut preponderent informativ, educativ și de divertisment, în domenii de interes public, și care sînt adresate publicului larg;

Comentariu

Prezenta definiție și următoarele două, vizează clasificarea serviciilor media pe criteriul conținuturilor. Definiția este necesară, în primul rând, pentru a putea asigura, prin mecanismul licențierii, o diversitate acceptabilă a pieței audiovizuale și un echilibru relativ între aceste trei tipuri de servicii media alias conținuturi. Definițiile juridice pentru serviciile media mai sunt necesare și pentru armonizarea regimului de proprietate în audiovizual. Cunoșcând impactul mare al serviciilor media generaliste și de știri, numărul acestora, deținut de un proprietar beneficiar ar trebui să fie redus (1–2), pe când numărul serviciilor media tematice/de nișă ar putea fi sporit. Nu-i cazul CSMA, dar o atare abordare ar fi mai potrivită. Influența unui serviciu generalist/de știri în formarea opiniei publice este incomparabilă cu influența televiziunilor de nișă, bunăoară, de sănătate, grădinărit, agrement, sport, călătorii etc., etc. În plus, dacă un proprietar ar deține un canal de știri (care nu aduce mulți bani) și câteva canale tematice, ar putea mai ușor să-și planifice activitatea economică (câștigurile și cheltuielile).

Clasificarea serviciilor media este oportună și din motiv că acestea ar trebui să fie reglementate diferit și diferențiat. Unui serviciu media pentru copii sau de muzică simfonică nu ar trebui să li se impună aceleași rigori, de exemplu, în campanii electorale, ca și serviciilor generaliste/de știri.

Pentru claritate actele normative ale CA trebuie ajustate anume la clasificarea dată de lege.

* * *

serviciu media audiovizual de știri – serviciu media audiovizual care furnizează programe audiovizuale cu conținut preponderent informativ și informativ-analitic, axat pe actualitatea internă și externă și care sînt adresate publicului larg;

serviciu media audiovizual tematic – serviciu media audiovizual care furnizează programe audiovizuale dedicate preponderent unui domeniu și care sînt adresate unui anumit segment al publicului;

servicii media audiovizuale libere la retransmisiune – servicii media audiovizuale a căror retransmisiune nu este condiționată financiar ori tehnic de către furnizorii de servicii media sau de către reprezentanții legali ai acestora;

Comentariu

Definiția este necesară pentru că plasează în câmpul legal acțiuni benefice și pentru furnizori (care își pot, astfel, lărgi audiența), și pentru distribuitori de servicii media (care își pot, astfel, îmbogăți/diversifica oferta fără cheltuieli suplimentare). Pentru retransmisiune cerințele rămân cele definite în noțiune. De observat că servicii media libere sau părți ale acestora pot fi retransmise și de distribuitori, și de furnizori de servicii media.

* * *

servicii media audiovizuale „must carry” – servicii media audiovizuale libere la retransmisiune, a căror retransmisiune este obligatorie pentru distribuitorii de servicii media în baza listei serviciilor media audiovizuale stabilite anual de către Consiliul Audiovizualului;

Comentariu

Deși cu vechime, noțiunea în cauză a ajuns să fie definită în legislația națională audiovizuală doar acum. Ce este de reținut, e că lista de servicii must carry trebuie să fie scurtă. De ce? Pentru că, de fapt, lista must carry este o ingerință în activitatea economică a distribuitorului de servicii, iar această ingerință trebuie să fie cât mai mică și pe deplin îndreptățită. Un serviciu inclus în lista must carry înseamnă obligația distribuitorului de a utiliza, fără remunerație, un canal din rețeaua lui proprie de distribuție construită pe cheltuiala lui. O listă exagerată ar putea să-i provoace pagube financiare importante sau ar putea să-l pună în imposibilitatea de a-și onora obligația. Pe de altă parte, serviciile must carry joacă un rol important în diversificarea ofertei audiovizuale. Doar o abordare echilibrată în care sunt luați în calcul toți factorii poate conduce la atingerea scopului urmărit de serviciile must carry. Bunăoară, CA ar putea include în listă un serviciu media al furnizorului public și câte un serviciu-două, cele mai bune, din rândul serviciilor generaliste, de știri și tematice. Dar trebuie să fie cunoscute din timp criteriile conform cărora un serviciu media este desemnat drept cel mai bun. Criterii pot fi multe, începând cu, de exemplu, cea mai mare cotă de producție locală și încheind cu lipsa de sancțiuni în anul de referință (lista must carry se întocmește anual). Astfel, serviciile must carry devin un mecanism de încurajare al CA pentru furnizori. Distribuitorii de servicii media au capacități diferite ale rețelelor de distribuție deținute în gestiune. Ar fi oportună, deci, o abordare diferențiată: listă completă pentru distribuitorii mari și listă minimă pentru distribuitorii mici. În toate situațiile (o demonstrează bunele practici internaționale) lista nu ar trebui să depășească 6–8 servicii must carry. Obișnuința de a include în listă televiziuni afiliate politic echivalează cu bonusuri nemeritate pentru respectivele televiziuni și cu „pedepse” pecuniare absolut nejustificate pentru distribuitori.

* * *

serviciu de platformă de partajare a materialelor video – serviciu media audiovizual ce constă în:

- a) stocarea programelor sau a materialelor video generate de utilizatori, pentru care furnizorul serviciului de platformă de partajare a materialelor video nu poartă responsabilitate editorială;
- b) organizarea programelor sau a materialelor video generate de utilizatori și stocate în ordinea stabilită de către furnizorul serviciului de platformă de partajare a materialelor video, inclusiv prin mijloace automate sau algoritmi, în special prin afișare, marcare și secvenționare;
- c) asigurarea furnizării către publicul larg a programelor și materialelor video, generate de utilizatori, în scop informativ, educativ sau de divertisment, aceasta fiind scopul principal al serviciului, al unei secțiuni dissociabile sau al unei funcționalități esențiale a acestuia;
- d) punerea la dispoziția publicului larg a programelor sau a materialelor video generate de utilizatori prin rețele de comunicații electronice;

Comentariu

Definiția este oportună, dat fiind că serviciile de platformă de partajare a materialelor video oferă conținut audiovizual accesat din ce în ce mai mult de către publicul larg, în special de către tineri. Constatarea este valabilă și pentru serviciile oferite de mijloacele de comunicare socială, care au devenit un mediu important pentru schimbul de informații, pentru divertisment și pentru educație, inclusiv prin asigurarea accesului la programe și la materiale video generate de utilizatori. Este necesar ca respectivele servicii să cadă sub incidența DSMAV, deoarece concurează pentru același public și aceleași venituri ca și serviciile media audiovizuale. În plus, acestea au, de asemenea, un impact considerabil prin faptul că facilitează posibilitatea utilizatorilor de a modela și influența opiniile altor utilizatori. Prin urmare, pentru a-i proteja pe minori de conținutul dăunător și pe toți cetățenii de incitarea la ură, la violență și la terorism, serviciile respective trebuie să facă obiectul DSMAV în măsura în care respectă definiția unui serviciu de platformă de partajare a materialelor video.

Potrivit definiției, scopul principal al serviciului platformei sau al unei secțiuni dissociabile a acestuia sau o funcționalitate esențială a acestuia este furnizarea către publicul larg de programe, de materiale video generate de utilizatori, sau de ambele, în scop informativ, de divertisment sau educativ, pentru care furnizorul platformei de partajare a materialelor video nu are responsabilitate editorială, prin rețele de comunicații electronice, și a căror organizare este stabilită de către furnizorul platformei de partajare a materialelor video, inclusiv prin mijloace automate sau algoritmi, în special prin afișare, marcare și secvenționare. Să observăm că în definiție, la lit. c) atestăm, din nou, sintagma „secțiuni dissociabile”, la care ne-am referit anterior, dar și o nouă sintagmă – „funcționalitate esențială”, care necesită explicații.

Deși scopul DSMAV nu este de a reglementa serviciile oferite de mijloacele de comunicare socială ca atare, un serviciu oferit de mijloacele de comunicare socială ar trebui să facă obiectul directivei în cazul în care furnizarea de programe și de materiale video generate de utilizatori constituie o funcționalitate esențială a serviciului respectiv.

Furnizarea de programe și de materiale video generate de utilizatori ar putea fi considerată drept funcționalitate esențială a serviciului oferit de mijloacele de comunicare socială în cazul în care conținutul audiovizual nu este doar un element auxiliar al activităților serviciului oferit de mijloacele de comunicare socială sau nu constituie doar o parte minoră a acestor activități. Pentru aplicarea practică a criteriului funcționalității esențiale e necesar mai întâi să identificăm și să categorisim serviciile de platformă de partajare a materialelor video. Acest lucru poate fi făcut în temeiul următoarelor trei criterii: 1. servicii al căror scop principal este furnizarea către publicul larg de programe, de materiale video generate de utilizatori sau de ambele; 2. servicii de natură mai largă care oferă, printre alte elemente, o secțiune dissociabilă al cărei scop principal este furnizarea către publicul larg de programe, de materiale video generate de utilizatori sau de ambele; 3. servicii pentru care o funcționalitate esențială este dedicată furnizării către publicul larg de materiale video generate de utilizatori și de programe sau de ambele.

Aceste criterii nu se exclud neapărat reciproc. În special, serviciile având o secțiune dissociabilă care ar putea constitui o platformă de partajare a materialelor video conform criteriului scopului principal pot, în același timp, să se califice, în ansamblul lor, ca o platformă de partajare a materialelor video pe baza criteriului funcționalității esențiale.

Dat fiind că aplicarea practică a criteriului funcționalității esențiale ar putea prezenta dificultăți în determinarea platformelor de partajare, DSMAV oferă clarificări la care facem apel. Pentru ca furnizarea de conținut audiovizual să constituie o funcționalitate esențială a serviciului, astfel de conținut audiovizual nu trebuie să fie „doar un element auxiliar sau o parte minoră” a activităților serviciului în cauză. Conținutul audiovizual ar trebui să fie considerat ca auxiliar în raport cu activitățile serviciului în cazul în care acesta este exclusiv secundar unei activități sau funcționalități subiacente (inferioare, subordonate, nu adiacente) furnizate de platforma în cauză. Acesta ar putea fi, de exemplu, cazul înregistrărilor video care sunt încărcate exclusiv pentru a sprijini tranzacțiile economice, bunăoară materialele video care prezintă anumite bunuri sau servicii în vederea unei vânzări potențiale sau efective (pot fi cuprinse aici, de exemplu, platformele de comerț electronic care includ materiale video ale utilizatorilor ce prezintă un produs în timpul utilizării). Conținutul audiovizual poate fi considerat o „parte minoră” a activității serviciului ori de câte ori, pe baza unor considerente cantitative și/sau calitative, se constată că acesta joacă un rol nesemnificativ în economia globală/totală a serviciului. Faptul că platforma găzduiește un număr mare de materiale video nu înseamnă neapărat că respectivele conținuturi audiovizuale nu ar putea reprezenta o parte minoră a serviciului. Și dimpotrivă, un număr mic de materiale video pot constitui o parte care nu este minoră din serviciul de platformă, dacă acestea contribuie într-un mod important la atractivitatea, funcționalitatea sau succesul pe piață al serviciului în sine. Acest lucru poate fi dedus din mai multe elemente, cum ar fi, de exemplu, faptul că utilizatorii consumă cantități semnificative de materiale video sau de programe, ori că platformele investesc în conținutul audiovizual sau îi acordă prioritate acestuia.

Pentru a evalua dacă funcționalitatea conținutului audiovizual este esențială, CA ar trebui să ia în considerare, în special, natura și rolul specific jucat de materialele video și de programele generate de utilizatori în cadrul serviciului oferit de platformă. Este, deci, necesară o analiză a serviciului în totalitate, ținând seama de indicatori cantitativi și/sau calitativi, pentru a stabili când conținutul audiovizual furnizat este doar un element auxiliar sau minor al activităților serviciului.

La evaluarea unui anumit serviciu, ar trebui să se acorde o atenție deosebită caracterului esențial al conținutului audiovizual pentru succesul comercial sau poziționarea pe piață a serviciului. Cu toate acestea, cerința privind funcționalitatea esențială nu ar trebui, în niciun caz, să fie interpretată în sensul că impune ca un conținut audiovizual disponibil pe platformă să aibă o relevanță comercială atât de mare încât, în absența lui, serviciul nu ar putea funcționa sau nu ar continua să fie furnizat pe piață. O astfel de interpretare restrictivă nu ar garanta un nivel adecvat de protecție a utilizatorilor și a minorilor atunci când aceștia consumă conținut audiovizual pe numeroase platforme populare, cum ar fi anumite servicii oferite de mijloacele de comunicare socială și, prin urmare, nu ar fi în conformitate cu obiectivul urmărit de DSMAV. De asemenea, serviciile care se bazează pe conținutul audiovizual ca fiind o componentă care nu este minoră sau nu doar o componentă auxiliară a activității lor economice tind să își expună mai mult utilizatorii la un astfel de conținut. Prin urmare, în aplicarea criteriului funcționalității esențiale, CA ar trebui să acorde, de asemenea, o atenție deosebită perspectivei utilizatorilor și, în special, gradului de expunere a acestora la conținutul audiovizual atunci când accesează serviciile relevante. Au fost identificați anumiți indicatori relevanți pe care CA ar trebui să îi aibă în vedere atunci când aplică criteriul funcționalității esențiale din definiția unui serviciu de platformă de partajare a materialelor video. Acești indicatori pot fi grupați în patru categorii: 1. relația dintre conținutul audiovizual și activitatea sau activitățile economice principale ale serviciului; 2. relevanța cantitativă și calitativă a conținutului audiovizual disponibil în cadrul serviciului; 3. monetizarea conținutului audiovizual sau generarea de venituri din conținutul audiovizual și 4. disponibilitatea unor instrumente destinate să sporească vizibilitatea sau atractivitatea conținutului audiovizual. Această abordare este, de asemenea, în concordanță cu considerentul 4 din Directiva (UE) 2018/1808, care clarifică faptul că serviciile oferite de mijloacele de comunicare socială ar trebui incluse în domeniul de aplicare al directivei atunci când concurează pentru același public și aceleași venituri ca și serviciile mass-media audiovizuale. Considerentul 4 din DSMAV se referă la serviciile oferite de mijloacele de comunicare socială care „au devenit un mediu important pentru schimbul de informații și pentru divertisment și pentru educație, inclusiv prin asigurarea accesului la programe și la materiale video generate de utilizatori” și „au un impact considerabil prin faptul că facilitează posibilitatea utilizatorilor de a modela și influența opiniile altor utilizatori”.

Acești indicatori nu ar trebui să fie aplicați cumulativ. În special, absența unuia sau a mai multora dintre indicatori nu ar trebui să conducă în mod automat la concluzia că serviciul nu este o platformă de partajare a materialelor video. În schimb, ar trebui să se considere că un serviciu îndeplinește criteriul funcționalității esențiale în cazul în care, pe baza unei evaluări globale, un număr suficient de indicatori analizați sprijină concluzia potrivit căreia conținutul audiovizual furnizat de un serviciu nu este doar un element auxiliar sau o parte minoră a activităților serviciului.⁸

* * *

serviciu de teletext – oferirea informațiilor codificate sub formă de text, care pot fi accesate cu ajutorul unui decodor standard al receptorului televizorului în momentul accesării, pe durata și pentru conținutul alege;

Comentariu

Definiția a fost preluată din legea veche și se referă la un serviciu de care noi nu am avut posibilitatea să beneficiem.

Teletextul a apărut în anii '70 în Marea Britanie, dezvoltat dintr-o idee din laboratoarele Phillips, și era menit să pună la dispoziție în timp real noutăți despre agricultură tuturor caselor din mediul rural britanic. Spre sfârșitul anului 1974 departamentul de știri BBC a format o echipă editorială specială pentru a dezvolta un serviciu de știri și informații transmis prin teletext. Limitat inițial la 30 de pagini, serviciul a fost extins în doi ani la 100 de pagini. La început televizoarele nu puteau reda semnalul transmis fără un decodor special. Primele televizoare cu decodor teletext încorporat au început să apară în 1977.

În Europa serviciul a avut mai mult succes, dat fiind că a fost adaptat la un format standard (24 de rânduri și 40 de caractere). Americanii și canadienii au dezvoltat mai multe standarde, incompatibile între ele, astfel că era nevoie să cumperi decodor pentru fiecare, dispozitivele fiind destul de scumpe. Au prins mai mult serviciile care ofereau titrări sau doar programe TV.

⁸ Mai multe detalii – aici: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020XC0707\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020XC0707(02)&from=EN)

Semnalul era transmis odată cu cel de televiziune. Informația era trimisă către decodor, iar în momentul în care utilizatorul deschidea serviciul, era afișată pagina principală (un fel de Home). În momentul în care era apăsată o combinație de 3 cifre, decodorul căuta pagina respectivă prin multitudinea de date.

Paginile erau grupate pe categorii, prima cifră reprezentând categoria. 1 – Home și informații de bază, 2 – știri, 3 – programe, 4 – horoscop etc. Pe la sfârșitul anilor '90 erau deja companii de pariuri care afișau scoruri din competiții sportive în timp real pe anumite pagini de teletext. În felul acesta utilizatorii puteau afla, de exemplu, cum au evoluat echipele favorite de fotbal până a vedea știrile de a doua zi sau înainte să cumpere ziare. Pe vremea ceea doar din ziar aflai ce s-a întâmplat pe stadioanele din întreaga lume.

Sistemul în baza căruia toată informația era transmisă *by default* (în mod implicit) în semnalul analogic făcea să nu conteze numărul de decodare la care ajungea mesajul, motiv pentru care teletextul a fost foarte util, bunăoară, în timpul atacurilor din 11 septembrie 2001 din SUA. Din cauza numărului mare de accesări site-urile publicațiilor de știri au picat, în timp ce serviciul de teletext a funcționat fără probleme.

Tot pe teletext utilizatorii puteau afla cum va fi vremea, horoscopul sau ce se mai întâmplă în mediul monden internațional. Practic, teletextul a fost precursorul lui AccuWeather, LiveScore sau Cancan.

Cu timpul teletextul a devenit o tehnologie depășită, chiar dacă noi nici nu am reușit să ne bucurăm de beneficiile ei. Când, practic, toate televizoarele aveau încorporate decodare de teletext (sfârșitul anilor '90) a început să se dezvolte rapid Internetul care a și preluat o parte din funcțiile de informare ale teletextului. CNN renunțase la teletext încă în 2006, iar odată cu trecerea la televiziunea digitală, în 2012, serviciul a dispărut și la BBC, și în toată Marea Britanie.

În România serviciul de teletext a apărut după 1989. În RM, spre deosebire de Occident, serviciul de teletext nu a reușit să devină un bun de larg consum.

Teletextul a reprezentat o invenție care a fost un precursor al internetului de astăzi și, acolo unde a funcționat, a acomodat populația cu intrarea în era informațională digitală.

Teletextul continua să mai fie folosit (inclusiv pe programe HD), iar principiile lui sunt utilizate la subtitrare (subtitrarea este transmisă prin teletext). În acest sens, definiția nu dă mare lucru, chiar dacă față de subtitre există anumite rigori tehnice (mărime, culoare, mobilitate etc.) care să ofere comoditate utilizatorului.

* * *

serviciu de videotext – oferirea mesajelor sub formă de text sau semne grafice, în cadrul unei grile ori al unui catalog, realizate de către un furnizor de servicii media, având forma și conținutul serviciilor de televiziune sau fiind comparabile ca formă și conținut cu acestea;

Comentariu

Definiția, ca și cea precedentă, este preluată din legea veche și pare de prisos, de rând ce nu am avut posibilitatea să beneficiem de un serviciu prestat cetățenilor din alte țări timp de ani buni, până a fost marginalizat de internet.

Primul videotext din lume a fost demonstrat în 1974, în Marea Britanie, denumit sistemul Viewdata și redenumit ulterior Prestel – compania care până astăzi dezvoltă tehnologii multimedia.

Sistemul de videotext s-a răspândit în multe țări din Europa de Vest, unele dintre acestea dezvoltând propriile sisteme naționale bazate pe tehnologii similare. În Franța, bunăoară, serviciul de videotext Minitel, dezvoltat și introdus de Telecom în 1982, era folosit și pentru comenzi on-line, faptul semnificând începuturile comerțului electronic.

Serviciul de videotext furniza știri, prognoze meteo, prețuri ale mărfurilor, ghiduri pentru teatre și cinematografe, găsindu-și aplicare largă și în domeniul bancar.

Videotextul a jucat, în special în Europa, un rol istoric semnificativ în dezvoltarea comunicațiilor electronice, făcând posibilă aplicarea conceptului destul de abstract de interactivitate.

Cele trei standarde europene pentru videotext, aprobate oficial de Conferința Europeană a Poștelor și Telecomunicațiilor (CEPT),⁹ reflectă istoria dezvoltării paralele a videotextului în Germania, Franța și Marea Britanie.

⁹ CEPT este o organizație europeană interguvernamentală cu atribuții în domeniile telecomunicațiilor și serviciilor poștale, înființată în anul 1959. În prezent, 48 de state europene sunt membre CEPT. RM a devenit membru CEPT în anul 1992.

De serviciul de videotext putea beneficia oricine posedea un televizor cu adaptor special de conectare la tastatură și un modem ca să aibă acces interactiv la informațiile stocate pe o platformă-gazdă la distanță sau pe terminale dedicate.

Având în vedere nivelul ridicat de aprovizionare a populației cu televizoare și telefoane, companiile occidentale au apreciat foarte mult capacitatea potențială a pieței. Timp de un deceniu industria videotextului s-a dezvoltat într-un ritm destul de rapid. A fost perioada de glorie a videotextului, după care evoluția ulterioară nu a justificat prognozele optimiste, „de vină” fiind nu doar supraestimarea dorinței oamenilor de rând de a utiliza asemenea servicii, dar și dezvoltarea internetului. Cu toate acestea, videotextul se mai menține, în principal, pentru jocuri.

Odată cu apariția World Wide Web sau a accesului gratuit la cantități mari de informații, organizațiile comerciale au început să creeze conținut gratuit cu ajutorul căruia să-și promoveze produsele și serviciile către consumatorul larg, iar mass-media a profitat de posibilitățile videotextului, completându-l cu conținut audiovizual. Azi videotextul poate fi privit și ca primul model de presă on-line.

Deși uneori videotextul este confundat cu internetul, ambele tehnologii au evoluat separat și prezintă diferențe principiale. Diferențele pornesc de la faptul că internetul (în forma sa matură) este extrem de descentralizat, reprezentând o grandioasă federație de furnizori de servicii, pe când videotextul a fost aproape în exclusivitate foarte centralizat, asemeni telefoniei monopolizate explicit de stat vreme îndelungată.

Posibil, în locul acestei definiții sau de rând cu ea, ar fi fost utilă cea care să se refere la uniformitatea sunetului din oferta serviciilor media audiovizuale.

* * *

sistem cu acces condiționat – modalitate tehnică sau dispozitiv prin intermediul căruia accesul la un serviciu media audiovizual protejat se poate face în mod restricționat, în baza unui abonament sau în baza altei forme de autorizare individuală prealabilă;

Comentariu

Definiția este necesară pentru a înțelege că anumite servicii media liniare sau neliniare, mai ales din considerente financiare, pot fi accesate doar în condițiile dispuse de furnizorii sau de distribuitorii respectivelor servicii.

* * *

slot – o parte a fluxului digital din cadrul multiplexului, suficientă pentru transmisiunea/retransmisiunea unui serviciu media audiovizual;

Comentariu

Noțiunea este similară frecvenței terestre. Pentru difuzarea unui serviciu media în sistem analog este nevoie de o frecvență terestră (dacă nu este utilizat satelitul, cablul, internetul etc.), iar în sistem digital – de un slot al vreunui multiplex național sau regional.

* * *

spațiu audiovizual național – spațiu informațional-mediatic constituit structural și compozițional din servicii media audiovizuale locale, comunitare, regionale, naționale sau internaționale, publice ori private, generaliste sau tematice, informative, educative și de divertisment, puse la dispoziția publicului prin rețele de comunicații electronice;

Comentariu

De remarcat că, potrivit definiției, noțiunea este mai îngustă decât ceea ce semnifică spațiu informațional național și se referă doar la componenta mediatică. Definiția este necesară în contextul scopului pentru care este folosit spațiul audiovizual național din perspectiva securizării lui. Altfel spus, spațiul audiovizual național poate fi în siguranță, dacă toate tipurile și categoriile de servicii media ar răspunde rigorilor legale prevăzute de CSMA. În acest sens rolul de primă vioră este al CA. Doar niciun deținător de licență de emisie sau de autorizație de retransmisie nu este licențiat/autorizat să utilizeze spațiul audiovizual pentru propagandă, dezinformare, manipulare etc. Pare neverosimil ca un solicitant de licență să se angajeze să dezinformeze sau să nu protejeze spațiul audiovizual, dacă obține licența, în realitate, însă, acest lucru se întâmplă.

De observat că în definiție lipsesc serviciile media de știri. E o eroare de redactare, cum des se întâmplă la noi. Vrem să credem că nu a fost comisă intenționat.

* * *

sponsorizare – contribuție a unei întreprinderi publice sau private acordată pentru finanțarea programelor audiovizuale în vederea promovării denumirii, a mărcii comerciale, a imaginii, a activităților ori a unor produse proprii;

Comentariu

Definiția diferă principal de cea dată în Legea cu privire la publicitate în art. 22, și care echivalează sponsorul cu furnizorul de publicitate. Nici Legea specială cu privire la filantropie și sponsorizare (modificată ultima dată în anul 2018 și unde ar fi logic să se regăsească clarificările necesare) nu contribuie la o înțelegere uniformă și univocă a noțiunii. Pentru că sponsorizarea continuă să fie o practică des utilizată în audiovizual, ea urmează să fie reglementată corespunzător în actul normativ al CA privind comunicările comerciale audiovizuale.

* * *

sponsorizare virtuală – tehnică de difuzare a elementelor de identificare a sponsorului care constă în prelucrarea imaginii, în cazul transmisiunii unor evenimente, prin înlocuirea imaginii panourilor publicitare expuse în incinta în care se desfășoară evenimentele respective cu mesaje cu privire la sponsori, introduse de către furnizorul de servicii media sau prin suprapunerea de noi imagini cu astfel de mesaje în orice zonă a imaginii transmise;

Comentariu

Definiția, ca și în cazul publicității virtuale, este necesară pentru că există fenomenul. Sponsorizarea virtuală se referă la serviciile media liniare, dat fiind că vizează transmisiunile de evenimente.

* * *

spot izolat – spot de publicitate ori de teleshopping care nu este precedat și nici succedat de un alt spot de publicitate sau de teleshopping;

Comentariu

Definirea noțiunii este necesară pentru a legaliza practica difuzării spoturilor izolate în anumite condiții și pentru monitorizarea lor.

* * *

teleshopping – mesaj transmis direct către publicul larg în scopul furnizării unor bunuri sau servicii, inclusiv bunuri imobiliare, drepturi și obligații, în schimbul unei plăți;

Comentariu

Noțiunea are nevoie de definiție juridică dat fiind că și față de această formă a comunicărilor audiovizuale comerciale sunt înaintate rigori clare, inclusiv de durată, frecvență și mod de plasare. Noțiunea a fost introdusă în uz în 1979 de britanicul Michael Aldrich, el fiind inventatorul tranzacțiilor în timp real realizate prin intermediul televizorului și a unui terminal videotex conectat la o linie telefonică. În 1981 firma Thomson Tour Operations (în prezent Thomson Holidays) a utilizat tehnologia inventată de Aldrich pentru a rezerva servicii turistice, fiind prima atestare a unui sistem de tranzacții B2B (business-to-business) funcțional. În prezent această tehnologie este scoasă din uz, ea fiind o precursoră a on-line shopping-ului.

* * *

transmisiune – furnizare primară, prin rețele de comunicații electronice, a serviciilor media audiovizuale liniare destinate recepționării de către public;

Comentariu

Noțiunea vizează doar serviciile media liniare. Definiția ar putea fi completată dacă se va ajunge, respectiv, la o altă definiție juridică pentru rețeaua de comunicații electronice.

* * *

utilizator – persoană care utilizează cel puțin un serviciu media audiovizual.

Comentariu

Noțiunea se referă la servicii media liniare și neliniare.

De preferat ca subiecții reglementați de prezentul cod, inclusiv CA în actele normative, să opereze anume cu acest termen.

* * *

Articolul 2. Scopul, obiectul și sfera de aplicare

(1) Prezentul cod are drept scop:

- a) să asigure tuturor persoanelor dreptul de a primi informații corecte și obiective și să contribuie la formarea liberă a opiniilor;
- b) să garanteze dreptul la independență editorială și libertatea de exprimare;
- c) să asigure independență autorității de reglementare în domeniul serviciilor media audiovizuale;
- d) să asigure independență organelor de supraveghere a activității furnizorilor publici de servicii media;
- e) să asigure, să mențină și să dezvolte pluralismul audiovizual;
- f) să asigure protejarea și dezvoltarea spațiului audiovizual național.

(2) Prezentul cod are ca obiect de reglementare furnizarea și distribuirea serviciilor media audiovizuale de către furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media aflați în jurisdicția Republicii Moldova.

(3) Prezentul cod nu se aplică:

- a) serviciilor web care nu intră în concurență cu serviciile media audiovizuale; conținutul audiovizual prezent pe pagina web fiind doar ocazional și nu constituie scopul principal al acestora;
- b) serviciilor web care furnizează conținuturi audiovizuale ce nu sînt mijloace de informare în masă în sensul obiectivului de a informa, educa și distra publicul larg;
- c) paginilor web care furnizează conținut audiovizual generat de către utilizatori privați în scopul utilizării în comun și al schimbului în cadrul unei comunități de interese;
- d) jocurilor de noroc online, inclusiv loteriilor, pariurilor și altor forme de servicii din domeniul jocurilor de noroc, cu excepția jocurilor și concursurilor difuzate, în condițiile legii, în cadrul unui serviciu media audiovizual;
- e) ziarelor și revistelor în format electronic;
- f) motoarelor de căutare pe internet;
- g) corespondenței private sub orice formă.

(4) Subiecți ai prezentului cod sînt:

- a) furnizorii de servicii media aflați în jurisdicția Republicii Moldova;
- b) distribuitorii de servicii media aflați în jurisdicția Republicii Moldova;
- c) autoritatea de reglementare în domeniul serviciilor media audiovizuale;
- d) organele de supraveghere a activității furnizorilor publici de servicii media;
- e) furnizorii de servicii de platformă de partajare a materialelor video aflați în jurisdicția Republicii Moldova.

(5) În sensul prezentului cod, un furnizor de servicii media este considerat aflat în jurisdicția Republicii Moldova dacă întrunește cel puțin una dintre următoarele condiții:

- a) are sediul principal în Republica Moldova și deciziile editoriale privind serviciul media audiovizual sînt luate în Republica Moldova;
- b) are sediul principal în Republica Moldova și partea majoritară a forței de muncă implicate în furnizarea serviciilor media audiovizuale își desfășoară activitatea în Republica Moldova;
- c) deciziile editoriale privind serviciile media audiovizuale sînt luate în Republica Moldova și o parte majoritară a forței de muncă implicate în furnizarea serviciilor media audiovizuale își desfășoară activitatea în Republica Moldova.

(6) Furnizorul de servicii media care nu întrunește niciuna dintre condițiile prevăzute la alin. (5) și nu este stabilit în alt stat participant la Convenția europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră este considerat a fi în jurisdicția Republicii Moldova dacă se află în una dintre următoarele situații:

- a) utilizează o frecvență acordată de autoritatea publică competentă din Republica Moldova;
- b) utilizează un slot acordat de autoritatea publică competentă din Republica Moldova;
- c) utilizează o capacitate de satelit ce aparține Republicii Moldova;
- d) utilizează o legătură ascendentă la satelit situată pe teritoriul Republicii Moldova;
- e) utilizează o legătură la internet situată pe teritoriul Republicii Moldova.

(7) Dacă, în stabilirea jurisdicției aplicabile, criteriile prevăzute la alin. (5) și (6) nu sînt relevante, furnizorul de servicii media se consideră în afara jurisdicției Republicii Moldova.

(8) În sensul prezentului cod, un distribuitor de servicii media este considerat aflat în jurisdicția Republicii Moldova dacă întrunește cel puțin una dintre următoarele condiții:

a) are sediul principal în Republica Moldova și deciziile privind crearea ofertelor de servicii media audiovizuale retransmise sînt luate în Republica Moldova;

b) are sediul principal în Republica Moldova și partea majoritară a forței de muncă implicate în crearea și punerea la dispoziția publicului a ofertelor de servicii media audiovizuale retransmise își desfășoară activitatea în Republica Moldova;

c) deciziile privind crearea ofertelor de servicii media audiovizuale retransmise sînt luate în Republica Moldova și partea majoritară a forței de muncă implicate în punerea la dispoziția publicului a ofertelor de servicii media audiovizuale retransmise își desfășoară activitatea în Republica Moldova.

(9) Distribuitorul de servicii media care nu întrunește niciuna dintre condițiile prevăzute la alin. (8) și nu este stabilit în alt stat participant la Convenția europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră este considerat a fi în jurisdicția Republicii Moldova dacă se află în una dintre următoarele situații:

a) utilizează un slot acordat de autoritatea publică competentă din Republica Moldova;

b) utilizează o capacitate de satelit ce aparține Republicii Moldova;

c) utilizează o legătură ascendentă la satelit situată pe teritoriul Republicii Moldova;

d) utilizează o legătură la internet situată pe teritoriul Republicii Moldova.

(10) Dacă, în stabilirea jurisdicției aplicabile, criteriile prevăzute la alin. (8) și (9) nu sînt relevante, distribuitorul de servicii media se consideră în afara jurisdicției Republicii Moldova.

Comentariu

Alin. (1) expune cu maximă claritate scopul CSMA. Atingerea scopului depinde, în cea mai mare parte, de CA și de subiecții reglementați de prezentul cod. Este oportun de conștientizat faptul că, dacă cineva se abate de la litera și spiritul codului, scopul acestuia este compromis.

Derogările de la lege îndepărtează realizarea scopului legii. Prin această prismă trebuie privită și judecată activitatea responsabililor de atingerea scopului. Prezentul alineat în niciun fel nu trebuie perceput ca fiind o înșiruire de cuvinte generale. De exemplu, dacă un furnizor de servicii dezinformează, iar CA nu intervine, înseamnă că ambele părți admit o derogare concretă și clară de la art. 2. alin (1), lit. a). Sau dacă un furnizor, cu anii, nu-și sporește numărul de programe audiovizuale și nici nu și le diversifică, înseamnă că încalcă prevederea art. 2 alin. (1), lit. e).

Derogarea poate fi ușor depistată, evaluată și demonstrată când acțiunea concretă este contrară scopului exact. Este o sugestie, în primul rând, pentru unii membri CA cărora deseori nu le ajung argumente pentru evaluarea derogărilor vădite. Să observăm că în motivarea deciziilor de sancționare, CA, practic, nu face referire la prezenta prevedere.

Reglementarea furnizării și distribuirii serviciilor media, prevăzută de alin. (2), este o activitate continuă complexă. Ea are un început – procesul de licențiere sau autorizare, dar nu are finalitate, decât în raport cu eventualii subiecți ai CSMA cărora li se retrage licența sau autorizația. Pe orice segment reglementarea se face în condițiile prezentului cod. Unicul raționament al reglementării, oricât de complexă ar fi, este atingerea scopului prezentului cod. De exemplu, la etapa concursului de licențe legea obligă să fie declarată învingătoare oferta care cel mai mult poate contribui la atingerea scopului. Dacă pe piață există deja zece servicii media generaliste și niciun serviciu tematic, iar licența este acordată pentru un al unsprezecelea serviciu media generalist, abordarea este contrară scopului legii – să asigure, să mențină și să dezvolte pluralismul audiovizual.

Alin. (3), lit. a) concretizează că CSMA nu se aplică paginilor web cu conținut audiovizual, dacă acesta-i plasat ocazional sau nu constituie scop principal al activității. Circumstanțele în cauză trebuie să fie constatate de CA în temeiul unor criterii și orientări clare descrise în DSMAV.

Prevederea de la alin. (3), lit. d) nu enumeră exact toate formele de servicii din domeniul jocurilor de noroc permise spre difuzare. Situația trebuie clarificată până la capăt în actele normative ale CA, eventual, în Regulamentul conținuturilor audiovizuale.

De remarcat că furnizorii de platforme, vizați în alin. (4), deși nu au responsabilitate editorială, sunt, totuși, subiecți ai prezentului cod. Abordarea este corectă, dat fiind că la etapa intenției furnizorii de platforme au nevoie de un aviz din partea CA, iar asupra unor conținuturi găzduite de platformă se poate răsfrânge responsabilitatea editorială a autorilor respectivelor conținuturi.

Precizările din alin. (5)–(10) sunt principiale, dat fiind că CSMA reglementează în exclusivitate furnizorii și distribuitorii de servicii media aflați în jurisdicția RM.

* * *

Articolul 3. Legislația privind serviciile media audiovizuale

(1) Legislația privind serviciile media audiovizuale are la bază Constituția Republicii Moldova, prezentul cod și alte acte normative, precum și tratatele internaționale la care Republica Moldova este parte.

(2) Dacă tratatele internaționale la care Republica Moldova este parte stabilesc alte norme decât cele prevăzute de prezentul cod, se aplică prevederile tratatelor respective.

(3) Consiliul Audiovizualului, în calitate de autoritate de reglementare, adoptă acte normative prevăzute de prezentul cod și de tratatele internaționale în domeniul serviciilor media audiovizuale la care Republica Moldova este parte.

Comentariu

La modul practic, acest articol dictează subiecților codului să acționeze în conformitate cu normele legii supreme, a prezentului cod și a tratatelor internaționale ratificate de RM. Este vorba de norme ce se referă, în principal, la drepturile și libertățile fundamentale ale omului, dar nu numai.

Domeniul audiovizualului are tangențe cu o multitudine de domenii conexe, inclusiv: exercitarea profesiei, drepturile de autor și drepturile conexe; protecția minorilor și a persoanelor cu dizabilități; protecția datelor cu caracter personal; tehnologiile informaționale; comunicațiile electronice etc., etc. În parte dintre aceste domenii sunt stabilite norme internaționale recunoscute și acceptate de RM. Unele norme ale tratatelor internaționale ratificate de RM sunt transpuse fidel în legislația națională, altele – cu derogări mai mari sau mai mici. Alin. (2) tocmai concretizează că dacă legislația națională nu este conformă cu normele tratatelor semnate, sunt aplicate prevederile internaționale. Să amintim, că în Hotărârea nr. 19 din 16 iunie 1998 „Privind controlul constituționalității unor prevederi din Legea nr. 603-XIII din 3 octombrie 1995, Legii nr. 1399-XIII din 5 decembrie 1997, Hotărârii Parlamentului nr. 1383-XIII din 26 noiembrie 1997 și Hotărârii Parlamentului nr. 1385-XIII din 26 noiembrie 1997”, Curtea Constituțională și-a argumentat poziția și prin invocarea supremației dreptului internațional asupra normelor legislației naționale.¹⁰ Să precizăm un lucru esențial: deseori, în spațiul public apar discuții, pornite de reprezentanți oficiali de rang înalt ai țării, despre obligativitatea sau neobligativitatea pentru RM a recomandărilor CoE sau, mai ales, a legislației UE, cât statul nu este membru al comunității europene. Discuțiile, se pare, sunt sterile, de rând ce toate documentele CoE și UE se bazează pe convențiile și tratatele internaționale la care RM este parte.

Articolul este unul de orientare pentru toți subiecții codului: pentru CA și CS – în cazul elaborării și adoptării actelor normative juridice și, mai ales, a deciziilor de sancționare; pentru ceilalți subiecți – în cazul în care consideră actele normative sau deciziile de sancționare că nu sunt conforme legislației și, deci, le pot contesta în instanță. Instanța, la rândul ei, va trebui să constate dacă actele normative sau sancțiunile corespund sau nu prevederilor Constituției, CSMA și, după caz, tratatelor internaționale la care RM este parte.

De remarcat, că alin. (3) obligă CA să adopte nu doar actele normative indicate expres în cod, ci și cele ce se impun din prevederile tratatelor internaționale în domeniul serviciilor media la care RM este parte. Aceste acte normative vor constitui parte a legislației privind serviciile media audiovizuale, potrivit art. 3, fiind vorba de legislația secundară. CA, prin urmare, pentru a-și onora obligația ce reiese din alin (3), urmează să facă o inventariere a tratatelor internaționale la care RM este parte, să identifice prevederile ce vizează domeniul audiovizualului, să stabilească ce acte normative sunt necesare, să elaboreze, să adopte și să pună în aplicare respectivele acte normative. Atare abordare și atare acțiuni pot conferi esență și concretețe prevederilor art. 3 care par a fi generale și abstracte.

* * *

Articolul 4. Programele audiovizuale locale

(1) În sensul prezentului cod, programele audiovizuale locale sînt:

a) programele audiovizuale realizate în exclusivitate cu resurse umane, mijloace tehnice și financiare proprii ale furnizorului de servicii media aflat în jurisdicția Republicii Moldova, cu condiția că producerea acestor programe este supervizată și controlată efectiv, din punct de vedere editorial, de către furnizorul de servicii media respectiv;

b) programele audiovizuale realizate în coproducție și cu contribuția furnizorului de servicii media aflat în jurisdicția Republicii Moldova, care raportată la totalul costurilor de producere este majoritară;

c) programele audiovizuale realizate de către producătorii independenți din Republica Moldova.

¹⁰ https://www.constcourt.md/public/ccdoc/hotariri/ro_2000_h_42.pdf

(2) Programele audiovizuale realizate în coproducție, altele decât cele prevăzute la alin. (1) lit. b), sînt considerate programe audiovizuale locale, în proporția corespunzătoare ponderii contribuției furnizorului de servicii media aflat în jurisdicția Republicii Moldova în totalul costurilor de producere.

(3) Furnizorii de servicii media au obligația de a transmite, în cadrul serviciilor de televiziune, programe audiovizuale locale cu următoarele durate medii zilnice:

a) cel puțin 10 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii publici naționali de servicii media;

b) cel puțin 8 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii publici regionali de servicii media;

c) cel puțin 8 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii privați naționali de servicii media;

d) cel puțin 4 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii privați regionali de servicii media;

e) cel puțin 2 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii privați locali de servicii media.

(4) Furnizorii de servicii media au obligația de a transmite, în primă difuzare, cel puțin 50% din cotele de producție proprii prevăzute la alin. (3).

(5) Prevederile alin. (4) nu se aplică serviciilor de televiziune axate preponderent pe difuzarea programelor audiovizuale de promovare a patrimoniului cultural național și european, din arhivele proprii.

(6) Furnizorii de servicii media au obligația de a transmite, în cadrul serviciilor de radiodifuziune sonoră, programe audiovizuale locale cu următoarele durate medii zilnice:

a) cel puțin 12 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii publici naționali de servicii media;

b) cel puțin 10 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii publici regionali de servicii media;

c) cel puțin 10 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii privați naționali de servicii media;

d) cel puțin 8 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii privați regionali de servicii media;

e) cel puțin 6 ore pentru fiecare serviciu media audiovizual – pentru furnizorii privați locali de servicii media.

(7) Furnizorii de servicii media prevăzuți la alin. (3) și (6) au obligația de a transmite programe audiovizuale locale în proporție de cel puțin 80% în limba română.

(8) Furnizorii de servicii media ale căror servicii media audiovizuale se adresează comunităților din unitățile administrativ-teritoriale în care o minoritate etnică reprezintă o pondere majoritară au obligația de a transmite programe audiovizuale locale în proporție de cel puțin 25% în limba română, precum și programe audiovizuale de producție proprie în limba minorității respective.

(9) Programele audiovizuale locale prevăzute la alin. (3), (6) și (7) se difuzează în intervalul orar 06:00–24:00. Cel puțin 75% din conținutul programelor respective se difuzează în orele de maximă audiență.

(10) Duratele medii zilnice ale programelor audiovizuale prevăzute la alin. (3) și (6), se calculează în cadrul unei săptămîni calendaristice.

(11) Furnizorii de servicii media prezintă în raportul anual Consiliului Audiovizualului informații privind respectarea prevederilor alin. (3), (6) și (7).

(12) Prevederile prezentului articol nu se aplică serviciilor media audiovizuale comunitare și celor dedicate exclusiv publicității și teleshoppingului.

(13) Consiliul Audiovizualului, cel puțin o dată pe an, elaborează și publică pe pagina sa web oficială lista furnizorilor de servicii media naționali, regionali și locali.

Comentariu

Alin. (1) și (2) definesc exact și clar programele locale. Acest lucru este oportun din câteva motive. Furnizorii de servicii media au obligația să asigure o anumită cotă zilnică de programe locale și, deci, contabilizarea acestora trebuie făcută cu toată exactitatea. Fără programe audiovizuale locale utilizatorii lor nu pot să-și formeze un tablou complet informațional al lumii. Un bun, cum sunt rețelele de comunicații electronice, inclusiv un bun public (frecvențele terestre) trebuie folosit gospodărește, în interesul informării cetățeanului despre tot ce se întâmplă, în primul rând, acolo unde trăiește cetățeanul. Obligativitatea programelor locale stimulează și îmbogățește piața produselor mediatică în țară și descurajează fenomenul parazitismului informațional pe seama produselor străine. Definiția elimină confuzia existentă anterior și la nivelul legii audiovizualului, și la nivelul practicii, când din motivul unei decizii defectuoase pentru „producție proprie” sau „producție autohtonă”, furnizorii achiziționau la greu produse audiovizuale străine și le contabilizau ca fiind proprii („dacă le-am cumpărat, sunt ale mele, proprii”). Formal aveau dreptate. În esență, însă, programele străine cumpărate nu-și atingeau scopul de bază – să informeze cetățeanul despre treburile din țară. În schimb, anumite programe de rating care, deși fără utilitate socială și fără a fi de interes public, puteau atrage pe nedrept cea mai multă publicitate comercială.

Problema dată își are începuturile în modul de acordare a licențelor încă în faza inițială. Vorba e că fiecare solicitant de licență trebuia să demonstreze în cadrul concursului că are capacitatea financiară de a lansa și a dezvolta afacerea. Și demonstra, își asuma angajamente, obținea licența și, la scurt timp, invocând lipsa resurselor și veșnica criză economică, începea să retransmită masiv programe audiovizuale străine și, de regulă, ieftine. În cadrul concursurilor se vedea de la o poștă că așa-zisele business-planuri erau departe de a putea fi calificate astfel, dar atitudinea față de acestea a organului de licențiere a fost întotdeauna și continuă să mai fie una formală. Bineînțeles, oricine dorește are și trebuie să aibă libertate antreprenorială și dreptul să practice orice fel de business, inclusiv în domeniul audiovizualului. Dar această libertate trebuie coroborată cu obligațiile și responsabilitățile ce-i revin și care se impun. Dacă se dovedește că socoteala de acasă nu se potrivește cu cea de la târg, consecințele trebuie să și le asume în primul rând cel cu licența și să nu schimbe regulile de joc din contul blândeții CA. Cine nu poate ține piept businessului, îl abandonează – așa-i oriunde în lume. Decizia de a porni o afacere în audiovizual este a celui care o pornește. Și dacă nu merge, nu CA e de vină, că nu CA l-a forțat să ia licență. Iar dacă ai luat licență, ai de urmat și regulile clare impuse de licență. În caz contrar, licența trebuie retrasă. Atare abordare nu poate fi catalogată nici ca lipsă de interes, nici ca lipsă de grijă din partea CA pentru dezvoltarea domeniului. Dimpotrivă, adevărata grijă pentru domeniu ar însemna acordarea licenței retrase altcuiva, cu capacități reale, financiare și manageriale, pentru dezvoltarea unui serviciu media veritabil.

Alin. (3) vizează cotele obligatorii zilnice de programe locale televizate. Spre deosebire de prevederile legale anterioare, în cazul dat atestăm o abordare diferențiată, în funcție de statutul televiziunii. Este o abordare adecvată, având în vedere atât misiunea serviciilor media publice, cât și capacitățile de producție diferite ale televiziunilor locale, regionale și naționale private.

Alin. (4) dispune ca jumătate din volumul de programe locale obligatoriu să fie realizat în primă difuzare. Norma are menirea să stimuleze producția locală și să elimine practicile păguboase anterioare când parte din televiziuni, de exemplu, produceau un scurt program audiovizual și îl difuzau în reluare până „adunau” 8 ore – cota zilnică obligatorie pentru toți furnizorii de servicii media. Formal legea era respectată, dar în esență audiovizualul degrada, prejudiciind publicul.

Alin. (5) vizează, la moment, TV Moldova 2, dar norma este necesară pentru situația când asemenea furnizori ar putea să mai apară pe piață, odată cu creșterea/îmbogățirea propriilor arhive. În asemenea cazuri este alogică obligația cotei de programe locale în primă difuzare, chiar dacă acestea nu vor lipsi din respectivele servicii media.

Alin. (6) se referă la posturile de radio și atestă, de asemenea, o abordare diferențiată. În general, practica internațională arată că radio este reglementat mai puțin decât televiziunea și, la drept vorbind, prezentul alineat putea și să lipsească. Motive pentru o atare abordare sunt mai multe. Radio nu mai are puterea de influență a opiniei publice ca pe timpuri și, deci, impactul lui în comparație cu cel al televiziunii este unul insignifiant. Radio, de regulă, se axează pe muzică, pe funcția recreativă/distractivă. Cotele obligatorii de programe locale la radio în situația în care de, cel puțin, zece ani fluxurile de publicitate comercială migrează continuu către televiziune și în on-line, devin împovărătoare. Tradiția și inerția, însă, și-au spus cuvântul – radio este reglementat exagerat, ca pe vremuri. În plus, exigențele față de un radio vorbit și față de un radio muzical trebuie să fie diferite. Lipsa explicabilă de investiții face ca să avem extrem de puține radiouri vorbite și foarte multe – muzicale. Trebuie să acceptăm realitățile și, de exemplu, să stimulăm diversificarea radiourilor muzicale la etapa licențierii prin a le impune exigențe minime (ocolirea conținuturilor ilegale) și prin a exclude monopolul unui anumit gen de muzică sau monopolul muzicii provenite din anumită țară. Situația reală de pe piața radiodifuziunii demonstrează atât deficiențele legii, cât și deficiențele implementării legii. În RM, de mulți ani, a apărut un fenomen larg răspândit și neîntâlnit în alte părți: o televiziune, dacă are și post de radio, retransmite integral sau masiv programele televizate și la radio. Fenomenul echivalează, practic, cu irosirea bunului public, adică a frecvențelor. Pe fiecare frecvență ar putea fi transmise servicii media distincte, fapt ce ar diversifica oferta conținuturilor în beneficiul cetățeanului. Obligațiile draconice legale și practicile reale, însă, fac să persiste acest fenomen care în niciun fel nu poate contribui la atingerea scopului prezentului cod. În cazul dat ar fi mai de preferat indulgența maximă a CA față de radiouri, iar monitorizările să fie făcute în cazul sesizărilor/plângerilor sau al autosesizărilor.

Normele de la alin. (7)–(8) sunt oportune, dar în cazul radiourilor muzicale necesită clarificări pentru a înțelege cum trebuie să fie realizat un program audiovizual muzical ca să poată fi contabilizat drept realizat în limba română sau în altă limbă.

Norma de la alin. (9) are menirea să asigure o informare mai bună a publicului prin intermediul programelor locale și, totodată, să elimine practica anterioară, când programele locale erau difuzate masiv în ore nocturne, cu audiență minimă.

Alin. (10) conține o normă ce vizează durata medie zilnică obligatorie a programelor locale. Normă reprezintă o abordare adecvată a problemei. Ea lasă suficient spațiu de manevră furnizorilor, dat fiind că nu solicită, ca legea veche, zilnic să fie asigurate opt ore. Norma permite ca în unele zile ale săptămânii cota să fie mai ridicată sau mai scăzută, dar, în medie, să fie atinsă cota obligatorie.

Prevederea din alin. (11) cu referire la prezentarea anumitor date în raportul anual de activitate al furnizorilor permite CA să vadă tabloul general pe acest segment și, la necesitate, să intervină. Nu-i o sarcină împovărătoare pentru furnizori, dat fiind că automonitorizarea și analiza zilnică, săptămânală, lunară, anuală a propriei activități sunt elemente indispensabile în gestionarea și managementul afacerii.

Alin. (12) expune categoriile serviciilor media cărora nu li se aplică normele articolului 4. Este o precizare potrivită, deși categorii ar putea fi mai multe.

Alin. (13) obligă CA să actualizeze, cel puțin o dată pe an, și să facă publică lista furnizorilor de servicii media naționali, regionali și locali. Norma ia în calcul faptul că anumiți furnizori de servicii media ar putea să-și schimbe statutul (prin extinderea sau prin restrângerea afacerii), iar în funcție de statut sunt prevăzute și obligații corespunzătoare.

* * *

Articolul 5. Programele audiovizuale achiziționate

(1) Furnizorii de servicii media au dreptul, în condițiile legii, să achiziționeze programe audiovizuale din țară și de peste hotare, în scopul completării și asigurării varietății propriilor servicii media audiovizuale.

(2) În cazul serviciilor de televiziune, programele audiovizuale achiziționate de peste hotare trebuie să provină în proporție de cel puțin 50% din statele membre ale Uniunii Europene și/sau din statele terțe participante la Convenția europeană privind televiziunea transfrontalieră.

[Art. 5 modificat prin Legea nr. 241 din 16.12.2020, în vigoare 22.12.2020]

Comentariu

De reținut, că alin. (1) dă dreptul furnizorului să achiziționeze programe din țară și de peste hotare, dar respectivele achiziții nu pot fi incluse în cota obligatorie zilnică de programe audiovizuale locale.

Alin. (2) a fost exclus din cod în urma modificărilor operate la finele anului 2020. Modificarea în cauză nu este îndreptățită din, cel puțin, două motive: a) achizițiile din UE și/sau din statele Convenției privind televiziunea transfrontalieră pot nu doar diversifica, dar și însănătoși serviciile media audiovizuale, având în vedere starea actuală, cu prezență masivă a conținuturilor străine, preponderent din Est, bună parte dintre ele nocive spațiului audiovizual național, și b) RM este parte a Convenției și prevederile alin. (2) ar fi subliniat faptul, că țara nu doar a ratificat Convenția, ci și își asumă obligațiile ce reies din ea. Evident, furnizorii pot din proprie inițiativă să achiziționeze programe audiovizuale din spațiul european, dar nu au această obligație. În plus, din considerente ideologice, programele din Est sunt mai ieftine și, de regulă, acest factor prevalează în opțiunile de achiziții ale majorității furnizorilor de servicii media autohtoni.

* * *

Articolul 6. Operele audiovizuale europene

(1) În sensul prezentului cod, opere audiovizuale europene sînt:

a) operele provenind din statele membre ale Uniunii Europene;

b) operele provenind din Republica Moldova și din statele terțe participante la Convenția europeană privind televiziunea transfrontalieră;

c) operele coproduse în cadrul unor acorduri privind sectorul audiovizual încheiate între Uniunea Europeană și statele terțe, care îndeplinesc condițiile prevăzute în fiecare dintre acordurile respective;

d) operele realizate în baza unor acorduri bilaterale de coproducție încheiate între statele membre ale Uniunii Europene și statele terțe, cu condiția că participarea coproducătorilor din Uniunea Europeană în totalul costurilor de producere să fie majoritară, iar producerea să nu fie controlată de niciun producător stabilit în afara teritoriului statelor membre ale Uniunii Europene.

(2) Operele prevăzute la alin. (1) lit. a) și b) sînt opere realizate în cea mai mare parte cu contribuția unor autori și lucrători rezidenți într-unul sau mai multe dintre statele respective, care îndeplinesc cel puțin una dintre următoarele cerințe:

a) operele sînt realizate de către unul sau mai mulți producători stabiliți într-unul sau mai multe dintre statele respective;

b) producerea operelor este supervizată și controlată efectiv de către unul sau mai mulți producători stabiliți într-unul sau mai multe dintre statele respective;

c) contribuția coproducătorilor din statele respective la totalul costurilor coproducției este majoritară, iar coproducția nu este controlată de niciun producător stabilit în afara statelor respective.

(3) Prevederile alin. (1) lit. b) și c) se aplică numai în cazul operelor provenind din statele membre ale Uniunii Europene care nu fac obiectul unor măsuri discriminatorii în statele terțe în cauză.

(4) În cazul serviciilor media audiovizuale liniare, furnizorii de servicii media au obligația să rezerve operelor audiovizuale europene cel puțin 50% din timpul de emisie al fiecărui serviciu, din care se scade timpul alocat știrilor, evenimentelor sportive, jocurilor, publicității, serviciilor de teletext și teleshoppingului.

(5) În cazul serviciilor media audiovizuale neliniare, furnizorii de servicii media au obligația să rezerve operelor audiovizuale europene cel puțin 30% din catalogul de programe și să le scoată în evidență.

(6) În cazul serviciilor media audiovizuale liniare, furnizorii de servicii media au obligația să rezerve operelor audiovizuale europene create de către producătorii independenți din Republica Moldova cel puțin 10% din timpul de emisie al fiecărui serviciu, din care se scade timpul alocat știrilor, evenimentelor sportive, jocurilor, publicității, serviciilor de teletext și teleshoppingului.

(7) Furnizorii de servicii media prezintă în raportul anual Consiliului Audiovizualului informații privind respectarea prevederilor alin. (4)–(6).

(8) Prevederile prezentului articol nu se aplică serviciilor de radiodifuziune sonoră, serviciilor de televiziune locale și comunitare, precum și serviciilor media audiovizuale dedicate exclusiv publicității și teleshoppingului.

[Art. 6 modificat prin Legea nr. 241 din 16.12.2020, în vigoare 22.12.2020]

Comentariu

Art. 6., alin. (4)–(8) au fost eliminate în urma modificărilor operate la cod la sfârșitul anului 2020. În circumstanțele create, prezența alin. (1)–(3) devine inutilă. Definirea și clasificarea operelor europene nu este scop în sine, ci sunt necesare pentru a stabili niște obligații care să fie înțelese și de furnizori, și de CA. Abrogarea alin. (4)–(8) lipsesc de sens și de necesitate atât celelalte alineate ale prezentului articol, cât și definiția juridică pentru producătorii independenți. Deci, art. 6 fie că trebuie restabilit în varianta sa inițială, fie trebuie eliminat în întregime (cel puțin, va dispărea un non-sens).

De remarcat, că eliminarea alin. (2) din art. 5. și a alin. (4)–(8) din art. 6. intră în contradicție clară cu afirmația din debutul CSMA, potrivit căreia prezentul cod transpune în legislația națională Directiva UE vizând serviciile mass-media audiovizuale. Prin modificările operate transpunerea Directivei este zădărnicită și nicidecum stimulată.

* * *

Capitolul II. PRINCIPIILE COMUNICĂRII AUDIOVIZUALE

Articolul 7. Libertatea de exprimare

(1) Statul garantează libertatea de exprimare furnizorilor de servicii media și distribuitorilor de servicii media.

(2) Furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media sînt obligați să respecte dreptul persoanelor la libertatea de exprimare, precum și dreptul de a primi informații.

(3) Furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media pun la dispoziția publicului servicii media audiovizuale în conformitate cu prevederile prezentului cod și ale Legii nr. 64/2010 cu privire la libertatea de exprimare.

(4) Consiliul Audiovizualului acționează, din oficiu și la sesizare, în vederea asigurării libertății de exprimare.

(5) Controlul conținutului serviciilor media audiovizuale înainte de difuzarea acestora este interzis.

Comentariu

Deși nu se află în posesia dispozițiilor Legii nr. 64/2010 privind Libertatea de exprimare menționată la articolul 7 alin. (3), acest articol conține dispoziții binevenite, care asigură în mod legal dreptul la libertatea de exprimare, precum și interzice, în mod direct, orice cenzură măsuri privind conținutul serviciilor media audiovizuale. În conformitate cu articolul 10.1 (Dreptul la libertatea de exprimare) din Convenția Europeană pentru Protecția Drepturilor Omului și a Libertăților Fundamentale (Convenția), acest articol recunoaște că „...Acest drept include libertatea de a avea opinii și de a primi și de a transmite informații și idei fără interferențe ale autorității publice...”, întrucât prevede că nu numai furnizorilor de servicii media audiovizuale și distribuitorilor de servicii media li se garantează acest drept de către stat, ci și faptul că acest drept al cetățenilor din Republica Moldova trebuie respectat.

Este un principiu esențial, de aceea stă primul în lista celor cuprinse în capitol. Principiul trebuie înțeles și aplicat în concordanță cu actele internaționale/europene ratificate de RM, inclusiv: Declarația Universală a Drepturilor Omului; Convenția Europeană pentru apărarea drepturilor omului și a libertăților fundamentale; Convenția Europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră; Pactul Internațional cu privire la drepturile civile și politice.

O relevanță mare are și jurisprudența CtEDO. La nivelul comunității europene se consideră că începând cu Hotărârea Handyside (7 decembrie 1976, § 49), CtEDO a recunoscut că libertatea de exprimare, consacrată prin articolul 10 al CEDO, este unul din drepturile fundamentale esențiale într-o societate democratică bazată pe pluralism, toleranță și spirit de deschidere. Cazul proprietarului unei edituri londoneze care a publicat și comercializat o cărțuție cu informații cu tentă sexuală destinată copiilor și adolescenților, a determinat Curtea să concluzioneze că libertatea de exprimare nu constă doar în libertatea de a expune și răspândi opinii și informații pozitive, ci și în cea de a spune lucruri deranjante sau șocante. Această interpretare a articolului 10 al CEDO a lărgit și mai mult spațiul de manevră a libertății de exprimare, și de atunci, mai multe state au fost sancționate pentru interpretare restrictivă a aceluiași articol. De exemplu, CtEDO a dat câștig de cauză ziarului francez Paris Match care, în anul 2005, a scris despre fiul nelegitim al prințului de Monaco, iar când Turcia a interzis portalul Youtube a constatat îngrădirea dreptului la libertatea de exprimare.¹¹

11 Deciziile Curții Europene a Drepturilor Omului pot fi consultate pe site-ul: <http://www.echr.coe.int>

La nivel național au relevanță: hotărârea Curții Constituționale (CC) nr. 12 din 04.06.2013 prin care a fost declarat neconstituțional alineatul 4¹ al articolului 3 al Legii privind libertatea de exprimare în redacția legii nr. 192 din 12 iulie 2012 care interzicea propagarea și/sau utilizarea în scopuri politice a simbolurilor regimului comunist totalitar (secera și ciocanul și orice suport cu aceste simboluri), precum și promovarea ideologiilor totalitare; avizul CC nr. 2 din 09.12.2008 asupra proiectului de lege pentru modificarea art. 32 din Constituția RM prin care recomandă excluderea din alineatul 3 al articolului a sintagmei „contestarea și defăimarea statului și a poporului” și substituirea sintagmei „precum și alte manifestări” cu sintagma „alte acțiuni violente”.

O relevanță aparte are Hotărârea Curții Supreme de Justiție (CSJ) de modificare și completare a Hotărârii Plenului CSJ nr. 7 din 24.12.2012 „Cu privire la practica aplicării de către instanțele de judecată a unor prevederi ale Legii cu privire la libertatea de exprimare”.¹² Cunoașterea procedurilor și practicilor jurisprudențiale are o importanță principală pentru că acestea corespund cerințelor de claritate și precizie și servesc drept puncte de referință în executarea valabilă a obligațiilor ce decurg și din prezentul articol, și din capitolul II. Așadar, CSJ, între altele, dă următoarele explicații:

„Legea cu privire la libertatea de exprimare este o lege organică care cuprinde norme juridice speciale. Avînd în vedere că această lege a fost adoptată după adoptarea Codului civil, conținutul art. 16 din Codul civil urmează a fi interpretat prin prisma prevederilor legii menționate”.

Articolul 3 alin. (1) din Legea cu privire la libertatea de exprimare oferă tuturor persoanelor dreptul la libertatea de exprimare. Un rol special în acest sens îl are presa, care are sarcina de „câine public de pază” al democrației, libertatea de exprimare a căreia, totodată, este garantată și prin prisma art. 4 din Legea cu privire la libertatea de exprimare. Din acest motiv, libertatea de exprimare a mass media se bucură de garanții suplimentare prevăzute de art. 11 alin. (3), art. 13 alin. (1), art. 28 alin. (2) din lege. Spre exemplu: alineatul (3) al art. 11 din lege stipulează că, dacă persoanele publice și persoanele fizice care exercită funcții publice provoacă ele însele atenția asupra aspectelor din viața lor privată și de familie, mass-media are dreptul să cerceteze aceste aspecte (a se vedea în acest sens hotărârea CEDO din 18.01.2011 în cauza MGN Limited c. Regatului Unit); art. 28 alin. (1) și (2) enumeră cazurile în care mass-media nu poartă răspundere materială pentru preluarea cu bună-credință a relatărilor false cu privire la fapte și/sau a judecăților de valoare fără substrat factologic suficient, care vizează chestiuni de interes public.

Jurisprudența CEDO a delimitat trei categorii principale de exprimare – politică, artistică și comercială, acordându-i cea mai mare importanță protecției exprimării politice, care a fost definită foarte larg, astfel încât să includă discursurile privind toate chestiunile de interes public general. Problemele identificate ca fiind de interes public general includ: examinarea cauzelor în justiție, mediul înconjurător, sănătatea publică, abuzul de putere din partea poliției, cruzimea față de animale, proasta gestionare a patrimoniului public, comportamentul ilegal al procurorilor, corupția funcționarilor de stat și activitățile entităților comerciale puternice (a se vedea Steel și Moris c. Regatul Unit, cererea nr. 68416/0115 mai 2005 alin. 94).

Libertatea de exprimare protejează atât conținutul, cât și forma informației exprimate, inclusiv a informației care ofensează, șochează sau deranjează (art. 3 alin. (2) din Legea cu privire la libertatea de exprimare). Dreptul la libertatea de exprimare este aplicabil nu numai în cazul unei informații sau „idei” care sunt primite în mod favorabil sau privite ca inofensive sau ca o chestiune de indiferență, dar și al celei care ofensează, șochează sau deranjează Statul sau orice parte a comunității. Adicional, libertatea jurnalistică mai acoperă și posibilele recurgeri la exagerări sau chiar provocări (Hotărârea CEDO din 24.02.1997 în cazul De Haes and Gijssels c. Belgiei, § 47). Atunci când persoana dorește să răspândească o informație, Statul nu poate dicta sau critica forma în care această informație este răspândită. Instanțele de judecată urmează să țină cont de faptul că, art. 4 din Legea cu privire la libertatea de exprimare prevede aspectele specifice ale libertății de exprimare a mass-media. Sarcina mass-media este de a informa publicul despre informațiile de interes public. În procesul de acumulare și răspândire a informației, ea trebuie să respecte obligațiile profesionale.

12 http://jurisprudenta.csj.md/search_hot_expl.php?id=270

Informația răspândită de mass-media poate conține exagerări și chiar provocări, însă trebuie să fie suficient de exactă pentru a nu dezinforma. Nu constituie dezinformare inexactitatea care nu schimbă esența faptelor (ex. Jurnalistul a relatat despre o sustragere. Persoana vizată în articol nu contestă faptul sustragerii, însă pretinde că pretinsa mărime a sustragerii a fost indicată incorect). Totodată, la soluționarea cauzelor, e necesar a se ține cont de faptul că, în sensul art. 10 § 2 din Convenția Europeană, art. 32 alin. (2) al Constituției RM și a art. 3 alin. (3) din Legea cu privire la libertatea de exprimare, exercitarea acestor libertăți poate fi supusă unor 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 publice și prevenirea infracțiunilor, protecția sănătății sau a moralei, protecția reputației sau a drepturilor altora, pentru a împiedica divulgarea de informații confidențiale sau pentru a garanta autoritatea și imparțialitatea puterii judecătorești. Sunt interzise și pedepsite prin lege îndemnul la război de agresiune, la ură națională, rasială sau religioasă, incitarea la discriminare, la separatism teritorial, la violență publică, precum și alte manifestări ce atentează la regimul constituțional. Aliniatul (3) al art. 3 din Legea cu privire la libertatea de exprimare, prevede 3 condiții pentru restrângerea libertății de exprimare: restrângerea să fie prevăzută de lege, să urmărească unul sau mai multe din scopurile indicate în acest aliniat și să fie „necesară într-o societate democratică”. Acestea urmează să fie interpretate în lumina jurisprudenței CEDO. Se va reține că, restricțiile enumerate trebuie să fie interpretate în mod restrâns, iar necesitatea lor trebuie să fie motivată convingător, pe lângă faptul că acestea trebuie să fie legale și să urmărească un scop legitim. Or, orice hotărâre judecătorească sau act care limitează libertatea de exprimare trebuie să conțină motive suficient de clare de ce o asemenea restrângere este necesară (de exemplu, CEDO, prin hotărârea din 19.02.1998 pronunțată în cauza Bowman c. Regatul Marii Britanii și al Irlandei de Nord, a apreciat că restricția prevăzută într-o lege britanică, conform căreia reclamanta trebuia să depună o sumă de 500 de lire în calitate de garanție, pentru a dispune de posibilitatea distribuirii de broșuri electorale, constituie o măsură disproporționată în raport cu sintagma „necesară într-o societate democratică”). Această proporționalitate implică punerea în balanța de apreciere, pe de o parte, a interesului public protejat și, pe de altă parte, a dreptului la libera exprimare într-o societate democratică.

Instanțele de judecată trebuie să țină cont de faptul că, în conformitate cu art. 3 și 4 din Declarația despre libertatea disputelor politice în mass-media, adoptată la 12.02.2004 la întrunirea a 872-a a Comitetului de Miniștri al CoE, precum și cu regulile minime referitor la răspunderea presei, a televiziunii, radioului și altor mijloace de informare în masă, adoptate la cea de a II-a Conferință a judecătorilor cu tematica „Justiția și mass-media”, desfășurată la Cracovia în perioada 25–26 aprilie 2005, personalitățile politice, care stăruie să-și impună opinia politică, prin însăși acest fapt își exprimă acordul de a fi supuși aprecierilor publice și criticii în mass-media. Politicienii în mod inevitabil și conștient trebuie să accepte verificarea strictă a fiecărui cuvânt și faptă, atât din partea jurnaliștilor, cât și a marelui public, și, în consecință, trebuie să dovedească un grad mai mare de toleranță. Cerințele lor de a fi protejați prin prisma art. 10 al Convenției și art. 7, 10 și 11 din Legea cu privire la libertatea de exprimare, trebuie cântărite cu interesele dezbaterii libere a chestiunilor politice (cazul Lingens c. Austriei, hotărârea din 08 iulie 1986). Limitarea în libertatea de exprimare a unui jurnalist în contextul dezbaterii unei probleme de interes public în privința unui politician, îndeosebi de rang înalt, constituie o încălcare a art. 10 din Convenția Europeană pentru Drepturile Omului (Hotărârea din 12.02.2008, cauza Flux nr. 4 c. Moldovei)”.

Aceste precizări și explicații date de CSJ sunt oportune pentru o înțelegere uniformă și pentru o aplicare adecvată a principiului în practică. CA, în acest context, are o obligație dublă: să respecte libertatea de exprimare a furnizorilor și distribuitorilor de servicii media, și să asigure respectarea de către furnizori și distribuitori a libertății de exprimare a cetățenilor.

Alin. (2) sugerează că cetățenii au dreptul să fie informați, nu dezinformați sau manipulați informațional. Prin urmare, sunt necesare mecanisme concrete și clare, prin care furnizorii și distribuitorii să-și onoreze tocmai obligația de a informa. Mecanismele ar implica și modalități sigure de depistare a dezinformării, pentru a putea fi descurajată/sanționată. Orice dezinformare echivalează cu încălcarea alin. (2) și trebuie calificată ca atare.

Alin. (3) sugerează și faptul că CA, în elaborarea de acte normative ce ar viza principiul dat, să se ghideze, pe lângă cod, și de legea nr. 64/2010.

Din alin. (5) este de reținut că eventualul control al conținutului înainte de difuzare ar însemna un act de cenzură, tocmai în virtutea libertății de exprimare garantată autorului conținutului.

Principiul este unul fundamental și protejat puternic, dat fiind că fără dreptul la libertatea de exprimare sunt demolate un șir întreg de drepturi.

* * *

Articolul 8. Independența editorială și libertatea de creație

(1) Furnizorii de servicii media au dreptul să decidă independent și liber asupra conținutului serviciilor media audiovizuale, în conformitate cu legislația privind serviciile media audiovizuale și condițiile licenței de emisie.

(2) Cenzura de orice tip asupra serviciilor media audiovizuale este interzisă.

(3) Este interzisă imixtiunea de orice tip în conținutul, forma sau în modalitățile de creare și prezentare a programelor audiovizuale și a altor elemente ale serviciilor media audiovizuale din partea oricăror persoane sau autorități publice.

(4) Nu constituie imixtiune reglementările Consiliului Audiovizualului privind aplicarea prevederilor prezentului cod, adoptate în conformitate cu legislația în vigoare.

Comentariu

Independența editorială și libertatea de creație sunt cruciale pentru mass-media. Nu poate exista responsabilitate editorială fără independență editorială. Este motivul din care obligația responsabilității editoriale este coroborată cu garantarea independenței editoriale.

Să precizăm, că și art. 5 alin. (1) din Legea cu privire la libertatea de exprimare garantează independența editorială a mass-mediei publice sau private și interzice cenzura în cadrul acestora. Alin. (3) al art. 5 interzice crearea de autorități publice pentru controlul prealabil al informației care urmează a fi răspândită de mass-media. Dimpotrivă, așa cum a determinat CtEDO (Manole ș. a. c. Moldovei, hotărârea din 17 septembrie 2009),¹³ în cazul în care statul creează instituții publice ale audiovizualului, el este obligat să adopte o legislație care să asigure independența editorială a acestora. Nu va constitui, însă, cenzură obligația impusă prin hotărâre judecătorească de a răspândi o informație ca, de exemplu, publicarea unei dezmințiri sau obligația impusă prin lege de a răspândi o anumită informație cum ar putea fi, bunăoară, comunicate oficiale în perioada stării de urgență.

Să observăm, că finalul alin. (1) concretizează că și condițiile licenței de emisie nu pot depăși cadrul legal; alin. (2) și (3) au menirea să fortifice independența editorială și libertatea de creație, iar ultimul alin. (4) stabilește că reglementările CA nu constituie imixtiune doar dacă sunt conforme cu normele juridice în vigoare.

Valorizarea independenței editoriale garantate de lege depinde în mod decisiv de furnizorul de servicii media. Orice amestec din exterior este interzis, dar în realitate cazurile de ingerință n-au lipsit și nu lipsesc. Ele persistă pentru că nu sunt denunțate și, deci, nu pot fi sancționate. Acceptarea tacită a imixtiunii este împotriva firii lucrurilor, de rând ce nimeni nu împarte cu furnizorul și responsabilitatea editorială. Este non sens să-ți asumi responsabilități editoriale exclusive și să nu pui preț pe independența editorială.

* * *

Articolul 9. Protecția confidențialității surselor de informare

(1) Caracterul confidențial al surselor de informare utilizate în conceperea sau elaborarea programelor audiovizuale este garantat prin lege.

(2) Jurnalistul este liber să nu dezvăluie date de natură să identifice sursele de informare în legătură directă cu activitatea sa profesională, în conformitate cu Legea nr. 64/2010 cu privire la libertatea de exprimare.

Comentariu

Să concretizăm că alin. (1) al art. 13 din Legea nr. 64/2010 stipulează că mass-media și orice persoană care efectuează o activitate cu caracter jurnalistic de colectare, de primire și de distribuire a informației către public, precum și persoana care colaborează cu acestea, care au obținut informații de la o sursă, au dreptul de a nu dezvălui identitatea sursei sau orice informații care ar putea duce la identificarea sursei. Alin. (2) al legii stabilește că persoana care a distribuit publicului informația obținută din surse confidențiale nu poate fi obligată să dezvăluie identitatea sursei în cadrul unui proces civil sau contravențional. Și doar în cadrul unui proces penal, potrivit alin. (4), organul de urmărire penală sau instanța de judecată poate obliga persoana să divulge sursa de informare dacă sunt întrunite cumulativ următoarele condiții:

- a) dosarul penal vizează infracțiuni deosebit de grave sau excepțional de grave;
- b) divulgarea sursei este absolut necesară pentru urmărirea penală;
- c) au fost epuizate toate posibilitățile de a identifica sursa de informare prin alte mijloace.¹⁴

¹³ [http://justice.md/file/CEDO_judgments/Moldova/MANOLE%20SI%20ALTI%20\(satisfactie%20echitabila\)%20\(ro\).pdf](http://justice.md/file/CEDO_judgments/Moldova/MANOLE%20SI%20ALTI%20(satisfactie%20echitabila)%20(ro).pdf)

¹⁴ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=83916&lang=ro#

Este un drept dat jurnalistului de lege și protejat puternic de lege.

Protejarea surselor de informare reprezintă una dintre condițiile de bază ale libertății presei într-o societate democratică. Această protecție reiese din norme naționale și instrumente internaționale, precum Rezoluția cu privire la libertățile jurnalistice și drepturile omului, adoptată la Conferința a IV-a ministerială europeană privind politica comunicațiilor în masă (Praga, 7–8 decembrie 1994), Rezoluția Parlamentului European din 18 ianuarie 1994, privind confidențialitatea surselor jurnaliștilor, Recomandarea nr. R(2000)7 cu privire la dreptul jurnaliștilor de a nu-și divulga sursele de informații, adoptată de Comitetul de Miniștri al CoE la 8 martie 2000.¹⁵

CtEDO a subliniat în mod repetat că art. 10 (libertatea de exprimare) protejează nu doar conținutul și substanța informațiilor și ideilor, dar și mijloacele prin care acestea sunt transmise. Una dintre cele mai importante cauze în privința protecției surselor este cauza Goodwin împotriva Marii Britanii din 27 martie 1996. Curtea a constatat că protecția surselor jurnalistice este una din pietrele de temelie ale libertății presei, iar absența protecției ar putea descuraja sursele jurnalistice să ajute presa în informarea publicului pe teme de interes general. În consecință, presa ar putea fi incapabilă să joace rolul său esențial de „câine de pază”, iar capacitatea sa de a furniza informații precise și de încredere s-ar diminua. Prin hotărâri ulterioare (în cauza Roemen și Schmit v. Luxemburg, 25 februarie 2003 sau în cauza Sanoma împotriva Olandei, 14 septembrie 2010), CtEDO a extins protecția surselor jurnalistice mai presus de ordinele de dezvăluire a surselor, cum ar fi efectuarea perchezițiilor sau confiscarea materialelor de către poliție în scopul identificării sursei confidențiale.

Raționamentul protecției surselor de informare derivă din natura activității jurnalistului, în special, când documentează teme sensibile sau subiecte „pe muchie de cuțit”.

În același timp, să fim conștienți că sursele anonime sunt percepute ca mai puțin credibile sau necredibile. Este motivul din care jurnalistul care acționează cu bună credință va apela la confidențialitatea surselor doar când trebuie să le protejeze, iar cel care acționează cu rea credință ar putea face abuz inventând tot felul de surse „care au solicitat anonimatul”. Legea, însă îi apără pe ambii în egală măsură. Norma juridică nu poate funcționa selectiv, iar lipsa protecției confidențialității surselor ar aduce mai multe prejudicii decât beneficii.

Protecția legală puternică a surselor de informare în niciun caz nu înseamnă dreptul jurnalistului să obțină informații prin căi ilegale. În acest sens este de învățatură cazul jurnaliștilor de la publicația britanică News of the World. Aceștia, în anii 2005–2006 au recurs la interceptarea convorbirilor telefonice și a mesageriilor vocale ale unor personalități influente ale țării, inclusiv din familia regală, precum și la piratarea de computere. Cazul a devenit public cinci ani mai târziu și a declanșat un scandal enorm. Instanța a stabilit că cel puțin 600 de persoane au fost supuse unor interceptări ilegale. În consecință, redactorul-șef a fost forțat să demisioneze, doi jurnaliști au fost condamnați la patru și șase luni de închisoare, respectiv, iar cotidianul, prezent pe piață de 168 de ani, a fost închis.

* * *

Articolul 10. Protecția jurnaliștilor

(1) Autoritățile responsabile de menținerea ordinii publice asigură:

- a) protecția jurnaliștilor și a locurilor de muncă ale acestora, în cazul în care aceștia sînt supuși unor presiuni sau amenințări de natură să împiedice ori să restrîngă libera exercitare a profesiei lor;
- b) protecția sediilor și a locațiilor furnizorilor de servicii media, în cazul în care acestea sînt supuse unor amenințări de natură să împiedice sau să afecteze libera desfășurare a activității acestora.

(2) Protecția menționată la alin. (1) nu poate să devină pretext pentru a prejudicia libera exprimare a jurnaliștilor, pentru a împiedica sau a restrînge libera exercitare a profesiei ori pentru a împiedica revendicarea drepturilor și libertăților fundamentale de către jurnaliști.

(3) Constrîngerea sau exercitarea presiunii prin amenințare ori intimidare a jurnaliștilor atrage răspundere contravențională și, după caz, penală.

(4) În cazul autosesizării ori în cazul sesizării de către jurnaliști sau de către furnizorii de servicii media, Consiliul Audiovizualului examinează în ședințe publice cazurile de amenințări, presiuni și intimidări, de natură să împiedice ori să restrîngă în mod efectiv libera exercitare a profesiei jurnaliștilor sau activității furnizorilor de servicii media și, după caz, sesizează autoritățile competente.

¹⁵ http://apel.md/files/docs/Rec_2000_7_Drept_jurn_dezv_surse_ro.pdf

Comentariu

Principiul din art. 10 reiese din axioma că adevărata calitate a democrației într-un stat poate fi judecată după nivelul de siguranță și de securitate a jurnaliștilor. Doar când jurnaliștii pot lucra fără frică, simțindu-se protejați în viața privată și profesională, sunt în măsură să-și exercite misiunea de a comunica informații importante pentru oameni. Protecția jurnaliștilor poate fi amenințată de forțe din mediul economic, de grupuri ideologice, de lideri și partide politice sau de mașina statului. Agresiunea fizică și amenințările de violență sau de vătămare în raport cu jurnaliștii și cu familiile lor trebuie considerate drept formă extremă de cenzură. Intimidarea și hărțuirea presei poate genera fenomenul autocenzurii care limitează libertatea de exprimare a opiniilor în societate.

Aplicarea principiului se răsfrânge și asupra protecției drepturilor la muncă ale jurnaliștilor, inclusiv dreptul de a constitui organizații (de exemplu, sindicate), care să-i apere de concedieri arbitrare, precum și de eventuale presiuni să încalce etica sau standardele profesionale.

Recomandarea nr. R (96) 4 a CoE cu privire la protecția jurnaliștilor în situații de conflict și de tensiune subliniază faptul că libertatea mijloacelor de comunicare în masă și practicarea liberă și fără obstacol a jurnalismului sunt esențiale într-o societate democratică, în special pentru a informa publicul, pentru libera formare și exprimare a opiniilor și ideilor; și pentru a supraveghea activitățile puterilor publice.¹⁶

În iunie 2011, în Lituania, țară care deținea calitatea de președinte al OSCE, a fost desfășurată o conferință, finalizată cu așa-numitele Recomandările de la Vilnius¹⁷ privind siguranța jurnaliștilor. Documentul subliniază că violența împotriva jurnaliștilor este un atac direct asupra libertății de exprimare și, între altele, îndeamnă autoritățile statelor membre OSCE să acorde prioritate investigării imediate și eficiente a cazurilor de violență împotriva jurnaliștilor, trimițând astfel un semnal clar că cei care execută sau încurajează asemenea cazuri vor fi deferiți justiției în mod inevitabil.

De subliniat că sub protecție trebuie să fie și sediile redacțiilor, adică locul de muncă al jurnaliștilor. Protecția vizează și integritatea utilajelor/echipamentelor, inclusiv protecție împotriva unor eventuale atacuri cibernetice. În cazul furnizorilor de servicii media protecția se extinde și asupra locațiilor în care sunt instalate emițătoarele sau serverele.

Prezentul articol vizează furnizorii de servicii media și jurnaliștii acestora. Distribuitorii de servicii, unde nu sunt angajați jurnaliști, sunt protejați de legislația generală.

Articolul nu obligă, dar nici nu interzice CA să intervină în cazurile în care furnizorii de servicii media necesită protecție. CA examinează asemenea cazuri când se autosesizează sau când este sesizat. O practică bună ar fi ca CA să reacționeze la toate cazurile de constrângere denunțate de furnizorii de servicii media. Doar dezvoltarea domeniului de care este responsabil CA nu poate fi asigurată decât dacă furnizorii sunt în siguranță.

* * *

Articolul 11. Respectarea drepturilor și libertăților fundamentale

(1) Furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media respectă drepturile și libertățile fundamentale în cadrul serviciilor media audiovizuale.

(2) Sînt interzise programele audiovizuale:

a) susceptibile de a propaga, incita, promova sau justifica ura rasială, xenofobia, antisemitismul sau alte forme de ură fondate pe intoleranță sau pe discriminarea pe criterii de sex, de rasă, de naționalitate, de religie, de dizabilitate sau de orientare sexuală;

b) ce diseminează pornografia infantilă;

c) a căror difuzare este interzisă prin Regulamentul privind conținuturile audiovizuale, elaborat și aprobat de către Consiliul Audiovizualului, după consultarea cu furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media.

(3) Furnizorii de servicii media sînt obligați să respecte legislația cu privire la apărarea onoarei, demnității și reputației profesionale, precum și dreptul la respectarea și ocrotirea vieții intime, familiale și private.

¹⁶ http://apel.md/files/docs/Rec_96_4_protect_sit_conflict_ro.pdf

¹⁷ <http://www.osce.org/cio/78522>

Comentariu

Este un principiu universal recunoscut care vine din înțelegerea că o comunitate umană poate supraviețui și se poate dezvolta doar dacă sunt respectate drepturile și libertățile fiecărui membru al ei. Este motivul din care furnizorii și distribuitorii de servicii media au obligațiile respective, iar libertății de exprimare i se impun anumite limite.

Principiul, deși clar, este dificil de urmat în activitatea cotidiană. Alin. (2), în scopul respectării principiului, interzice, în primul rând, programele audiovizuale susceptibile de incitare la ură. Discursul de ură este condamnat, indiferent dacă are efect imediat sau latent, și este sancționat drastic, inclusiv prin prevederile prezentului cod, fără avertizări publice prealabile sau repetate. Marea dificultate, însă, e ca discursul de ură să fie depistat, analizat, evaluat și sancționat în funcție de gravitatea lui.

Să observăm că dispozițiile alin. (1) și (2) se referă atât la furnizori, cât și la distribuitorii de servicii media.

În realitățile noastre, mai ales, în perioade electorale, discursul de ură diseminat de furnizori și distribuitori de servicii media există, dar nu este în măsura necesară sancționat și, astfel, descurajat. Pentru a redresa situația se impun acțiuni pe, cel puțin două filiere: a) fortificarea capacităților CA de a identifica și contracara discursul de ură, și b) școlarizarea furnizorilor și distribuitorilor de servicii media în materie de depistare și ocolire a discursului de ură.

Fortificarea capacităților CA poate fi făcută prin mai multe modalități, inclusiv: documentare temeinică în ceea ce înseamnă discurs de ură pe baza legislației naționale, jurisprudenței CEDO, reglementărilor internaționale, literaturii de specialitate; atragerea experților în domeniu din țară și, după caz, din străinătate; la necesitate, utilizarea platformelor ERGA¹⁸ și EPRA¹⁹ pentru consultări/evaluări suplimentare a cazurilor examinate.

Școlarizarea furnizorilor/distribuitorilor de servicii media poate fi făcută prin traininguri tematice periodice (având în vedere fluctuația cadrelor din audiovizual) de scurtă durată, inclusiv in-house traininguri.

De remarcat că pentru respectarea corespunzătoare a principiului, în Regulamentul conținuturilor audiovizuale trebuie să se regăsească concretizări, orientări, clarificări a unor noțiuni și situații insuficient elucidate în legislația națională, dar și în cea internațională. Acest fapt, însă, nu-l scutește pe furnizorul de servicii media de obligația, bunăoară, de a nu utiliza în programe limbaj licențios, vulgar sau injurios. Dar pentru a-și onora obligația furnizorul trebuie să înțeleagă clar care limbaj este considerat fie de lege, fie de CA, licențios. Acest lucru este extrem de dificil pentru orice autoritate de reglementare, dar trebuie efectuat.

În aplicarea normei de la alin. (3) cu siguranță sunt utile explicațiile CSJ cuprinse în hotărârea la care ne-am referit anterior („Cu privire la practica aplicării de către instanțele de judecată a unor prevederi ale Legii cu privire la libertatea de exprimare”):²⁰

„Nici libertatea de exprimare și nici apărarea onoarei, demnității, reputației profesionale și vieții private și de familie nu sînt absolute și nu au prioritate una în față altele. Potrivit jurisprudenței CEDO, reputația persoanei fizice face parte din dreptul la respectul vieții private (cauza Petrenco c. Moldovei, hotărârea din 30 martie 2010).

Se va reține că, Legea cu privire la libertatea de exprimare și art. 10 al Convenției nu garantează o libertate de exprimare nelimitată chiar și în ceea ce privește relațiile presei cu privire la interes public deosebit. Exercițarea acestei libertăți presupune obligații și responsabilități, care, conform par. 2 al art. 10 din Convenție, se aplică presei. Aceste obligații și responsabilități pot avea însemnătate când există o întrebare cu privire la atacul asupra reputației unor persoane private și subminarea drepturilor altor persoane (Hotărârea CEDO din 27.03.1996 pe cauza Godwin c. United Kingdom).

18 ERGA (The European Regulators Group for Audiovisual Media Services) a fost înființat în anul 2014 ca organism consultativ pentru Comisia Europeană și este alcătuit din șefii autoritățile naționale de reglementare independente ale statelor membre ale UE. ERGA consultă și asistă Comisia cu privire la o aplicare coerentă a DSMAV. Membrii ERGA împărtășesc cele mai bune practici pentru a asigura un schimb de experiențe cu privire la aplicarea cadrului de reglementare. Mai multe detalii – aici: https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2016/10/Decision_2014_en.pdf

19 EPRA (The European Platform of Regulatory Authorities), EPRA, înființată în anul 1995, este cea mai veche și mai mare rețea de autorități naționale de reglementare a audiovizualului și reprezintă un cadru perfect pentru schimb de informații, cazuri și bune practici între autoritățile de reglementare în domeniu din Europa. Cu reprezentanți din circa 50 de țări, EPRA este un forum util pentru schimb de experiență și expertiză. Alte detalii – aici: <https://www.epra.org/>

20 http://jurisprudenta.csj.md/search_hot_expl.php?id=270

„Cu toate că apărarea onoarei, a demnității și reputației profesionale sunt valori protejate de lege, totuși în sensul alin. (2) al art. 6 din Legea privind libertatea de exprimare, acest fapt nu înseamnă că ele din start prevalează asupra libertății publicului de a primi informații de interes public. Norma respectivă urmează a fi interpretată prin prisma tratatelor internaționale la care RM este parte, inclusiv art. 10 al Convenției Europene. În fiecare caz concret, soluția urmează a fi luată în modul stabilit de art. 3, alin. (4) din Legea cu privire la libertatea de exprimare. Confiscarea tirajului sau lichidarea instituției mass-media în cauză pot fi, ca măsuri extreme, dispuse printr-o hotărâre judecătorească. Însă aceste măsuri trebuie dictate de securitatea națională, integritatea teritorială sau siguranța publică ori pentru a împiedica divulgarea informațiilor ce constituie secret de stat. Autorizarea acestor măsuri pentru protejarea celorlalte scopuri legitime enumerate în art. 3 alin. (3) din lege nu se admite. Faptul că securitatea națională este afectată nu înseamnă că confiscarea tirajului sau lichidarea instituției mass-media pot fi dispuse automat. Măsura trebuie să fie strict „necesară într-o societate democratică”, adică justificat convingător faptul că pericolul nu putea fi înlăturat, în mod rezonabil, prin alte măsuri. În cauza *Kommersant Moldovi c. Moldovei*, hotărârea din 9 ianuarie 2007, CEDO a constatat că, deși articolele publicate în ziar nu plăceau executivului, lichidarea ziarului a fost contrară art. 10 CEDO, pe motiv că „instanțele de judecată nu au specificat care elemente din articolele reclamantului au fost problematice și în ce mod ele au periclitat securitatea națională și integritatea teritorială ale statului sau au defăimat Președintele și statul. De fapt, instanțele de judecată au evitat orice discuție cu privire la necesitatea ingerinței”.

Articolul 7 alin. (1) din Legea cu privire la libertatea de exprimare clarifică sfera de aplicare a lui, și anume că, orice persoană are dreptul la apărarea onoarei, demnității și reputației sale profesionale lezate prin răspândirea relatărilor false cu privire la fapte, a judecăților de valoare fără substrat factologic suficient sau prin injurie. Instanțele judecătorești urmează să dea o apreciere corectă noțiunilor de onoare, demnitate și reputație profesională. Onoarea reprezintă aprecierea pozitivă care reflectă calitatea persoanei în conștiința socială. Demnitatea reprezintă autoaprecierea persoanei întemeiată pe aprecierea societății. Reputația profesională reprezintă reflectarea calităților profesionale ale persoanei în conștiința socială, însoțită de aprecierea pozitivă a societății. Deosebirea dintre „onoare” și „demnitate” constă în faptul că onoarea este o trăsătură socială obiectivă, iar la demnitate se studiază momentul subiectiv, autoaprecierea. La fel, instanțele de judecată urmează să dea o apreciere corectă termenilor și expresiilor utilizate în Legea privind libertatea de exprimare, cu semnificațiile stabilite în art. 2 din lege, ca: defăimare; răspândire a informației; informație; fapt, judecată de valoare; judecată de valoare fără substrat factologic suficient; injurie; cenzură; informație despre viața privată și de familie; interes public; persoană care exercită funcții publice; persoană publică; document al autorității publice; comunicat al autorității publice; mass-media; investigație jurnalistică, rectificare; dezmințire; replică; scuze; discurs care incită la ură.

Prevederile art. 7 din Legea cu privire la libertatea de exprimare diferențiază 3 tipuri de lezare a onoarei, demnității sau reputației profesionale: răspândirea relatărilor false cu privire la fapte; răspândirea judecăților de valoare fără substrat factologic suficient; injuria. La judecarea acestor categorii de pricini, instanțele de judecată trebuie să țină cont de specificul noțiunii de „judecată de valoare”, care prezumă că persoana nu poartă răspundere pentru părerea expusă în privința unor evenimente, circumstanțe etc., veridicitatea cărora este imposibil de a se demonstra.

Restabilirea persoanei în drepturi se va face doar dacă s-a constatat că informația este falsă. Caracterul defăimător al informației nu se prezumă. Acest fapt trebuie de dovedit de reclamant conform prevederilor art. 24 alin. (1) lit. b) din lege. De regulă, defăimătoare sunt considerate acele informații care relatează despre încălcarea legilor și a normelor de conviețuire (normele morale), și astfel fac ca persoana să fie condamnată moral de opinia publică sau de unii indivizi în particular. Legislatorul nu concretizează care sunt informațiile defăimătoare. La determinarea caracterului defăimător al informației, instanțele vor ține cont că, unele informații pot fi calificate atât ca defăimătoare, cât și lipsite de acest caracter, în funcție de modul de percepere, de aprecierea subiectivă, de situația concretă, de context, de persoanele în rândul cărora este răspândită informația. „Defăimarea” este un fenomen relativ, stabilirea acesteia necesită o examinare minuțioasă, analiza riguroasă a argumentelor părților. În cazul existenței unor dubii rezonabile cu privire la caracterul defăimător al informației, situația se va interpreta împotriva restricționării libertății de exprimare conform art. 25 alin. (6) din lege.

Spre deosebire de regulile cu privire la defăimare, în cazul informațiilor despre viața privată și de familie, acestea sunt adevărate, ar putea să nu fie defăimătoare, însă confidențialitatea acestora ar putea fi dictată de interesele persoanei vizate. Persoana nu va putea pretinde protejarea informației despre viața privată sau de familie în cazul în care aceste informații au fost răspândite cu acordul acesteia. Acordul persoanei poate fi atât expres, cât și tacit. În cazul în care informația apare într-un loc public, iar persoana trebuia, în mod rezonabil, să cunoască acest fapt, însă nu a reacționat, acordul ei se prezumă. Dreptul la respectul vieții private și de familie nu se extinde asupra informațiilor despre viața privată și de familie obținute în locurile publice când persoana nu poate conta, în mod rezonabil, pe intimitate (Hotărârea CEDO din 24.06.2004, în cauza Von Hannover c. Germaniei). La judecarea pricinilor cu privire la răspândirea informației, instanța de judecată va examina dacă informația cade sub incidența conceptului „informații despre viața privată și de familie”, dacă nu este prezentă situația descrisă în alin. (2) art. 10 din Legea cu privire la libertatea de exprimare, care a fost interesul public de a răspândi informația și dacă interesul public de a cunoaște informația depășește interesul persoanei de a nu răspândi informația, și numai în cazul dacă se constată că interesul persoanei de a nu răspândi informația prevalează, răspânditorul poate fi obligat în temeiul art. 10, alin. (4) din Legea cu privire la libertatea de exprimare să-și ceară scuze și să compenseze prejudiciul material și moral. Orice informație privată poate fi divulgată dacă într-un anumit context ea este de interes public și acest interes public de a o cunoaște este clar, mai important decât interesul privat de păstrare a confidențialității respectivei informații. De exemplu: chiar și dacă SIDA este periculoasă, informația despre deținătorii acestui sindrom va fi confidențială. Totuși dacă deținătorul acestui sindrom va înfăptui acțiuni active și intenționate pentru a îmbolnăvi și alte persoane, o asemenea informație poate fi făcută publică pentru a preveni populația de pericolul persistent.

Art. 11 din Legea cu privire la libertatea de exprimare acordă persoanelor publice și persoanelor fizice care exercită funcții publice dreptul la respectul vieții private și de familie. Ca și în cazul defăimării, există un standard diferit de protecție a vieții private și de familie a persoanelor publice în raport cu cele private. Nu va constitui viața privată modul în care persoana ce exercită funcții publice își îndeplinește atribuțiile de serviciu. Noțiunile de „persoană publică” și „persoană care exercită funcții publice” sunt definite în art. 2 din legea menționată. Persoanele „publice” trebuie să accepte ingerințe în viața lor privată în mai mare măsură decât persoanele obișnuite și gradul accesibil de cercetare mai atentă urmează să fie cu atât mai mare cu cât figura publică în cauză și informația ce se dezvăluie sunt mai importante. Lipsa consimțământului persoanei de a publica informații privind viața privată nu conduce automat la constatarea unui comportament ilegal. Un angajat al statului nu va putea invoca viața privată, în sensul prevederilor Legii cu privire la libertatea de exprimare, pentru a interzice filmarea sa în timp ce se află într-un loc public, viața privată și de familie nu se termină la ușa domiciliului.

Cererile cu privire la apărarea onoarei, demnității și reputației profesionale, cu privire la apărarea vieții private și de familie prin conținutul lor, trebuie să corespundă dispozițiilor art. 166, 167 din Codul de Procedură Civilă (CPC) a RM, art. 18 și art. 32 din Legea cu privire la libertatea de exprimare, acestea impunându-se cu taxă de stat în condițiile prevăzute de această lege. Articolul 19, alin. (1) și (2) din Legea cu privire la libertatea de exprimare prevede că, pentru cererea de chemare în judecată în care se solicită dezmințirea, acordarea dreptului la replică sau exprimarea scuzelor se achită o taxă de stat în mărime de 5 unități convenționale. Pentru pretențiile cu privire la repararea prejudiciului moral și material cauzat prin defăimare se achită o taxă de stat în mărimea prevăzută la art. 3 pct. 1) lit. a) din Legea taxei de stat. Articolul 3 pct. 1) lit. a) din Legea taxei de stat prevede că, pentru astfel de cereri de chemare în judecată, taxa de stat se calculează în cuantum de 3% din valoarea acțiunii sau din suma încasată, dar nu mai puțin de 150 lei și nu mai mult de 25000 lei de la persoanele fizice și nu mai puțin de 270 lei și nu mai mult de 50000 lei de la persoanele juridice. Potrivit art. 3 pct. 1) lit. b) din Legea taxei de stat, o unitate convențională este egală cu 20 de lei. Astfel, la achitarea taxei de stat se va calcula taxa de stat pentru acțiunea principală în mărime de 100 de lei, pentru acțiunea accesorie în mărime de 3% din valoarea prejudiciului material pretins, la fel, pentru recuperarea prejudiciului moral se va încasa 3% din cuantumul pretenției înaintate. Or, prejudiciul moral, pe aceste categorii de pricini, este asimilat pretențiilor cu caracter patrimonial și nu celor cu caracter nepatrimonial.

Persoana despre care au fost răspândite informații ce ponegrec onoarea, demnitatea și reputația profesională, cât și informații despre viața privată și de familie deține calitatea procesuală de reclamant în cauzele din această categorie. Potrivit art. 20 din Legea cu privire la libertatea de exprimare, reclamant în cauzele cu privire la defăimare poate fi: orice persoană fizică a cărei onoare, demnitate sau reputație profesională a fost lezată prin răspândirea unei informații; în numele persoanei decedate, dacă aceasta nu a înaintat o acțiune cu privire la defăimare – persoana interesată, însă fără dreptul de a cere compensarea prejudiciului moral; orice persoană juridică a cărei reputație profesională a fost lezată prin răspândirea unei informații. În cererea de chemare în judecată urmează să fie indicat: cine, în care împrejurări, prin care acțiuni (inacțiuni) și când i-a lezată onoarea, demnitatea, reputația profesională, dreptul la viața privată și de familie și, după caz, i-a cauzat reclamantului dauna morală; în ce concret se exprimă dauna morală (care suferințe fizice sau psihice), ce sumă concretă în bani reclamantul cere de la pîrît pentru repararea daunei morale, prin care probe se confirmă argumentele invocate de reclamant (art. 117–119 CPC). Suplimentar condițiilor generale impuse de legislația procesual civilă, Legea cu privire la libertatea de exprimare (art. 18) cere reclamantului să mai indice în cererea de chemare în judecată, dacă informația îl vizează, dacă informația a fost răspândită de pîrît, dacă informația comportă caracter defăimător, dacă informația se bazează pe fapte în esență false, dacă este sau nu persoană publică în sensul prezentei legi și dacă informația se referă la calitatea lui de persoană publică, dacă informația se referă la o chestiune de interes public, dacă a fost respectată procedura prealabilă, dacă informația defăimătoare a cauzat prejudicii morale și materiale și care este întinderea reală a acestor prejudicii, alte circumstanțe relevante pentru examinarea cauzei.

În cererea de chemare în judecată, reclamantul va indica exact relatările cu privire la fapte a căror dezmințire se solicită și textul dezmințirii sau judecățile de valoare fără substrat factologic suficient. La cererea de chemare în judecată se va anexa: publicația ce conține informația contestată sau înregistrarea emisiunii, sau, dacă prezentarea înregistrării nu este posibilă, se va indica postul, emisiunea, data și ora difuzării; copia de pe cererea prealabilă cu dovada expedierii sau înmânării acesteia pîrîtului; răspunsul la cererea prealabilă. Persoana interesată poate înainta o asemenea acțiune și în caz dacă în comunicare (publicație) nu sunt indicate numele de familie și denumirea concretă ale persoanelor la care se referă, însă în conținutul ei scriptic există indicii prin care se poate determina în mod indubitabil la cine se referă (de exemplu, sunt indicate funcția, gradul, locul de muncă sau acțiunile săvârșite într-o anumită perioadă). Instituția, întreprinderea, firma, cooperativa, comitetul sindical sau organizația, care dețin statutul de persoană juridică, pot înainta acțiune în cazul în care informațiile ce ponegrec reputația profesională sunt răspândite în privința acestor categorii de subiecte, care dispun de statutul de persoană juridică conform legii. Asociațiile și societățile care nu au statut de persoană juridică, dar dispun de organe de conducere proprii, au dreptul să se adreseze în instanța judecătorească cu o acțiune privind apărarea onoarei, demnității și reputației profesionale (alin. (2) art. 59 CPC RM). Se atenționează instanțele de judecată că, în cazul în care informația este răspândită prin rețeaua Internet la o sursă din cadrul rețelei înregistrată în modul stabilit de lege în calitate de sursă mass-media, în cadrul litigiilor de apărare a onoarei, demnității și reputației profesionale vor fi incidente dispozițiile Legii presei și a Legii cu privire la libertatea de exprimare.

La examinarea cererilor înaintate împotriva mijloacelor de informare în masă, constituite ca persoane juridice conform legii, în mod singular sau solidar cu autorii articolelor prin care s-a adus atingere onoarei, demnității și reputației profesionale, vieții private și de familie se va ține cont de faptul că, dacă mijlocul de informare în masă în care s-a publicat informația și-a încetat activitatea, pe parcursul examinării cauzei nefiind posibilă dezmințirea, exprimarea scuzelor conform art. 7 alin. (4) și (5), și art. 10 alin. (4) din Legea cu privire la libertatea de exprimare, instanța va obliga pîrîtul la dezmințirea informației sau exprimării scuzelor în cadrul altui mijloc de informare în masă pe contul său, iar în cazul în care pîrît este numai persoana juridică, se pot distinge două situații: a) există succesori în drepturi (reorganizare) – caz în care succesorul va fi obligat la dezmințire pe contul său; b) nu există succesori în drepturi (lichidare) – procesul încetează conform art. 265 lit. g) CPC. La examinarea litigiilor înaintate împotriva redacțiilor, autorului informației, redactorului, intentate conform art. 7 și art. 10 din Legea cu privire la libertatea de exprimare, trebuie de ținut cont de faptul că, în cazul când editarea mijlocului respectiv de informare, în care au fost răspândite informațiile, este încetată (suspendată) pe timpul examinării cauzei, instanța dispune de dreptul de a obliga pîrîtul la dezmințirea informației în alt mijloc de informare în masă pe cont propriu.

În cazul admiterii acțiunii privind apărarea onoarei, demnității și reputației profesionale, privind apărarea vieții private și de familie prin prisma art. 7 și art. 10 din Legea cu privire la libertatea de exprimare în dispozitivul hotărârii se indică care informații sunt recunoscute defăimătoare pentru onoarea, demnitatea sau reputația profesională, viața privată și de familie a reclamantului, precum și modul și termenul de dezmințire a lor, dreptul la replică, obligarea răspânditorului să-și ceară scuze și să compenseze prejudiciul material și moral. În cazurile necesare, instanța judecătorească poate expune conținutul unei asemenea dezmințiri. Dacă autorul informației va refuza publicarea dezmințirii, persoana obligată să publice dezmințirea va plăti reclamantului o compensație în mărime de la 50 la 5000 de unități convenționale (art. 26 alin. (4) din lege). În cazul când există mai multe episoade de defăimare, iar conform art. 15 al Legii RM nr. 64 din 23.04.2010 cu privire la libertatea de exprimare, prin cererea prealabilă s-a solicitat dezmințirea întregii informații defăimătoare, iar, ulterior, cerințele au fost înaintate într-o singură cerere de chemare în judecată, compensația pentru refuzul publicării dezmințirii a aceleiași persoane urmează să fie stabilit pe toate episoadele în cumul, dar nu pe fiecare episod separat, chiar și dacă acțiunea persoanei a fost una continuă. Textul scuzelor urmează a fi prezentat de reclamant, instanța va redacta textul acestora și îl va indica în dispozitivul hotărârii. Scuzele nu pot fi dispuse de către instanța de judecată din oficiu. Nu se admite redactarea textului hotărârii judecătorești sau comentarea lui de către organul de informare în masă (pîrîții în cauză), care, prin conținutul lor, contravin hotărârii instanței de judecată. Hotărârea instanței de judecată se consideră neexecută dacă o asemenea redactare sau comentariu au fost admise de pîrît. [Pct. 40 completat prin Hotărîrea Plenului CSJ a RM nr. 24 din 16.10.2017].

În cazul răspândirii informației prin mijloace de informare în masă, instanța va obliga pîrîtul să publice în mod gratuit și în termenul stabilit de art. 26 alin. (3) din Legea cu privire la libertatea de exprimare, art. 16 alin. (4) din Codul civil în același program, la aceeași rubrică, pagină sau ciclu de emisiuni, dezmințirea informației defăimătoare. În cazul în care un document emis de o organizație conține informații defăimătoare care lezează onoarea, demnitatea și reputația profesională, instanța de judecată o obligă să înlocuiască documentul (art. 16 alin. (5) Cod civil). Instanța nu este în drept să dispună obligarea pîrîtului de a dezminți informația care n-a fost contestată de reclamant, îndeosebi în cazul formulării declarației de un jurnalist în cadrul unei probleme de interes public într-un limbaj moderat (Hotărîrea CEDO din 12.06.2007, cazul Flux nr. 3 c. Moldovei)“.

Explicațiile CSJ, precum și jurisprudența CtEDO, ne fac să înțelegem mai bine esența lucrurilor și să acționăm în cunoștință de cauză.

Adițional, interdicțiile care decurg din articolul 11 alin. (2) lit. (a) sunt asociate unui termen utilizat, în mod colocvial, de discurs de instigare la ură, a cărui definiție – în aceeași formulare ca în articolul 11 alin. (2) lit. (a) – se găsește în articolul 1 din lege și include: „un mesaj care propagă, incită, promovează sau justifică ura rasială, xenofobia, antisemitismul sau alte forme de ură fondate pe intoleranță sau pe discriminarea pe criterii de sex, de rasă, de naționalitate, de religie, de dizabilitate sau de orientare sexuală“.

Important de reținut este că formularea acestui articol se referă la noțiuni care includ propagarea, incitarea, promovarea sau justificarea. Aceștia sunt principalii termeni care trebuie incluși cu privire la fenomenele discursurilor de instigare la ură și este un fapt binevenit faptul că articolul prevede derogări, cuprinzând toate aceste denumiri. Într-adevăr, tocmai recunoașterea faptului că propagatorii discursurilor de instigare la ură promovează, incită și/sau justifică în, mod intenționat, dușmănia și ura, dar și violența și discriminarea, constituie baza legală solidă pentru lupta împotriva discursurilor de instigare la ură.

Mai mult, întrucât discursul de instigare la ură este însoțit de denigrarea/discriminarea persoanelor sau a grupurilor de persoane pe baza unora dintre caracteristicile acestora, alineatul menționat anterior îi numește pe cei care vizează aspectele referitoare la sex, rasă, naționalitate, religie, dizabilități sau orientare sexuală, pe lângă xenofobie și antisemitism. Deși lista nu este comprehensivă, trebuie subliniat faptul că formularea acestui articol, în special, referirile la: „alte forme de ură fondate pe intoleranță“ pot fi înțelese a cuprinde alte motive de ură, de ex. familie, dizabilități, limbă, identitate de gen etc.

În orice caz, este important să subliniem faptul că, în punerea în aplicare a acestor dispoziții, întrucât acestea includ clauze prohibitive, trebuie să se acorde atenția cuvenită situațiilor în care astfel de măsuri ar putea fi aplicate. În acest sens, trebuie asigurată o protecție strictă a articolului 10 din Convenție și trebuie aplicată practica stabilită a Curții Europene a Drepturilor Omului. În acest sens, jurisprudența Curții Europene a Drepturilor Omului oferă o sursă neprețuită de informații și prevede modul în care trebuie aplicate derogările de la articolul 10. Astfel de derogări și măsuri ar putea fi luate în considerare numai în situații extreme de încălcări grave, deoarece dreptul la libertatea de exprimare reprezintă una dintre pietrele de temelie din fiecare societate democratică și trebuie acordată atenția cuvenită respectării acesteia. Derogările trebuie să fie prevăzute de lege, trebuie să urmărească un scop legitim inclus în această lege și trebuie să fie strict necesare, în contextul unei societăți democratice, pentru a proteja, în mod adecvat, unul dintre aceste scopuri, în conformitate cu principiul proporționalității.

O problemă specială referitoare la această chestiune, care trebuie subliniată aici, se referă la domeniul de aplicare al acestui articol, care decurge din articolul 2 (Scopul, obiectul și sfera de aplicare) al legii. În mod special, alineatul (3) din acest articol prevede:

(3) Prezentul cod nu se aplică:

- d) *serviciilor web care nu intră în concurență cu serviciile media audiovizuale; conținutul audiovizual prezent pe pagina web fiind doar ocazional și nu constituie scopul principal al acestora;*
- e) *serviciilor web care furnizează conținuturi audiovizuale ce nu sunt mijloace de informare în masă în sensul obiectivului de a informa, educa și distra publicul larg;*
- f) *paginilor web care furnizează conținut audiovizual generat de către utilizatori privați în scopul utilizării în comun și al schimbului în cadrul unei comunități de interes;*
- g) *jocurilor de noroc online, inclusiv loteriilor, pariurilor și altor forme de servicii din domeniul jocurilor de noroc, cu excepția jocurilor și concursurilor difuzate, în condițiile legii, în cadrul unui serviciu media audiovizual;*
- h) *ziarelor și revistelor în format electronic;*
- i) *motoarelor de căutare pe internet;*
- j) *corespondenței private sub orice formă.”*

Din prevederile de excludere a sferei astfel cum este prezentat, rezultă că paginile web ale furnizorilor de servicii media audiovizuale intră în sfera și aplicarea legii. În acest sens, merită menționat faptul că legea, deși este în principal aliniată cu Directiva revizuită a Serviciilor Media Audiovizuale din 2018 (Directiva SMAV), în ceea ce privește extinderea domeniului de reglementare la platformele de partajare video (PPV-uri), așa cum reiese din articolul 2 alin. (4) lit. e) și articolele ulterioare, prevederile referitoare la paginile web ale furnizorilor de servicii media audiovizuale sunt rezultatul deciziei legislatorului din Republica Moldova. Aspectul potențial problematic al acestei noțiuni se află în posibile sancțiuni repetate emise pentru furnizorul de servicii mass-media pentru aceleași încălcări, fapt ce trebuie evitat, prin toate mijloacele.

Trebuie subliniat faptul că proliferarea discursurilor de instigare la ură (pe lângă dez/mis/malinformare și altele) a cunoscut o traiectorie ascendentă odată cu creșterea intensificată a serviciilor mass-media online. Directiva SMAV revizuită, recunoscând aceste evenimente, a extins sfera de aplicare a PPV-urilor, după cum s-a menționat anterior, care trebuie să ia măsuri adecvate pentru a proteja minorii de conținutul dăunător, care le poate afecta dezvoltarea fizică, mentală sau morală; să protejeze publicul larg de conținut ilegal și conținut care incită la violență sau ură; și să respecte anumite obligații aferente comunicațiilor comerciale, astfel cum sunt recunoscute de legislația din Republica Moldova pentru serviciile care intră sub jurisdicția Republicii Moldova. Cu toate acestea, în efortul de a aborda provocările online și mai mult și într-o manieră incluzivă atotcuprinzătoare, Comisia Europeană a dezvoltat în continuare un set de reglementări, cum ar fi, printre altele, proiectul Legii serviciilor digitale și Legea piețelor digitale, care să fie aplicabil în întreaga UE, menit să creeze un spațiu digital mai sigur și mai deschis. Pe lângă aceasta, o serie de state membre ale UE au sau sunt în proces de adoptare a unor seturi exhaustive de reguli, care abordează problemele prezente online, nu numai în serviciile mass-media audiovizuale, ci și în spațiul online, în general.

De asemenea, trebuie remarcat faptul că lupta împotriva discursurilor de instigare la ură nu poate fi executată, în mod efectiv, fără o cooperare interinstituțională mai largă (judiciară, de aplicare a legii, civilă, mass-media și alte organizații și instituții guvernamentale și neguvernamentale etc.) și nici fără campanii exhaustive contra-narative împotriva urii și intoleranței. Directiva SMAV recunoaște acest lucru punând un accent puternic pe mecanismele de auto reglementare și coreglementare și educația în materie de alfabetizare media, care este o sarcină crucială pentru capacitatea cetățenilor de a aborda discursurile de instigare la ură, dezinformarea și propaganda, opiniile părtinitoare etc.

În cele din urmă, interdicția diseminării pornografiei infantile de la alineatul (2) lit. b) este o clauză derogatorie standard, care se regăsește, printre altele, în Directiva SMAV, în timp ce interdicția de la alineatul (2) lit. c) care se referă la cele care provin din Regulamentul privind conținuturile audiovizuale, elaborată și aprobată de Consiliul Audiovizualului, nu poate fi comentată, deoarece autorul acestui comentariu nu se află în posesia acestui act sub-legislativ.

Modificări propuse

Se propune extinderea definiției discursurilor de instigare la ură în conformitate cu recomandările și declarațiile relevante ale Consiliului Europei, prezentate mai jos, în cazul în care interpretarea ar fi discutabilă din perspectiva caracteristicilor enumerate, pe baza cărora pot apărea discursurile de instigare la ură și discriminarea. Ca principiu general, se recomandă furnizarea unei sfere de aplicare cât mai largi și a unei dispoziții legale cât mai clare.

De asemenea, se recomandă luarea în considerare a eforturilor actuale la nivelul UE și al statelor individuale în ceea ce privește mecanismele legislative și de reglementare aplicabile tuturor serviciilor online, care ajung în afara domeniului serviciilor media audiovizuale și încearcă să ofere un spațiu online sigur mai larg. În această privință, trebuie remarcat faptul că premisa de bază a dreptului la libertatea de exprimare trebuie să fie garantată și respectată și să nu conducă la măsuri represive.

Întrucât singura utilizare a instrumentelor de sancționare pentru a lupta împotriva discursului de instigare la ură nu poate fi niciodată suficient de efectivă în ceea ce privește prevenirea acestuia, se sugerează, în cele din urmă, să se prevadă premisele legale și tehnice pentru activitățile și proiectele de alfabetizare în materie de mass-media și informare.

Recomandări și declarații relevante ale Consiliului Europei

Convenția Europeană pentru Protecția Drepturilor Omului și a Libertăților Fundamentale

Deși nu există o definiție universal acceptată a discursurilor de instigare la ură, un bun punct de referință poate fi găsit în Recomandarea de politică generală nr. 15 privind combaterea discursurilor de instigare la ură (2015) a Comisiei Europene împotriva Rasismului și Intoleranței (CERI), care stipulează că discursul de instigare la ură se referă la: „Susținerea, promovarea sau încurajarea, sub orice formă, a denigrării, urii sau defăimării unei persoane sau a unui grup de persoane, hărțuire, insultă, stereotip negativ, stigmatizare sau amenințare la adresa unei persoane sau a unui grup de persoane și justificarea tuturor acestor tipuri de exprimare, pe motiv de „rasă”, culoare, descendență, origine națională sau etnică, vârstă, dizabilitate, limbă, religie sau convingeri, sex, gen, identitate de gen, orientare sexuală și alte caracteristici personale sau alt statut”.

În plus, instrumentele relevante la nivelul Consiliului Europei în acest sens includ:

- Recomandarea Adunării Parlamentare privind libertatea de exprimare în mass-media în Europa (2003)
- Declarația Comitetului de Miniștri privind libertatea discursului politic în mass-media (2004)
- Rezoluția Adunării Parlamentare privind libertatea de exprimare și respectarea credințelor religioase (2006)
- Recomandarea Comitetului de Miniștri privind egalitatea de gen și mass-media (2013)
- Rezoluția Adunării Parlamentare privind o strategie pentru prevenirea rasismului și intoleranței (2014)
- Recomandarea Comitetului de Miniștri privind libertatea internetului (2016)
- Recomandarea Comitetului de Miniștri privind rolul și responsabilitățile intermediarilor de internet (2016)
- Recomandarea Comitetului de Miniștri privind pluralismul mass-media și transparența proprietății mass-media (2018)

Jurisprudența relevantă a Curții Europene a Drepturilor Omului

Curtea Europeană a Drepturilor Omului a prevăzut interpretarea articolului 10, stabilind că „libertatea de exprimare constituie unul dintre fundamentele esențiale ale unei astfel de societăți, una dintre condițiile de bază pentru progresul acesteia și pentru dezvoltarea fiecărui om”. Aceasta se aplică nu numai „informațiilor” sau „ideilor” care sunt primite favorabil sau considerate a fi inofensive sau ca o chestiune de indiferență, ci și celor care jignesc, șochează sau deranjează statul sau orice sector al populației. Acestea sunt cerințele aceluși pluralism, toleranță și sensibilitate, fără de care nu există o „societate democratică”. Aceasta înseamnă, printre altele, că fiecare „formalitate”, „condiție”, „restricție” sau „sanctiune” impuse în această sferă trebuie să fie proporționale cu scopul legitim urmărit²¹.

Noțiuni interpretative și defnitorii ample referitoare la derogările legitime și nelegitime la articolul 10 din Convenție se găsesc în jurisprudența Curții Europene a Drepturilor Omului. Unele repere de bază pot fi găsite în cauze, precum Féret împotriva Belgiei, Jersild împotriva Danemarcei, Baldassi și alții împotriva Franței, Pavel Ivanov împotriva Rusiei, Carl Jóhann Lilliendahl împotriva Islandei, etc. Prea numeroase pentru a fi menționate aici, se recomandă consultarea literaturii și a publicațiilor relevante, dintre care unele se găsesc în:

- Publicația Curții Europene a Drepturilor Omului: Ghid privind Articolul 10 din Convenția Europeană a Drepturilor Omului
- Publicația Curții Europene a Drepturilor Omului: Libertatea de exprimare în Europa, jurisprudența privind articolul 10 din Convenția Europeană a Drepturilor Omului
- Publicația Consiliului Europei: Autoritățile de reglementare a mass-media și discursul de instigare la ură

Publicația francofoniei: Lutter contre le discours de haine dans les médias audiovisuels – Normes, jurisprudence, bonnes pratiques et études de cas

* * *

Articolul 12. Accesul la serviciile media audiovizuale

(1) Toate persoanele dețin dreptul de acces la serviciile media audiovizuale.

(2) În vederea asigurării dreptului prevăzut la alin. (1), Consiliul Audiovizualului instituie reglementări privind asigurarea dreptului persoanei de a accede la serviciile media audiovizuale liniare:

- a) care reflectă diversitatea ideologică, politică, socială, lingvistică, religioasă și culturală a societății;
- b) furnizate în scop informativ, educativ și de divertisment;
- c) cu conținut generalist, de știri și tematic;
- d) locale, regionale, naționale și internaționale;
- e) care nu necesită autorizare individuală prealabilă.

Comentariu

Este un principiu universal. Mass-media a apărut tocmai ca să ofere oamenilor acces la produsele ei și nu poate fi concepută altfel. Dreptul de acces îl deține fiecare persoană, iar accesul poate fi liber ori condiționat, gratuit ori contra plată. Statul are obligația de a asigura, cel puțin, un acces minim, gratuit al cetățenilor la servicii media audiovizuale și își onorează obligația în cauză prin intermediul serviciilor media publice. În rest, fiecare furnizor/distribuitor de servicii decide cum asigură dreptul de acces. Pe de o parte, este interesul furnizorilor de servicii media de a face accesul cât mai larg, pentru a obține audiență – moneda de schimb în relația cu furnizorii de publicitate și cu sponsorii. Pe de altă parte, în special distribuitorii de servicii media, trebuie să câștige din afacere. În toate cazurile și furnizorii, și distribuitorii reies și din raționamente economice.

CA, la rândul său, în realizarea principiului, are la dispoziție câteva instrumente, inclusiv lista serviciilor media libere la retransmisie și lista serviciilor must carry. Utilizarea judicioasă a respectivelor instrumente ar însemna să fie atins un echilibru între a asigura acces mai mare și a exercita ingerință minimă în activitatea economică a distribuitorilor de servicii media.

Conținutul alin. (2) este potrivit de luat în seamă la elaborarea listei must carry.

²¹ De exemplu, în Handyside împotriva Regatului Unit.

Conținutul alin. (1), evident, se referă și la persoanele cu dezabilități, așa cum sunt definite în Legea nr. 60 din 30.03.2012 privind incluziunea socială a persoanelor cu dizabilități²² și care, prin prevederile art. 25, le garantează dreptul de acces la informare.

Dreptul de acces se referă atât la serviciile media liniare, cât și la cele neliniare.

* * *

Articolul 13. Asigurarea informării corecte

(1) În virtutea dreptului fundamental la informare, furnizorii de servicii media trebuie să respecte următoarele exigențe:

a) să asigure distincția clară între fapte și opinii;

b) să informeze cu privire la un fapt sau un eveniment corect, iar informația să fie verificată și prezentată în mod imparțial și cu bună-credință.

(2) În cazul în care informațiile prezentate se dovedesc a fi eronate într-o măsură semnificativă, furnizorul de servicii media trebuie să prezinte rectificările necesare în cel mai scurt timp și în condiții similare de difuzare.

(3) În cazul în care informația provine din surse confidențiale sau a căror credibilitate nu este verificată suficient, acest lucru trebuie să fie menționat explicit.

(4) În cadrul programelor audiovizuale de știri, pentru care exactitatea și corectitudinea sînt esențiale, relatările trebuie să provină din surse sigure, suficient documentate sub aspect factologic, cu o abordare credibilă și imparțială a evenimentelor, cu reflectarea echilibrată a diferitor opinii.

(5) În programele audiovizuale de știri și de dezbateri trebuie să fie respectate următoarele reguli:

a) rigoare și acuratețe în redactarea și prezentarea știrilor;

b) între subiectul abordat și imaginile ce însoțesc comentariul să existe o conexiune reală;

c) titlurile și textele afișate pe ecran să reflecte cît mai fidel esența faptelor și datelor prezentate;

d) în cazul difuzării unor reconstituiri, să se menționeze în mod clar acest lucru;

e) în cazul prezentării înregistrărilor provenite din alte surse decît cele ale redacției, să se precizeze acest lucru;

f) în enunțarea unor ipoteze sau a unor relații de cauzalitate privind producerea unor eventuale catastrofe, să se solicite și punctul de vedere al autorității publice competente.

(6) În cadrul programelor audiovizuale de știri și de dezbateri, de informare în probleme de interes public, de natură politică, economică, socială sau culturală trebuie să fie respectate următoarele cerințe:

a) asigurarea imparțialității, echilibrului și favorizarea liberei formări a opiniilor, prin prezentarea principalelor puncte de vedere aflate în opoziție, în perioada în care problemele sînt în dezbatere publică;

b) evitarea oricăror forme de discriminare.

(7) Prezentarea principalelor puncte de vedere aflate în opoziție se asigură, de regulă, în cadrul aceluiași program audiovizual, iar în mod excepțional, în programele următoare. În cazul în care cei solicitați refuză să participe sau să își exprime punctul de vedere, acest lucru trebuie menționat în cadrul programului audiovizual. Absența punctului de vedere al uneia dintre părți nu exonerează realizatorul/moderatorul de asigurarea imparțialității.

(8) Furnizorii de servicii media nu pot difuza programe audiovizuale de știri și de dezbateri prezentate sau moderate de persoane care dețin funcții de demnitate publică ori de purtători de cuvînt ai instituțiilor publice, precum și de persoane desemnate public să candideze sau care și-au anunțat public intenția de a candida la alegeri de orice tip.

(9) În programele audiovizuale de știri și de dezbateri, furnizorii de servicii media trebuie să asigure prezentarea echilibrată a reprezentanților puterii și ai opoziției. Prezentatorii și moderatorii trebuie să precizeze calitatea politică a persoanelor care își exprimă punctul de vedere în probleme de interes public.

(10) În cadrul programelor audiovizuale de știri și de dezbateri care abordează probleme de interes public privind minoritățile etnice, religioase sau sexuale trebuie să fie prezentate și opiniile reprezentanților acestora.

(11) În cazul televotului sau al sondajului propriu, de genul *vox populi*, organizat și prezentat de către furnizorul de servicii media, trebuie să fie respectate următoarele cerințe:

a) să nu fie oferite recompense persoanelor chestionate;

b) să nu fie încălcată legislația cu privire la protecția minorilor;

c) să fie difuzată, în cadrul invitației adresate publicului de a participa la televot sau la sondaj, precum și la prezentarea rezultatelor, mențiunea „Televotul/sondajul nu este reprezentativ pentru opinia publică și nu are valoarea unui sondaj de opinie”.

²² https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=110494&lang=ro#

(12) Transmisiunea în direct trebuie să fie însoțită permanent de mențiunea „Direct”.

(13) Difuzarea în reluare a programelor audiovizuale trebuie să fie însoțită de mențiunea „Reluare” pe întreaga durată a difuzării acestora, cu excepția operelor cinematografice.

(14) Difuzarea unor imagini și/sau înregistrări sonore de arhivă trebuie să fie însoțită de datarea acestora ori de mențiunea „Arhiva”.

(15) Consiliul Audiovizualului instituie în Regulamentul privind conținuturile audiovizuale prevederi detaliate în vederea asigurării informării corecte a publicului.

Comentariu

Exigențele acestui articol au menirea să contribuie la realizarea efectivă a dreptului fiecărei persoane la informare (nu la dezinformare). Acest drept fundamental marchează și limitele libertății de exprimare a furnizorului de servicii media. Alin. (1) obligă să fie făcută clar deosebirea între fapte și opinii sau între fapte și judecăți de valoare. Pentru că subiectul este unul problematic, apelăm, din nou, la explicațiile CSJ:

„Conform art. 2 din Legea cu privire la libertatea de exprimare, judecata de valoare este definită ca o opinie, un comentariu, o teorie sau o idee care reflectă atitudinea față de un fapt, a cărei veridicitate este imposibil de dovedit. Fapt – eveniment, proces sau fenomen care a avut sau are loc în condiții concrete de loc și timp și a cărui veridicitate poate fi dovedită. Judecată de valoare fără substrat factologic suficient – judecată de valoare care se bazează pe fapte care nu au avut loc sau pe fapte care au avut loc, dar a căror expunere este denaturată pînă la falsitate. Cerința de a dovedi veridicitatea judecăților de valoare este imposibil de a fi îndeplinită, deoarece adevărul afirmațiilor ce constituie judecăți de valoare nu poate fi dovedit, iar invocarea probei verității în acest caz ar constitui o încălcare a libertății de exprimare, parte fundamentală a dreptului asigurat de art. 10 din Convenția Europeană (pct. 61 din Hotărîrea CEDO din 21.12.2004 – cazul Busuioc c. Moldovei, cazul Jerusalem c. Austriei nr. 26958/95, pct. 42). Totodată, chiar și atunci cînd o declarație constituie o judecată de valoare, proporționalitatea unei imixțiuni poate depinde de faptul dacă există o bază faptică suficientă pentru declarația respectivă, deoarece chiar și o judecată de valoare, cu o bază faptică care s-o sprijine, poate fi excesivă (Hotărîrea CEDO din 01.07.1997 pronunțată în cazul Obershlik c. Austriei). Instanțele urmează să țină cont și de tonul echilibrat al informației difuzate în presă sau în altă modalitate, limbajul moderat utilizat, de convingerea că informația a fost difuzată cu bună credință și în concordanță cu principiile jurnalismului ce implică responsabilități (Hotărîrea CEDO din 23.10.2007, cazul Flux și Samson c. Moldovei; Hotărîrea CEDO din 11.10.2005, cazul Savițchi c. Moldovei)”.

Norma de la alin. (2) pornește de la realitatea concretă că mass-media greșește des. Și nu pentru că așa dorește, ci pentru că se grăbește să asigure operativitate maximă mesajului transmis. Când informația este transmisă eronat cu intenție și, deci, cu rea credință, cazul merită condamnat fără rezerve. Dar în majoritatea cazurilor erorile sunt comise ne-voit, din întâmplare sau neatenție. Erorile pot fi descoperite atât de autor, cât și de beneficiarii informației. În ambele situații rectificările sunt obligatorii, chiar dacă nimănui nu-i place să recunoască propriile greșeli. În cazul dat este vorba de diseminarea unei erori la scară largă, posibil, cu impact nedorit sau chiar periculos. Rectificarea ar putea să nu îndrepte lucrurile (parte dintre beneficiarii informației ar putea să nu afle despre rectificare), dar diminuează, cu siguranță, impactul nedorit și, totodată, ferește autorul de o eventuală sancțiune. Furnizorii, rectificând erorile, mai ales, din proprie inițiativă, își adaugă credibilitate – oricine greșește, dar nu oricine recunoaște.

Anumite dificultăți ar putea genera sintagma „eronate într-o măsură semnificativă”. Pentru predictibilitate în acțiunile furnizorilor de servicii media și ale CA, ar fi bine ca într-un act normativ să fie definite/clasificate informațiile ce urmează a fi considerate eronate în măsură mare, medie și mică, de exemplu. În acest efort, probabil, criteriul de referință ar fi efectul real sau potențial al informației greșite și aria de răspândire, dat fiind că o greșală poate trece neobservată, iar alta – să provoace panică socială.

Mențiunea cerută de alin. (3) este necesară pentru că ea pune în gardă beneficiarul informației care și decide personal în ce măsură s-o considere corectă/credibilă.

Rigorile pentru știri, prevăzute în alin. (4), sunt îndreptățite din motiv că știrile se bazează pe fapte concrete și reale. În știri este puțin loc pentru opinii/judecăți de valoare, iar pentru ce crede autorul știrii – nu este loc deloc. În sens strict, nici informația despre fapte de viitor nu poate fi știre, pentru că veridicitatea ei nu poate, în mod obiectiv, să fie verificată. Că cineva din necunoaștere sau cu bună știință preferă să scrie despre fapte de viitor ca despre fapte împlinite (de regulă, furnizorii sau jurnaliștii afiliați/inregimentați politic) nu modifică rigorile pentru știrile de calitate. Față de știri rigorile sunt sporite și pentru că acest produs mediatic este cel mai consumat. Știrile corecte orientează, știrile incorecte dezorientează. Legea nu poate obliga cetățeanul să creadă știrilor, nici chiar știrilor corecte, dar legea poate și trebuie să oblige mass-media să informeze exact și corect, pentru că asta-i motivația existenței acestui institut social și asta-i dă legitimitate socială.

Alin. (4)–(10) se referă la programele de știri și de dezbateri, reliefând mai multe cerințe pentru realizarea și prezentarea/moderarea lor, ca să corespundă principiului informării corecte. Practic, cerințele coincid cu principalele norme profesionale și deontologice ale jurnalismului.

De remarcat că sub incidența prevederilor alin. (6) intră inclusiv știrile, dezbaterile și talk-show-urile electorale. Prin urmare, știrile electorale (dezbaterile electorale sunt reglementate suplimentar de Codul electoral) pot și trebuie să fie monitorizate/evaluate și prin prisma rigorilor acestui alineat. Bunăoară, „asigurarea echilibrului” nu echivalează neapărat cu un număr exact de secunde acordat protagoniștilor, dar nici să difere vădit acest număr nu trebuie. Echilibru mai înseamnă că toate opiniile sunt prezente; că toate sunt prezente prin intervenție directă sau toate sunt prezente prin intervenție indirectă; că nicio opinie nu este judecată în mod părtinitor de către moderator; că moderatorul nu ține partea nimănui; că întrebările pentru fiecare protagonist sunt aproximativ de aceeași complexitate/dificultate; că dreptul la replică este oferit oricărui protagonist care-l solicită etc. Altfel spus, echilibrul este oportun, iar pentru măsurarea lui nu sunt suficiente doar rigla sau cronometrul.

Menționăm în mod separat cerința cuprinsă în alin. (9) și care vizează în egală măsură toți furnizorii de servicii media, indiferent dacă sunt afiliați sau nu sunt afiliați politic și indiferent dacă patronii/prorietarii lor sunt la guvernare sau în opoziție. Alineatul nu zice că furnizorii „sunt în drept” sau „pot să asigure...”, ci „trebuie să asigure” prezența echilibrată a puterii și opoziției în știri și dezbateri, inclusiv în perioade electorale, fără doar și poate. Tehnic, urmărirea respectării normelor acestui alineat este relativ ușoară. În cazul derogărilor de la prevederile alin. (9) și ale art. 13., în general, CA are un cuvânt greu de spus.

Prevederile alin. (11)–(15) sunt menite să asigure informarea corectă a utilizatorilor în situații mai des întâlnite în activitatea cotidiană a furnizorilor de servicii media. Situații, însă, sunt mult mai multe și ele pot fi prevăzute în legislația secundară.

Recomandări și declarații relevante ale Consiliului European

Deși nu are legătură directă cu normele prescrise de acest articol, dar totuși relevant de menționat aici, este fondul extins de resurse ale Consiliului European privind importanța dreptului la libertatea de exprimare și a normelor și standardelor profesionale în mass-media, precum:

- Recomandarea Adunării Parlamentare privind libertatea de exprimare în mass-media în Europa (2003)
- Declarația Comitetului de Miniștri privind libertatea discursului politic în mass-media (2004)
- Recomandarea Comitetului de Miniștri privind promovarea libertății de exprimare și informare în noul mediu de informare și comunicații (2007)
- Recomandarea Adunării Parlamentare privind reglementarea serviciilor media audiovizuale (2009)
- Recomandarea Adunării Parlamentare privind respectarea libertății presei

* * *

Articolul 14. Dreptul la replică sau la rectificare

(1) Persoana fizică sau juridică, care se consideră lezată în drepturile sale în urma difuzării unor programe audiovizuale sau în urma prezentării altor elemente ale serviciilor media audiovizuale, are dreptul la replică în conformitate cu Legea nr. 64/2010 cu privire la libertatea de exprimare.

(2) Procedura privind exercitarea dreptului la replică sau la rectificare, precum și orice alte măsuri necesare, inclusiv sancțiuni, în vederea garantării dreptului la replică sau la rectificare se aprobă de către Consiliul Audiovizualului într-o limită rezonabilă de timp de la data depunerii cererii solicitantului.

(3) Difuzarea rectificării, dezmințirii sau acordarea dreptului la replică nu exclude dreptul persoanei lezate de a se adresa în instanțele judecătorești.

Comentariu

Cu referire la răspunderea juridică, CSJ în hotărârea cu privire la practica aplicării de către instanțele de judecată a unor prevederi ale Legii cu privire la libertatea de exprimare,²³ explică următoarele:

„Răspunderea juridică pentru răspîndirea relatărilor false cu privire la fapte se poate exercita prin două mijloace: rectificarea sau dezmințirea informației; repararea prejudiciului moral și material cauzat. Articolul 26 din Legea cu privire la libertatea de exprimare se referă la „dezmințire” ca cea mai importantă formă de restabilire a dreptului lezat, însă instanțele urmează să facă distincție între dezmințire, replică, rectificare și exprimarea scuzelor, excepție fac doar situațiile stipulate la art. 28 alin. (1) din această lege. Răspunderea juridică va fi dispusă doar în cazul în care informația răspîndită cumulează toate cele trei condiții enumerate în alin. (2) al art. 7 din Legea cu privire la libertatea de exprimare, și anume: dacă informația este falsă, este defăimătoare și permite identificarea persoanei vizate de informație. Prin prisma art. 2 din lege, dezmințirea este definită ca o infirmare a relatărilor defăimătoare cu privire la fapte care nu corespund realității, iar rectificarea ca o corectare benevolă, din proprie inițiativă sau la cerere, a faptelor care au fost prezentate greșit. Avînd în vedere că rectificarea poate fi efectuată doar benevol și doar pînă la admiterea acțiunii, ea nu poate fi dispusă de judecător prin hotărîre. Prin hotărîre se va dispune doar dezmințirea informației. La stabilirea prejudiciului material vor fi aplicate prevederile Codului civil, iar la compensarea prejudiciului moral se vor aplica prevederile art. 29 din Legea cu privire la libertatea de exprimare. În cazul în care, după finalizarea examinării cauzei de către prima instanță, va persista un dubiu rezonabil cu privire la existența și cuantumul prejudiciului moral, instanța de judecată va acorda o compensație în mărime de un leu reieșind din prevederile art. 25 din lege. Persoana lezată poate solicita compensarea prejudiciului moral fără solicitarea de a fi făcută o dezmințire sau rectificare. Însă în cererea de chemare în judecată trebuie să fie indicată informația lezantă, iar instanța de judecată urmează să stabilească dacă sînt întrunite condițiile specificate în alin. (2) al art. 7 din lege.

...În jurisprudența CEDO „*judecățile de valoare fără substrat factologic suficient*” mai sunt numite „*opinii excesive*”. Judecățile de valoare pot fi prețioase, fără valoare sau negative, întemeiate sau neîntemeiate, convingătoare sau discutabile, progresiste sau reacționare etc. Acestea nu pot fi dezmințite prin hotărârea judecătii. Ele pot fi dezbătute prin polemică, adică răspuns (replică, comentariu). Regimul juridic de restabilire a drepturilor lezate în cazul opiniilor excesive este similar celui din cazul relatărilor de fapte false, cu singura diferență că în acest caz se adaugă opțiunea publicării unei replici, pentru cazul în care persoana lezată va considera că nu rectificarea, nu dezmințirea, ci anume o replică îi va restabili cel mai adecvat drepturile lezate. În cadrul acordării dreptului la replică, nu va fi dispusă dezmințirea. Regulile cu privire la efectuarea replicii sunt stabilite în art. 27 din Legea cu privire la libertatea de exprimare.

Condițiile în care poate fi angajată răspunderea juridică pentru injurie sunt prevăzute de alin. (6) al art. 7 din Legea cu privire la libertatea de exprimare. Termenul injurie este definit ca o exprimare verbală, scrisă sau non-verbală care ofensează intenționat persoana și care contravine normelor de conduită general acceptate într-o societate democratică (art. 2 din lege). Injuria nu poate fi „reparată” prin dezmințire, rectificare sau replică, deoarece acest lucru fie ar fi imoral (în cadrul replicii), fie este absurd (în cazul dezmințirii). De aceea singura formă nepecuniară de restabilire a dreptului lezat este exprimarea scuzelor. Cazurile prevăzute la art. 7 alin. (7) și art. 33 alin. (2) din lege sunt unicele cazuri când scuzele pot fi cerute în baza unei norme juridice, or, în celelalte cazuri de defăimare – prin informații false sau opinii excesive – din punct de vedere juridic scuzele nu pot fi cerute și acordate. Ele mai pot fi făcute benevol, dar acest fapt ține de dimensiunea morală a persoanei.

Rectificarea sau dezmințirea informației, acordarea dreptului la replică sau exprimarea scuzelor se efectuează în termen de 15 zile de la data examinării cererii prealabile, iar dacă informația a fost răspîndită de mass-media și publicația sau emisiunea care a răspîndit această informație apare mai rar decât o dată la 15 zile, în următorul număr sau emisiune”.

Replica trebuie transmisă într-un interval de timp rezonabil care să urmeze cererii argumentate de a face uz de dreptul la replică, la o oră și într-o manieră adecvată în raport cu programul audiovizual la care se referă cererea. Procedura de urmat pentru exercitarea corectă a dreptului la replică de orice persoană fizică sau juridică este determinată de CA. Cererea de exercitare a dreptului la replică sau la despăgubiri echivalente poate fi respinsă dacă replica nu se justifică în conformitate cu anumite condiții, cum ar fi: replica ar implica un act susceptibil de a fi sancționat, ar angrena/implica responsabilitatea juridică civilă a furnizorului de servicii media sau ar depăși standardele decenței publice.

23 http://jurisprudenta.csj.md/search_hot_expl.php?id=270

De reținut: conform Legii nr. 64/2010, dreptul la replică se acordă persoanei ale cărei drepturi sau interese au fost lezate prin răspândirea unor judecăți de valoare fără substrat factologic suficient; replica se va referi numai la informația defăimătoare contestată, va fi expusă în termeni decenti și nu va conține amenințări sau comentarii marginale; publicarea sau difuzarea replicii se va face în modul și în condițiile prevăzute pentru publicarea sau difuzarea dezmințirii.

Dezmințirea poate fi solicitată în instanță în cazul unor relatări false și defăimătoare cu privire la fapte. Deci, dreptul la replică vizează judecățile de valoare, iar dezmințirea – faptele. Dezmințirea poate fi solicitată și în cazul judecăților de valoare fără substrat factologic suficient care, potrivit definiției juridice, sunt judecăți de valoare care se bazează pe fapte care nu au avut loc sau pe fapte care au avut loc, dar a căror expunere este denaturată până la falsitate. Doar asemenea judecăți de valoare pot fi verificate dacă-s adevărate ori false.

Cea mai potrivită variantă pentru furnizorii de servicii media este să acorde benevol dreptul la replică atunci când e cazul, să rectifice sau să dezmințe benevol informațiile false ori eronate. Celelalte variante consumă timp, nervi și, posibil, bani. În conformitate cu Legea nr. 64/2010, dacă furnizorul de servicii media refuză să difuzeze dezmințirea, de exemplu, va trebui să plătească reclamantului o compensație în mărime de la 50 la 5000 de unități convenționale.

* * *

Articolul 15. Protecția minorilor

(1) Furnizorii de servicii media au obligația să respecte principiul interesului superior al minorului.

(2) Minorul are dreptul la protecția imaginii și a vieții sale private.

(3) La stabilirea condițiilor de participare a minorului la un program audiovizual se ia în considerare sensibilitatea și vulnerabilitatea specifice vârstei minorului, în general, precum și tipul de personalitate al acestuia, în particular.

(4) Dreptul minorului la respectarea vieții private și la propria imagine prevalează în fața necesității de informare, inclusiv în cazul minorului aflat în situații dificile.

(5) În cadrul programelor audiovizuale, minorul nu poate fi folosit sau expus de către părinți, rude, reprezentanți legali, avocați sau alte persoane responsabile de creșterea și îngrijirea acestuia, în scopul de a obține avantaje de orice tip sau de a influența deciziile autorităților publice.

(6) În serviciile media audiovizuale liniare se interzice difuzarea programelor audiovizuale susceptibile de a afecta dezvoltarea fizică, mintală sau morală a minorilor, în special a celor ce conțin scene de pornografie sau de violență nejustificată.

(7) Programele audiovizuale susceptibile de a afecta dezvoltarea fizică, mintală sau morală a minorilor pot fi difuzate în serviciile media audiovizuale liniare numai dacă vizionarea acestora este restricționată printr-un sistem cu acces condiționat.

(8) În serviciile media audiovizuale neliniare, programele audiovizuale care ar putea afecta dezvoltarea fizică, mintală sau morală a minorilor pot fi puse la dispoziție cu asigurarea obligatorie a măsurilor de restricționare a accesului, astfel ca minorii să nu poată vedea ori auzi, în mod normal, programele respective.

(9) Consiliul Audiovizualului instituie în Regulamentul privind conținuturile audiovizuale prevederi detaliate referitoare la:

a) clasificarea programelor audiovizuale în vederea protecției minorilor;

b) informațiile ce conțin date personale cu impact negativ asupra minorilor;

c) informațiile cu impact negativ asupra minorilor;

d) informațiile privind minorii aflați în situație de risc.

(10) Consiliul Audiovizualului instituie pentru furnizorii de servicii media cerințe suplimentare privind protecția minorilor în cadrul serviciilor media audiovizuale liniare:

a) difuzate în zilele de sâmbătă și duminică, în perioadele de vacanță ale minorilor și în zilele de sărbătoare nelucrătoare;

b) difuzate între orele 07.00–08.00 și 17.00–21.00, iar în zilele și perioadele prevăzute la lit. a) – orele 08.00–12.00 și 17.00–22.00;

c) în cazul difuzării programelor dedicate pariurilor și jocurilor de noroc (cu excepția loteriilor) permise de legislația în vigoare, care pot avea loc doar între orele 01.00–05.00;

d) în cazul difuzării comunicărilor comerciale audiovizuale;

e) în alte cazuri prevăzute în directivele, rezoluțiile și recomandările, adoptate de Parlamentul European, Consiliul Uniunii Europene și/sau Consiliul Europei.

(11) În scopul protecției minorilor, Consiliul Audiovizualului:

- a) promovează în rândul furnizorilor de servicii media necesitatea reglementării în domeniul comunicărilor comerciale audiovizuale;
- b) instituie cerințe în domeniul serviciilor media audiovizuale neliniare privind protecția minorilor;
- c) promovează, în temeiul recomandărilor, crearea și actualizarea cataloagelor de programe audiovizuale pentru minori și a cataloagelor de programe audiovizuale cu autorizare individuală prealabilă.

Comentariu

Chintesența acestui principiu constă în măsuri adecvate pentru a garanta că serviciile media liniare și neliniare nu cuprind programe audiovizuale cu potențialul sau cu probabilitatea de a afecta în mod grav dezvoltarea fizică, mentală sau morală a minorilor, în special programe care cuprind pornografie sau violență nejustificată, cu excepția cazurilor în care prin planificarea programelor la anumite ore sau prin orice mijloace tehnice se asigură faptul că minorii din zona de transmisie, în situații normale, nu pot auzi sau vedea programele audiovizuale respective. Dacă astfel de programe sunt transmise într-o formă necodată, ele trebuie să fie precedate de un avertisment acustic sau identificate printr-un simbol vizual prezent pe toată durata acestora.

Pentru asigurarea unei protecții efective a minorilor de conținuturile audiovizuale ce-i afectează ori îi pot afecta, principiul în cauză necesită mecanisme de aplicare prin norme cât mai clare și cât mai exacte, luând în calcul atât reglementările naționale suplimentare, cât și cele europene/internaționale. De observat că în textul prezentului articol sunt sintagme care trebuie de elucidat pe cât e posibil. Ne referim la „interesul superior al copilului”, „dreptul la respectarea vieții private și la propria imagine”, „violență nejustificată”, „situație de risc”, „informații cu impact negativ” etc. Șirul acesta poate și trebuie completat cu sintagme din legislația conexasă. O atare abordare ar conduce la o înțelegere uniformă a sintagmelor și de către CA, și de către furnizori, iar în definitiv, la o respectare a prezentului principiu.

Cu siguranță, pentru o înțelegere și o implementare mai bună a principiului, sunt necesare ghiduri sau îndrumare speciale care să explice noțiuni dificile și care să recomande un comportament adecvat și din partea furnizorilor, și din partea CA. Atare ghiduri/îndrumare ar fi utile, dacă ar suplimenta explicațiile cu exemple concrete. Să luăm cazul interesului superior al copilului. Două exemple concrete:

- a) Divulgarea identității minorului, mai ales în situație dificilă, fie este interzisă, fie este admisă în condiții stricte. Un minor este dat dispărut și, evident, trebuie găsit. Atunci poza minorului, în pofida interdicției de a-i divulga identitatea, este publicată/difuzată cât mai larg posibil. Îndreptățirea: interesul de a-l găsi prevalează asupra interesului de a nu-i divulga identitatea. A găsi minorul dispărut este în interesul superior al minorului în raport cu interesul de a nu-i divulga identitatea.
- b) Un minor nu poate fi invitat la o emisiune fără acordul părinților sau a tutorei legale. Situație: un elev, în curte, a fost violat. Părinții au alertat organele de drept, dar acestea întârzie să facă dreptate. Părinții roagă un jurnalist să mediatizeze cazul, fiind de acord să vorbească la cameră și ei, și minorul. Cazul, fără îndoială, merită mediatizat, dar, posibil, fără a divulga identitatea părinților și, cu siguranță, fără divulgarea identității minorului. De ce? Pentru că apariția la ecran a elevului și, posibil, al părinților, ar putea să-l afecteze în plus (atitudinea elevilor în școală, atitudinea rudelor și cunoscuților care nu știu cazul etc.). Deci, chiar dacă jurnalistul are acordul părinților, este obligat să respecte principiul interesului superior al copilului. Nu se știe cum vor acționa organele de drept după mediatizarea cazului, însă copilul, cu siguranță, va suferi și mai mult. Și chiar dacă instanța ar rezolva cazul, conform legii, minorul oricum nu va fi pus la adăpost de suferințe în plus la cele pe care deja le are.

Cam în această manieră ar fi bine să fie „descifrate” și celelalte sintagme ermetice. De un real folos în acest efort ne pot fi hotărârile CSJ. Bunăoară, hotărârea nr. 22 din 25 iunie 2018 de modificare și completare a Hotărârii Plenului CSJ nr. 17 din 07.11.2005 „Despre practica judiciară în cauzele din categoria infracțiunilor privind viața sexuală”,²⁴ ne-ar putea facilita înțelegerea adecvată a unor noțiuni, precum „viol sau acțiuni violente cu caracter sexual”, „calificarea violului, săvârșit cu o deosebită cruzime, precum și din motive sadice”, „comportament fizic, verbal sau nonverbal care lezează demnitatea persoanei sau care creează o atmosferă neplăcută, ostilă, degradantă, umiltoare, discriminatorie sau insultătoare, în scopul de a determina o persoană la raporturi sexuale ori la alte acțiuni cu caracter sexual”, „constrângere”, „șantaj”, „hărțuire sexuală” etc.

²⁴ http://jurisprudenta.csj.md/search_hot_expl.php?id=336

Altă hotărâre – nr. 39 din 22.11.2004, vizând practica judiciară în cauzele penale privind minorii, modificată prin Hotărârea Plenului CSJ nr. 4 din 21.12.2015, explică ce înseamnă „infracțiunea de pornografie infantilă”:

„Infracțiunea de pornografie infantilă este o infracțiune formală. Ea se consideră consumată din momentul producerii, distribuirii, difuzării, importării, exportării, oferirii, vinderii, procurării, schimbării, folosirii sau deținerii de imagini ori alte reprezentări ale unui sau mai multor copii, implicați în activități sexuale explicite, reale sau simulate, ori de imagini sau alte reprezentări ale organelor sexuale ale unui copil, reprezentate de manieră lascivă sau obscenă, inclusiv în formă electronică. Modalitățile normative ale faptei prejudiciabile prevăzute la art. 2081 Cod penal, urmează a fi interpretate, după cum urmează: 1. Producerea constă în fabricarea sau combinarea de imagini sau alte reprezentări ale unui sau mai multor copii implicați în activități sexuale explicite, reale sau simulate, ori de imagini sau alte reprezentări ale organelor sexuale ale unui copil, reprezentate de manieră lascivă sau obscenă, inclusiv în formă electronică. Pentru calificarea faptei, în baza art. 2081 Cod penal, nu are importanță dacă producerea se face în vederea răspândirii respectivelor reprezentări sau pentru făptuitor. O astfel de împrejurare poate fi avută în vedere numai la individualizarea pedepsei. 2. Distribuția se exprimă în asigurarea pe orice căi a accesului contra cost sau gratuit la imaginile sau alte reprezentări ale unui ori mai multor copii implicați în activități sexuale explicite, reale sau simulate, ori la imaginile sau alte reprezentări ale organelor sexuale ale unui copil, reprezentate de manieră lascivă sau obscenă, inclusiv în formă electronică. Nu de puține ori, utilizatorii aflați în căutarea conținuturilor de pornografie adultă sunt surprinși să constate că în spatele titlaturilor unor resurse, pe care le accesează (denumiri de pagini Web și adrese URL) și care, altminteri, nu sugerează pornografia infantilă, se găsesc tocmai materiale pornografice cu minori. Aceasta este o modalitate, pe care deținătorii unor asemenea resurse o practică intens, cu scopul de a deturna traficul electronic către site-urile proprii, prin stârnirea curiozității utilizatorilor. În cazuri de asemenea natură, trebuie aplicat art. 2081 Cod penal. 3. Difuzarea presupune expunerea publică, cu sau fără scop de vânzare, a respectivelor reprezentări. Este drept că, în unele cazuri, motoarele de căutare oferă conexiuni către pagini Web, al căror titlu sugerează pornografia infantilă, însă conținutul lor propriu-zis nu este de tipul celui incriminat de legea penală. În aceste situații, este mai degrabă vorba despre acțiuni de deturnare a traficului de utilizatori, în scopul confruntării acestora din urmă cu spoturile existente pe aceste site-uri și acumulării unui număr mare de accesări, în beneficiul proprietarului paginii Web.

În Hotărârea CSJ nr. 37 din 22.11.2004 cu privire la practica aplicării legislației în cauzele despre traficul de ființe umane și traficul de copii (completată și modificată de hotărârile nr. 9 din 22.12.2008 și nr. 13 din 22.12.2014) sunt date mai multe definiții, inclusiv ale noțiunilor „trafic de copii”, „victime ale traficului”, „violența fizică nepericuloasă”, „violență psihică”, „violență periculoasă”, „tortură”, „tratament inuman” etc.²⁵

Ideea este ca și CA, și ceilalți subiecți reglementați de CSMA să înțeleagă în același fel semnificația noțiunilor.

Referirile la protecția minorilor în comunicările comerciale vizează, în primul rând, publicitatea la anumite produse alcoolice, la medicamente, la arme etc., față de care legislația de profil înaintea cerințe separate.

E bine de știut că orice copil, adică persoana din momentul nașterii și până la vârsta de 18 ani, are dreptul la apărarea onoarei și demnității, în conformitate cu art. 7 din Legea privind drepturile copilului,²⁶ iar în cazurile prevăzute de lege, când copilul deține calitatea de salariat (art. 46 alin. (2) și (3) din Codul Muncii²⁷), el dispune și de dreptul la apărarea reputației profesionale.

Adițional, aceste dispoziții sunt binevenite, care sunt frecvente în codurile adoptate în alte părți ale Europei, fie de către legiuitor, fie de către autoritatea de reglementare. De exemplu, Codul Audiovizualului adoptat de autoritatea britanică de reglementare OFCOM prevede că:

„8.20 Radiodifuzorii trebuie să acorde o atenție deosebită vieții private a persoanelor care nu au împlinit vârsta de șaisprezece ani. Aceștia nu își pierd drepturile la viață privată, de exemplu, din cauza faimei sau notorietății părinților lor sau din cauza evenimentelor din școlile lor.

8.21 În cazul în care un program prezintă o persoană care nu a împlinit vârsta de șaisprezece ani sau o persoană vulnerabilă într-un mod care încalcă viața privată, consimțământul trebuie obținut din partea:

- *unui părinte, tutore sau alte persoane de optsprezece ani sau peste in loco parentis; și*
- *persoanei în cauză, ori de câte ori este posibil;*

25 http://jurisprudenta.csj.md/search_hot_expl.php?id=230

26 <http://www.asp.gov.md/ro/node/1315>

27 Persoana fizică dobândește capacitate de muncă la împlinirea vârstei de 16 ani. Persoana fizică poate încheia un contract individual de muncă și la împlinirea vârstei de 15 ani, cu acordul scris al părinților. – https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=124959&lang=ro#

- *cu excepția cazului în care subiectul este neînsemnat sau nu ridică controverse și participarea este minoră sau este justificat să se continue fără consimțământ.*

8.22 *Persoanele care nu au împlinit vârsta de șaisprezece ani și persoanele vulnerabile nu trebuie să fie interogate cu privire la chestiuni private fără consimțământul unui părinte, tutore sau alte persoane de optsprezece ani sau peste in loco parentis (în cazul persoanelor care nu au împlinit vârsta de șaisprezece ani) sau a unei persoane cu responsabilitatea principală pentru îngrijirea acestora (în cazul unei persoane vulnerabile), cu excepția cazului în care este justificat să se continue fără consimțământ.”*

Articolul 15 alin. (6) (7) și (8)

Conform Acordului de Asociere dintre UE și Republica Moldova, Republica Moldova va efectua armonizarea propriei legislații cu legislația UE și, în mod special, cu Directiva SMAV.

Articolul 15 alin. (6) (7) și (8) din Codul Audiovizualului transpune articolul 12 (servicii neliniare) și 27 (servicii liniare) din Directiva din 2007. Pe baza acestei Directive, majoritatea țărilor europene au adoptat o abordare de reglementare gradată a protecției minorilor, care implică măsuri mai stricte aplicabile serviciilor liniare și face o distincție între conținutul care ar putea afecta grav dezvoltarea minorilor, pe de o parte (interzis pe serviciile liniare și care nu este accesibil minorilor în cadrul serviciilor neliniare) și conținutul care este probabil să afecteze dezvoltarea minorilor, pe de altă parte (numai serviciile liniare trebuie să împiedice accesul copiilor la astfel de conținut, prin instrumente tehnice sau programul orelor de difuzare). Reglementarea mai puțin severă aplicabilă serviciilor neliniare a fost menită să reflecte gradul mai ridicat de control și opțiune exercitat de utilizatori și impactul mai slab pe care aceste servicii îl pot avea asupra societății. Acest cadru de reglementare poate fi rezumat după cum urmează:

	Servicii liniare (TV)	Servicii neliniare (VOD)
Programe care sunt „susceptibile să afecteze” minorii	Permise cu protecție	Permise fără protecție
Programe care „ar putea afecta grav” minorii	Interzise	Permise cu protecție

Cu toate acestea, trebuie remarcat faptul că acest cadru de reglementare a fost modificat de Directiva din 2018 în modul următor (articolul 6a):

*„1. Statele membre iau măsurile corespunzătoare pentru a garanta că serviciile mass-media audiovizuale prestate de furnizorii de servicii mass-media aflați în jurisdicția lor care pot afecta dezvoltarea fizică, mintală sau morală a minorilor sunt puse la dispoziție numai într-un mod care să asigure că, în mod normal, minorii nu le vor auzi sau vedea. Printre măsurile respective se pot număra selectarea orei de difuzare, instrumente de verificare a vârstei sau alte măsuri tehnice. Acestea trebuie să fie proporționale cu potențialele efecte negative ale programului.
Conținutul cel mai dăunător, cum ar fi violența nejustificată și pornografia, face obiectul celor mai stricte măsuri.”*

Recunoscând necesitatea de a oferi o protecție mai bună a minorilor împotriva conținutului dăunător din lumea online, pe toate platformele, Directiva SMAV revizuită a introdus două modificări majore la dispozițiile referitoare la protecția minorilor: alinierea standardelor de protecție pentru serviciile media audiovizuale liniare și non-liniare (articolul 6a) și extinderea obligației de a proteja minorii la platformele de partajare video (articolul 28b).

Noțiunea de conținut dăunător este simplificată și trimiterea la conținut care ar putea afecta grav dezvoltarea minorilor este eliminată din text. Cu toate acestea, în locul unei abordări gradate pe două niveluri a protecției minorilor, Directiva revizuită SMAV introduce o nouă abordare orizontală, aplicabilă tuturor serviciilor media audiovizuale și corelată cu nivelul de prejudiciu.

Conform articolului 6a, măsurile luate trebuie să fie proporționale cu daunele potențiale ale programului, iar statele membre trebuie să se asigure că furnizorii de servicii media „utilizează un sistem care descrie natura potențial dăunătoare a conținutului unui serviciu mass-media audiovizual”. Conținutul cel mai dăunător, precum violența nejustificată și pornografia, „face obiectul celor mai stricte măsuri”. Considerentul 20 clarifică, de asemenea, că cel mai dăunător conținut, care poate afecta dezvoltarea fizică, mintală sau morală a minorilor, dar nu este neapărat o infracțiune, trebuie să facă obiectul celor mai stricte măsuri, cum ar fi criptarea și controalele parentale efective, fără a aduce atingere adoptării unor măsuri mai stricte de către statele membre. Acest nou cadru de reglementare poate fi rezumat după cum urmează:

TV + VOD Conținut „care poate dăuna” minorii	TV + VOD „Conținutul cel mai dăunător”
<p>„Sunt puse la dispoziție numai în așa fel încât să se asigure că minorii nu le vor auzi sau vedea în mod normal”</p> <p>Exemple de măsuri: Ora de difuzare (interval orar restricționat) Simbol vizual (etichetare) Avertisment acustic Instrumente de verificare a vârstei</p>	<p>„Conținutul cel mai dăunător, cum ar fi violența nejustificată și pornografia, face obiectul celor mai stricte măsuri”</p> <p>Exemple de măsuri: Criptare Control parental efectiv</p>

Sursa: propria redactare a autorului

Articolul 15 alin. (9) și (11) împuternicește Consiliul Radiodifuziunii cu autoritatea de a adopta Coduri referitoare la protecția minorilor. Aceasta este o practică obișnuită în rândul autorităților europene de reglementare și, prin urmare, este o dispoziție binevenită.

Articolul 15 alin. (10) împuternicește Consiliul Audiovizualului cu autoritatea de a adopta reguli specifice privind ora de difuzare (interval orar restricționat). Aceasta este o practică obișnuită în rândul autorităților europene de reglementare și, prin urmare, este o dispoziție binevenită. În plus, trebuie remarcat faptul că articolul 6a din Directiva SMAV menționează într-adevăr ora restricționată de difuzare printre măsurile care pot fi adoptate pentru a se asigura că conținuturile care pot afecta minorii „sunt puse la dispoziție numai într-un mod care să asigure că, în mod normal, minorii nu le vor auzi sau vedea” (a se vedea articolul și tabelul de mai sus).

Trebuie remarcat faptul că orele restricționate de difuzare nu sunt armonizate și diferă în toate țările europene, după cum arată un studiu de cartografiere realizat de Observatorul European al Audiovizualului:²⁸

	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00	24:00	01:00	02:00	03:00	04:00	05:00	06:00	07:00
AT						PS		16+								
BE(FR)						12+		16+								
BE(NL)																
BG								?								
CY								?								
CZ								18+								
DE						12+		16+	18+							
DK																
EE								18+								
ES*						12+		18+								
FI								16+	18+							
FR								+12	+16							
GB								15+								
GR**								PG	15+							
HR								15+	18+							
HU								16+	18+							
IE								18+								
IT								Children TV	PS							
LT								14+	18+							
LU								12+	16+							
LV***																
MT***																
NL								12+	16+							
PL								16+	18+							
PT									16+							
RO								12+	15+	15+						
SE									?							
SI								12+	15+							
SK								12+	18+							

Legend

- End of watershed not specified
- * Programmes rated 12+ and above cannot be broadcast between 08:00-09:00 on working days and between 09:00-12:00 on weekends and public holidays
- ** PG category: 22.00 on Fridays, Saturdays and days before public holiday
15+ category: 23.00 on Fridays, Saturdays and days before public holiday
- *** Watershed not linked to any category of age-rating classification
- PS Parental supervision
- PG Parental Guidance

28 Analiza punerii în aplicare a dispozițiilor conținute în DSMAV privind protecția minorilor, Observatorul European al Audiovizualului, Strasbourg, 2015. <http://rm.coe.int/licensing-mapping-final-report/16808d3c6f>

Legendă

End of watershed not specified = Ora finală a intervalul restricționat de difuzare nu este specificat

* *Programele cu clasificarea 12+ și peste nu pot fi difuzate între orele 08:00–09:00 în zilele lucrătoare și între orele 09:00–12:00 la sfârșit de săptămână și de sărbătorile legale*

** *Categoria PG: orele 22:00 în zilele de vineri, sâmbătă și zilele premergătoare sărbătorilor legale
Categoria 15+: orele 23:00 în zilele de vineri, sâmbătă și zilele premergătoare sărbătorilor legale*

*** *Intervalul restricționat de difuzare nu este asociat niciunei clasificări pe categorii de vârstă*

PS *Supraveghere parentală*

PG *Îndrumare parentală*

Modificări propuse

Se propune alinierea articolului 15 alin. (6) (7) și (8) din Codul Serviciilor Media Audiovizuale la Directiva SMAV, în scopul unei transpuneri complete.

Se propune adăugarea unei dispoziții la articolul 15 din CSMA, care ar transpune articolul 6 a alin. (2) din Directiva SMAV, care are următorul conținut:

„2. Datele cu caracter personal ale minorilor colectate sau altfel generate de furnizorii de servicii mass-media în temeiul alineatului (1) nu sunt prelucrate în scopuri comerciale, cum ar fi marketingul direct, crearea de profiluri și publicitatea orientată în funcție de comportament.”

Recomandări și declarații relevante ale Consiliului European

Recomandarea Comitetului de Miniștri privind măsurile de protecție a copiilor împotriva conținutului și comportamentului dăunător și de promovare a participării lor active la noul mediu de informare și comunicare (2009)

* * *

Articolul 16. Protecția persoanelor cu dizabilități

(1) Persoanele cu dizabilități de văz sau auz au dreptul de acces la serviciile media audiovizuale.

(2) Furnizorii de servicii media asigură respectarea dreptului prevăzut la alin. (1), în funcție de posibilitățile tehnologice și economice.

(3) În cadrul serviciilor de televiziune, furnizorii naționali și regionali de servicii media sînt obligați:

a) să interpreteze în limbajul mimico-gestual sau prin titrare sincron cel puțin un program audiovizual de știri din timpul zilnic de emisie;

b) să interpreteze în limbajul mimico-gestual sau prin titrare sincron programele audiovizuale de importanță majoră în întregime ori rezumatele acestora;

c) să interpreteze în limbajul mimico-gestual cel puțin 60 de minute din timpul lunar de emisie al serviciului media audiovizual;

d) să informeze anticipat publicul despre timpul de difuzare a programelor audiovizuale indicate la lit. a)–c).

(4) Consiliul Audiovizualului aprobă reglementări în vederea asigurării dreptului de acces la serviciile media audiovizuale al persoanelor cu dizabilități de văz sau auz.

Comentariu

Articolul vizează protecția persoanelor cu dizabilități de auz și de văz, fapt ce implică, inclusiv din partea furnizorilor de servicii media eforturi suplimentare. Normele prevăzute sunt aduse în concordanță cu situația reală concretă. De remarcat, că obligațiunile de asigurare a unui volum minim lunar de emisie în limbaj mimico-gestual revin furnizorilor naționali și regionali de servicii media. Cei locali – în funcție de posibilități. Legiuitorul a luat în calcul deficitul mare de specialiști care ar putea asigura limbajul mimico-gestual, mai ales, în mediul rural. E motivul, din care abordarea din legea veche, care nu ținea seama de realități, a fost abandonată. Oricum, în virtutea dreptului de acces al persoanelor cu dizabilități la serviciile media audiovizuale, furnizorii trebuie să asigure acest drept odată cu apariția posibilităților.

Alin. (3) instituie obligații minime serviciilor de televiziune. CA ar putea institui anumite obligații și serviciilor de radiodifuziune sonoră. Bunăoară, un post de radio ar putea oferi acces la anumite programe persoanelor cu dizabilități de auz prin intermediul textelor respectivelor programe, plasate pe site, în catalogul serviciilor neliniare.

Articolul 17. Protejarea spațiului audiovizual național

(1) Frecvențele radio prevăzute pentru furnizarea de servicii media audiovizuale în sistem digital terestru sau în sistem analogic, constituie bun public și sînt utilizate în baza licențelor de emisie eliberate în condițiile legii.

(2) Spațiul audiovizual național este utilizat în condițiile prezentului cod, destinat:

- a) să favorizeze libera circulație a informației;
- b) să contribuie la asigurarea libertății de exprimare;
- c) să contribuie la acoperirea necesităților informaționale sociale;
- d) să contribuie la asigurarea integrității profesionale și sociale a furnizorilor de servicii media.

(3) În spațiul audiovizual național este interzisă difuzarea programelor audiovizuale ce constituie discurs care incită la ură.

(4) În vederea protejării spațiului audiovizual național și asigurării securității informaționale, se permite furnizorilor de servicii media și distribuitorilor de servicii media transmisiunea programelor de televiziune și de radio cu conținut informativ, informativ-analitic, militar și politic care sînt produse în statele membre ale Uniunii Europene, în SUA și Canada, precum și în statele care au ratificat Convenția europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră.

(4) În vederea protejării spațiului audiovizual național și asigurării securității informaționale, furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media au dreptul să includă în oferta de servicii transmiterea programelor de televiziune și de radio cu conținut militar, locale sau achiziționate din state terțe, care corespund prevederilor Concepției și ale Strategiei securității informaționale a Republicii Moldova.

(5) Consiliul Audiovizualului monitorizează și supraveghează respectarea de către furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media a prevederilor prezentului cod privind protejarea spațiului audiovizual național și asigurarea securității informaționale, precum și poate institui reglementări și întreprinde măsurile necesare, în limita competențelor, pentru atingerea scopului respectiv.

[Art. 17 modificat prin Legea nr. 241 din 16.12.2020, în vigoare 22.12.2020]

Comentariu

Din alin. (1) evidențiem faptul, că bunul public – frecvențele, sunt utilizate în baza licențelor de emisie. Fiecare licență, la rândul ei, este însoțită de conținutul licenței – obligații exacte și clare pentru deținător, stipulate în prezentul cod. Doar în asemenea condiții poate fi protejat spațiul audiovizual național. Utilizarea frecvenței în oricare alt mod atrage sau trebuie să atragă atenția și intervenția CA. Un exemplu: mulți ani în urmă, câteva posturi de radio includeau în propriile grile de emisie și difuzau programe ale postului de radio „Golos Rossii” (din Federația Rusă), unele, chiar traduse și sonorizate în română. Faptul nu a fost obiect de preocupare pentru CCA-ul de atunci, chiar dacă difuzarea unor astfel de programe intra în conflict cu conținutul licențelor deținute de respectivele posturi de radio. Alt exemplu: de mai multă vreme pe frecvențe terestre sunt difuzate programe ale studioului Sputnik Moldova, filială a agenției de știri Sputnik deținută de guvernul Federației Ruse. Agenția a fost învinuită în mai multe rânduri că se implică în dezinformare deliberată. Studioul Sputnik Moldova nu deține licență de emisie, dar, prin intermediul frecvențelor terestre este prezent în spațiul audiovizual național. Întrebare pentru CA: faptul descris intră sau nu intră în conflict cu prevederea prezentului alineat? Dacă CA nu elucidează situația creată, apar bănuiele rezonabile că a) CA favorizează fie studioul, fie furnizorii ce asigură difuzarea programelor studioului, b) că asemenea favorizare nu se face pe gratis. Atare abordare/atitudine știrbește și din imaginea instituției, și din independența acesteia ca autoritate publică autonomă. Nu putem considera că legea este implementată adecvat, dacă furnizorii de servicii media pot ignora conținutul licenței și nu sunt sancționați. Se creează impresia că în spațiul audiovizual național poți face orice, numai să știi cu cine să te înțelegi. Dacă impresia nu-i doar impresie, atunci protejarea spațiului audiovizual național sunt cuvinte deșarte, chiar dacă-s din lege.

Alin. (2) sugerează că utilizarea spațiului informațional în alte scopuri decât cele enumerate este motiv de analiză, evaluare și acțiune. Alte scopuri ar putea fi, bunăoară, dezinformarea intenționată sau răspândirea mesajelor interzise de lege, care pot avea impact distrugător asupra securității spațiului audiovizual. În acest context, cu siguranță, n-ar fi de prisos preocuparea CA de a stabili dacă practica unor furnizori de servicii media de a difuza masiv mesaje politice în favoarea, de exemplu, unui singur partid, este sau nu în consens cu prevederile acestui alineat și ale alineatului precedent. Stabilirea poate fi făcută recitind legea și conținutul licenței de emisie. E posibil, oare, să descoperim în conținutul licenței obligația și angajamentul de a promova un singur partid, mai ales, dacă furnizorul utilizează o frecvență terestră, bun public?!

De realizat, că interdicția difuzării discursului de ură, cuprinsă în alin. (3), vizează toate programele audiovizuale, fie locale, achiziționate sau retransmise. Și nu contează cui îi este adresat discursul care incită la ură – unui cetățean sau unui grup de cetățeni din țară, unor cetățeni sau grupuri de cetățeni din străinătate, țărilor vecine sau țărilor îndepărtate. Discursul de ură este devastator. El dezbină și învrăjbește lumea. De aceea trebuie stopat. Un stat care tolerează discursul de ură nu se poate simți în securitate, dar fiind că ura naște insecuritate.

Cu referire la varianta inițială a alin. (4) trebuie precizat că autorii proiectului CSMA nu au elaborat această normă și nu au agreat-o având în vedere că ea poate fi ușor ocolită și, deci, nu reprezintă scut în calea mesajelor toxice din exterior. Trebuie interzise mesaje cu anumit caracter și nu programe de anumit gen. Cine dorește să dezinformeze și să manipuleze o poate face în orice gen de program și, cu atât mai mult, în seriale televizate, permise de lege. Oricum, la insistența unor deputați alineatul a fost inclus în varianta finală a legii.

Conținutul alin. (4) a fost modificat la finele anului 2020. Să observăm, că pe cât era de inofensiv în lupta cu propaganda alineatul inițial, pe atât de inutil este alineatul în vigoare. Este imposibil de ghicit cum va funcționa prevederea acestui alineat, dacă cineva va încerca să-l aplice în practică și, mai ales, cum ar proteja el spațiul audiovizual național. Alineatul, mai degrabă, este corp alogen în prezentul articol.

Alin. (5), să fim atenți și exacti, dispune ca CA să supravegheze respectarea prevederilor întregului cod care se referă la protejarea spațiului audiovizual, și nu doar prevederile prezentului articol. Acest lucru înseamnă că în cod este încorporat un mecanism complex de norme care, puse în practică, au menirea să asigure un spațiu audiovizual securizat. Iar cea mai eficientă modalitate de a asigura un audiovizual securizat este calitatea informațiilor și protecția infrastructurii informaționale.

Să amintim că protejarea spațiului audiovizual este parte a unui concept mai larg, cel al securității informaționale, apărut în Occident în anii 1990 și vizând rețelele de calculatoare. Conceptul a fost și continuă să fie dezvoltat astfel că, bunăoară, enciclopediile americane îl definesc drept un sistem de reglementări și acțiuni practice care prescriu metodele de gestionare, protecție și distribuire a informațiilor. Prin urmare, această triadă de elemente – gestionarea, protecția și distribuirea informației, raportată la domeniul audiovizualului, trebuie să răspundă sarcinii de a-i asigura securitatea.

Mai mult, articolul 4 din Convenția Europeană privind Televiziunea Transfrontalieră (CETT), aplicabil tuturor programelor transfrontaliere, indiferent de mijloacele tehnice de transmisie utilizate (cablu, emițătoare terestre sau de satelit etc.) prevede: „Părțile asigură libertatea de exprimare și de informare, conform articolului 10 al Convenției pentru apărarea Drepturilor Omului și a Libertăților fundamentale și ele garantează libertatea recepționării și nu se opun retransmisiunii pe teritoriul lor a serviciilor de programe care sunt conforme prevederilor prezentei Convenții”.

Directiva SMAV revizuită, la articolul 3, prevede:

„1. Statele membre garantează libertatea de recepționare și nu restricționează retransmisia pe teritoriul lor a serviciilor mass-media audiovizuale provenind din alte state membre din motive care se încadrează în domeniile coordonate de prezenta Directivă.

2. Un stat membru poate deroga provizoriu de la alineatul (1) de la prezentul articol în cazul în care un serviciu mass-media audiovizual prestat de un furnizor de servicii mass-media aflat în jurisdicția altui stat membru încalcă manifest, serios și grav articolul 6 alin. (1) litera (a) sau articolul 6a alin. (1) sau aduce atingere ori prezintă un risc serios și grav de a aduce atingere sănătății publice.

Derogarea menționată la primul paragraf este supusă următoarelor condiții:

- (a) *în cursul ultimelor 12 luni, furnizorul de servicii mass-media a fost, de cel puțin două ori, autorul unui sau mai multora dintre comportamentele descrise la primul paragraf;*
- (b) *statul membru în cauză a notificat în scris furnizorului de servicii mass-media, statului membru care are jurisdicție asupra furnizorului respectiv și Comisiei presupusele încălcări și măsurile proporționale pe care intenționează să le ia în cazul în care orice astfel de încălcare se repetă;*
- (c) *statul membru în cauză a respectat dreptul la apărare al furnizorului de servicii mass-media și, în special, a oferit furnizorului respectiv posibilitatea de a-și exprima opiniile cu privire la presupusele încălcări; și*
- (d) *consultările cu statul membru care are jurisdicție asupra furnizorului de servicii mass-media și cu Comisia nu au condus la o soluționare amiabilă în termen de o lună de la primirea de către Comisie a notificării menționate la litera (b).”*

Libertatea de recepție și retransmisie este o parte integrantă a libertății de exprimare și a dreptului de a primi informații în conformitate cu articolul 10 din Convenție. Ca atare, a fost puternic garantat de instrumente internaționale, atât CETT, cât și Directiva SMAV, potrivit cărora guvernele nu pot restricționa persoanele să primească și nici radiodifuzorii străini să retransmită programele lor în țară. Restricția este permisă numai în circumstanțe excepționale în cazurile de încălcări grave ale incitării la ură sau protecției minorilor, dar în cadrul unei proceduri clar stabilite. În plus, distribuitorii nu au responsabilitate editorială asupra conținutului serviciilor distribuite și orice intervenție în conținutul serviciilor distribuite este considerată inacceptabilă.

Modificări propuse

Trebuie remarcat faptul că alineatul 4 nu permite identificarea organismului care are sarcina de a decide dacă un serviciu corespunde sau nu prevederilor Conceptului și ale Strategiei securității informaționale din Republica Moldova. Ar putea fi adecvată modificarea acestui alineat pentru a clarifica acest lucru.

Recomandări și declarații relevante ale Consiliului Europei

- Recomandarea Adunării Parlamentare privind libertatea de exprimare în mass-media în Europa (2003)
- Declarația Comitetului de Miniștri privind libertatea discursului politic în mass-media (2004)
- Recomandarea Comitetului de Miniștri privind promovarea libertății de exprimare și informare în noul mediu de informare și comunicații (2007)
- Recomandarea Comitetului de Miniștri privind pluralismul mass-media și diversitatea conținutului mass-media (2007)
- Declarația Comitetului de Miniștri privind protejarea rolului mass-media în democrație în contextul concentrării mass-media (2007)
- Recomandarea Adunării Parlamentare privind reglementarea serviciilor media audiovizuale (2009)
- Recomandarea Adunării Parlamentare privind respectarea libertății presei
- Recomandarea Comitetului de Miniștri privind o nouă noțiune asupra mass-media (2011)
- Recomandarea Adunării Parlamentare privind responsabilitatea mass-media și etica într-un mediu mass-media în schimbare (2015)
- Rezoluția Adunării Parlamentare privind responsabilitatea mass-media și etica într-un mediu mass-media în schimbare (2015)
- Recomandarea Adunării Parlamentare privind influența politică asupra mass-media și jurnaliștilor independenți (2017)

Jurisprudența relevantă a Curții Europene a Drepturilor Omului

Ca principiu general, Curtea Europeană a Drepturilor Omului stabilește că „necesitatea” (de la principiile stabilite de legalitate, proporționalitate și necesitate pentru derogări de la articolul 10 al Convenției (a se vedea 3.2.2.)), orice restricție asupra exercitării libertății de exprimare trebuie stabilită în mod convingător, așa cum se observă, de ex., în cauza Sürek și Özdemir împotriva Turciei.

Deși nu are legătură directă, este interesant de observat cauza Zarubin și alții împotriva Lituaniei, care a fost formulată de angajații întreprinderii unitare de stat federale „Compania de stat de radiodifuziune de televiziune și radio din întreaga Rusie”, DI Pavel Zarubin, reporter; DI Alexander Makarov, operator de sunet, DI Andrey Melnikov, cameraman și DI Alexey Kazakov, redactor șef, toți cetățeni ruși, care locuiesc la Moscova în Federația Rusă.

La acea vreme (martie 2016), Lituania era gazda Forumului Vilnius Rusia (Forum), pentru al treilea an consecutiv. La Forum au participat, printre alții, diverși activiști de opoziție politică din Rusia. Site-ul web al Ministerului Afacerilor Externe al Lituaniei conținea informații potrivit cărora Forumul a discutat aspecte de actualitate referitoare la Rusia, afacerile sale interne și externe, evoluțiile economice și politice, situația drepturilor omului din țară și perspectivele viitoare ale relațiilor acesteia cu Occidentul. Solicitanții au fost desemnați să transmită evenimentul, neavând acreditare pentru Forum.

Pe durata Forumului, mai multe surse mass-media lituaniene au raportat că reclamanții au provocat incidente și perturbări în Trakai și Vilnius în timp ce încercau să își asigure accesul în locațiile în care se desfășura Forumul. După cum se menționează: „Șeful Departamentului Securității Statului (denumit în continuare „DSS”) și Ministrul afacerilor externe au declarat în interviurile de presă că reclamanții s-au angajat în „provocări” și „huliganism” și că au căutat să „terorizeze psihologic” membrii opoziției politice rusești, care participau la eveniment.” Ulterior, Departamentul pentru Migrație din cadrul Ministerului de Interne a emis decizii de expulzare a solicitanților din Lituania și de interdicere a intrării acestora în Lituania timp de un an. Toate apelurile la aceste decizii au fost respinse de autoritățile judiciare lituaniene.

Curtea Europeană a Drepturilor Omului a examinat cauza, printre altele, de la articolul 10 și a concluzionat inadmisibilitatea în temeiul articolului 10, astfel: „protecția acordată jurnaliștilor de articolul 10 al Convenției este condiționată de faptul că aceștia acționează cu bună-credință pentru a furniza informații exacte și de încredere, în conformitate cu principiile jurnalismului responsabil. Conceptul de jurnalism responsabil, ca activitate profesională care se bucură de protecția articolului 10 din Convenție, nu se limitează la conținutul informațiilor colectate și/sau diseminate prin mijloace jurnalistice. Acesta cuprinde, de asemenea, legalitatea conduitei unui jurnalist, iar faptul că un jurnalist a încălcat legea este o considerație relevantă, deși nu decisivă, atunci când se determină dacă acesta a acționat în mod responsabil.” Curtea nu a putut accepta faptul că acea conduită a fost compatibilă cu conceptul de jurnalism responsabil și a fost convinsă că autoritățile lituaniene au demonstrat, în mod credibil, că expulzarea și interdicția de intrare impuse reclamanților erau necesare în interesul securității naționale și că acestea erau proporționale cu scopul legitim urmărit, întrucât interdicția de intrare pe teritoriul național impusă jurnaliștilor s-a bazat pe noțiunea că prezența jurnaliștilor în cauză constituia o amenințare la adresa securității naționale, din cauza comportamentului agresiv și provocator al acestora la un eveniment politic de nivel înalt și nu din cauza diseminării ideilor lor.

* * *

Articolul 18. Egalitatea de gen

(1) Furnizorii de servicii media promovează în activitatea acestora principiul egalității între femei și bărbați.

(2) La difuzarea programelor audiovizuale, furnizorii de servicii media respectă principiul egalității între femei și bărbați.

(3) Este interzisă utilizarea limbajului sexist și a scenelor de violență și comportament degradant față de femei și bărbați în serviciile media audiovizuale.

Comentariu

În RM mai persistă, inclusiv în rândurile jurnaliștilor, o atitudine inadecvată în percepția și utilizarea principiului egalității de gen în activitatea cotidiană. Optica asupra problemei poate și trebuie să fie schimbată, date fiind beneficiile, inclusiv economice, pe care le poate aduce societății egalitatea de gen, de exemplu, în cazul unui acces echitabil pe piața forței de muncă. Un raport al Comisiei de profil cu referire la strategia UE pentru egalitatea între femei și bărbați, arăta încă în luna mai 2015, că PIB-ul ar crește cu 15% până la 45% dacă s-ar elimina disparitatea de gen în cadrul ocupării forței de muncă. Raportul Forumului Economic Mondial „Global Gender Gap Report 2021”²⁹ constată o inegalitate și mai mare între femei și bărbați, generată de pandemie. Experții Forumului consideră că, dacă până la pandemie se estima că pentru atingerea echilibrului de gen în lume este nevoie de un secol, acum, noile calcule indică 135,6 ani.

²⁹ <https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2021/in-full>

Este o motivație puternică pentru a promova egalitatea de gen fără de care alt principiu – egalitatea în drepturi, nu poate fi realizat. Art. 18 nu îndeamnă, ci obligă furnizorii de servicii media să promoveze și să respecte egalitatea de gen. La modul practic, aceasta înseamnă, pe de o parte, că un loc de muncă în redacție nu-i poate fi refuzat cuiva, doar din motiv că este bărbat ori este femeie și, pe de altă parte, că bărbații și femeile, indiferent de statutul social, să aibă o prezență echilibrată în serviciile media liniare și neliniare. Toate monitorizările la subiect de până acum au arătat un dezechilibru vădit între protagoniști și protagoniste ale programelor audiovizuale liniare. La cele neliniare încă nu au ajuns monitorizările. Și nici sancțiuni pentru nerespectarea principiului dat nu au fost. „De vină” se pare este „motivul obiectiv” invocat de furnizori, că nu pot asigura egalitatea de gen într-un program audiovizual, bunăoară, pe teme politice, dacă în politică prevalează bărbații. Motivul este fals din, cel puțin, trei considerente: a) invitații vin la program nu din capul lor, ci sunt aleși de redacție; b) orice ar spune și ar face un politician bărbat, aceasta are sau poate să aibă impact și asupra femeilor, opinia cărora la ce zice/face politicianul ar trebui să se regăsească în program; c) femeii politiciene nu sunt și nu trebuie căutate doar în parlament și guvern – mai sunt consilii municipale, raionale, orașenești, locale etc. În esență, în spatele „motivului obiectiv” stă lenea sau stângăcia profesională, pe măsură să genereze în programele audiovizuale o formă de discriminare pe criteriu de gen.

Alin. (3) interzice limbajul sexist și scenele de violență și comportament degradant. Pentru o mai bună înțelegere a normei, sunt necesare, în cadrul unor reglementări suplimentare sau îndrumare speciale, clarificări vizând limbajul care poate fi calificat drept sexist, precum și care anume scene de violență și care comportament trebuie să fie considerate interzise. În plus, furnizorii de servicii media liniare trebuie să realizeze, că prevederea alin. (3) se referă nu doar la programele audiovizuale, ci la întregul serviciu de programe, inclusiv la publicitatea comercială, și că, în cazul în care vreun invitat ori vreo invitată utilizează în direct limbaj sexist, moderatorul programului este obligat să ia atitudine. Cel mai indicat ar fi să stopeze mesajul și să se disocieze de el. Dacă nu o face, înseamnă că încuviințează tacit un asemenea mesaj și un asemenea limbaj.

* * *

Articolul 19. Responsabilități culturale

(1) Serviciile media audiovizuale reflectă diversitatea spațiului cultural național și a celui european.

(2) Furnizorii de servicii media asigură respectarea normelor ortografice, ortoepice, morfologice și sintactice ale limbii române și ale celorlalte limbi de difuzare în cadrul programelor audiovizuale.

(3) Programele audiovizuale transmise în alte limbi sînt însoțite de traducere în limba română (dublare, sonorizare și/sau subtitrare). Această prevedere nu se aplică programelor audiovizuale locale, emisiunilor de studiere a limbilor străine și de valorificare a clipurilor muzicale.

(4) Filmele artistice și cele documentare sînt transmise cu dublare sau subtitrare în limba română, păstrîndu-se coloana sonoră originală sau, după caz, versiunea lingvistică licențiată, iar filmele pentru copii sînt dublate sau sonorizate în limba română.

(5) Serviciile de televiziune cu conținut muzical și serviciile de radiodifuziune sonoră trebuie să conțină cel puțin 30% de opere muzicale în limba română, inclusiv 10% de opere muzicale care provin de la compozitori, artiști-interpreți și producători originari din Republica Moldova.

(6) Operele muzicale prevăzute la alin. (5) trebuie să fie difuzate în intervalul orelor 06.00–24.00.

(7) Prevederile alin. (4) nu se aplică filmelor artistice și celor documentare dublate în limba română pînă în anul 1991.

(8) Consiliul Audiovizualului aprobă reglementări privind aplicarea și respectarea prevederilor alin. (5).

Comentariu

De reținut, că alin. (4) dispune ca filmele pentru copii trebuie fie dublate, fie sonorizate și nicidecum subtitrate. Norma vine să asigure acces copiilor care încă nu pot citi subtitre și să adauge comoditate copiilor care pot citi, dar care încă nu-și pot dispersa atenția astfel, încât să urmărească subtitrele și să nu piardă imaginea.

Este cunoscut cazul, când un furnizor de servicii media a contestat obligația de a dubla/subtitra un serial televizat, pe motiv că acesta nu ar intra în categoria filmelor artistice și că în CSMA nu este dată definiția juridică a sintagmei „film artistic”. Este o abordare bizară, știindu-se categoriile de filme, inclusiv artistice și televizate, iar cele televizate, de cele mai dese ori, sunt seriale cu o anumită durată în timp sau cu un anumit număr de episoade. Abordarea este nu doar bizară, dacă lipsa dublării/subtitrării îngreșește posibilitatea unei categorii de privitori să înțeleagă conținutul filmului. În același timp, în RM este imprevizibilă decizia instanței. Un eventual câștig de cauză dat furnizorului ar însemna o supraaglomerare a textului de lege cu definiții juridice și pentru noțiuni care în condiții normale sunt arhicunoscute și semnificația lor nu poate trezi dubii, decât celor care acționează cu rea credință, care doresc să speculeze cu legislația în interes meschin. Dat fiind că legislația poate fi modificată mai greu decât un act normativ al CA, și în eventualitatea excluderii unor atare nedumeriri și cazuri sfidătoare, poate are rost ca în Regulamentul conținuturilor audiovizuale să se regăsească și definiția filmelor artistice.

Indubitabil, radio și televiziunea mai înseamnă un act de cultură, în sensul larg al cuvântului, iar prevederile prezentului articol, inclusiv al alin. (4), vin să sprijine actul de cultură. Dar, atâta timp cât acest lucru nu este înțeles cum se cuvine, și cât există oponenți înrăiți, trebuie găsit ac de cojoc.

Norma alin. (5), deși mai blândă decât cea existentă în legile anterioare, oricum pune în dificultate anumiți furnizori, mai ales, din rândul posturilor de radio. De exemplu, dacă un radio transmite muzică clasică sau muzică electronică, este dificil sau chiar imposibil să respecte obligația fără a-și schimonosi emisia (dacă, în mod obiectiv, nu avem atâta muzică clasică sau electronică). Scopul legii, însă, nu este să facă talmeș-balmeș din serviciul media al unui post de radio muzical. Și atunci, lucrurile ar trebui regândite și abordate în spiritul legii. Scopul legii, în general, este pluralismul audiovizual și orice acțiuni ar trebui să conducă la atingerea lui. Norma alin. (5) are menirea să promoveze cultura muzicală națională prin impunerea unei cote minime de opere muzicale. Și argumentul acelor posturi de radio care se plâng că nu avem atâta muzică populară sau ușoară bună și atâția interpreți talentați în RM încât să fie atinse cotele impuse, nu țin. Muzică și interpreți de acest gen avem berechet, mai ales, dacă descoperim, ca post de radio, și muzică nouă, și interpreți noi. Problema, însă, apare și nu-i inventată în cazul altor genuri de muzică. Un post de radio centrat, bunăoară, pe muzică exclusiv simfonică nu are cum asigura cota zilnică obligatorie indicată. Dar muzica simfonică, precum și alte genuri de muzică deficitare în RM, contribuie efectiv la pluralismul audiovizual muzical. Altfel spus, respectivul post de radio, ca să lărgescă pluralismul muzical și să contribuie la atingerea scopului general al CSMA, trebuie să încalce norma alin. (5). Iar ca să n-o încalce, așa indică practica RM, este impus să includă în canavaua muzicală omogenă și altfel de muzică și, dacă se lipește ca nuca de perete, nu are cum să nu respingă ascultătorii, cel puțin, pe durata incursiunii muzicale care-i străină, totuși, postului chiar de-i autohtonă. Dar nici nu pot fi îndreptățite pentru că nu are rost să bagi câteva ore de muzică populară sau de estradă într-un serviciu de muzică electronică, de exemplu, dacă muzică populară și de estradă și așa există în exces, fiind difuzată de câteva zeci de alte posturi de radio și unde respectiva muzică nu urâtește emisia.

Cum ar putea fi depășită această, la primă vedere, coliziune juridică? Printr-o altă abordare, de exemplu, la etapa licențierii, când argumentul CA de acordare a licenței ar fi contribuția postului de radio la dezvoltarea reală, veritabilă a pluralității de muzică, argument, care prevalează în raport cu norma alin. (5), pentru că în asemenea mod este atins realmente scopul principal al CSMA. Să amintim, că norma alin. (5) a fost o reacție la predilecția multor posturi de radio pentru muzica ieftină rusească în detrimentul muzicii bune naționale, o reacție la invazia muzicii rusești care îngusta inacceptabil pluralismul audiovizual muzical. Prin urmare, orice acțiuni ale radiourilor pe măsură să lărgescă acest pluralism cu adevărat trebuie încurajate și sprijinite. Și, dacă pare că atare abordare contravine literei legii, ea este în deplină consonanță cu spiritul legii. Și ultima precizare: în practica internațională activitatea posturilor de radio este minim reglementată. Pentru RM norma alin. (5) mai rămâne oportună, dar aplicarea ei nu trebuie să nască absurdități. CA, prin atribuția dată și de alin. (8) al prezentului articol, poate îndrepta lucrurile pe acest segment, inclusiv prin obligarea furnizorilor să nu ignore muzica de anumit gen, dacă ea există în RM. În general, coloana muzicală a unui post de radio este o materie fină, complicată și delicată. Prin asta se explică faptul că două radiouri difuzează, parcă, aceeași muzică, doar că unul are audiență mare, iar celălalt – mică. Diferența, se vede, o face muzica potrivită la ora potrivită. Iar prea multe norme/sfaturi din exterior cum și când să fie aranjată muzica ar dăuna mai mult decât ar ajuta.

* * *

Articolul 20. Accesul la evenimente de importanță majoră

(1) Toate persoanele dețin dreptul de acces la evenimente de importanță majoră prin intermediul serviciilor de televiziune fără autorizare individuală prealabilă.

(2) Evenimentele de importanță majoră pot fi difuzate în exclusivitate în cadrul serviciilor de televiziune ale furnizorilor de servicii media naționali fără autorizare individuală prealabilă numai dacă transmisiunea nu privează o parte substanțială a publicului de posibilitatea de a le urmări în direct sau în transmisiune decalată.

(3) Lista evenimentelor de importanță majoră se aprobă de către Consiliul Audiovizualului.

(4) În Lista evenimentelor de importanță majoră se stabilește:

a) procentul din populație care reprezintă o parte substanțială a publicului;

b) dreptul furnizorului de servicii media de a transmite evenimentul de importanță majoră în direct sau decalat, integral ori parțial.

(5) Furnizorii de servicii media, aflați în jurisdicția Republicii Moldova, care dețin drepturi exclusive de difuzare a unor evenimente de importanță majoră, nu pot priva publicul de a urmări evenimentele respective prin intermediul altor servicii media audiovizuale.

(6) Toți furnizorii de servicii media aflați în jurisdicția Republicii Moldova dețin dreptul de a relata despre un eveniment de importanță majoră prin intermediul unui extras, cu condiția solicitării acordului prealabil al furnizorului de servicii media care deține drepturi de exclusivitate:

a) înregistrând semnalul furnizorului de servicii media care deține drepturi de exclusivitate, pentru a realiza un extras;

b) accedînd la locul de desfășurare a evenimentului de importanță majoră pentru a realiza un extras.

(7) Dacă un eveniment de importanță majoră organizat este constituit din mai multe elemente autonome în plan organizatoric, fiecare element este considerat ca fiind un eveniment de importanță majoră.

(8) Dacă un eveniment de importanță majoră organizat se desfășoară timp de mai multe zile, se realizează cel puțin un extras pentru fiecare zi.

(9) Extrasele sînt realizate:

a) în condiții corecte, rezonabile și nediscriminatorii;

b) în condițiile liberei alegeri.

(10) Durata autorizată a unui extras este de maximum 60 de secunde.

(11) La utilizarea extraselor, furnizorii de servicii media respectă următoarele cerințe:

a) să fie difuzate doar în programele audiovizuale de știri principale, realizate cu regularitate;

b) să nu fie difuzate înainte de difuzarea principală a evenimentului de importanță majoră de către furnizorul de servicii media care deține drepturi de exclusivitate;

c) să fie menționată denumirea și/sau să fie inserat logoul furnizorului de servicii media care deține drepturi de exclusivitate, în calitate de sursă, dacă acestea au fost realizate prin înregistrarea semnalului furnizorului de servicii media care deține drepturi de exclusivitate, cu excepția cazului în care există alte prevederi contractuale între furnizorul de servicii media care deține drepturi de exclusivitate și furnizorul de servicii media care utilizează extrasul;

d) extrasul difuzat poate fi utilizat repetat doar în cazul în care există o legătură directă între conținutul acestuia și alt eveniment de actualitate;

e) toate elementele originale ale programelor audiovizuale utilizate pentru realizarea extrasului aflate în posesia furnizorului de servicii media sînt distruse după realizarea extrasului și furnizorul de servicii media care deține drepturi de exclusivitate este informat despre aceasta;

f) extrasele pot fi păstrate în arhivă, dar nu pot fi utilizate repetat, cu excepția circumstanțelor prevăzute la lit. d).

(12) Furnizorul de servicii media care deține drepturi de exclusivitate nu este în drept să perceapă plăți de la furnizorii de servicii media pentru extrase, cu excepția cazului în care există alte prevederi contractuale între aceștia.

Comentariu

Chintesența art. 20 transpore din titulatura lui și corespunde exact art. 9 al Convenției europene cu privire la Televiziunea Transfrontalieră³⁰ – a evita ca dreptul publicului la informare să fie subminat de faptul exercitării, de către un radiodifuzor, a drepturilor exclusive pentru transmisiunea sau retransmisiunea unui eveniment de mare interes pentru public, care să aibă drept consecință privarea unei părți substanțiale a publicului de posibilitatea de a urmări acest eveniment la televiziune. Totuși, trebuie găsit un echilibru între dreptul publicului la informare și drepturile deținătorului de drepturi de exclusivitate, proprietarul sau administratorul locului de desfășurare a evenimentului major, organizatorul evenimentului major și deținătorii de drepturi asupra operelor utilizate în cadrul evenimentului major. S-ar putea ca între deținătorul drepturilor de exclusivitate și alți actori implicați în evenimentul major, inclusiv furnizori de servicii media, să apară litigii ca între agenți economici. Litigiile țin de preocuparea exclusivă a agenților economici. CA, însă, veghează și supraveghează corectitudinea acțiunilor prevăzute la alin. (6), (10) și (11) și, la necesitate, intervine, inclusiv prin sancțiuni stabilite în prezentul cod (art. 84 alin. (3) lit. b) și alin. (5) lit. k).

* * *

Articolul 21. Transparența proprietății furnizorilor de servicii media

Furnizorii de servicii media au obligația de a asigura accesul simplu, direct și permanent al utilizatorilor serviciilor media audiovizuale la cel puțin următoarele categorii de informații:

- a) denumirea, statutul juridic și sediul ale acestuia;
- b) numele reprezentanților legali;
- c) proprietarii beneficiari care dețin, direct sau indirect, controlul asupra furnizorului de servicii media;
- d) lista acționarilor și asociaților pînă la nivel de persoană fizică, cu excepția acționarilor și asociaților care sînt societăți pe acțiuni cu acțiuni la purtător sau listate la bursele de valori internaționale;
- e) persoanele din organul de conducere și, după caz, de supraveghere, precum și funcțiile deținute de acestea;
- f) persoanele responsabile de politica editorială;
- g) datele de contact ale furnizorului de servicii media, inclusiv adresa juridică, adresele pentru corespondență (după caz), adresa poștei electronice și a paginii web oficiale, la care acesta poate fi contactat rapid, direct și efectiv.

Comentariu

Raționamentul acestui principiu se întemeiază, cel puțin, pe patru motive centrale: a) transparența proprietății, precum și transparența întregii activități, adaugă credibilitate și, respectiv, audiență, b) transparența permite beneficiarului să se orienteze și să judece măsura în care să creadă ofertei mediatică, c) transparența permite prevenirea/eliminarea practicilor anticoncurențiale și încetățenirea relațiilor de concurență loială și onestă pe piața media, d) transparența permite prevenirea/eliminarea factorilor de risc și pericol de ingerință din exterior ce pot perturba domeniul audiovizualului și, implicit, afecta securitatea lui.

Lipsa transparenței poate conduce la concentrarea excesivă a mass-mediei, la promovarea preferențială a intereselor economice și personale ale patronilor, fapt ce ar restricționa accesul cetățenilor la opinii alternative și ar suprima informațiile importante din punct de vedere social. Concentrarea poate stârni așa-numitele „războaie informaționale” și, ca urmare, poate dăuna dezvoltării libertății mass-media și a democrației în general. Concentrarea lasă puțin loc pentru pluralismul mediatic or tocmai acesta constituie valoare într-o societate democratică.

Recomandarea nr. R (94) 13 a Comitetului de Miniștri către statele membre precizează că transparența mijloacelor de comunicare în masă este o condiție majoră pentru a asigura salvagardarea și consolidarea pluralismului, iar publicul ar trebui să aibă acces, într-o manieră echitabilă și imparțială, la unele informații de bază referitoare la mijloacele de comunicare în masă pentru a-și forma o opinie despre valoarea ce poate fi acordată informațiilor, ideilor și opiniilor difuzate de aceste mijloace.³¹

Reglementarea legală a concentrării mass-media presupune că autoritățile relevante posedă informații sigure despre structurile care dețin mass-media, precum și despre terți care prin respectivele structuri sunt capabile să influențeze independența editorială a acesteia.

30 <http://www.audiovizual.md/files/Conventia%20TV%20Transfrontaliera.%20L.%20rom%205.1989.pdf>

31 http://apel.md/files/docs/Rec_94_13_promov_transparenta_ro.pdf

Limitarea concentrării și asigurarea transparenței poate eradică însăși posibilitatea monopolizării opiniilor și informațiilor, și utilizarea mass-mediei în alte scopuri, de exemplu, de propagandă politică.

CoE recomandă statelor membre să adopte legislație care să limiteze concentrarea mass-mediei, precum și să introducă orice alte mecanisme juridice puternice pentru dezvoltarea pluralismului mediatic. De asemenea, el recomandă întărirea serviciului public de radiodifuziune ca o contrabalansă decisivă la concentrarea sectorului media privat.

Încă în Recomandarea nr. R (99) 1 a Comitetului Miniștrilor către statele membre³² concentrarea proprietății în audiovizual era calificată ca o amenințare la adresa pluralismului în mass-media. Recomandarea sugera autorităților de reglementare din sector să se opună fuziunilor și altor operațiuni de concentrare.

Să mai precizăm că în scopul aplicării acestui principiu prezentul cod conține norme suplimentare, inclusiv cele referitoare la regimul juridic al proprietății.

* * *

Articolul 22. Difuzarea informațiilor cu privire la starea de urgență, de asediu și de război

(1) Informațiile și comunicatele oficiale ale autorităților publice cu privire la starea de urgență, de asediu și de război sînt difuzate de către furnizorii de servicii media integral și cu prioritate.

(2) Informațiile prevăzute la alin. (1) sînt difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale liniare în mod operativ, din momentul comunicării acestora.

(3) Informațiile prevăzute la alin. (1) sînt difuzate inclusiv prin intermediul limbajului mimico-gestual sau prin titrare sincron pentru a asigura accesul la informație al persoanelor cu dizabilități de auz.

Comentariu

Scopul art. 22 este de a asigura accesul populației la informațiile oficiale în perioade specifice prin care poate trece țara. Sunt perioade deosebite de cele obișnuite, iar autoritățile, responsabile de actul guvernării, trebuie să întreprindă acțiuni corespunzătoare pentru a gestiona situația. Acțiunile trebuie să fie cunoscute și, eventual, coordonate cu întreaga populație. Acesta-i raționamentul din care furnizorii de servicii media li se impun obligații prevăzute la art. 22. Să observăm, totuși, că art. 22 nu este despre restricționarea informației sau despre limitarea accesului la informație. Inexplicabil, dar autoritățile naționale, inclusiv CA, au încercat tocmai să restrângă accesul la informație, moment specificat, de altfel, și în raportul Freedom in the World 2021 al organizației Freedom House.³³ Fenomenul în cauză a fost semnalat cu îngrijorare într-un șir întreg de state.

Art. 22 a stat la baza unei decizii a CA din luna martie anul 2020, la puțin timp după instituirea în RM a stării de urgență din cauza pandemiei de Covid-19. Nu punem la îndoială necesitatea deciziei. În același timp, vom atrage atenția asupra unor neconcordanțe între conținutul deciziei și conținutul articolului. Să reținem, că alin. (1) și (2) operează cu sintagmele „comunicatele oficiale ale autorităților publice”, „integral și cu prioritate” și „în mod operativ, din momentul comunicării acestora”. Pct. 1.1. al deciziei, însă, stabilește: „Difuzarea cu prioritate maximă în cadrul serviciilor media audiovizuale a informațiilor exhaustive cu privire la starea de urgență, în sensul reflectării neîntârziată a datelor și comunicatelor oficiale ale Comisiei pentru situații excepționale a RM și ale altor autorități publice”.³⁴ Astfel, sintagmele „cu prioritate” și „în mod operativ” au fost substituite cu sintagmele „prioritate maximă” și „reflectare neîntârziată”. Să observăm, că „prioritate maximă” este un pleonasm. „Prioritate” înseamnă însușirea de a fi primul într-o succesiune temporală, dreptul de a ocupa primul loc ca importanță, ca valoare, primordialitate, întâietate. „Reflectarea neîntârziată”, este de presupus, ar însemna deja „prioritate maximă”. „Neîntârziat” semnifică imediat, o cerință care nu poate fi executată, de exemplu, de furnizorii de servicii media ce nu dispun de posibilitatea difuzării în direct a informațiilor de la Comisia pentru situații excepționale și de la alte autorități publice. Norma realistă și potrivită este prevăzută în art. 22 – difuzarea „în mod operativ” și „cu prioritate”. Și norma nu trebuie depășită.

Și articolul, și decizia CA obligă furnizorii să difuzeze informațiile oficiale și în limbajul mimico-gestual. O abordare adecvată a problemei în cauză, având în vedere și penuria de specialiști în domeniu, și interdicțiile de circulație, ar fi fost asigurarea interpretării comunicatelor oficiale și în limbajul mimico-gestual, în mod centralizat. E mai ușor de realizat acest lucru și e mult mai mare impactul.

32 http://apel.md/files/docs/Rec_99_1pluralism_mass_media_ro.pdf

33 <https://freedomhouse.org/country/moldova/freedom-world/2021>

34 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=121081&lang=ro

Articolul 23. Protecția dreptului de autor și a drepturilor conexe

Protecția dreptului de autor și a drepturilor conexe în cadrul furnizării serviciilor media audiovizuale este asigurată în conformitate cu legislația privind dreptul de autor și drepturile conexe.

Comentariu

Dreptul de autor, deși a devenit, în timp, o mașinărie complicată și complexă, în esență se rezumă la următoarele: orice creație trebuie utilizată în condițiile impuse de autorul/autorii creației.

Dreptul de autor, ca și oricare alt drept, are o istorie, evoluează și se cristalizează în timp în funcție de înțelegerea lui și a modului în care trebuie aplicat pentru a armoniza relațiile dintre creatorii și utilizatorii de bunuri în societate. Creatori de bunuri au fost și sunt mult mai puțini decât utilizatori, de aceea trebuie protejați ca să nu dispară motivația creației fără de care civilizația stagnează și degradează.

Dreptul de autor a apărut în Evul mediu, având misiunea să reglementeze efectuarea copiilor manuscriselor permise de autorități. Denumirea de „copyright” de atunci se trage, însemnând permisul de a face copii ale manuscriselor. Denumirea a rămas până în prezent, iar semnul de protecție – ©, este recunoscut oficial în toată lumea.

Ideologia actuală a dreptului de autor trebuie înțeleasă astfel: dacă autorii de creații n-au siguranța că odată apărute creațiile lor nu vor fi imediat copiate și răspândite fără acordul lor; dacă pe seama muncii lor se vor îmbogăți necontrolat alții, atunci dispare motivația creației și stimulentele de a crea noi opere. În consecință are de suferit întreaga societate care nu poate progresa fără dezvoltarea creației intelectuale. În același timp, societatea ar avea de suferit și dacă ar acorda autorilor drepturi absolute. Un drept de autor acordat veșnic ar însemna ca după moartea autorului urmașii acestuia să se bucure fără niciun merit și, practic, să paraziteze pe seama creației protejate. Din aceste motive durata protejării operei diferă de la țară la țară, dar ea se întinde pe tot parcursul vieții autorului plus 20, 50, 70 (cum e-n RM și în SUA) sau chiar o sută de ani (cum e-n Canada) de la decesul acestuia.

Dreptul de autor și drepturile conexe vizează o multitudine de creații protejate, iar corectitudinea utilizării acestor creații este supravegheată de mai multe instituții statale, inclusiv de CA. În sfera preocupărilor legale ale CA intră exclusiv creațiile utilizate în oferta mediatică a furnizorilor și distribuitorilor de servicii. Altfel spus, CA veghează doar zona conținuturilor. Un furnizor sau un distribuitor de servicii media ar putea valorifica și alte creații protejate, cum ar fi logouri, imprimeuri în scop de autopromovare, softuri etc., etc., dar asigurarea corectitudinii în utilizarea acestora nu intră în competențele CA. Astfel, Codul de procedură civilă al RM, după modificarea și completarea lui prin Legea nr. 155 din 05.07.2012, la art. 33 alin. (1) și art. 331 statuează că instanțele judecătorești judecă toate pricinile civile, cu participarea persoanelor fizice, persoanelor juridice și autorităților publice privind apărarea drepturilor, libertăților și intereselor legitime încălcate sau contestate, pricini pentru care legea nu prevede competența altor organe. Începând cu 01.12.12, litigiile din domeniul dreptului de autor și a drepturilor conexe au fost transferate în competența judecătorilor de drept comun și sunt judecate în corespundere cu normele Codului de procedură civilă.

Este imposibil ca CA să verifice sută la sută respectarea de către furnizori și distribuitori de servicii a drepturilor de autor și a drepturilor conexe. CA poate stabili ușor dacă distribuitorii de servicii furnizează legal toate canalele incluse în ofertă. La fel, poate stabili, dacă furnizorii de servicii valorifică în condițiile legii muzica, spectacolele, filmele etc. Dar pot fi obiect al dreptului de autor și știri, și reportaje, și programe audiovizuale întregi. În cazul acestora nicio instituție, oricâți angajați ar avea, n-ar reuși să le urmărească pe toate și nici nu este necesar, pentru că, dacă apare vreo eventuală ilegalitate, aceasta poate fi sesizată fie de deținătorul de drepturi, fie de oricine. Faptul sugerează necesitatea eforturilor pentru încetățenirea unei culturi a corectitudinii în raport cu creațiile protejate, pentru că alternativele ar putea fi devastatoare. E suficient, poate, să amintim că în SUA, de exemplu, descărcarea ilegală a muzicii se pedepsește cu o amendă de cel puțin 750 USD pentru fiecare cântec descărcat.

Principiul formulat în art. 23 este succint, dar respectarea lui solicită și CA și furnizorilor/distribuitorilor de servicii media cunoașterea bună atât a legislației, cât și a practicii jurisdicționale naționale și internaționale în domeniu.

Hotărârea CSJ cu privire la aplicarea unor prevederi ale legislației privind dreptul de autor și drepturile conexe nr. 1 din 25.04.2016, modificată de Hotărârea Plenului CSJ nr. 36 din 04.12.2017, concretizează:

„Potrivit prevederilor tratatelor internaționale la care RM este parte, precum și legislației naționale, protecția dreptului de autor și a drepturilor conexe se bazează pe următoarele principii:

- Principiul regimului național de protecție, potrivit căruia persoanele fizice și persoanele juridice străine, ale căror opere sau obiecte ale drepturilor conexe sunt protejate printr-un tratat internațional la care RM este parte, beneficiază de o protecție echivalentă cu cea acordată persoanelor fizice sau persoanelor juridice din RM.
- Principiul protecției formei obiective de exprimare, potrivit căruia beneficiază de protecție toate operele exprimate într-o anumită formă, obiectivă din domeniul literar, artistic și științific, indiferent de faptul, dacă acestea au fost sau nu aduse la cunoștința publicului. Astfel, protecția dreptului de autor se extinde asupra formei de exprimare, dar nu se extinde asupra ideilor, teoriilor, descoperirilor științifice, procedeelelor, metodelor de funcționare sau asupra conceptelor matematice ca atare și nici asupra invențiilor cuprinse într-o operă, oricare ar fi modul de preluare, explicare sau de exprimare.
- Principiul originalității, potrivit căruia beneficiază de protecție doar operele care sunt originale, în sensul că reprezintă prin sine înseși creații intelectuale de autor. Nu se aplică alte criterii, cum ar fi caracteristicile de ordin cantitativ, calitativ sau estetic, pentru a determina, dacă aceste opere sunt pasibile de protecție.
- Principiul apariției dreptului de autor independent de faptul înregistrării, notificării sau îndeplinirii altor formalități, potrivit căruia autorul beneficiază de protecția dreptului de autor asupra operei sale, prin însuși faptul de creare a ei.
- Principiul exclusivității drepturilor, potrivit căruia autorul sau alt titular al dreptului de autor are dreptul exclusiv să efectueze, să permită sau să interzică valorificarea operei, în condițiile reglementate de lege.

Protecția drepturilor de autor se va extinde asupra: a) operelor, indiferent de locul primei lor publicări, al căror titular al dreptului de autor este o persoană fizică sau juridică din RM; b) operelor publicate pentru prima dată în RM, indiferent de domiciliul sau de sediul titularului dreptului de autor asupra respectivelor opere; c) altor opere, în conformitate cu tratatele internaționale la care RM este parte.

Drepturile patrimoniale exclusive și dreptul la remunerație, prevăzute de lege în privința operelor, cu excepția unor drepturi similare prevăzute în privința operelor de artă aplicată, se protejează pe tot timpul vieții autorului și timp de 70 de ani după deces, începând cu 1 ianuarie al anului următor celui al decesului autorului, dacă prezentul articol nu prevede altfel (art. 23 din Legea privind dreptul de autor și drepturile conexe).

Drepturile patrimoniale asupra operei audiovizuale se protejează timp de 70 de ani, începând cu 1 ianuarie al anului următor celui al decesului ultimului dintre următorii coautori: a) realizatorul principal (regizorul-scenograf); b) autorul scenariului (scenaristul); c) autorul dialogului; d) compozitorul – autorul operei muzicale (cu sau fără text) special create pentru această operă audiovizuală. Drepturile patrimoniale asupra unei opere anonime sau apărute sub pseudonim, cu excepția celei de artă aplicată, se protejează timp de 70 de ani, începând cu 1 ianuarie al anului următor celui al publicării legale a operei. Dacă autorul unei opere anonime sau apărute sub pseudonim își dezvăluie identitatea sau dacă identitatea lui, în decursul acestei perioade, devine cunoscută, se aplică prevederile menționate supra. Drepturile patrimoniale asupra operei create în copaternitate, cu excepția operei de artă aplicată, se protejează pe parcursul întregii vieți a fiecăruia dintre coautori și timp de 70 de ani, începând cu 1 ianuarie al anului următor celui al decesului ultimului coautor supraviețuitor. Termenele de protecție a drepturilor patrimoniale asupra operelor colective se stabilesc în conformitate cu prevederile art. 23 alin. (4) din Legea privind dreptul de autor și drepturile conexe. Termenul de protecție a unei opere muzicale cu text încetează după 70 de ani de la decesul ultimului supraviețuitor dintre ultimele persoane, indiferent dacă acestea au fost sau nu desemnate drept coautori: textierul și compozitorul, cu condiția ca ambele contribuții să fi fost create în mod specific pentru respectiva compoziție muzicală cu text. Dacă opera a fost publicată în volume, serii, ediții sau episoade și termenul de protecție a dreptului de autor începe din momentul, când opera a fost adusă legal la cunoștința publicului, termenul de protecție va fi calculat pentru fiecare dintre aceste componente. Drepturile patrimoniale asupra operei de artă aplicată se protejează timp de 25 de ani de la data creării ei. [Pct. 81 completat prin Hotărârea Plenului CSJ a RM nr. 36 din 04.12.2017]

Se va avea în vedere că Codul civil (redacția din 26.12.1964) prevedea că dreptul de autor acționează pe tot timpul vieții autorului și în decurs de 25 de ani după moartea lui. Legea privind dreptul de autor nr. 293/23.11.94 prevedea că dreptul de autor este valabil pe tot parcursul vieții autorului, plus 50 de ani după deces, iar, începând cu 23.09.2005, art. 17 al ultimei legi a fost modificat, cifra 50 fiind înlocuită cu 70. Pentru operele, a căror protecție nu a expirat la data de 23.09.2005, se va calcula termenul de 70 de ani. Dacă termenul de protecție de 50 de ani a expirat până la data de 23.09.2005, asupra acestor opere nu poate fi aplicat termenul de 70 de ani. Totodată, se va reține că prin Legea nr. 139 din 02.07.2010, a fost majorat termenul de protecție asupra operei audiovizuale de la 50 la 70 de ani, după decesul ultimului dintre coautori. Astfel, pentru toate operele, cu excepția operelor de artă aplicată (a căror protecție este de 25 de ani), durata protecției dreptului de autor va fi de 70 de ani, după decesul autorului sau a ultimului dintre coautori.³⁵

Să mai precizăm, că Hotărârea CSJ conține și cadrul legislativ național în materia dreptului de autor și a drepturilor conexe, convențiile, tratatele și acordurile internaționale la care RM este parte, precum și directivele europene în domeniul dreptului de autor și al drepturilor conexe.

* * *

Capitolul III. SERVICIILE MEDIA AUDIOVIZUALE LINIARE

Articolul 24. Organizarea și funcționarea serviciilor media liniare

(1) Serviciile media audiovizuale liniare sînt furnizate de către:

- a) furnizorii privați de servicii media;
- b) furnizorii publici de servicii media;
- c) furnizorii comunitari de servicii media.

(2) Furnizorul de servicii media trebuie să păstreze o copie a fiecărui program audiovizual inclus în serviciul media audiovizual liniar cel puțin 30 de zile de la data difuzării acestuia.

(3) În cazul în care un program audiovizual inclus în serviciul media audiovizual liniar face obiectul unei solicitări privind acordarea dreptului la replică și/sau la rectificare, furnizorul de servicii media trebuie să păstreze o copie a programului respectiv pînă la consumarea definitivă a litigiilor.

(4) Serviciile media audiovizuale liniare sînt furnizate în temeiul licenței de emisie.

Comentariu

Prezentul articol cuprinde prevederi generale despre modul de organizare și funcționare a serviciilor media audiovizuale liniare care, în conformitate cu alin. (1), sunt furnizate de către trei tipuri de furnizori de servicii media: a) privați, b) publici și c) comunitari. În esență, avem o clasificare generală a furnizorilor de servicii media după tipurile de proprietate. Norma nu concretizează, însă, modul și formele de organizare și de funcționare a furnizorilor de servicii media care pot fi atât entități sau persoane juridice de drept privat, cât și de drept public. Detalii suplimentare sunt oferite la art. 28 care se referă la regimul juridic al proprietății, deși, probabil, ar fi potrivite și aici sau cel puțin ar trebui ca denumirea prezentului articol să fie ajustată la prevederile cuprinse în textul său.

Indiferent de tipul lor, furnizorii de servicii media au obligația de a păstra o copie a fiecărui program audiovizual inclus în serviciul media audiovizual liniar cel puțin 30 de zile de la data difuzării acestuia, după cum se stabilește în alin. (2). Trebuie de precizat faptul că această obligație se referă la păstrarea copiilor programelor audiovizuale, așa cum acestea sunt descrise în art. 1 din prezentul cod, nu ale serviciilor media audiovizuale, în întregime, după cum s-ar putea interpreta în mod eronat. Respectiva prevedere, prevăzută și în textele legislațiilor anterioare, este necesară pentru examinarea obiectivă a circumstanțelor în cazul în care un program audiovizual sau unul ori mai multe părți ale acestuia fac obiectul unei sesizări sau plângeri. Termenul de 30 de zile, care a fost stabilit în funcție de capacitățile rezonabil limitate de stocare de care dispuneau radiodifuzorii la începutul acestui secol, poate fi extins având în vedere că în prezent costurile de achiziționare a materialelor informatice au devenit accesibile pentru toți furnizorii de servicii media.

35 http://jurisprudenta.csj.md/search_hot_expl.php?id=314

Prevederea cuprinsă în alin. (3) obligă furnizorul de servicii media să păstreze o copie a programului audiovizual care face obiectul unei solicitări privind acordarea dreptului la replică și/sau la rectificare până la consumarea definitivă a litigiilor. Această prevedere trebuie privită prin prisma normei din alin. (2) și corelată cu recomandarea extinderii termenului de păstrare a copiilor programelor audiovizuale, astfel încât, atunci când este sesizat, Consiliul Audiovizualului să poată avea temeiul de a cere, în timp util, furnizorilor de servicii media, înregistrările programelor audiovizuale pasibile de încălări.

Norma prevăzută în alin. (4) stabilește că serviciile media audiovizuale liniare nu pot fi furnizate decât în temeiul licenței de emisie. Condiționarea furnizării serviciilor media audiovizuale liniare de existența licențelor de emisie este justificată de faptul că acestea utilizează o resursă limitată, fie că este vorba de eter, satelit, multiplex sau alte rețele de comunicații electronice de acest tip. Din acest motiv și în plus, beneficiarul acestei resurse rare trebuie să fie ales solicitantul care demonstrează că are cea mai bună ofertă de servicii media audiovizuale care să acopere o necesitate informațională mai puțin explorată sau care să contribuie la diversitatea conținuturilor audiovizuale destinate publicului.

* * *

Articolul 25. Licența de emisie

(1) Licența de emisie se acordă în baza prevederilor prezentului cod.

(2) Licența de emisie se acordă pentru un termen de 9 ani și este valabilă din data publicării deciziei Consiliului Audiovizualului în Monitorul Oficial al Republicii Moldova.

(3) Licența de emisie se acordă pentru fiecare serviciu media audiovizual liniar.

(4) Licența de emisie conține:

- a) numărul licenței de emisie;
 - b) datele de identificare a deținătorului licenței de emisie;
 - c) datele de identificare ale acționarilor și ale asociațiilor până la nivel de persoană fizică sau juridică, cu excepția acționarilor și asociațiilor care sînt societăți pe acțiuni cu acțiuni la purtător sau listate la bursele de valori internaționale;
 - d) conceptul de principiu (general), tipul și structura serviciului media audiovizual;
 - e) denumirea și elementele de identificare ale serviciului media audiovizual;
 - f) zona de difuzare, în cazul furnizării serviciului media audiovizual în sistem analogic sau digital terestru;
 - g) termenul de valabilitate;
 - h) rețeaua de comunicații electronice folosită pentru furnizarea serviciului media audiovizual și numele proprietarului sau al gestionarului acesteia;
 - i) frecvențele sau canalele acordate, în cazul licenței de emisie analogice;
 - j) multiplexul digital în cadrul căruia este furnizat serviciul media audiovizual;
 - k) angajamentul furnizorului de servicii media de a respecta prevederile prezentului cod și ale actelor aprobate de către Consiliul Audiovizualului;
 - l) angajamentul furnizorului de servicii media de a păstra înregistrările programelor audiovizuale pe durata prevăzută de legislație;
 - m) angajamentul furnizorului de servicii media de a prezenta Consiliului Audiovizualului informațiile solicitate în vederea exercitării atribuțiilor acestuia;
 - n) argumentele pentru care Consiliul Audiovizualului a acordat licență de emisie furnizorului de servicii media.
- (5) Furnizorii de servicii media au obligația să solicite în scris acordul Consiliului Audiovizualului pentru orice modificare în documentele și în datele declarate prevăzute la alin. (4) lit. c)–e). În cazul adoptării deciziei favorabile solicitării, modificările în conținutul licenței de emisie sînt efectuate cu titlu gratuit.
- (6) Furnizorii de servicii media sînt obligați să notifice Consiliul Audiovizualului, în termen de 30 de zile, despre modificările intervenite în documentele și în datele declarate prevăzute la alin. (4) lit. b), f) și h).
- (7) Pe durata valabilității licenței de emisie, Consiliul Audiovizualului modifică, din proprie inițiativă și cu titlu gratuit, conținutul licenței de emisie pentru a ajusta activitatea furnizorului de servicii media la modificările intervenite în legislație.

Comentariu

Licența de emisie se acordă pentru fiecare serviciu media audiovizual liniar pentru un termen de 9 ani, valabil din data publicării deciziei Consiliului Audiovizualului în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, după cum se specifică în alin. (2). Termenul de valabilitate a licenței a fost majorat până la 9 ani (anterior acestea erau acordate pentru 6 și 7 ani, în funcție de tipul serviciului – cablu/frecvențe terestre), deoarece și în sectorul serviciilor de radiodifuziune sonoră și de televiziune, ca și în orice altă activitate economică, este nevoie de predictibilitate din punctul de vedere al celor care intenționează să investească în acest sector. Activitățile din domeniul serviciilor media audiovizuale necesită un volum destul de înalt de investiții, mai ales la etapa inițială și, prin urmare, o licență de emisie poate fi profitabilă numai după o perioadă lungă de timp. Acesta a fost raționamentul unificării și majorării termenului de valabilitate al licenței de emisie.

În alin. (4) este exemplificată lista înscrierilor pe care le cuprinde licența de emisie, între care datele de identificare ale deținătorului licenței de emisie și ale acționarilor și asociaților, prevăzute la lit. b)–c), conceptul de principiu (general), tipul și structura serviciului media audiovizual, conform lit. d), denumirea și elementele de identificare ale serviciului media audiovizual conform lit. e), dar și o serie de angajamente asumate de către furnizorul de servicii media, în corespundere cu lit. k)–m). Prevederea de la lit. c) conține o excepție pentru acționarii și asociații societăților pe acțiuni cu acțiuni la purtător sau listate la bursele de valori internaționale, întrucât, în acțiunile la purtător nu sunt menționate elementele de identificare ale acestora, iar în cazul societăților pe acțiuni de tip deschis listate la bursele internaționale, lista variabilă cu datele de identificare ale acționarilor va fi extrem de lungă. În scopul responsabilizării și încurajării furnizorilor de servicii media să respecte legislația și actele normative, la lit. k) este prevăzut angajamentul acestora de a respecta prevederile Codului serviciilor media audiovizuale și ale actelor aprobate de către autoritatea de reglementare. În legislația anterioară, acest angajament lipsea.

Conform prevederii de la lit. n), licența de emisie trebuie să conțină și o descriere adecvată a argumentelor pentru care CA a acordat licența de emisie furnizorului de servicii media, pornind de la misiunea sa, în calitate de garant al interesului public, de a asigura, menține și dezvolta pluralismul audiovizual și având în vedere direcțiile de dezvoltare a sectorului serviciilor media audiovizuale în conformitate cu documentele strategice elaborate și aprobate de autoritatea de reglementare în domeniu. Raționamentul acestei norme este de a responsabiliza CA să adopte decizii bine motivate și argumentate care să aducă beneficii reale domeniului serviciilor media audiovizuale, pe de o parte, iar pe de altă parte, să prevină abuzurile și deciziile arbitrare. Altfel spus, dincolo de justificarea formală a deciziei cu referire la articolul sau articolele din Codul serviciilor media audiovizuale în baza cărora membrii Consiliului adoptă decizii, trebuie să existe o fundamentare bazată pe oportunitatea și capacitatea de a aduce plusvaloare la dezvoltarea domeniului. De exemplu, având în vedere faptul că piața serviciilor media audiovizuale este slab dezvoltată, acordarea unei licențe pentru o televiziune de nișă s-ar justifica plenar pentru că va contribui la pluralismul mediatic și, în mod evident, la creșterea concurenței benefice pentru dezvoltarea acestui sector. Totodată, decizia privind refuzul acordării unei licențe ar putea, la fel, să fie motivată, dacă solicitantul vine cu o propunere care nu urmărește altceva decât să majoreze oferta de servicii media audiovizuale deja existente pe piață într-un număr excesiv, cum ar fi cazul, de exemplu, al serviciilor de televiziune generaliste.

Informațiile care vizează datele de identificare ale asociaților și acționarilor, conceptul general, tipul și structura serviciului media audiovizual, datele și elementele de identificare ale fiecărui serviciu media audiovizual, prevăzute la alin. (4), lit. c)–e), sunt elemente esențiale, cu impact asupra pluralismului audiovizual, care au cântărit în luarea deciziei Consiliului privind acordarea licenței de emisie către un anumit solicitant. Or, un furnizor de servicii media care deține o licență de emisie pentru furnizarea unui serviciu media audiovizual generalist sau de știri, nu ar trebui să poată, din proprie inițiativă, să-l transforme în unul tematic sau viceversa. Din acest considerent, pentru orice schimbare a respectivelor date și informații care intervine pe durata valabilității licenței de emisie, furnizorul de servicii media este obligat, conform alin. (5), să solicite acordul CA. În cazul altor date și informații, pasibile de schimbare pe parcurs, dar care nu au avut un rol determinant în luarea deciziei privind acordarea licenței de emisie către un anumit solicitant, precum datele de identificare ale deținătorului licenței de emisie, zona de difuzare a serviciului media audiovizual sau rețeaua de comunicații electronice folosită pentru furnizarea serviciului media audiovizual și numele proprietarului sau al gestionarului acesteia, prevăzute la alin. (4), lit. b), lit. f) și lit. h), furnizorul de servicii media trebuie doar să depună o notificare la CA. În toate cazurile, pe durata valabilității licenței de emisie, Consiliul modifică, din proprie inițiativă și cu titlu gratuit, în conformitate cu alin. (7), conținutul licenței de emisie pentru a ajusta activitatea furnizorului de servicii media la modificările intervenite în legislație.

Articolul 26. Prelungirea valabilității licenței de emisie

(1) La cererea deținătorului licenței de emisie, valabilitatea acesteia poate fi prelungită pentru un nou termen, în conformitate cu prevederile prezentului articol. Cu cel mult 6 luni, dar nu mai puțin de 3 luni înaintea expirării termenului pentru care a fost acordată licența de emisie, furnizorul de servicii media depune o cerere de prelungire a valabilității licenței de emisie la Consiliul Audiovizualului.

(2) Consiliul Audiovizualului prelungeste valabilitatea licenței de emisie dacă sînt întrunite cumulativ următoarele cerințe:

a) furnizorul de servicii media a depus cererea de prelungire a valabilității licenței de emisie în termenul prevăzut la alin. (1);

b) furnizorul de servicii media a respectat conceptul de principiu (general), tipul și structura serviciului media audiovizual prevăzute în conținutul licenței de emisie;

c) furnizorul de servicii media nu a fost sancționat de către Consiliul Audiovizualului pentru încălcări grave în urma cărora licența de emisie a fost suspendată pentru o perioadă de la 30 la 60 de zile.

(3) Consiliul Audiovizualului adoptă decizia de prelungire a valabilității licenței de emisie sau de respingere a cererii de prelungire, cu cel puțin 60 de zile înainte de expirarea termenului pentru care a fost acordată licența respectivă.

(4) Licența de emisie prelungită în condițiile alin. (3) devine valabilă din data expirării termenului anterior pentru care a fost acordată.

(5) În cazul în care Consiliul Audiovizualului nu a adoptat o decizie, în termenul prevăzut la alin. (3), privind prelungirea valabilității licenței de emisie sau privind respingerea cererii respective, licența de emisie se consideră prelungită de drept.

(6) Dacă prelungirea valabilității licenței de emisie nu a fost solicitată, frecvența sau canalul sînt scoase la concurs cu 3 luni înainte de expirarea termenului pentru care a fost acordată licența respectivă.

(7) Dacă cererea de prelungire a valabilității licenței de emisie a fost respinsă, frecvența sau canalul sînt scoase la concurs după expirarea termenului pentru care a fost acordată licența respectivă.

(8) Furnizorul de servicii media a cărui cerere de prelungire a valabilității licenței de emisie nu a fost acceptată este în drept să conteste decizia Consiliului Audiovizualului în instanța de judecată. În acest caz, Consiliul Audiovizualului va acționa în funcție de hotărîrea judecătorească rămasă definitivă.

(9) Licența de emisie nu poate fi cesionată.

Comentariu

Licența de emisie poate fi prelungită pentru un nou termen de 9 ani, la cererea titularului, în conformitate cu procedurile descrise în prezentul articol și care trebuie pornite, conform alin. (1) cu cel mult 6 luni, dar nu mai puțin cu 3 luni înainte de expirarea termenului pentru care a fost acordată licența. Această perioadă cuprinsă între 6 și 3 luni înainte de expirarea termenului de valabilitate a licenței în care furnizorul de servicii media poate depune cererea de prelungire la Consiliul Audiovizualului, este rezonabilă ca perioadă de timp și necesară, totodată, pentru ca, indiferent de opțiunile probabile de soluționare a cererii (acceptare, refuz sau neexaminare în termen) să fie posibilă continuitatea acțiunii licenței de emisie.

În alin. (2), la lit. a)–c), sunt prevăzute o serie de condiții, în baza cărora, CA decide în privința prelungirii valabilității licenței de emisie, pe care urmează să le întrunească furnizorul de servicii media și anume depunerea în termenul prevăzut a cererii de prelungire, respectarea conceptului de principiu (general), tipului și structurii serviciului media audiovizual și lipsa unei sancțiuni pentru comiterea de încălcări grave sub forma unei suspendări de licență, prevăzută la art. 84, alin. (10). Această din urmă condiție, poate fi considerată destul de dură, dar este pe deplin justificată și nu trebuie admisă prelungirea automată a valabilității licenței de emisie, din motiv că ar descuraja furnizorii de servicii media care sunt corecți și respectă cu strictețe legea. Prin urmare, în procesul respectiv de luare a deciziilor este necesară o evaluare din partea Consiliului Audiovizualului dacă furnizorul de servicii media continuă să-și îndeplinească misiunea prevăzută de licență originală și dacă serviciul media audiovizual furnizat mai contribuie la diversitate și pluralism.

În cazul în care furnizorul de servicii media depune cererea de prelungire în termenele prevăzute la alin. (1), autoritatea de reglementare are la dispoziție o marjă rezonabilă de cel puțin 30 de zile să adopte decizia de acceptare sau de respingere a cererii de prelungire a valabilității licenței de emisie, în intervalul situat între 3 luni (90 de zile) și cel puțin 60 de zile înainte de expirarea valabilității licenței, în sensul alin. (3). Valabilitatea licenței prelungite se calculează din data expirării termenului anterior pentru care aceasta a fost acordată, după cum este prevăzut în alin. (4), chiar dacă, decizia de prelungire este aprobată de CA cu mult timp înainte.

Licența de emisie se consideră prelungită de drept, potrivit alin. (5), în cazul în care CA, din motive de orice natură, nu a adoptat o decizie, în termenul prevăzut la alin. (3), adică, cu cel puțin 60 de zile înainte de expirarea valabilității acesteia. Norma respectivă este prevăzută în scopul responsabilizării autorității de reglementare și în cel al evitării inacțiunii acesteia în raport cu solicitarea unui furnizor de servicii media, indiferent de cauzele care au condus la aceste situații.

Modalitățile și procedurile de scoatere la concurs a frecvenței sau canalului în cazurile de nesolicitare sau de refuz privind prelungirea valabilității licenței de emisie sunt specificate în alin. (6)–(7). În primul caz, acestea sunt scoase la concurs cu 3 luni înainte de expirarea termenului, iar în cel de-al doilea – după expirarea termenului pentru care a fost acordată licența respectivă.

Cesionarea licenței de emisie este interzisă, conform alin. (9). Această interdicție este justificată de experiența internațională, în sensul că nu există o practică de cesionare a licențelor în sectorul audiovizual. Licențele sau frecvențele nu pot fi cumpărate. Acestea sunt acordate de către autoritatea de reglementare, pentru o perioadă limitată de timp, cuiva care are nevoie de ele pentru a realiza ceva util. În cazul în care deținătorul ei nu mai oferă nimic folositor, licența ar putea fi acordată unui alt solicitant. Prin urmare, autoritatea de reglementare în domeniu este singura în drept să acorde licența de emisie în bază de concurs.

* * *

Articolul 27. Retragerea licenței de emisie

Licența de emisie este retrasă în următoarele cazuri:

- a) furnizorul de servicii media notifică Consiliul Audiovizualului despre renunțarea la difuzarea serviciului media audiovizual;
- b) furnizorul de servicii media nu a început emisia în termen de 6 luni de la eliberarea licenței de emisie în format analog și de 3 luni – în sistem digital terestru;
- c) furnizorul de servicii media nu a plătit taxa pentru licența de emisie, stabilită în conformitate cu Legea nr. 160/2011 privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător, după ce a fost avertizat de 2 ori, în scris, de către Consiliul Audiovizualului;
- d) furnizorul de servicii media a prezentat Consiliului Audiovizualului informații false, care au condus la încălcarea regimului juridic al proprietății în domeniul serviciilor media audiovizuale;
- e) furnizorul de servicii media a refuzat să prezinte sau nu a prezentat din alte motive Consiliului Audiovizualului informații privind regimul juridic al proprietății în domeniul serviciilor media audiovizuale;
- f) furnizorul de servicii media a încălcat în mod repetat prevederile art. 11 alin. (2) și ale art. 17 din prezentul cod după ce i-au fost aplicate gradual sancțiunile prevăzute la art. 84 alin. (9) din prezentul cod;
- g) furnizorul de servicii media a cărui licență de emisie a fost suspendată în conformitate cu art. 84 alin. (10) din prezentul cod nu remediază încălcarea pentru care a fost sancționat cu suspendarea și/sau este sancționat mai mult de două ori în decursul a 12 luni de la expirarea sancțiunii de suspendare.

Comentariu

Acest articol enumeră, printr-o listă exhaustivă, cazurile în care licența de emisie poate fi retrasă de către Consiliul Audiovizualului. Având în vedere că aceasta este, în mod normal, ultima sancțiune ce poate fi dictată împotriva unui furnizor de servicii media și că este vorba, până la urmă, de un proces discreționar, considerăm că norma este prea drastic formulată. În loc să servească drept temeiuri, acestea pot fi adesea, invocate cu rea-credință și folosite în mod arbitrar de către autoritatea de reglementare pentru a sancționa un furnizor de servicii. Din acest considerent, ținând cont și de expertizele internaționale, sintagma „este retrasă” ar trebui înlocuită cu sintagma „poate fi retrasă”. De altfel, la art. 26 alin. (1) este utilizată această formulă și anume că licența de emisie „poate fi” prelungită. În mod logic, la fel ar trebui să se procedeze și la retragerea licenței de emisie. Așa sau altfel, opțiunea retragerii licenței de emisie este lăsată la discreția autorității de reglementare în domeniul serviciilor media audiovizuale. Totodată, sunt enumerate explicit motivele pentru care CA este în drept să anuleze licența de emisie deținută de un furnizor de servicii media. Acest lucru implică existența unor dovezi clare pentru diversele cazuri menționate în prezentul articol, pentru ca retragerea licenței de emisie să nu fie impusă cu ușurință.

Cazul menționat la lit. f) trebuie înțeles prin prisma sancțiunilor aplicate gradual conform art. 84, alin. (9) al prezentului cod pentru încălcarea repetată a prevederilor legale de către un furnizor de servicii media. Acestea se referă la difuzarea programelor audiovizuale interzise de art. 11 alin. (2) și/sau încălcarea prevederilor art. 17 din prezentul cod care se referă la protejarea spațiului audiovizual național, în ambele cazuri fiind vorba de încălcări foarte grave care sunt urmate de recidivă. La fel, licența de emisie poate fi retrasă, conform prevederii din lit. g), dacă anterior aceasta a fost suspendată, iar furnizorul de servicii media sancționat nu a remediat încălcarea pentru care a fost sancționat și/sau a primit cel puțin două sancțiuni în decurs de 12 luni de la expirarea sancțiunii de suspendare.

În toate cazurile, politica de sancționare a furnizorului de servicii media care încalcă legislația audiovizuală trebuie să țină cont de câteva criterii, inclusiv de gravitatea încălcării, efectele acesteia și repetarea încălcărilor. Revocarea licenței de emisie este o sancțiune, una foarte dură, cu care un furnizor de servicii media este pedepsit. Situațiile specificate la lit. a)–c) se datorează, de regulă, altor circumstanțe decât cele de încălcare a unor prevederi legale de către un furnizor de servicii media pentru care se impun sancțiuni și în aceste cazuri nu putem vorbi despre retragerea licenței, ci despre anularea licenței de emisie. Prin urmare, ar fi potrivit ca situațiile respective să fie tratate ca atare și să fie numite cazuri de anulare a licenței de emisie.

* * *

Articolul 28. Regimul juridic al proprietății furnizorilor de servicii media

(1) Furnizorii privați de servicii media sînt constituiți de către persoane fizice și/sau juridice și funcționează sub formă de societăți comerciale.

(2) Furnizorii privați de servicii media nu pot avea în calitate de proprietar beneficiar:

a) Parlamentul, Președintele Republicii Moldova sau Guvernul;

b) un organ central de specialitate sau o autoritate administrativă centrală;

c) o autoritate a administrației publice locale;

d) alt organ/autoritate, instituite cu scopul exercitării atribuțiilor administrative, social-culturale sau cu caracter necomercial;

e) o instituție publică finanțată integral sau parțial de la bugetul de stat;

f) o organizație comercială finanțată integral sau parțial de la bugetul de stat;

g) un partid sau o organizație social-politică;

h) o organizație comercială care are în calitate de fondator sau cofondator cel puțin unul dintre subiecții prevăzuți la lit. a)–g);

i) un sindicat;

j) un cult religios.

(3) Furnizorii privați de servicii media activează într-un regim juridic al proprietății care asigură eficiență economică, cu condiția să nu genereze apariția situațiilor dominante în formarea opiniei publice.

(4) Sînt interzise și, în modul stabilit de legislația în vigoare, considerate nevalabile în întregime sau parțial orice acorduri (acțiuni coordonate) ale persoanelor fizice și juridice concurente din domeniul serviciilor media audiovizuale, care dețin în comun o situație dominantă pe piață, dacă acestea au sau pot avea drept rezultat limitarea concurenței.

(5) Sînt interzise și, în modul stabilit de legislația în vigoare, considerate nevalabile în întregime sau parțial orice acorduri (acțiuni coordonate) ale persoanelor fizice și juridice neconcurente din domeniul serviciilor media audiovizuale, dintre care o persoană deține o situație dominantă pe piață, iar cealaltă este furnizorul sau cumpărătorul acesteia, dacă asemenea acorduri (acțiuni coordonate) conduc sau pot conduce la limitarea concurenței.

(6) O persoană fizică poate fi proprietar beneficiar la cel mult 2 servicii de televiziune.

(7) O persoană fizică poate fi proprietar beneficiar la cel mult 2 servicii de radiodifuziune sonoră.

(8) Persoana fizică, soțul/soția acesteia, sau persoana juridică care este fondator/asociat/prorietar unic ori care deține o cotă mai mare de 50% din acțiunile, din drepturile de vot sau din capitalul social al unei persoane juridice din domeniul serviciilor media audiovizuale nu poate deține mai mult de 20% din acțiunile, din drepturile de vot sau din capitalul social al unei persoane juridice din domeniul serviciilor media audiovizuale aflate în jurisdicția Republicii Moldova.

(9) Partidele politice, entitățile juridice sau întreprinderile fondate de acestea, sindicatele și cultele religioase nu pot deține acțiuni, drepturi de vot sau cote din capitalul social al persoanei juridice din domeniul serviciilor media audiovizuale.

(10) Persoana fizică care deține o funcție în autoritățile administrației publice legislative, executive sau judecătorești, precum și cea care deține o funcție electivă în organele de conducere ale unui partid ori

ale altei organizații social-politice și este fondatoare și/sau deține acțiuni la persoana juridică din domeniul serviciilor media audiovizuale nu pot avea drept de vot în cadrul acestora.

(11) Persoana fizică sau juridică care deține ori dobândește o cotă egală sau mai mare de 20% din capitalul social ori din drepturile de vot ale unei persoane juridice care deține licență de emisie sau ale unei persoane juridice care controlează deținătorul unei astfel de licențe are obligația de a înștiința Consiliul Audiovizualului despre aceasta, printr-o declarație scrisă pe proprie răspundere, în termen de 30 de zile de la data la care a atins cota respectivă.

(12) Este interzisă utilizarea denumirii unei persoane terțe de către o persoană juridică care solicită acordarea unei licențe de emisie sau care controlează o persoană juridică deținătoare a unei licențe de emisie, în scopul eludării prevederilor prezentului cod.

(13) Furnizorii privați de servicii media sînt obligați să publice pe propriile pagini web și să prezinte Consiliului Audiovizualului, anual, pînă la data de 1 februarie, un raport de activitate, conform modelului aprobat de către Consiliul Audiovizualului, care să cuprindă numele, cetățenia proprietarului beneficiar/proprietarilor beneficiari, descrierea structurii proprietății, organigrama și capitalul social ale furnizorului de servicii media, sursele de finanțare a serviciului media audiovizual și informația privind realizarea concepției serviciului media audiovizual pentru anul de activitate precedent.

(14) Regimul juridic al proprietății furnizorilor publici și comunitari de servicii media este reglementat în capitolele IV și VI.

Comentariu

Formula prezentă în alin. (1) este una limitativă pentru că stabilește că furnizorii privați de servicii media sunt constituiți de către persoane fizice și/sau juridice și funcționează doar sub formă de societăți comerciale. Aceasta ar însemna, de exemplu, privarea nejustificată a organizațiilor obștești de dreptul de a constitui, menține și dezvolta servicii media audiovizuale. Prin urmare, textul din alin. (1) ar trebui ajustat prin excluderea sintagmei „sub formă de societăți comerciale” sau completat astfel încât să se poată stabili expres că furnizorii de servicii media se pot organiza atât sub forma cunoscutelor tipuri de societăți comerciale, cât și sub forma diverselor tipuri de organizații necomerciale, fundații sau asociații fără scop patrimonial.

Alin. (2) cuprinde o listă de entități pentru care se impune interdicția de a avea calitatea de proprietar beneficiar al unei persoane juridice din domeniul serviciilor media audiovizuale. Prevederea respectivă, care este în esență una restrictivă, este necesară pentru a evita ca întreprinderile din sectorul serviciilor media audiovizuale să fie controlate de către subiecții nominalizați și politicile lor editoriale să fie subordonate unor interese politice, economice, comerciale, ideologice sau de altă natură. Însă, aceste prevederi pot fi eludate, într-o anumită măsură, având în vedere faptul că restricțiile se referă la entități și nu la indivizi, ceea ce permite în continuare ca reprezentanții simpli sau de frunte ai subiecților menționați să poată fi proprietari beneficiari ai întreprinderilor din sectorul serviciilor media audiovizuale.

Prevederea cuprinsă în alin. (3) urmărește să protejeze pluralismul și diversitatea politică, socială și culturală, concentrarea proprietății fiind limitată la dimensiuni care să asigure eficiența economică, într-un mediu concurențial adecvat, dar, în același timp, să nu genereze apariția de situații dominante în formarea opiniei publice. Aceasta implică un proces complex de considerare și evaluare din partea Consiliului Audiovizualului la eliberarea licențelor de emisie pentru a favoriza dezvoltarea întreprinderilor care furnizează servicii de televiziune și de radiodifuziune sonoră ca afacere, fără a aduce atingere concurenței libere benefice pe piața audiovizualului autohton.

Prin alin. (4) și alin. (5) sunt interzise și considerate nevalabile orice acorduri, adică înțelegeri, între persoane fizice și juridice din domeniul serviciilor media audiovizuale, atât în cazul în care acestea sunt concurente și dețin în comun o situație dominantă pe piață, cât și în cel în care nu sunt concurente și dintre care una deține o situație dominantă pe piață, iar cealaltă, îi este furnizor sau cumpărător, dacă aceste acțiuni coordonate pot avea drept consecință limitarea concurenței. Aceste prevederi sunt instituite în scopul asigurării unei concurențe corecte pe piața serviciilor media audiovizuale din RM. Transparența structurii de proprietate a mass-mediei este esențială pentru evaluarea pluralității pieței serviciilor media audiovizuale. În Recomandarea CM/Rec(2018) 11 privind pluralismul mass-mediei și transparența în ceea ce privește proprietatea asupra mass-mediei, adoptată la 7 martie 2018, Consiliul Europei a subliniat că transparența este importantă pentru a permite publicului să evalueze informațiile și opiniile difuzate de mass-media. În particular, se specifică faptul că „Aplicarea legislației în materie de concurență, inclusiv controlul fuziunilor aplicabil mass-mediei, ar trebui să aibă ca scop asigurarea unei concurențe efective și prevenirea anumitor actori de a ocupa o poziție dominantă în sectorul media național în ansamblu sau într-o anumită nișă la nivel național sau subnațional, în măsura în care o astfel de poziție dominantă are consecințe nefaste asupra pluralismului mass-mediei.”³⁶

Prevederile cuprinse în alin. (6) și alin. (7) stabilesc expres faptul că o persoană fizică poate fi proprietar beneficiar la cel mult patru servicii media audiovizuale, inclusiv la două servicii de televiziune și la două servicii de radiodifuziune sonoră. Aceste prevederi sunt instituite în scopul evitării formării monopolului asupra informației și asupra formării opiniei publice, precum și în cel al menținerii pluralismului de idei.

Prevederea din alin. (8) urmărește același scop al evitării creării de monopoli și de situații dominante în formarea opiniei publice. Norma presupune că orice persoană (precum și soțul sau soția, în cazul unei persoane fizice) care este proprietar unic ori care deține o cotă de acțiuni, drepturi de vot sau capital social mai mare de 50% în cadrul unei societăți comerciale din domeniul serviciilor media audiovizuale nu poate deține mai mult de 20% din acțiunile, drepturile de vot sau din capitalul social al altei societăți comerciale din același domeniu al serviciilor media audiovizuale.

Partidele politice și întreprinderile create de acestea, precum și sindicatele și cultele religioase nu numai că nu pot deține calitatea de proprietar beneficiar în cadrul unui furnizor privat de servicii media, conform alin. (2), în sensul de a avea controlul asupra acestuia, dar, în general, de a deține acțiuni, drepturi de vot sau capital social la o societate comercială din domeniul serviciilor media audiovizuale, după cum este prevăzut în alin. (9). Mai mult, conform alin. (10), o persoană aflată într-o funcție electivă în organele de conducere ale unui partid și care este fondatoare sau deține acțiuni într-o societate comercială din domeniul serviciilor media audiovizuale, nici nu poate avea drept de vot în cadrul acesteia. Aceleași restricții se aplică și persoanelor cu funcții în autoritățile administrației publice legislative, executive sau judecătorești.

Prevederea din alin. (11) stabilește o obligație pentru persoanele care ating o anumită cotă din capitalul social sau drepturile de vot ale unei societăți titulare de licență de emisie în domeniul serviciilor media audiovizuale de a înștiința despre aceasta Consiliul Audiovizualului. În speță, este vorba despre orice persoană care deține sau dobândește o cotă de drepturi de vot sau capital social de cel puțin 20% la o societate comercială titulară a unei licenței de emisie sau la o societate comercială care o controlează pe deținătoarea licenței respective.

Norma prevăzută la alin. (12) trebuie înțeleasă ca fiind necesară pentru a evita eludarea legii de către persoane rău intenționate. Aceasta presupune interzicerea folosirii numelui unei persoane fizice și/sau a denumirii unei persoane juridice terțe de către o societate comercială care solicită acordarea unei licențe de emisie ori care controlează o societate titulară a unei astfel de licențe.

36 Recomandarea CM/Rec(2018) 11 a Comitetului de Miniștri adresată statelor membre privind pluralismul mass-mediei și transparența în ceea ce privește proprietatea asupra mass-mediei, punctul 3.3.

Data fiind natura specifică a serviciilor media audiovizuale, în special impactul acestor servicii asupra modului în care se formează opinia publică, este esențial pentru utilizatori să cunoască exact persoana responsabilă pentru conținutul acestor servicii și să beneficieze de acces simplu și direct în orice moment la informații privind furnizorul de servicii media. Din acest considerent, la alin. (13) este prevăzută obligația furnizorilor de servicii media de a publica pe paginile lor web și de a prezenta la CA un raport anual de activitate care să cuprindă date despre proprietarii beneficiari, structura proprietății, organigrama și capitalul social, sursele de finanțare a serviciului media audiovizual, dar și informații privind realizarea conceptului de principiu (general) al respectivului serviciu furnizat în cursul anului de raportare. Categoriile respective de informații și date despre asociații și acționarii din cadrul societăților comerciale din domeniul serviciilor media audiovizuale sunt justificate de recomandările cuprinse în Directiva europeană a serviciilor mass-media din 10 martie 2010 și modificările ulterioare din 28.11.2018 prin care statele membre sunt chemate să adopte măsuri legislative care să prevadă că „...furnizorii de servicii media aflați în jurisdicția lor pun la dispoziție informații privind structura lor de proprietate, inclusiv beneficiarii efectivii”³⁷.

* * *

Articolul 29. Limitarea cotei de audiență

(1) În conformitate cu prevederile prezentului cod și pentru determinarea cotei de audiență a serviciilor media audiovizuale, se consideră că:

a) piața serviciilor media audiovizuale liniare cu acoperire națională, regională, locală reprezintă totalitatea serviciilor media audiovizuale ale furnizorilor de servicii media naționali, regionali, locali, în zona de acoperire corespunzătoare, aflați în jurisdicția Republicii Moldova;

b) serviciile media audiovizuale liniare cu pondere semnificativă în formarea opiniei publice sînt serviciile media audiovizuale generaliste și cele de știri;

c) piața semnificativă reprezintă totalitatea serviciilor media audiovizuale liniare, prevăzute la lit. b), ale furnizorilor de servicii media naționali, regionali, locali în zona de acoperire corespunzătoare;

d) cota de audiență reprezintă cota de piață atribuită unui anumit serviciu media audiovizual liniar, în zona de acoperire corespunzătoare, determinată în condițiile prezentului articol.

(2) La determinarea situației dominante în formarea opiniei publice se iau în considerare serviciile media audiovizuale prevăzute la alin. (1) lit. b), pe care persoana fizică sau juridică fie le furnizează în calitate de deținător de licență de emisie, fie deține o cotă mai mare de 20% din capitalul social ori din drepturile de vot ale deținătorului licenței de emisie care furnizează serviciile respective.

(3) În cazul persoanei fizice, suplimentar prevederilor din alin. (2), se iau în considerare și persoanele apropiate acesteia, conform Legii nr. 133/2016 privind declararea averii și a intereselor personale.

(4) Se consideră că o persoană fizică sau juridică deține o situație dominantă în formarea opiniei publice în cazul în care cota de audiență ponderată a serviciilor media audiovizuale atribuită depășește 35% din piața semnificativă.

(5) Cota de audiență ponderată a serviciilor media audiovizuale atribuită unei persoane fizice sau juridice reprezintă suma cotelor de audiență pentru fiecare dintre serviciile media audiovizuale, prevăzute la alin. (2), ponderate cu cota de capital ori cu cota drepturilor de vot deținute de către persoana respectivă.

(6) Determinarea cotei de audiență pentru fiecare serviciu media audiovizual liniar național, regional și local, în zona de acoperire corespunzătoare, se efectuează trimestrial, prin calcularea mediei cotei de audiență înregistrate în trimestrul anterior.

(7) Consiliul Audiovizualului evaluează situația dominantă în formarea opiniei publice a unei persoane fizice sau juridice în cazul existenței unor indicii întemeiate privind atingerea limitei prevăzute la alin. (4). Dacă se constată o situație dominantă în formarea opiniei publice, Consiliul Audiovizualului se angajează într-o conciliere cu deținătorul licenței de emisie pentru a conveni asupra măsurilor menite să remedieze situația respectivă și să asigure pluralismul de opinii. În cazul în care concilierea nu conduce la încheierea unui acord comun în termen de 6 luni sau dacă acordul respectiv nu este pus în aplicare într-un termen rezonabil, în scopul garantării pluralismului de opinii, Consiliul Audiovizualului poate impune sancțiuni în conformitate cu prevederile prezentului cod.

(8) În cazul în care Consiliul Concurenței constată o practică anticoncurențială în sensul prevederilor alin. (2)–(5), acesta sesizează Consiliul Audiovizualului.

³⁷ Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 10 martie 2010 privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii mass-media audiovizuale (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale), publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene L 95 din 15 aprilie 2010; articolul 5 (versiunea codificată).

Comentariu

Pluralismul mediatic și diversitatea opiniilor sunt caracteristici fundamentale ale presei libere într-o societate democratică. Prin urmare, mass-media cu adevărat libere sunt viabile doar pe o piață, care nu este marcată de monopol, fenomen care are efecte nefaste asupra formării opiniei publice, întrucât ar putea contribui la uniformizarea și îngustarea conținuturilor mediatiche adresate publicului. Normele specifice stabilite în prezentul articol sunt menite să diminueze impactul negativ al acestui fenomen. De altfel, impunerea unor praguri sau restricții care urmăresc limitarea influenței unor actori care ar putea monopoliza piața serviciilor media audiovizuale este sugerată și de Consiliul Europei în Recomandarea CM/Rec(2007)2 privind pluralismul mass-mediei și diversitatea conținuturilor mediatiche. În lumina recomandării, aceste reguli ar putea include „...introducerea „pragurilor” bazate pe criterii obiective și realiste, precum cota de audiență, circulația, cifra de afaceri realizată, acțiunile sau drepturile de vot”, iar statele membre ar trebui să ia în considerare adoptarea acestora pentru „a limita influența pe care o singură persoană, una și aceeași companie sau unul și același grup o poate exercita într-unul sau mai multe sectoare media și să se asigure că există un număr suficient și variat de organizații media”³⁸.

Există o percepție generală, completată de cercetări și analize, că serviciile media audiovizuale generaliste și cele de știri sunt cele care ocupă, de regulă, primele locuri în ratingul celor mai vizionate/audiate de către public, respectiv sunt cele care au un impact mai mare în formarea opiniei publice. Constatarea se poate întemeia, inclusiv pe rapoartele de audiență TV realizate de măsurătorul autorizat. Totodată, acestea sunt serviciile de televiziune sau de radiodifuziune sonoră care contează, la nivelul de acoperire corespunzătoare, la definirea conceptului de „piață semnificativă”, în corespundere cu alin. (1) lit. c). Anume din acest motiv, la determinarea poziției dominante în formarea opiniei publice se iau în considerare serviciile media audiovizuale generaliste și de știri, conform alin. (2).

În procedura de evaluare a situației dominante în formarea opiniei publice, unei persoane fizice sau juridice i se ia în considerare acele servicii media audiovizuale generaliste și/sau de știri pe care aceasta fie le furnizează în calitate de titular de licență de emisie, fie la care aceasta deține, direct sau indirect, potrivit alin. (2), o cotă mai mare de 20% din capitalul ori drepturile de vot ale respectivei societăți titulare de licență de emisie. În același timp, trebuie să fie cuantificate și influențele determinate de legăturile de familie personale, adică se iau în calcul, potrivit alin. (3) și persoanele apropiate, așa cum acestea sunt definite în legislația națională în vigoare: „soțul/soția, copilul, concubinul/concubina subiectului declarării, persoana aflată la întreținerea subiectului declarării, de asemenea persoana înrudită prin sînge sau prin adopție cu subiectului declarării (părinte, frate/soră, bunic/bunică, nepot/nepoată, unchi/mătușă) și persoana înrudită prin afinitate cu subiectul declarării (cumnat/cumnată, socru/soacră, ginere/noră)”³⁹.

În conformitate cu prevederea din alin. (4), se consideră că o persoană ajunge să dețină o situație dominantă în formarea opiniei publice atunci când cota de audiență ponderată a serviciilor media audiovizuale, care îi sunt atribuite, depășește 35% din piața semnificativă. Limitarea cotei de audiență, pe de o parte, ferește publicul de pericolul ca vreun furnizor de servicii media să „impună” ideologia sa în formarea opiniei publice și, pe de altă parte, limitează accesul la piața de publicitate (dacă admitem situația normală că 35 la sută din audiență ar urma să atragă și 35 la sută din valoarea pieței). În acest sens, se pune accent pe factorul de stabilitate economică pe care-l reprezintă ori ar trebui să-l reprezinte publicitatea pentru oricare instituție mediatică ce ține la independența politicii sale editoriale. Limitarea cotei de audiență este un subiect sensibil, însă impunerea unor norme restrictive în domeniul serviciilor de televiziune sau de radiodifuziune nu are un caracter arbitrar. Vom preciza, în acest sens, că Legea Concurenței⁴⁰ nr. 183 din 11.07.2012, în varianta modificată prin Legea nr. 262 din 23.11.2018, prin art. 25¹, prevede posibilitatea evaluării concentrațiilor economice în domeniul mass-mediei și a impunerii unor cote de piață ce prezumă existența poziției dominante în acest domeniu, altele decât cota generală de 50% stabilită al art. 10 alin (4) din respectiva lege.

38 Recomandarea Rec (2007) 2 a Comitetului de Miniștri adresată statelor membre privind pluralismul mass-mediei și diversitatea conținuturilor mediatiche, punctele 2.1 și 2.3.

39 Legea Republicii Moldova nr. 133 din 17.06.2016 privind declararea averii și a intereselor personale, art. 2, Monitorul Oficial nr. 245–246 din 30.07.2016.

40 Legea Concurenței nr. 183 din 11.07.2012, art. 25¹, Monitorul Oficial nr. 193–197 din 14.09.2012.

La alin. (4) și alin. (5) se are în vedere cota de audiență ponderată a serviciilor media audiovizuale „atribuite” unei persoane, nu „atribuită” unei persoane, după cum s-a redactat în mod eronat, întrucât este vorba despre faptul că unei persoane îi sunt atribuite serviciile media generaliste și de știri, conform alin. (1) lit. c) pentru a fi luate în considerare la evaluarea situației dominante, nu cota, aceasta din urmă fiind o cifră care rezultă din alte operațiuni. Așa sau altfel, cota de audiență pentru o persoană se ponderează cu cota de capital sau cu cota drepturilor de vot pe care respectiva persoană o deține. Totodată, potrivit precizării de la alin. (5), cota de audiență ponderată a serviciilor media audiovizuale atribuite unei persoane reprezintă suma cotelor de audiență pentru fiecare dintre serviciile media audiovizuale luate în considerare în conformitate cu prevederile alin. (2) și alin. (3).

Consiliul Audiovizualului are obligația, potrivit alin. (7), să inițieze procedura de evaluare a situației dominante în formarea opiniei publice a unei anumite persoane, fizice sau juridice, în cazul în care există indicii temeinice că limita de 35% prevăzută de alin. (4) ar putea fi depășită. Printre aceste indicii poate fi orice bănuială rezonabilă, apărută în spațiul public, precum că pragul respectiv ar putea fi depășit, dar și în cazul unei sesizări depuse conform prevederilor legale. În cazul constatării unei situații dominante, CA este nevoit inițial să se angajeze într-o operațiune de conciliere cu titularul licenței de emisie pentru a conveni asupra măsurilor care să permită reintrarea acestuia în legalitate. Având în vedere faptul că acest proces este unul care implică o serie de ajustări și măsuri corective, termenul în care CA poate ajunge la un acord de conciliere cu titularul respectiv al licenței de emisie este fixat la 6 luni, după cum este stabilit în alin. (7). Esențial este că, în această perioadă de 6 luni, CA trebuie să-și exercite competența pentru a nu admite ca un titular al licenței de emisie să facă abuz de situația dominantă în formarea opiniei publice pe care o deține.

Normele din prezentul articol sunt motivate de faptul că limitarea concentrării proprietății și a audienței în sectorul serviciilor media audiovizuale trebuie privită nu doar din punct de vedere economic, precum este în legea concurenței, ci și din punct de vedere cultural și al diversității. În acest sens, Rezoluția Parlamentului European din 25 septembrie 2008 privind concentrarea și pluralismul mass-mediei în Uniunea Europeană atrage atenția, între altele, la faptul că „în cadrul sistemului de mijloace de informare în masă, concentrarea proprietății creează un mediu care favorizează monopolizarea pieței publicitare, introduce bariere în calea intrării pe piață a noilor agenți economici și, de asemenea, conduce la uniformitatea conținutului mediatic”. Mai mult, documentul face referire la experiența comunitară care demonstrează că „concentrarea fără restricții a proprietății pune în pericol pluralismul și diversitatea culturală și întrucât un sistem bazat exclusiv pe concurența pieței libere nu poate garanta pluralismul sectorului media”. Totodată, Rezoluția subliniază faptul că „legislația în domeniul concurenței trebuie să se îmbine cu legislația privind mijloacele de informare în masă, pentru a garanta accesul, concurența și calitatea și pentru a preveni conflictele de interese între concentrarea proprietății asupra mijloacelor de informare în masă și puterea politică, care sunt în detrimentul concurenței libere, condițiilor de concurență echitabile și pluralismului” și solicită „garantarea îmbinării legislației în domeniul concurenței cu legislația privind mijloacele de informare în masă, pentru a consolida pluralismul mijloacelor de informare în masă”⁴¹.

Concentrarea proprietății și a audienței reprezintă o amenințare pentru pluralismul mediatic și acest subiect este în sfera preocupărilor în ultimele decenii în Uniunea Europeană. Vom preciza că în Metodologia de identificare și evaluare a amenințărilor potențiale asupra pluralismului mediatic la nivel continental, bazată pe „*Studiul independent al indicatorilor pentru pluralismul media în statele membre ale Uniunii Europene – o abordare bazată pe analiza de risc*”⁴², publicat de Comisia Europeană în 2009, între indicatori, atestăm și următorul, cu patru variante de răspuns:

„*Legislația mass-media conține praguri sau limite specifice, determinate în baza unor criterii obiective (după caz – numărul de licențe, cota de audiență, circulația și/sau distribuirea capitalului social și/sau a drepturilor de vot, cifra de afaceri/veniturile etc.), pentru a preveni un nivel înalt de concentrare a proprietății și/sau de control în acest sector. Poate fi prevenit nivelul înalt al concentrării proprietății și/sau de control în acest sector, în temeiul reglementărilor, prin care se ține seama de caracteristicile specifice ale sectorului mass-media. De exemplu:*

- a) *praguri/limite mai stricte, decât în alte sectoare, privind concentrarea proprietății în domeniul mass-media/audiovizualului;*

41 Rezoluția Parlamentului European din 25 septembrie 2008 privind concentrarea și pluralismul mass-mediei în Uniunea Europeană.

42 Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk-Based Approach, Final Report. Leuven, July 2009.

- b) *intervenția obligatorie a autorității mass-media, în cazul examinării compatibilității cu mediul concurențial a cazurilor de concentrare economică. Exemplu: existența obligației autorității din domeniul concurenței să ceară avizul autorității mass-media;*
- c) *intervenția obligatorie a autorității din domeniul concurenței, în cazul examinării problemelor privind încurajarea liberei concurențe de către autoritatea mass-media. Exemplu: existența obligației autorității mass-media să ceară avizul autorității din domeniul concurenței;*
- d) *competența autorității din domeniul concurenței de a refuza aprobarea prealabilă a concentrării de proprietate și/sau de control în acest sector din motive de pluralism media (sau de interes public, în general), inclusiv în cazurile de cesiune de licență.”*

Pentru respectarea prevederilor acestui articol este oportună o cooperare reciprocă între Consiliul Audiovizualului și Consiliul Concurenței, după cum se stabilește în art. 85 alin. (3) al prezentului cod: „(3) Consiliul Audiovizualului cooperează cu Consiliul Concurenței în scopul asigurării unei concurențe loiale pe piața serviciilor media audiovizuale, al prevenirii și excluderii situațiilor dominante în formarea opiniei publice prin intermediul furnizorilor de servicii media.”

La nivel european, pot fi utilizate mai multe instrumente pentru monitorizarea și limitarea concentrării dreptului de proprietate asupra mass-media:

- concentrarea orizontală (în funcție de serviciu) se măsoară prin limitarea cantității de licențe TV/radio care pot fi deținute ca criteriu de limitare a concentrării proprietății (de exemplu, atunci când un furnizor de servicii media audiovizuale nu poate deține mai mult de două licențe);
- concentrarea orizontală (de către furnizorul de servicii) se măsoară prin luarea dreptului de proprietate asupra cotelor altor furnizori de servicii ca criteriu pentru limitarea concentrării dreptului de proprietate (de exemplu, atunci când un furnizor de servicii nu poate deține mai mult de 50% din cotele altuia);
- concentrarea verticală se măsoară prin preluarea dreptului de proprietate asupra cotelor din activitățile conexe din același segment al industriei mass-media (în amonte sau în aval pe lanțul valoric) ca criteriu pentru limitarea concentrării dreptului de proprietate (de exemplu, atunci când un furnizor de servicii TV nu poate deține – sau nu poate fi deținut de – o companie de producție TV sau o companie cu drepturi de distribuție sau un operator de platformă care distribuie servicii TV);
- concentrarea diagonală se măsoară luând cotele de proprietate din alte segmente ale industriei mass-media ca criteriu pentru a limita concentrarea proprietății; acest criteriu se mai numește și „trans-media” (de exemplu, atunci când un furnizor de servicii TV nu poate fi activ în domeniul radio sau al mass-media scrise sau al mass-media online sau al producției de film sau agențiilor de știri sau vânzărilor de publicitate sau telecomunicațiilor);
- concentrarea geografică se măsoară luând ca criteriu pentru limitarea concentrării proprietății cantitatea de licențe TV/radio deținute de (sau proprietatea cotelor la) furnizorii de servicii cu zone de acoperire diferite (de obicei naționale, regionale și locale);
- concentrarea cotei de audiență se măsoară luând cota de audiență a unui furnizor de servicii ca criteriu pentru a limita concentrarea proprietății (de exemplu, atunci când un furnizor de servicii nu poate atinge o cotă de audiență mai mare de 25%).

Unele dintre aceste instrumente pot fi combinate. De exemplu, în Franța, se utilizează cinci din cele șase instrumente menționate mai sus:

- criteriul orizontal (servicii): un furnizor de servicii nu poate deține de obicei mai mult de o licență; sunt enumerate mai multe excepții diferite, în funcție de faptul dacă este un furnizor de servicii de radio sau televiziune, dacă serviciul este difuzat în analog sau digital și dacă serviciul are o acoperire națională sau locală; poate ajunge chiar și până la 7 licențe pentru difuzarea digitală terestră;
- criteriul orizontal (furnizori de servicii): un furnizor național de servicii de televiziune terestră nu poate deține, direct sau indirect, mai mult de 49% dintr-un alt serviciu de televiziune terestră a cărui cotă medie anuală de audiență depășește 8% din audiența totală a serviciilor de televiziune;
- criteriul diagonal: un furnizor național de servicii activ în radio, televiziune și/sau presă se confruntă cu limitări privind extinderea sa, în funcție de situația sa pe aceste piețe diferite (prag de 4 milioane de persoane în televiziune, 30 de milioane de persoane în radio și 20% din distribuția în presa); furnizorii locali de servicii se confruntă, de asemenea, cu limitări similare, cu praguri mai mici;

- criteriul geografic: un furnizor local de servicii de televiziune terestră nu poate deveni titularul unei noi licențe privind un serviciu de aceeași natură, dacă această licență ar avea efectul de a aduce audiența sa potențială cumulată la mai mult de 12 milioane de persoane;
- criteriul cota de audiență:
 - un serviciu național de televiziune terestră nu poate deține, direct sau indirect, mai mult de 49% dintr-un alt serviciu de televiziune terestru a cărui cotă medie anuală de audiență depășește 8% din audiența totală a serviciilor de televiziune;
 - un serviciu național de radio analogic sau digital terestru nu poate deține licențe al căror potențial auditor cumulativ terestru depășește 20% din audiența potențială cumulată a tuturor serviciilor radio terestre.

Alegerea legiuitorului din Republica Moldova este de a utiliza exclusiv criteriul cotei de audiență, fiind o situație similară cu cea existentă în Germania. Germania este un stat federal în care difuzarea este reglementată în principal la nivelul celor 16 state federale (Bundesländer). Fiecare stat federal își are propria lege a mass-media și propria autoritate de reglementare a mass-media.

Radiodifuziunea este complet reglementată la nivelul statelor federale (nu există radiodifuzori naționali), în timp ce difuzarea programelor de televiziune este reglementată atât la nivelul statelor, cât și, în conformitate cu Tratatul interstatal privind radiodifuziunea și teledifuziunea (Rundfunkstaatsvertrag – RStV), la nivel național prin intermediul unui birou de gestionare comună (Die Medienanstalten – DLM) înființat de autoritățile media statale și al cărui mandat este de a coopera în diferite consilii și comisii decizionale, care coordonează și armonizează problemele la nivel național.

Sarcina principală a DLM este reglementarea difuziunii private cu acoperire națională, ceea ce înseamnă licențierea, monitorizarea și supravegherea programelor, dar și controlul concentrării mass-media. În acest scop, a fost înființată o Comisie specifică privind concentrarea în mass-media (Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich – KEK), a cărei sarcină este de a monitoriza și a asigura respectarea prevederilor privind concentrarea mass-media și pluralismul mass-media din Tratatul interstatal privind radiodifuziunea.

Pe lângă existența unui organism specific responsabil exclusiv de concentrarea mass-media, cealaltă specificitate principală a cadrului de reglementare german este dependența aproape exclusivă de pragurile cotelor de audiență. Nu există limitări ale concentrării orizontale, verticale sau diagonale, atâta timp cât un furnizor de servicii nu dobândește „puterea dominantă de opinie”. Peste pragul unei cote de audiență medii anuale de 30%, se va presupune că acesta a dobândit o putere atât de dominantă, pe care KEK trebuie să o remedieze prin diferite măsuri. Aceeași prezumție se aplică atunci când un furnizor de servicii deține o poziție dominantă pe o altă piață relevantă pentru mass-media și atinge o cotă globală de 25% sau, când o evaluare generală a activităților acestuia în televiziune și pe piețele conexe relevante pentru mass-media, arată că influența asupra formării de opinii, obținute ca urmare a acestor activități, corespunde cu cea a unui furnizor de servicii cu o cotă de audiență de 30%. De asemenea, dacă un furnizor de servicii atinge o cotă medie anuală de audiență de 10% cu un canal general sau cu un canal tematic orientat spre informații, atunci acesta trebuie să aloce timpul de difuzare terților independenți.

Deoarece conceptul de cota de audiență este piatra de temelie a cadrului de reglementare, Tratatul interstatal prevede dispoziții detaliate cu privire la modul în care această cotă de audiență trebuie măsurată. KEK este responsabil de stabilirea cotei de audiență și încredințează această sarcină unei companii specializate. Cota medie de audiență pe o perioadă de douăsprezece luni este utilizată ca referință, iar audiențele luate în considerare sunt cele ale telespectatorilor de radiodifuzori germani cu vârsta de trei ani și peste. Radiodifuzorii trebuie să asiste KEK în această sarcină, în caz contrar licența acestora poate fi revocată.

Odată determinate cotele de audiență, acestea trebuie atribuite fiecărui furnizor de servicii. Toate serviciile furnizate de o companie sau furnizate de o altă companie în care aceasta deține 25% sau mai mult din capital sau drepturile de vot vor fi atribuite acestei companii. De asemenea, este posibil să se atribuie unei companii audiența furnizorilor de servicii „în care aceasta are un interes indirect în măsura în care respectivele întreprinderi sunt întreprinderi afiliate în sensul articolului 15 din Legea societăților comerciale și dețin o cotă de 25% sau mai mult din capitalul sau drepturile de vot ale unui radiodifuzor”.

În ceea ce privește remediile, KEK oferă mai multe opțiuni. Prima consecință este, desigur, că acestui furnizor nu i se mai poate acorda nicio licență suplimentară. Dar acest lucru nu este suficient pentru a aduce cota de audiență sub prag. Pentru a face acest lucru, KEK poate:

- propune furnizorului de servicii să renunțe la interesele sale participative la serviciile care îi sunt atribuite până când cota sa de audiență scade sub prag;
- propune furnizorului de servicii să își limiteze poziția pe piață pe piețele conexe relevante pentru mass-media, până când audiența sa coboară sub prag;
- propune furnizorului de servicii să acorde timp de difuzare unor terți independenți;
- propune furnizorului de servicii să creeze un consiliu consultativ pentru programe.

KEK discută măsurile posibile cu furnizorul de servicii, cu scopul de a ajunge la un acord reciproc. Dacă nu se poate ajunge la un astfel de acord sau dacă măsurile convenite nu sunt puse în aplicare într-un termen rezonabil, atunci DLM poate revoca licențele pentru un număr necesar de servicii, pentru a se asigura că furnizorul de servicii nu mai exercită puterea dominantă de opinie.

Modificări propuse

Alegerea anumitor tipuri de măsuri de concentrare dintre cele prezentate mai sus este o chestiune de alegere internă, în funcție de specificul fiecărui peisaj audiovizual național. Recomandarea pentru legiuitor de a alege anumite tipuri de măsuri și un anumit nivel de praguri depășește cu mult analiza actuală și ar necesita un studiu specific cu privire la această chestiune specifică. În cadrul misiunii actuale, expertul poate doar să confirme legitimitatea alegerii făcute de legiuitorul din Republica Moldova în ceea ce privește alegerea cotei de audiență, ca modalitate de limitare a concentrării proprietății mass-media.

În ceea ce privește pragul decis în Republica Moldova (35% din serviciile audiovizuale mass-media generaliste și de știri), nu pare nepotrivit, la prima vedere. Pare legitim faptul că pragul utilizat în peisajele mass-media mari (cum ar fi Germania) este mai mic decât pragul utilizat în peisajele mass-media mai mici (cum ar fi Moldova). De asemenea, pare legitim să ne concentrăm asupra canalelor TV generaliste și de informare, deoarece scopul principal al respectivelor limitări în ceea ce privește proprietatea mass-media este de a contribui la pluralismul mass-media. Dar, din nou, furnizarea unei analize a pragului adecvat care trebuie utilizat în Republica Moldova ar necesita o analiză separată decât cea aplicată aici.

O întrebare pe care o ridică actualul cadru de reglementare este fiabilitatea datelor referitoare la cota de audiență, care, în unele țări, este îndoielnică. În această privință, modelul german este interesant, deoarece KEK are un cuvânt de spus în ceea ce privește fiabilitatea datelor și în alegerea companiei care furnizează aceste date. Se propune modificarea Codului Serviciilor Media Audiovizuale cu o dispoziție similară, împuternicind Consiliul Audiovizualului să verifice fiabilitatea cifrelor de audiență.

Recomandări și declarații relevante ale Consiliului Europei

Recomandarea Comitetului de Miniștri privind măsurile de promovare a pluralismului mass-media (1999)

Recomandarea CM/Rec(2007)2 a Comitetului de Miniștri privind pluralismul mass-media și diversitatea conținutului mediatic (2007)

Declarația Comitetului de Miniștri privind protejarea rolului mass-media în democrație în contextul concentrării mass-media (2007)

Recomandarea Comitetului de Miniștri privind pluralismul mass-media și transparența proprietății mass-media (2018)

Jurisprudența relevantă a Curții Europene a Drepturilor Omului

Următoarea jurisprudență a Curții Europene de Justiție este parțial relevantă în ceea ce privește problema pluralismului mass-media: Centro Europa 7 S.R.L. și Di Stefano împotriva Italiei și, în mod special, următoarele alineate:

„130. În acest sens, Curtea observă că, pentru a asigura adevăratul pluralism în sectorul audiovizual într-o societate democratică, nu este suficient să se prevadă existența mai multor canale sau posibilitatea teoretică pentru potențialii operatori de a accesa piața audiovizuală. În plus, este necesar să se permită accesul efectiv pe piață, astfel încât să se garanteze diversitatea conținutului general al programului, reflectând, pe cât posibil, varietatea de opinii întâlnite în societatea vizată de programele în cauză.

134. Curtea observă că, într-un sector atât de sensibil precum mass-media audiovizuală, pe lângă obligația sa negativă de non-ingerință, statul are obligația pozitivă de a institui un cadru legislativ și administrativ adecvat pentru a garanta pluralismul efectiv (a se vedea alineatul 130 de mai sus). Acest lucru este de dorit în special atunci când, la fel ca în cazul de față, sistemul audiovizual național este caracterizat de un duopol.”

* * *

Articolul 30. Măsurarea cotelor de audiență

(1) Măsurarea cotelor de audiență și a cotelor de piață se realizează de către instituții specializate selectate prin concurs deschis, în conformitate cu standardele și uzanțele internaționale.

(2) Concursul stipulat la alin. (1) este desfășurat la inițiativa Consiliului Audiovizualului o dată la 5 ani.

(3) Concursul respectiv este organizat în baza unui regulament ad-hoc elaborat și aprobat de către Consiliul Audiovizualului, care asigură un proces de achiziții deschis și transparent, în conformitate cu standardele și uzanțele internaționale din domeniu.

(4) Contractele de achiziții de servicii cu instituțiile specializate selectate obligă instituțiile specializate să furnizeze trimestrial Consiliului Audiovizualului rezultatele măsurărilor efectuate conform prezentului articol.

Comentariu

Normele prevăzute în acest articol au fost instituite cu scopul de a încetățeni în realitățile autohtone practica de măsurare a audienței în sectorul audiovizual, fără de care nu poate exista o relație de piață între furnizorii de publicitate și mass-media. Totodată, având în vedere faptul că instituția specializată este selectată prin concurs deschis, după cum se prevede în alin. (1), așteptările principalilor subiecți interesați (furnizorii de servicii media, clienții de publicitate, agențiile de publicitate, casele de vânzări și Consiliul Audiovizualului), dar și ale societății în ansamblu cu privire la implementarea acestui articol sunt legate, cel puțin în teorie, de doleanța impulsivă și încurajării unor relații de concurență loială pe piața publicității prin apariția pe respectiva piață a unui măsurător de audiență credibil.

Prevederile prezentului articol necesită a fi detaliate, completate, astfel încât concursul deschis pentru selectarea companiei abilitate cu dreptul exclusiv de măsurare a cotelor de audiență și a cotelor de piață să fie desfășurat, realmente, în condiții de transparență, conform alin. (3), în corespundere cu standardele și uzanțele internaționale în domeniu. Potrivit alin. (2), concursul respectiv este desfășurat la inițiativa CA. Nu este clar dacă autoritatea de reglementare mai are și alte competențe în acest proces și dacă ar trebui să supravegheze întreg lanțul decizional, de la inițiere și până la desemnarea instituției specializate câștigătoare.

Problematica acoperită de prezentul articol are o importanță deosebită întrucât piața de publicitate reprezintă un factor de stabilitate economică pentru instituțiile mediatice, în cazul, în care acestea au acces liber și echitabil la respectiva piață. Se mai cunoaște că, la modul normal, instituția mediatică ar trebui să câștige din publicitate în funcție de cota de audiență. În acest sens, prevederile prezentului articol urmăresc și scopul de a-i oferi Consiliului un mecanism eficient de observare a cotelor de audiență și, la necesitate, să intervină, pentru a reazeza lucrurile pe fagașul normal al evoluției serviciilor media audiovizuale din RM.

* * *

Capitolul IV. FURNIZORII PUBLICI DE SERVICII MEDIA

Articolul 31. Misiunea furnizorilor publici de servicii media

Furnizorii publici de servicii media se află în serviciul publicului, funcționează din contribuția publicului, sînt supuși controlului public și au misiunea să realizeze în practică următoarele principii:

a) asigurarea accesului universal al populației la o diversitate de servicii media audiovizuale generaliste și tematice, liniare și neliniare, furnizate inclusiv prin intermediul noilor platforme de comunicare, care să satisfacă necesitățile informaționale, educaționale și recreative ale tuturor grupurilor sociale de utilizatori;

b) promovarea, prin politica editorială, a coeziunii sociale la nivel local, regional, național și internațional, precum și încurajarea sentimentului de responsabilitate comună a populației pentru realizarea acestui principiu;

c) promovarea pluralismului audiovizual;

d) informarea corectă, obiectivă, complexă și imparțială prin programe audiovizuale inovatoare și variate, care respectă standardele etice și de înaltă calitate;

e) promovarea dezbaterilor publice pluraliste și încurajarea unei participări democratice largi a publicului;

f) promovarea diversității patrimoniului cultural național, european și internațional;

g) asigurarea independenței editoriale și a autonomiei instituționale față de autoritățile și instituțiile publice, de partidele politice și grupurile de interese;

h) asumarea responsabilității față de public.

Comentariu

Prima parte a textului prezentului articol reprezintă, în fapt, o descriere scurtă și clară, în trei termeni, a definiției furnizorilor publici de servicii media: lucrează pentru public (1), sunt plătiți de public (2) și sunt controlați de public (3). Această definiție este în corespundere perfectă cu așa-numitul concept de radiodifuziune publică elaborat de cunoscutul cercetător german Dr. Werner Rumphorst, autor al unui model de lege privind serviciul public de radiodifuziune⁴³. Termenul „public” trebuie înțeles, în primul rând, că vizează populația în întregime și atunci când vorbim din punct de vedere tehnic ne referim în mod ideal la ipoteza că fiecare gospodărie trebuie să poată fi în situația de a avea acces la serviciile media audiovizuale ale furnizorului public național. În acest sens, prima parte a prevederii din lit. a) face referire la necesitatea asigurării accesului universal al populației la serviciile media audiovizuale puse la dispoziția publicului larg de către furnizorii publici de servicii media.

Principiile enumerate la lit. a)–h) accentuează importanța și rolul pe care îl au furnizorii publici de servicii media în oferirea accesului populației la o diversitate de servicii media audiovizuale, atât generaliste cât și tematice, ținând cont de necesitățile tuturor (am putea adăuga că accentul ar trebui pus pe „diferitor”) grupuri ale societății. Adică, servicii care să-i vizeze și pe cei săraci și pe cei bogați, pe cei tineri și pe cei în vârstă, pe cei cu studii și pe cei fără studii, pe oamenii cu interese speciale culturale, religioase, științifice, sociale, economice, sportive sau de altă natură. În mod particular, principiul listat la lit. a) subliniază cele trei misiuni de bază ale furnizorilor publici de servicii media: a informa (1), a educa (2) și a recrea (3). Acestea trebuie să servească drept linii directe pentru furnizorii publici atunci când au în vedere programarea conținuturilor în serviciile media audiovizuale furnizate. De asemenea, trebuie de reținut faptul că în acest proces este necesar să se aibă în vedere și utilizarea noilor platforme de comunicare, după cum este sugestia cuprinsă în Recomandarea Consiliului Europei Rec (2007) 3 privind misiunea serviciului public al audiovizualului în societatea informațională: „*Mass-media de serviciu public ar trebui să joace un rol special în promovarea diversității și a identităților culturale, inclusiv prin noi servicii de comunicare și noi platforme. În acest scop, acestea ar trebui să continue să investească în producția de conținut nou și original, produs în formate adecvate noilor servicii de comunicații*”⁴⁴. Astfel, furnizorii publici de servicii media au posibilitatea de a beneficia din plin de potențialul acestor noi instrumente de comunicare, în special pentru promovarea participării democratice, sociale și culturale cu ajutorul noilor tehnologii interactive.

Alte principii enunțate în acest articol la lit. b)–c), lit. e)–f), scot în evidență o serie de valori ce urmează a fi împărtășite de către furnizorii publici de servicii media, cum ar fi promovarea coeziunii sociale, a pluralismului audiovizual, a dezbaterilor publice pluraliste și a diversității patrimoniului cultural național, european și internațional. Am dori să atragem atenția că toate aceste linii directe trebuie implementate având în vedere exigențele de calitate și rigoare stabilite în prevederea de la lit. d): „*informarea corectă, obiectivă, complexă și imparțială prin programe audiovizuale inovatoare și variate, care respectă standardele etice și de înaltă calitate*”. Și nu în ultimul rând, trebuie să reafirmăm că toate aceste misiuni nu vor însemna nimic dacă nu este realizată exigența de condiționalitate fixată la lit. g) și care presupune că furnizorii publici de servicii media își desfășoară activitatea editorială și cea instituțională în deplină independență și autonomie față de eventuale amestecuri din afară. S-ar cuveni să mai precizăm că toate aceste principii cuprinse în prezentul articol derivă și din Declarația EBU din 2012 privind valorile fundamentale ale mass-mediei publice: Universalitate, Independență, Excelență, Diversitate, Obligația de a raporta, Inovație⁴⁵.

* * *

Articolul 32. Statutul juridic al furnizorilor publici de servicii media

(1) În Republica Moldova funcționează:

a) furnizorul public național de servicii media – Compania „Teleradio-Moldova”;

b) furnizorul public regional de servicii media – Compania „Gagauziya Radio Televizionu”.

(2) Compania „Teleradio-Moldova” și Compania „Gagauziya Radio Televizionu” sînt persoane juridice de drept public, constituite sub formă de instituții publice.

(3) Furnizorul public național de servicii media Compania „Teleradio-Moldova” este fondat și activează în conformitate cu prevederile prezentului cod.

43 Werner Rumphorst, Model Public Service Broadcasting Law with Introductory Note and Explanatory Comment, 1998.

44 Recomandarea Rec (2007) 3 a Comitetului de Miniștri adresată statelor membre privind misiunea serviciului public al audiovizualului într-o societate informațională, punctul 19.

45 Declarația privind valorile fundamentale ale mass-mediei publice, adoptată de membrii EBU la cea de-a 68-a Sesiune ordinară a Adunării Generale, Strasbourg, 22 iunie 2012.

(4) Furnizorul public regional de servicii media Compania „Gagauziya Radio Televizionu” este fondat de Adunarea Populară a Găgăuziei și activează în conformitate cu prevederile prezentului cod și ale actelor normative locale.

Comentariu

În conformitate cu prevederile în vigoare, în Republica Moldova funcționează doi furnizori publici de servicii media: unul național – Compania „Teleradio Moldova” (TRM) și altul regional – Compania „Gagauziya Radio Televizionu” (GRT), acesta din urmă desfășurându-și activitatea în unitatea teritorial-administrativă cu statut autonom Găgăuzia (Gagauz Yeri). Ambii furnizori publici de servicii media au statut de persoane juridice de drept public, ce sunt constituite sub formă de instituții publice. Activitatea furnizorului public național de servicii media este reglementată într-un capitol separat al prezentului cod – capitolul V, iar cea a furnizorului public regional de servicii media – de prezentul cod și de actele normative locale din regiunea autonomă.

În alin. (4) se precizează faptul că furnizorul public regional GRT este fondat de Adunarea Populară a Găgăuziei. În același timp, în alin. (3), nu este specificat cine este fondatorul furnizorului public național TRM, ceea ce poate reprezenta o disonanță între prevederile cuprinse în cele două alineate. În varianta propusă de autorii prezentului cod, fondator al furnizorului public național este Parlamentul Republicii Moldova. Din rațiuni care nu au fost comunicate autorilor și pe care nu le înțelegem, sintagma „Parlamentul Republicii Moldova” a fost omisă din textul proiectului. De altfel, trebuie spus faptul că în statutul Instituției Publice Compania „Teleradio-Moldova”, în redacție nouă, înregistrat la Agenția Servicii Publice la 02.07.2019, respectiv, aproximativ la jumătate de an de la intrarea în vigoare a prezentului cod, este menționat ca fondator anume Parlamentul RM.

* * *

Articolul 33. Obiectul de activitate al furnizorilor publici de servicii media

(1) Furnizorii publici de servicii media au ca obiect de activitate:

a) difuzarea programelor audiovizuale de știri, informative, educative, culturale, sportive și de divertisment, liniare și neliniare, destinate diferitor categorii de public, realizate în limba română, precum și în limbile minorităților naționale sau în alte limbi de circulație internațională;

b) oferirea serviciilor interactive personalizate, implicarea generației tinere în forme active de comunicare, încurajarea furnizării de conținuturi generate de utilizatori, instituirea altor sisteme participative;

c) asigurarea prezenței în cadrul programelor audiovizuale a reprezentanților tuturor comunităților, păturilor sociale și generațiilor, inclusiv ai grupurilor minoritare, ai tinerilor, ai persoanelor în vârstă, ai categoriilor sociale dezavantajate, ai persoanelor cu dizabilități, respectând identitățile și răspunzând nevoilor de informare ale acestora;

d) difuzarea programelor audiovizuale locale realizate cu respectarea principiului egalității de gen;

e) realizarea programelor audiovizuale de producție proprie sau în cooperare cu parteneri interni ori externi și achiziționarea programelor audiovizuale;

f) furnizarea serviciilor media audiovizuale prin rețele de comunicații electronice aflate în proprietate sau închiriate;

g) dezvoltarea noilor platforme și a serviciilor de comunicare în mediul digital, inclusiv prin utilizarea tehnologiilor interactive;

h) organizarea concertelor, a festivalurilor și a spectacolelor cu participarea publicului, a concursurilor, a jocurilor de inteligență sau a jocurilor aleatorii, încheierea contractelor cu artiști și impresari din țară și din străinătate, oferind onorarii și efectuând încasări, în condițiile legii;

i) efectuarea operațiunilor de comerț exterior cu producție audiovizuală și a plăților în lei și în valută străină, în condițiile legii;

j) încheierea, la solicitare și după caz, a acordurilor cu instituții similare din străinătate în vederea realizării producției, coproducției, schimbului, exportului și importului de filme și/sau de programe audiovizuale pentru propriile servicii media audiovizuale ori în scopul difuzării și vânzării acestora în străinătate;

k) reprezentarea în relațiile cu organisme internaționale de specialitate și stabilirea relațiilor de colaborare cu organizațiile de televiziune și de radiodifuziune din alte țări;

l) păstrarea și arhivarea înregistrărilor audiovizuale și a documentelor care prezintă interes pentru patrimoniul național;

m) gestionarea colectivelor artistice (muzicale, teatrale etc.);

n) alte activități prevăzute de prezentul cod și de Regulamentul de organizare și funcționare a furnizorului public de servicii media.

(2) Nu constituie obiect de activitate a furnizorilor publici de servicii media:

a) serviciile media audiovizuale sau programele audiovizuale în limba română și în alte limbi, adresate telespectatorilor și radioascultătorilor din străinătate, pentru a promova imaginea Republicii Moldova și politicile sale internă și externă;

b) coproducțiile de natură audiovizuală cu autoritățile publice.

(3) Activitatea furnizorului public național de servicii media Compania „Teleradio-Moldova” este reglementată de prezentul cod, de legislația în vigoare și de actele emise de către Consiliul Audiovizualului.

(4) Activitatea furnizorului public regional de servicii media Compania „Gagauziya Radio Televizionu” este reglementată de prezentul cod, de actele normative ale Adunării Populare a Găgăuziei, care nu vin în contradicție cu Constituția și legislația Republicii Moldova.

Comentariu

În alin. (1) este specificată o listă non-exhaustivă de activități trecute ca fiind de competența furnizorilor publici de servicii media. Aceste activități sunt conforme cu cele mai bune practici internaționale, multe dintre ele fiind preluate din Recomandarea Consiliului Europei Rec (2007)3 privind misiunea serviciului public în domeniul mass-media în societatea informațională. Aceste linii directoare îi permit furnizorului public de servicii media să conceapă și să realizeze programe audiovizuale în conformitate cu misiunile sale și având în vedere responsabilitățile pe care le are față de public.

În alin. (2) sunt listate două interdicții, formulate ca fiind activități care nu constituie obiect de activitate a furnizorilor publici de servicii media. Prima se referă la serviciile media audiovizuale sau programele audiovizuale adresate publicului din străinătate pentru a promova imaginea RM și politicile sale internă și externă. Argumentul autorilor pentru includerea acestei restricții rezidă în faptul că promovarea imaginii pozitive a țării în lume nu este o activitate ce trebuie să-i fie impusă ca misiune furnizorului public de servicii media, deoarece serviciul public trebuie să prezinte imaginea reală a țării, indiferent dacă o face pentru publicul din țară sau de peste hotare. A promova doar imaginea pozitivă, în opinia autorilor, ar însemna să i se impună serviciului public un rol inadecvat, pe alocuri, manipulator.

Cu referire la interzicerea coproducțiilor de natură audiovizuală cu autoritățile publice, trebuie făcute unele precizări de justificare. Coproducțiile cu autoritățile de stat aduc serviciului public beneficii financiare, dar știrbesc din credibilitatea furnizorului public de servicii media în fața publicului telespectator și radioascultător. Or, în opinia autorilor, așa-numita „conlucrare” cu o anumită autoritate publică în cadrul unei coproducții audiovizuale ar vulnerabiliza furnizorul public de servicii media și ar putea periclita independența sa editorială în timpul mediatizării unor subiecte conflictuale legate de activitatea respectivei autorități. Acesta este raționamentul care a stat la baza inserării în prezentul cod a respectivei restricții.

Prevederile de la alin. (3) și (4), cu unele nuanțe juridice noi, sunt oarecum repetitive, pentru că au fost tratate și în cadrul art. 32, la alin. (3) și (4). În plus, aceste două prevederi nu tocmai se înscriu în prezentul articol care vizează obiectul de activitate al furnizorilor de servicii media audiovizuale. Prin urmare, recomandarea ar fi ca la o eventuală modificare a prezentului cod să se țină cont de această sugestie.

* * *

Articolul 34. Independența editorială a furnizorilor publici de servicii media

(1) Independența editorială a furnizorilor publici de servicii media este garantată prin lege. Este interzisă imixtiunea autorităților publice, a partidelor și altor organizații social-politice, a sindicatelor, a organizațiilor comerciale și economice sau a grupurilor de interese.

(2) Nu constituie imixtiune în activitatea furnizorilor publici de servicii media aplicarea normelor stabilite de către Consiliul Audiovizualului, în condițiile prezentului cod.

(3) Independența editorială și libertatea de creație includ dreptul exclusiv al organului de conducere și al organului de supraveghere a activității furnizorului public de servicii media de a adopta, în limitele stabilite de prezentul cod, decizii cu privire la:

a) determinarea politicii editoriale, aprobarea și modificarea conținutului serviciilor media audiovizuale și a grilei de emisie;

b) organizarea activității editoriale și de creație;

c) conceperea, producerea și difuzarea programelor audiovizuale;

d) alte activități stabilite de prezentul cod și/sau de organul de supraveghere a activității furnizorului public de servicii media.

(4) Organele de conducere și cele de supraveghere a activității furnizorului public de servicii media sînt obligate să asigure, în cadrul instituției, independența editorială, autonomia instituțională, libertatea de creație a angajaților.

(5) Organele de conducere și cele de supraveghere a activității furnizorului public de servicii media sînt obligate să declare public orice influență din exterior susceptibilă de a limita independența editorială.

Comentariu

Asigurarea independenței serviciilor publice de radiodifuziune față de guvern și alte puteri politice și economice este esențială pentru funcționarea unei societăți democratice și este un obiectiv cheie al cadrului de reglementare. Standardele de bază europene în acest domeniu au fost stabilite în Recomandarea Consiliului Europei R (96) 10 privind garantarea independenței serviciului public de radiodifuziune. Acest document al forului european atrage atenția la faptul că serviciile publice de radio și de televiziune „își îndeplinesc misiunile independente, fără amestec din partea vreunei autorități externe, în special din partea autorităților publice, ceea ce le deosebește de organismele de radiodifuziune de Stat. Acest principiu al independenței radiodifuzorilor de serviciu public, a cărei consecință evidentă este că acești radiodifuzori sunt răspunzători în fașa publicului pentru felul în care își îndeplinesc misiunile, este o condiție cardinală pentru exercitarea deplină și în întregime a acestor misiuni, în special în domeniul informării”⁴⁶.

În conformitate cu alin. (1), se interzice orice ingerință din exterior asupra politicilor editoriale ale furnizorilor publici de servicii media. Totodată, independența față de autoritățile și instituțiile statului, de forțele politice și economice este garantată prin lege și este definită ca fiind un principiu al serviciului public de radiodifuziune. Independența editorială presupune ca nicio autoritate externă, publică sau privată, nu ar trebui să poată interveni în funcționarea cotidiană a organismelor de radiodifuziune de serviciu public, de exemplu, prin exercitarea unei puteri de decizie financiară în ceea ce privește aceste organisme. În același timp, alin. (2) precizează expres că normele stabilite de Consiliul Audiovizualului în conformitate cu prevederile prezentului cod, pe care trebuie să le respecte furnizorii publici de servicii media, nu constituie imixtiune în activitatea acestora.

Prevederea de la alin. (3) conturează cadrul general al competențelor organului de administrare și ale organismului de supraveghere ale furnizorilor publici de servicii media, care sunt exercitate în vederea asigurării independenței editoriale și a libertății de creație. În același timp, este subliniat dreptul exclusiv al organului de administrare și al organismului de supraveghere de a adopta decizii în marja cadrului general descris, ceea ce răspunde, într-o anumită măsură, liniilor directoare din Recomandarea Consiliului Europei R (96) 10 potrivit căreia „Cadrul juridic ce reglementează activitatea organismelor de radiodifuziune de serviciu public ar trebui să stipuleze că organele de administrare ale acestor organisme sunt singurele responsabile de funcționarea zilnică a organismului de radiodifuziune de serviciu public de care aparțin.”⁴⁷

După cum se precizează în alin. (4), anume organelor de conducere și de supraveghere le revine obligația să asigure în cadrul instituției publice, independența editorială, autonomia instituțională, libertatea de creație a angajaților. Independența editorială are drept consecință evidentă autonomia instituțională a furnizorilor publici de servicii media, respectiv dreptul organelor sale de conducere de a-și organiza și administra liber activitățile, în limitele impuse de lege sau de alte acte normative. În plus, alin. (5) subliniază necesitatea transparenței în legătură cu eventuale tentative de ingerință din afară, organele de conducere și de supraveghere având obligația să declare public orice influență din exterior care ar putea, într-un fel sau altul, limita independența editorială a furnizorilor publici de servicii media.

* * *

Articolul 35. Atribuțiile furnizorilor publici de servicii media

Atribuțiile furnizorilor publici de servicii media sînt:

- a) furnizarea programelor audiovizuale, inclusiv de știri, despre realitățile din țară și din lume, menite să asigure informarea exactă, imparțială, obiectivă a publicului, respectînd echilibrul politic, egalitatea de gen, libertatea de exprimare, de creație și de conștiință;
- b) servirea în calitate de forum de dezbateri, cu implicarea publicului larg, sau de platformă pentru diseminarea valorilor democratice, inclusiv cu utilizarea noilor tehnologii interactive;
- c) încurajarea participării populației la viața publică, în special la alegeri și în procesul decizional, și stimularea interesului populației pentru treburile publice;
- d) stimularea creativității și reflectarea diversității activităților culturale; contribuirea la formarea societății bazate pe cunoaștere;

46 Recomandarea R (96) 10 a Comitetului de Miniștri adresată statelor membre privind garantarea independenței serviciului public de radiodifuziune. Memorandum explicativ, linia directoare 3.

47 Recomandarea R (96) 10 a Comitetului de Miniștri adresată statelor membre privind garantarea independenței serviciului public de radiodifuziune. Capitolul II.

- e) promovarea incluziunii digitale și a reducerii decalajului digital, inclusiv prin sporirea accesibilității propriilor programe audiovizuale pe noile platforme de comunicare;
- f) furnizarea mesajelor de interes public în conformitate cu legislația în vigoare și cu propriile regulamente;
- g) contribuirea la conservarea patrimoniului cultural prin dezvoltarea și digitalizarea arhivelor audiovizuale, cu posibilitate de acces online;
- h) asigurarea unei structuri organizatorice interne funcționale și a unui sistem echitabil de retribuire a muncii, bazate pe stimularea performanței profesionale și pe eficiență economică;
- i) angajarea personalului calificat, luându-se în considerare diversitatea societății și egalitatea de gen; organizarea dezvoltării profesionale a personalului, cel puțin o dată la 5 ani, în cadrul propriului centru de instruire continuă sau prin contractarea serviciilor corespunzătoare;
- j) asigurarea funcționalității unor rețele de corespondenți și/sau de birouri de corespondenți, în țară și/sau în străinătate, în scopul completării și diversificării conținutului serviciilor media audiovizuale;
- k) asigurarea transparenței activității proprii, inclusiv prin prezentarea anuală a dărilor de seamă publice despre respectarea angajamentelor prevăzute în Caietul de sarcini al furnizorului public național de servicii media;
- l) mediatizarea propriului catalog al serviciilor media audiovizuale neliniare puse la dispoziția publicului;
- m) stabilirea prețurilor și tarifelor pentru serviciile pe care le prestează;
- n) prezentarea anuală a raportului de activitate către organul de supraveghere;
- o) dezvoltarea propriului serviciu media al ombudsmanului;
- p) cooperarea între furnizorii publici de servicii media, precum și cu instituții similare din străinătate, în scopul realizării corespunzătoare a misiunii.

Comentariu

Prevederile listate în acest articol reprezintă câmpul legal necesar pentru specificarea exactă a competențelor pe care le au furnizorii de servicii media, chiar dacă anumite prevederi se regăsesc și în art. 33. *Obiectul de activitate al furnizorilor publici de servicii media*. Acestea sunt concretizate în prezentul articol, cu accent pe anumite nuanțe specifice. În particular, este vorba de atribuțiile prevăzute la lit. a)–g). Totodată, în această listă apar competențe, conform prevederilor de la lit. h)–j), care urmăresc scopul de a stabili pentru furnizorul public de servicii media o structură internă funcțională, dar și o rețea de corespondenți externi, astfel încât acesta să își poată îndeplini plener misiunile de serviciu public. La fel, este specificată opțiunea angajării personalului calificat luându-se în calcul diversitatea societății și se precizează necesitatea instruirii personalului, inclusiv în cadrul propriului centru de instruire.

Prevederea de la lit. k) obligă furnizorul public de servicii media să asigure transparența propriei activități inclusiv prin prezentarea anuală a dărilor de seamă privind respectarea angajamentelor sale în fața publicului. Vom menționa că în același scop al transparentizării activității furnizorului public național este prevăzută atribuția de la lit. o) care se referă la dezvoltarea serviciului ombudsmanului. Am putea adăuga că această atribuție urmărește scopul de a spori credibilitatea serviciilor media audiovizuale publice. Ultima prevedere inclusă pe lista atribuțiilor, cea de la lit. p), a fost inserată cu scopul dezvoltării relațiilor de cooperare dintre furnizorii publici de servicii media, cel național și cel regional. Această inserțiune în prezentul articol urmărește scopul să impulsioneze relațiile de cooperare între TRM și GRT în beneficiul ambilor furnizori publici de servicii media.

* * *

Capitolul V. FURNIZORUL PUBLIC NAȚIONAL DE SERVICII MEDIA

Articolul 36. Funcționarea furnizorului public național de servicii media

(1) Funcționarea furnizorului public național de servicii media este asigurată de către Comitetul managerial al acestuia, condus de directorul general.

(2) Activitatea furnizorului public național de servicii media este supravegheată de către Consiliul de supraveghere al acestuia.

(3) Directorul general al furnizorului public național de servicii media (în continuare – *director general*) este desemnat prin concurs public de către Consiliul de supraveghere al furnizorului public național de servicii media (în continuare – *Consiliu de supraveghere*). În scopul organizării concursului, Consiliul de supraveghere elaborează și aprobă ad-hoc un regulament, care să prevadă condițiile, criteriile de selectare și finalitatea concursului.

(4) Componenta numerică și nominală a Comitetului managerial al furnizorului public național de servicii media (în continuare – *Comitet managerial*) este aprobată de către directorul general.

(5) Din Comitetul managerial fac parte din oficiu:

- a) directorul general, care exercită și funcția de președinte al acestuia;
- b) directorii generali adjuncți;
- c) managerii serviciilor media audiovizuale;
- d) managerii serviciilor comune.

(6) Membrii Comitetului managerial dețin mandate pe durată determinată, care expiră odată cu expirarea mandatului directorului general.

Comentariu

Conducerea furnizorului public național de servicii media este asigurată de către un director general care este asistat de un Comitet managerial, iar activitatea furnizorului este supravegheată de un Consiliu de supraveghere. Spre deosebire de legislația precedentă, în prezentul cod apare la nivelul organelor de conducere a furnizorului public național de servicii media o nouă componentă de management – Comitetul managerial – care este condus de către directorul general. De asemenea, trebuie să notăm că este schimbată denumirea organului de supraveghere a furnizorului public național, din una improprie în una adecvată atribuțiilor și competențelor sale, respectiv, din Consiliul de observatori în Consiliul de supraveghere.

Directorul general este elementul-cheie în cadrul unei organizații. Chiar dacă, în practică, poate delega anumite competențe, el are răspunderea finală pentru tot ce se întâmplă în organizația pe care o conduce. Iată de ce, în conformitate cu alin. (3), directorul general este desemnat prin concurs public de către Consiliul de supraveghere. Totodată, în acest alineat se precizează că regulamentul ad-hoc, pe care îl elaborează Consiliul de supraveghere pentru concurs, trebuie să prevadă condițiile, criteriile de selectare a candidaților și de desemnare a învingătorului respectivei competiții. Raționamentul unui regulament ad-hoc pentru organizarea concursului se explică prin faptul că mandatul directorului general este prevăzut pentru un termen relativ extins de 7 ani. Prin urmare, de la un concurs la altul, realitățile se pot schimba și sunt necesare intervenții care să răspundă la noile provocări sau care să remedieze deficiențele constatate în cadrul precedentelor exerciții de acest fel. Nu în ultimul rând, regulamentul respectiv trebuie să prevadă criterii foarte clare și de dorit măsurabile care să nu lase loc de interpretări și să permită desemnarea învingătorului din rândul celor mai buni candidați care s-au prezentat la concurs.

Membrii Comitetului managerial sunt desemnați de către directorul general. Acesta are libertatea de a decide atât componenta nominală, cât și cea numerică a Comitetului. Alin. (5) stabilește o listă a membrilor din oficiu ai Comitetului managerial și precizează că directorul general este în același timp și președinte al Comitetului. Alin. (6) se justifică din motive de continuitate a afacerii la sfârșitul mandatului directorului general. Aceasta înseamnă că odată ales, un nou director general, are dreptul să-și formeze echipa cu care va încerca să implementeze strategiile sale de dezvoltare a furnizorului public național de servicii media.

* * *

Articolul 37. Directorul general

(1) Directorul general este desemnat de către Consiliul de supraveghere pentru un mandat de 7 ani, care nu poate fi reînnoit.

(2) Directorul general are următoarele atribuții:

- a) asigură conducerea curentă a furnizorului public național de servicii media;
- b) dispune, controlează și răspunde de executarea deciziilor Consiliului de supraveghere, precum și de executarea obligațiilor asumate de către furnizorul public național de servicii media;
- c) aprobă, la propunerea Comitetului managerial, reglementări, regulamente și instrucțiuni oportune pentru funcționarea furnizorului public național de servicii media;
- d) desemnează, pe termen determinat valabil până la expirarea mandatului directorului general, cel puțin 2 directori generali adjuncți, dintre care unul fiind responsabil de serviciile de radiodifuziune sonoră, iar celălalt – de serviciile de televiziune;
- e) numește și demite membrii Comitetului managerial, în condițiile legii;
- f) elaborează proiectul agendei de lucru și prezidează ședințele Comitetului managerial;
- g) asigură, împreună cu Comitetul managerial, elaborarea proiectului Caietului de sarcini al furnizorului public național de servicii media și implementarea prevederilor acestuia;
- h) administrează bugetul furnizorului public național de servicii media;
- i) delegă provizoriu competențele și responsabilitățile proprii unui membru al Comitetului managerial, în cazul absenței sale motivate;

- j) semnează, în numele furnizorului public național de servicii media, contracte și acorduri;
- k) asigură transparența activității furnizorului public național de servicii media;
- l) exercită alte atribuții care îi revin conform prevederilor legale.

(3) Directorul general aprobă angajarea și concedierea personalului și numește, în bază de concurs, șefii unităților structurale direct subordonate.

(4) Directorul general dispune și aprobă componența numerică și nominală a Consiliului de calificare reprezentativ, responsabil de desemnarea prin concurs a șefilor unităților structurale direct subordonate. Consiliul de calificare activează în conformitate cu propriul regulament, avizat de către Consiliul de supraveghere și de Comitetul managerial și aprobat de către directorul general. Activitatea membrilor Consiliului de calificare care nu sînt angajați ai furnizorului public național de servicii media este remunerată în mărimea stabilită în regulamentul Consiliului de calificare.

(5) Directorul general aprobă, în condițiile legii, angajarea specialiștilor pentru o perioadă determinată, în scopul efectuării studiilor, lucrărilor, expertizelor și avizelor, necesare pentru realizarea misiunii furnizorului public național de servicii media.

(6) Directorul general aprobă participarea și mandatul delegațiilor în cadrul reuniunilor naționale sau internaționale, al întîlnirilor de afaceri sau al vizitelor de documentare pentru furnizorul public național de servicii media.

(7) Directorul general reprezintă furnizorul public național de servicii media în relațiile cu autoritățile publice, cu organizațiile și instituțiile din Republica Moldova, precum și din străinătate.

(8) Salariul lunar al directorului general este stabilit în mărime de 5 salarii medii lunare ale personalului furnizorului public național de servicii media, calculat anual în conformitate cu mărimea salariilor medii indexate ale tuturor salariaților.

(9) Funcția de director general este incompatibilă cu:

a) oricare altă funcție publică sau privată, cu excepția celor științifice și/sau didactice, dacă nu atrag după sine conflict de interese în raport cu furnizorul public național de servicii media;

b) calitatea de membru al unui organ de conducere, partener, participant sau deținător al capitalului social al unui furnizor de servicii media, prestator de servicii media, producător independent de servicii media, furnizor privat de echipamente și utilaje tehnice de specialitate, prestator de servicii tehnice de specialitate și/sau al unei agenții de publicitate;

c) calitatea de membru de partid și/sau de afiliat politic;

d) calitatea de autor și/sau coautor de programe audiovizuale, realizate și difuzate pe perioada mandatului în serviciile media audiovizuale ale furnizorului public de servicii media și ale altor furnizori de servicii media, indiferent dacă această calitate presupune sau nu remunerație.

(10) Directorul general este demis din funcție de către Consiliul de supraveghere în următoarele cazuri:

a) din proprie inițiativă, în temeiul cererii depuse;

b) în alte cazuri prevăzute de legislația în vigoare.

(11) Directorul general este demis cu votul a cel puțin 2/3 din numărul total al membrilor Consiliului de supraveghere.

(12) Directorul general și directorii generali adjuncți își exercită mandatele pînă la desemnarea succesorilor. Prelungirea mandatelor nu poate fi mai mare de 6 luni.

Comentariu

Directorul general este ales pentru un mandat de 7 ani, suficient de extins pentru a permite implementarea obiectivelor și strategiilor de dezvoltare a serviciilor media audiovizuale puse la dispoziția publicului în conformitate cu misiunile furnizorului public național de servicii media. Tocmai avînd în vedere acest element, potrivit alin. (1), directorul general, are la dispoziție un singur mandat de 7 ani pentru a-și realiza ideile, neavînd dreptul la o „a doua șansă”. În plus, raționamentul unui singur mandat și al alternanței la nivelul managerilor de top ai furnizorului public național trebuie privit și din perspectiva asigurării unui suflu nou la intervale regulate de timp pentru a permite o evoluție dinamică a serviciului public de radio și de televiziune pe o piață tot mai concurențială.

Cei doi directori generali adjuncți, unul responsabil de serviciile de radiodifuziune sonoră și al doilea – de serviciile de televiziune, sunt numiți pe un termen determinat, pînă la expirarea mandatului directorului general, în conformitate cu alin. (2), lit. d). Această prevedere face parte din aceeași componentă a logicii descrise mai sus care se rezumă la ideea că directorul general este figura de bază în organizație, investit cu dreptul ultimei decizii, respectiv, i se dă mîna liberă să-și formeze echipa. Schimbarea mecanismului de numire a celor doi manageri de la radio și de televiziune este indicată de practica, nu tocmai reușită, din trecut, cînd Consiliul de Observatori îi numea prin concurs în posturile de conducere, de altfel, ca și pe președintele companiei, dar de administrarea bugetului la Teleradio-Moldova era responsabil doar ultimul.

Alin. (4) prevede existența unui Consiliu de calificare care este responsabil de desemnarea prin concurs a șefilor unităților structurale direct subordonate directorului general. Membrii acestui consiliu, care trebuie să fie unul reprezentativ, sunt numiți de către directorul general. Consiliul de calificare activează în temeiul unui regulament aprobat de directorul general, nu înainte de a fi avizat de Comitetul managerial și de Consiliul de supraveghere. În general, acest Consiliu de calificare reprezentativ ar trebui să fie numit pentru un termen relativ restrâns, cu posibilitatea unei flexibilități în ceea ce privește componența sa numerică și nominală, dacă regulamentul său de organizare și funcționare nu prevede altceva. Însă, în funcție de tipul postului scos la concurs, componența Consiliului ar putea fi reînnoită pentru a include profesioniști și persoane competente pentru profilul titularului în conformitate cu cerințele fișei postului. Unul dintre neajunsurile acestei prevederi foarte bune, de altfel, este lipsa unei exigențe care să stabilească un procentaj minim de prezență în acest Consiliu a specialiștilor și/sau experților din afara furnizorului public național. Acest lucru ar permite ca în organizarea concursurilor pentru desemnarea șefilor unităților structurale direct subordonate directorului general să fie implicată o componență pluralistă reprezentând diversitatea socială și, pe de altă parte, ar crea un impediment în calea transformării „într-o afacere locală sau de familie” a concursurilor pentru ocuparea funcțiilor importante în cadrul furnizorului public național.

În alin. (9) sunt prevăzute o serie de tipuri de incompatibilități pentru deținerea funcției de director general al furnizorului public național de servicii media, aceste condiționalități urmărind scopul de a-i asigura independența și activitate fără presiuni sau ingerințe din afară celui sau celei care conduce instituția publică. În special, vom atrage atenția la dispoziția de la lit. c), care prevede că funcția de director general este incompatibilă cu „calitatea de membru de partid și/sau de afiliat politic”. Spiritul acestei prevederi este foarte clar și urmărește scopul de a preîntâmpina venirea în fruntea radioteleviziunii publice, finanțate din banii tuturor contribuabililor, a unor persoane cu afiliere politică, dependente de interese de partid, de grup sau de altă natură. În acest sens, prevederea e bună, dar nu ideală, pentru că poate fi eludată, în condițiile în care, de exemplu, candidatul propus la funcția de director general, își suspendă calitatea de membru de partid, cu câteva zile înainte de concurs și devine, astfel, eligibil. O propunere care să combată acest tip de risc la organizarea concursului ar fi să fie completat textul de la lit. c) cu sintagma „în ultimii 5 ani” sau această exigență de compatibilitate cu funcția de director general să fie calculată în raport cu cel puțin „ultimii 3 ani”.

O altă incompatibilitate care poate să trezească discuții este cea de la lit. d), care se referă la „calitatea de autor și/sau coautor de programe audiovizuale, realizate și difuzate pe perioada mandatului în serviciile media audiovizuale ale furnizorului public de servicii media și ale altor furnizori de servicii media, indiferent dacă această calitate presupune sau nu remunerație”. Directorul general este figura-cheie în cadrul furnizorului public național de servicii media, persoana care este responsabilă pentru foarte multe activități pe perioada mandatului său de 7 ani, în conformitate cu atribuțiile care îi sunt atribuite prin lege. Aceste multe atribuții, pe care le regăsim în alin. (2), presupun, întâi de toate, conform lit. a) „asigurarea conducerii curente a furnizorului public național de servicii media”. Dacă directorul general se va preocupa de pregătirea scenariilor pentru anumite programe audiovizuale și de producerea acestora, cine se va ocupa, în locul lui, de treburile curente de la TRM, de administrarea bugetului, de elaborarea și de implementarea prevederilor din Caietul de sarcini, de executarea deciziilor Consiliului de supraveghere și a obligațiilor asumate de furnizorul public național? Chiar dacă nu este prevăzută expres, în spiritul legii, aceeași interdicție ar trebui aplicată și celor doi directori adjuncți, dintre care unul responsabil de serviciile de radiodifuziune sonoră și celălalt – de serviciile de televiziune, deoarece, se consideră că rolul managerilor este să asigure conducerea unităților structurale respective, nu să producă sau să prezinte emisiuni.

Conform prevederii de la alin. (11), directorul general este demis votul a cel puțin 2/3 din numărul total al membrilor Consiliului de supraveghere. Spre exemplu, în legislația anterioară, președintele companiei putea fi demis cu majoritatea simplă a membrilor fostului Consiliu de observatori. Prevederea în vigoare fortifică întrucâtva mandatul directorului general făcându-l mai puțin vulnerabil în fața factorilor de ordin politic sau administrativ. Ideea este că directorul general trebuie să se simtă liber să acționeze în cele mai bune interese ale instituției publice, fără a avea frica de a fi demis din anumite motive de natură non-profesională, incluzând aici și cele politice.

Prevederea de la alin. (12) are scopul de a evita situația nedorită când mandatul directorului general demisionar a expirat, iar un alt conducător nu a fost numit, indiferent de motivul sau cauzele inacțiunii. În același timp, prevederea în cauză exclude posibilitatea ca directorul general să-și exercite funcția la nesfârșit și, totodată, indică un termen exact pentru CS, în care urmează să desemneze un nou director general.

* * *

Articolul 38. Comitetul managerial

(1) Comitetul managerial își desfășoară activitatea în conformitate cu propriul regulament de organizare și funcționare, elaborat la propunerea directorului general și aprobat de către Consiliul de supraveghere.

(2) Comitetul managerial, în raport cu directorul general, are statut de organ consultativ.

(3) Comitetul managerial are următoarele atribuții:

a) contribuie la executarea deciziilor directorului general și ale Consiliului de supraveghere;

b) elaborează proiectele de documente supuse aprobării de către directorul general;

c) oferă avize consultative pentru proiectele de decizii, dispoziții, regulamente și instrucțiuni, supuse aprobării de către directorul general;

d) oferă avize consultative pentru documentele care sînt supuse aprobării de către Consiliul de supraveghere, la solicitarea acestuia;

e) exercită alte atribuții care îi revin conform prevederilor prezentului cod și ale regulamentului de organizare și funcționare.

Comentariu

Comitetul managerial are statut de organ consultativ care, la modul practic, acordă asistență directorului general în gestionarea treburilor curente în cadrul furnizorului public național de servicii media. În acest sens, vedem că în conformitate cu prevederile de la alin. (3), lit. a)–b), acest Comitet îl asistă (il ajută) pe directorul general atât la executarea deciziilor sale, cât și la pregătirea proiectelor de documente și a deciziilor care se aprobă de către director. De asemenea, în conformitate cu prevederile de la lit. c)–d), Comitetul managerial își exercită competența de organ consultativ, deoarece, oferă avize consultative pentru proiectele de acte pe care le aprobă directorul general, dar, după caz, și pe cele pe care le aprobă Consiliul de supraveghere.

În general, acest Comitet managerial trebuie să devină o structură modernă de management care să permită luarea rapidă a deciziilor pentru ca furnizorul public național de servicii media să-și poată îndeplini misiunile într-un mediu extrem de competitiv. În practică, această structură de management din cadrul organizației de serviciu public, precum este furnizorul public național de servicii media, Compania Teleradio-Moldova, trebuie să funcționeze ca un comitet director în cadrul unei societăți comerciale private, adică, să fie organul de derulare a activității curente a societății.

* * *

Articolul 39. Caietul de sarcini al furnizorului public național de servicii media

(1) Caietul de sarcini al furnizorului public național de servicii media (în continuare – *Caiet de sarcini*) conține:

a) lista serviciilor media audiovizuale liniare și neliniare propuse spre furnizare;

b) declarația politicii editoriale pentru fiecare serviciu media audiovizual;

c) planul de finanțare.

(2) Caietul de sarcini reprezintă temei pentru:

a) aprobarea bugetului furnizorului public național de servicii media;

b) monitorizarea și supravegherea modului de realizare a misiunii furnizorului public național de servicii media;

c) exercitarea controlului public asupra activității furnizorului public național de servicii media.

(3) Declarația politicii editoriale este elaborată în conformitate cu misiunea furnizorului public național de servicii media și prevede obiectivele principale, activitățile prin care va fi atins fiecare obiectiv și motivarea acestora.

(4) Planul de finanțare conține:

a) bugetul general al furnizorului public național de servicii media;

b) bugetul detaliat al fiecărui serviciu media audiovizual.

(5) Proiectul Caietului de sarcini este elaborat din inițiativa directorului general, avizat de către Comitetul managerial și prezentat spre aprobare Consiliului de supraveghere.

(6) Caietul de sarcini, aprobat de către Consiliul de supraveghere, este depus de către directorul general pentru informare la comisia parlamentară de profil, în termenul prevăzut de legislația în vigoare.

(7) Conținutul Caietului de sarcini poate fi modificat de Consiliul de supraveghere din inițiativa directorului general, cu avizul Comitetului managerial.

Comentariu

Caietul de sarcini este documentul de bază privind activitatea companiei publice de radiodifuziune și televiziune. Acest concept a fost introdus în legislația audiovizuală națională în 2006 când a fost aprobat Codul Audiovizualului, în vigoare până la 31 decembrie 2018. În alin. (1) este prezentată structura caietului de sarcini care la lit. a) prevede expres și lista serviciilor media audiovizuale și neliniare propuse spre furnizare, celelalte două componente regăsindu-se și în legislația veche. Caietul de sarcini este un document care servește drept temelie pentru finanțarea cheltuielilor și aprobarea bugetului furnizorului public național în spiritul asigurării transparenței și susținerii publice, dar și pentru supravegherea modului în care serviciul public își realizează misiunile și pentru exercitarea controlului public.

Caietul de sarcini nu este doar un document de politici sau de activități ce sunt propuse pentru finanțare sau un instrument de planificare a acestor activități, ci este, într-un fel anume, o foaie de parcurs, stabilită pentru o anumită perioadă, pentru ca furnizorul public național de servicii media să-și atingă obiectivele și misiunile. De altfel, de exemplu, în Franța, documentul relevant pentru societatea furnizoare a serviciilor de radiodifuziune sonoră se numește „Cahier des missions et des charges de Radio France” (Caietul de misiuni și sarcini al Radio France). Este adevărat, însă, că în Franța ne referim mai degrabă la un act legislativ sau la o convenție încheiată între Stat și Radio France.

Alin. (5)–(7) prevăd procedurile care sunt realizate din momentul elaborării proiectului Caietului de sarcini și până la aprobarea acestuia, precum și modalitățile de modificare a documentului care este în vigoare. Opțiunea modificării este necesară pentru ca furnizorul public național să poată interveni în timp util, dacă apare o necesitate de a redistribui anumite cheltuieli sau de a introduce, de exemplu un nou serviciu media audiovizual, liniar sau neliniar, care nu era inițial prevăzut. În general, în conformitate cu experiența națională, caietul de sarcini al companiei publice Teleradio-Moldova este aprobat și se aplică pentru un termen de un an, mai ales că și bugetul se aprobă anual. Cu toate acestea, în prezentul articol nu este precizat acest termen de un an, ceea ce, ar putea crea anumite confuzii. Din acest motiv, considerăm că ar fi pertinent de specificat la alin. (7) sau în altă parte că este un document aprobat pentru un an.

* * *

Articolul 40. Proprietatea furnizorului public național de servicii media

(1) Furnizorul public național de servicii media posedă, utilizează și dispune de bunuri aflate în proprietatea sa, inclusiv clădiri, spații și terenuri, în conformitate cu legislația în vigoare.

(2) Furnizorul public național de servicii media poate achiziționa bunuri necesare pentru exercitarea atribuțiilor, conform prevederilor legale.

(3) Furnizorul public național de servicii media poate achiziționa și înstrăina bunurile imobile cu acordul prealabil al Consiliului de supraveghere și cu acceptul fondatorului.

Comentariu

Prezentul articol stabilește anumite limite privind proprietatea furnizorului public național de servicii media, dar și un câmp de manevră, chiar dacă este unul general, în ceea ce privește exercitarea atribuțiilor sale privind modul în care poate poseda, utiliza și dispune de anumite bunuri din proprietatea sa. În acest sens, vom remarca faptul că din legislația veche au fost eliminate prevederile excesiv de detaliate, precum cele care stabileau condiții în ceea ce privește modul de a dispune de unele bunuri sau de a le transmite, care puteau afecta independența și autonomia instituțională a furnizorului public național de servicii media. Astfel, articolul a devenit mult mai permisiv, incluzând doar norme generale privind proprietatea publică.

În general, prin eliminarea detaliilor, articolul a devenit mai clar, deși, rămâne discutabilă înțelegerea și aplicarea în practică a prevederii de la alin. (3), privind posibilitatea achiziționării sau înstrăinării de bunuri imobile întrucât, pentru aceasta, pe lângă acordul prealabil al Consiliului de supraveghere, este necesar și acceptul fondatorului. Prevederea poate prezenta dificultăți la implementare deoarece art. 32, care se referă la statutul juridic al furnizorilor publici de servicii media nu precizează cine este fondatorul furnizorului public național de servicii media.

* * *

Articolul 41. Bugetul furnizorului public național de servicii media

(1) Bugetul furnizorului public național de servicii media se constituie din subvenții de la bugetul de stat și din venituri proprii.

(2) Subvențiile de la bugetul de stat se stabilesc anual, prin legea bugetului de stat, și reprezintă volumul subvențiilor de la bugetul de stat pentru anul precedent, indexat cu indicii prețurilor de consum din ultimul an bugetar executat deplin.

(3) Veniturile proprii ale furnizorului public național de servicii media provin, după caz, din:

a) sume încasate din comunicările comerciale audiovizuale difuzate în cadrul evenimentelor de importanță majoră;

b) sume încasate din realizarea obiectului de activitate, inclusiv venituri provenite din vânzarea programelor audiovizuale sau a drepturilor de autor din coproducții;

c) donații și sponsorizări;

d) alte surse legale.

(4) Raportul privind executarea bugetului furnizorului public național de servicii media este prezentat anual de către directorul general și avizat de către Comitetul managerial și Consiliul de supraveghere, precum și este făcut public pe pagina web oficială a furnizorului.

(5) Raportul privind executarea bugetului furnizorului public național de servicii media este depus împreună cu raportul anual de activitate la Consiliul Audiovizualului de către directorul general.

(6) Activitatea financiară a furnizorului public național de servicii media este verificată de către Curtea de Conturi, în conformitate cu legislația în vigoare.

(7) Utilizarea fondurilor furnizorului public național de servicii media este supusă controlului organelor abilitate prin lege, potrivit provenienței fondurilor respective.

Comentariu

Finanțarea adecvată a furnizorilor publici de servicii media este de o importanță crucială pentru funcționarea și independența acestora. O finanțare stabilă ar fi o garanție a menținerii independenței furnizorului public național de servicii media. Anume din acest considerent, prevederea de la alin. (2), inserată în cadrul legal, vine să garanteze continuitatea finanțării stabile anuale a serviciului public de radio și de televiziune, cel puțin în mărimea stabilită pentru anul precedent. Altfel spus, în premieră în legislația privind audiovizualul public se stabilește că bugetul pentru anul în curs nu poate fi mai mic decât cel din anul trecut și nu doar ca valoare matematică dar și în materie de putere de cumpărare deoarece este prin această „indexare” are loc o corectare a diferenței cauzate de inflație.

Sigur că la modul ideal, ar fi fost bine să fie prevăzută posibilitatea stabilirii finanțării pentru activitatea furnizorului public național pentru perioadă mai mare, o dată la 3–5 ani, însoțită de o reexaminare anuală care să țină cont de nivelul inflației. Un asemenea deziderat legat de predictibilitatea finanțării nu este lipsit de logică, fiind în corespundere cu reglementările și practicile europene care recomandă ca autoritățile statului să asigure o finanțare adecvată și nivelul acesteia să acopere nevoile financiare ale furnizorului public național de servicii media întru îndeplinirea misiunii de serviciu public. În acest sens, putem să ne raportăm la Recomandarea Consiliului Europei Rec (2007) 3 privind misiunea serviciului public al audiovizualului într-o societate informațională care prevede că „Statele membre ar trebui să asigure o finanțare adecvată serviciului public al audiovizualului, care să îi permită să își îndeplinească rolul în societatea informațională, astfel cum sunt definite în domeniul lor de competență.”⁴⁸

48 Recomandarea Rec (2007) 3 a Comitetului de Miniștri adresată statelor membre privind misiunea serviciului public al audiovizualului într-o societate informațională, punctul 29.

Conform art. 41 alin. (1), bugetul furnizorului public național de servicii media este constituit din alocații de la bugetul de stat și din venituri proprii, iar în alin. (3) la lit. a) se precizează că veniturile proprii pot proveni din „sume încasate din comunicările comerciale audiovizuale difuzate în cadrul evenimentelor de importanță majoră”. Raționamentul inserării acestei prevederi în legislație este legat de necesitatea creării unor condiții de concurență loială pe piața serviciilor media audiovizuale din țară. Furnizorii publici de servicii media primesc subvenții de la stat și mai au acces și la piața de publicitate, în timp ce furnizorii privați nu primesc aceste finanțări de la stat și ei sunt, cumva, defavorizați. Deci, vorbim despre crearea condițiilor economice cât de cât echitabile pentru toți competitorii prin introducerea acestei prevederi care autorizează furnizorul public național de servicii media să încaseze bani din comunicările comerciale audiovizuale, însă, îl limitează doar la cele difuzate în cadrul evenimentelor de importanță majoră. Lista evenimentelor de importanță majoră a fost aprobată de către Consiliul Audiovizualului prin decizia nr. 19/65 din 13 mai 2019 și includea inițial următoarele evenimente: 1. *Jocurile olimpice*; 2. *Concursurile internaționale de muzică*; 3. *Ziua Independenței Republicii Moldova*; 4. *Ziua Națională a Vinului*. Ulterior, având în vedere demersul Federației Moldovenești de Fotbal (FMF), prin decizia CA nr. 15/95 din 15 august 2020, în listă au fost incluse și *Competițiile organizate la nivel național sub egida FMF (Divizia Națională, Cupa Moldovei, Supercupa Moldovei)*, până pe data de 31 decembrie 2020. Lista respectivă, care poate fi modificată, după cum am menționat mai sus, este una concretă și exhaustivă. Prin urmare, furnizorul public național nu poate difuza comunicări comerciale audiovizuale cu plată, indiferent de tipul acestora, în afara evenimentelor cuprinse în lista respectivă.

* * *

Articolul 42. Consiliul de supraveghere

(1) Consiliul de supraveghere își desfășoară activitatea în baza propriului regulament de organizare și funcționare, aprobat de către acesta.

(2) Consiliul de supraveghere reprezintă o diversitate a opiniilor din cadrul societății.

(3) Consiliul de supraveghere reprezintă interesul public în raport cu instituțiile publice și cu furnizorul public național de servicii media.

(4) Consiliul de supraveghere își desfășoară activitatea în nume propriu, contribuie la edificarea și dezvoltarea furnizorului public național de servicii media conform principiilor stipulate în capitolul II.

Comentariu

În primul rând, trebuie subliniat faptul că, în sfârșit, a fost consacrată în cadrul legal o denumire adecvată și conformă cu atribuțiile sale pentru organul de supraveghere a activității furnizorului public național de servicii media – Consiliul de supraveghere. Aceasta în condițiile în care în vechiul Cod al audiovizualului se specifica pe de o parte că este un organ care se numește Consiliul de observatori, iar pe de altă parte, că este un organ de conducere a companiei publice. În practică, nu este nici una nici cealaltă, pentru că ne referim la un organ de supraveghere a activității furnizorului public național, iar sintagma „a supraveghea” înseamnă mai mult decât „a observa”. În al doilea rând, vom atrage atenția că după cum este prevăzut la alin. (2), iarăși, ca element distinct apărut în legislația audiovizuală, CS reprezintă diversitatea opiniilor din cadrul societății.

Al doilea aspect important este legat de statutul pe care ar trebui să-l aibă CS, care ar trebui să fie conform cu standardele europene și aici ne referim la liniile directoare stabilite în Recomandarea Consiliului Europei nr. R (96) 10 privind garantarea independenței serviciului public de radiodifuziune: „Regulile ce reglementează statutul organelor de supraveghere a organismelor de radiodifuziune de serviciu public, în special componența lor, ar trebui să fie definite în așa mod încât să se evite ca acestea să poată face obiectul unor ingerințe politice sau de altă natură”⁴⁹. O prevedere care ar face referință la independența CS în prezentul articol al fortifica statutul organului de supraveghere al serviciului public național de radiodifuziune sonoră și de televiziune.

* * *

Articolul 43. Componența Consiliului de supraveghere

(1) Consiliul de supraveghere este constituit din 9 membri, personalități publice cu calificări profesionale în domeniile jurnalismului, dreptului, relațiilor cu publicul, relațiilor internaționale, culturii, cinematografului, gestiunii financiare și gestiunii întreprinderii comerciale, tehnologiei informației și comunicațiilor, activității academice, mass-mediei, ingineriei.

⁴⁹ Recomandarea R (96) 10 a Comitetului de Miniștri adresată statelor membre privind garantarea independenței serviciului public de radiodifuziune. Capitolul III, punctul 2.

(2) În componența Consiliului de supraveghere sînt desemnați cel puțin 3 reprezentanți ai unităților administrativ-teritoriale, altele decît municipiul Chișinău.

(3) La desemnarea membrilor Consiliului de supraveghere se ia în considerare principiul egalității de gen.

(4) Membrii Consiliului de supraveghere sînt desemnați de către Consiliul Audiovizualului, conform următoarei proceduri:

a) cu 60 de zile înainte de expirarea mandatelor a 3 membri, președintele Consiliului de supraveghere notifică Consiliul Audiovizualului despre aceasta;

b) Consiliul Audiovizualului, în termen de 15 zile de la notificarea despre funcțiile vacante, emite o invitație publică de participare la concurs pentru candidații la 3 funcții de membru al Consiliului de supraveghere, făcînd publice criteriile pentru ocuparea funcțiilor respective și data-limită pentru depunerea dosarelor de participare;

c) procedura prevăzută la lit. a) și b) este repetată și în cazul expirării mandatelor celorlalți membri;

d) în termen de 15 zile de la data-limită de depunere a dosarelor de participare, Consiliul Audiovizualului desemnează, cu votul majorității membrilor săi, membrii Consiliului de supraveghere.

(5) În cazul în care concursul a eșuat în termenul prevăzut la alin. (4), Consiliul de supraveghere funcționează valabil în componența a cel puțin 6 membri validați, iar Consiliul Audiovizualului repetă procedura de desemnare după 7 zile de la constatarea funcțiilor rămase vacante.

(6) La funcția de membru al Consiliului de supraveghere poate candida persoana care întrunește cumulativ următoarele condiții:

a) deține cetățenia Republicii Moldova;

b) deține diplomă de licență sau echivalentă și experiență de cel puțin 5 ani în unul dintre domeniile prevăzute la alin. (1);

c) cunoaște limba română și o limbă de circulație internațională;

d) are reputație ireproșabilă confirmată prin cel puțin 3 scrisori de recomandare din mediul de specialitate;

e) nu a deținut, în ultimii 6 ani, funcția de membru al Consiliului de Observatori și/sau de membru al Consiliului de supraveghere, de membru al Consiliului Coordonator al Audiovizualului și/sau de membru al Consiliului Audiovizualului;

f) nu are antecedente penale.

(7) Membrii Consiliului de supraveghere sînt desemnați pentru un singur mandat de 6 ani.

Comentariu

Prevederea de la alin. (1) stabilește componența numerică a Consiliului de supraveghere, dar, totodată, furnizează o serie de criterii concrete pentru această componență care se dorește a fi una pluralistă, oferind drepturi de numire diferitor grupuri profesionale și sociale. Elementul nou care apare în legislația audiovizuală este prevederea de la alin. (2) care precizează că în componența Consiliului de supraveghere sunt desemnați cel puțin 3 reprezentanți ai unităților administrativ-teritoriale, altele decît municipiul Chișinău. Altfel spus, o treime dintre membrii Consiliului ar trebui să fie din afara capitalei. Scopul urmărit prin această prevedere este de a obține o componență cât mai pluralistă a Consiliului de supraveghere, inclusiv în ceea ce privește reprezentativitatea teritorială a membrilor săi, astfel încât să se evite situația, care se perpetuează de mulți ani, când în acest organ acced, cu preponderență, persoane originare sau care locuiesc în mun. Chișinău, fiind defavorizați reprezentanții altor unități administrativ-teritoriale. Astfel, membrii Consiliului ar putea reprezenta diversitatea reală, a întregului public, nu doar a celui din capitală. La modul practic, modul de aplicare a acestei prevederi și finalitatea urmărită trebuie să fie prevăzută de Consiliul Audiovizualului atunci când își exercită competența de desemnare a membrilor Consiliului de supraveghere, în conformitate cu procedurile descrise în alineatele de mai jos.

Prin prezentul articol este propus un nou mecanism de desemnare a membrilor organului de supraveghere al furnizorului public național de servicii media. Aceștia nu mai sunt numiți de Parlament, ci de Consiliul Audiovizualului. Sunt câteva considerente care au fost luate în calcul în acest sens. Întâi de toate, CA, ca unic garant al interesului public în domeniul audiovizualului, reprezintă și furnizorul public. În rîndul al doilea, CA ar putea mai operativ, în comparație cu Parlamentul, să desemneze noi membri și să completeze componența CS, evitându-se situațiile nedorite de existență a funcțiilor vacante, care au existat atunci când organul legislativ, din varii motive, nu reușea să se încadreze în termenele stabilite. Ar trebui să mai subliniem faptul că prin acest nou mecanism se stabilește o relație logică între Consiliul Audiovizualului și Consiliul de supraveghere, eliminând, astfel, subordonarea dublă a furnizorului public național care a existat în trecut.

În alin. (4)–(6), este prevăzută procedura prin care sunt desemnați membrii Consiliului de supraveghere și condițiile pe care candidații la această funcție trebuie să le întrunească. Vom nota faptul că este menținut mecanismul de completare eșalonată a componenței CS, pentru a asigura continuitate în activitate, ceea ce este în spiritul celor mai bune practici europene și în conformitate cu modelul legii serviciului public de radio și de televiziune elaborate de Dr. Werner Rumphorst. Membrii organului de supraveghere sunt desemnați cu votul majorității membrilor Consiliului Audiovizualului, după cum e stabilit în alin. (4) lit. d). O opțiune ar fi ca desemnarea să aibă loc cu o majoritate calificată de 2/3, de exemplu, ceea ce ar garanta un sprijin mai larg și un grad sporit de independență a Consiliului de supraveghere.

Conform alin. (7), mandatul membrilor Consiliului de supraveghere este de 6 ani și acesta nu poate fi reînnoit. În comparație cu vechea legislație, durata mandatului a fost extinsă de la 4 la 6 ani. Puse împreună aceste două aspecte, credem că prin aceasta va fi eliminată posibilitatea ca un fost membru, indiferent de modul în care s-a manifestat pe durata mandatului precedent, să revină în componența Consiliului de supraveghere, doar din motiv că are sprijin politic.

* * *

Articolul 44. Incompatibilitățile funcției de membru al Consiliului de supraveghere

(1) Funcția de membru al Consiliului de supraveghere este incompatibilă cu:

- a) statutul de deputat, de membru al Guvernului, de ales local, de membru al administrației publice centrale ori locale sau de angajat din cadrul acestora, precum și de membru al Consiliului Audiovizualului;
- b) calitatea de deținător, direct sau indirect, de acțiuni sau părți ale fondului statutar al societăților comerciale cu activități în domenii în care s-ar afla în conflict de interese cu calitatea de membru al Consiliului de supraveghere;
- c) statutul de angajat al furnizorului public național de servicii media, cu excepțiile prevăzute la art. 47 alin. (1);
- d) statutul de autor, prezentator, moderator, realizator (titular sau netitular) de programe audiovizuale ale furnizorului public de servicii media;
- e) calitatea de membru de partid sau de afiliat politic.

(2) Membrul Consiliului de supraveghere care, la data desemnării, se află în una dintre situațiile prevăzute la alin. (1) lit. a)–d) are la dispoziție un termen de 30 de zile pentru a renunța la calitatea sau la acțiunile respective, perioadă în care nu are drept de vot în cadrul Consiliului de supraveghere.

(3) Membrul Consiliului de supraveghere care nu respectă prevederile prezentului articol este demis de drept, funcția sa devenind vacantă.

Comentariu

Situațiile de incompatibilitate cu funcția de membru al CS prevăzute la alin. (1), în special cele de la lit. a) și lit. e), urmăresc scopul de a diminua influența factorului politic și administrativ asupra activității Consiliului. Toate aceste incompatibilități sunt prevăzute în cadrul legal pentru a-i asigura Consiliului de supraveghere o independență reală în vederea creării condițiilor de a activa și lua decizii fără ingerință exterioară sau care să fie motivate și influențate de factori politici, economici sau de alt ordin. La fel, incompatibilitatea care se referă la calitatea de membru al Consiliului Audiovizualului este justificată de existența unui eventual conflict de interese având în vedere atribuțiile autorității de reglementare în domeniul audiovizualului cu referire la desemnarea membrilor Consiliului de supraveghere al furnizorului public național de servicii media. În conformitate cu prevederea de la lit. c), președintele și secretarul Consiliului de supraveghere sunt angajați ai furnizorului public național de servicii media, ceilalți membri nu pot deține această calitate.

În alin. (2) se precizează un termen de 30 de zile pentru ca membrul Consiliului de supraveghere care se află în una dintre situațiile de incompatibilitate listate în alineatul precedent să renunțe la calitatea care îl împiedică să fie compatibil cu această funcție. Este vorba de un termen în care un candidat ales în funcția de membru al Consiliului trebuie să înlăture situația sau situațiile de incompatibilitate prevăzute la lit. a)–d), care în mod normal, ar trebui declarate din momentul alegerii acestuia sau pe parcurs din momentul apariției situației de incompatibilitate. Opțiunea înlăturării situației de incompatibilitate nu este prevăzută, însă, în cazul stabilit la lit. e), astfel că se prezumă că un candidat care are calitatea de membru de partid sau afiliat politic nu este eligibil pentru funcția de membru al Consiliului de supraveghere și nici nu ar trebui admis la concursul organizat de Consiliul Audiovizualului, conform procedurilor stabilite în art. 43.

* * *

Articolul 45. Atribuțiile Consiliului de supraveghere

Consiliul de supraveghere are următoarele atribuții:

- a) aprobă statutul furnizorului public național de servicii media și modificările acestuia;
- b) aprobă regulamentul de organizare și funcționare a furnizorului public național de servicii media și modificările acestuia;
- c) aprobă propriul regulament de organizare și funcționare și modificările acestuia;
- d) aprobă Caietul de sarcini;
- e) aprobă condițiile de organizare a concursului pentru desemnarea directorului general;
- f) desemnează și demite din funcție directorul general, în temeiul prezentului cod;
- g) aprobă strategii de dezvoltare a furnizorului public național de servicii media pe termen mediu și lung;
- h) aprobă declarația politicii editoriale a furnizorului public național de servicii media în campaniile electorale;
- i) supraveghează activitatea furnizorului public național de servicii media în scopul realizării Caietului de sarcini și, după caz, intervine cu decizii cu caracter de reglementare;
- j) aprobă plafonul maxim al creditelor bancare pe care le poate solicita directorul general fără aprobarea Consiliului de supraveghere;
- k) aprobă propunerile de modificare a bugetului furnizorului public național de servicii media;
- l) ține registrul adresărilor publice, examinează petițiile și sesizările parvenite de la populație și, după caz, prescrie directorului general măsuri obligatorii privind redresarea situației;
- m) prezintă Consiliului Audiovizualului raportul anual de activitate pînă la data de 1 februarie a anului următor celui de gestiune;
- n) asigură transparența propriei activități;
- o) exercită alte atribuții care îi revin conform prevederilor legale și regulamentului de organizare și funcționare.

Comentariu

Atribuțiile Consiliului de supraveghere sunt detaliate și destul de largi, câmpul lor de acțiune cuprinzând trei direcții principale de competență: 1) aprobarea documentelor statutare, de organizare și funcționare a organizației și desemnarea directorului general; 2) aprobarea strategiilor de dezvoltare a serviciilor media și a documentelor de politici editoriale, precum și supravegherea în care acestea sunt implementare; 3) adoptarea deciziilor și documentelor vizând managementul finanțelor și gestiunea financiară. Acest câmp larg de competențe vorbește despre importanța acordată Consiliului de supraveghere având în vedere că acest organ, dincolo de atribuția de supraveghere care este una de bază, poate acționa ca și consiliu al acționarilor într-o societate comercială, dacă ne referim la prima categorie de competențe sau ca și consiliu de administrație, dacă ne gândim la cea de a treia categorie de atribuții.

În general, atribuțiile Consiliului sunt în conformitate cu cele mai bune practici europene în materie de asigurare a conducerii strategice a furnizorului public național și a supravegherii activității sale. Atribuția de la lit. l) obligă CS să țină un registru al adresărilor publice, să examineze petițiile și reclamațiile venite de la public și dacă este cazul să solicite directorului general întreprinderea de măsuri de redresare a situației. În acest context, putem presupune sau cel puțin nu putem exclude faptul că o parte din sesizările parvenite din partea publicului ar putea să vizeze anumite programe audiovizuale sau părți ale acestora, iar printre atribuțiile Consiliului de supraveghere nu figurează în mod expres și cea de monitorizare ex-post a conținuturilor audiovizuale. Desigur, nu este o problemă majoră, întrucât, după cum este prevăzut la lit. o), Consiliul exercită și alte atribuții ce îi revin conform prevederilor legale și regulamentului de organizare și funcționare.

* * *

Articolul 46. Activitatea Consiliului de supraveghere

(1) Consiliul de supraveghere își desfășoară activitatea în ședințe, de regulă, publice, convocate din inițiativa președintelui, a cel puțin 1/3 din numărul membrilor acestuia sau la solicitarea directorului general. Consiliul de supraveghere se convoacă ori de câte ori este necesar, dar nu mai rar de o dată pe lună.

(2) Consiliul de supraveghere își alege președintele și secretarul cu votul a 2/3 din numărul membrilor acestuia. Ședința în care sînt aleși președintele și secretarul Consiliului de supraveghere este prezidată de cel mai în vîrstă membru al acestuia.

(3) Președintele Consiliului de supraveghere este responsabil de exercitarea atribuțiilor Consiliului de supraveghere.

(4) Secretarul Consiliului de supraveghere este responsabil de organizarea ședințelor și de lucrările de secretariat.

(5) Președintele Consiliului de supraveghere:

- a) elaborează agenda ședințelor și prezidează ședințele;
 - b) semnează deciziile și asigură publicarea acestora;
 - c) întocmește raportul anual de activitate și, după aprobarea acestuia de către Consiliul de supraveghere, îl prezintă Consiliului Audiovizualului;
 - d) reprezintă Consiliul de supraveghere în relațiile cu instituțiile publice și cu persoanele fizice și juridice;
 - e) reprezintă Consiliul de supraveghere în organizațiile naționale și internaționale în problemele ce țin de supravegherea furnizorilor publici de servicii media.
- (6) În absența președintelui, activitatea Consiliului de supraveghere este condusă de secretar, iar ședințele de lucru sînt prezidate de către președintele ședinței, ales de către consiliu prin vot deschis cu majoritatea de voturi ale membrilor prezenți.
- (7) În caz de vacanță a funcției de președinte sau de secretar, se procedează la alegere, în condițiile prezentului articol.
- (8) Vacanța funcției de membru al Consiliului de supraveghere poate interveni în caz de:
- a) demisie;
 - b) deces;
 - c) expirare a mandatului;
 - d) condamnare prin hotărîre judecătorească definitivă;
 - e) absență consecutivă și nejustificată de la 7 ședințe ale consiliului, timp de 12 luni;
 - f) instituire a unei măsuri de ocrotire judiciară, conform legii.
- (9) Cu cel puțin 60 de zile înainte de expirarea mandatului și în termen de 7 zile de la intervenirea de drept a vacanței funcției de membru, constatată în condițiile specificate la alin. (8) din prezentul articol și la art. 44, președintele Consiliului de supraveghere notifică Consiliul Audiovizualului care, la prima ședință publică după notificare, anunță concursul pentru ocuparea funcțiilor vacante de membru al Consiliului de supraveghere.
- (10) Președintele și secretarul pot fi demisi, în cazul pierderii încrederii Consiliului de supraveghere, cu votul a cel puțin 2/3 din numărul membrilor acestuia.
- (11) În cazul demisiei sau al demiterii intervenite conform alin. (10), președintele și secretarul își păstrează calitatea de membru al Consiliului de supraveghere.
- (12) În exercitarea atribuțiilor, Consiliul de supraveghere adoptă decizii cu caracter de reglementare, care intră în vigoare la data publicării acestora.
- (13) Toate deciziile Consiliului de supraveghere sînt motivate și sînt publicate pe pagina web oficială a furnizorului public național de servicii media.

Comentariu

Alin. (1) furnizează detalii privind modul de organizare și desfășurare a activității Consiliului de supraveghere. Unul dintre aceste elemente este posibilitatea ca ședințele să fie „de regulă, publice”. Este evident faptul că pentru orice entitate din cadrul unei autorități sau instituții publice, care este finanțată din banii tuturor contribuabililor, nici nu se pune altfel problema desfășurării ședințelor acestui organ de supraveghere decât prin desfășurarea ședințelor publice. Vorbim despre o practică normală privind caracterul transparent al ședințelor CS, atunci când se examinează, de exemplu, subiecte legate de responsabilitatea furnizorului național de servicii media, în ceea ce privește, în special, exercitarea misiunilor sale și utilizarea resurselor financiare prevăzute pentru aceasta. Cu toate acestea, pot exista situații în care să apară necesitatea unor ședințe interne închise, pentru a discuta propuneri ce vizează aspecte comerciale, a analiza concepte de servicii mediatice particulare, campanii sau anumite strategii care să contribuie la îmbunătățirea produselor audiovizuale furnizate publicului radioascultător sau telespectator în condițiile unei piețe concurențiale. Tocmai, din aceste motive, a fost inserată în prezentul cod, această excepție de la regula de bază.

De asemenea, în conformitate cu prevederile alin. (1), sunt prevăzute trei situații când ședințele Consiliului de supraveghere pot fi convocate: la inițiativa președintelui, la cererea a 1/3 dintre membri sau la solicitarea directorului general. Este o prevedere foarte bună deoarece are rol de contrabalanță și chiar de impediment în calea unuia dintre actorii sau reprezentanții unei entități să beneficieze de o putere discreționară excesivă de care ar putea abuza.

La fel, este de remarcat faptul că potrivit alin. (2), președintele și secretarul Consiliului de supraveghere sunt numiți cu 2/3 din numărul membrilor acestuia. Acest lucru înseamnă că trebuie să existe un consens larg printre membrii CS la desemnarea președintelui și a secretarului, astfel, fiind diminuată posibilitatea existenței unor anumite înțelegeri de grup pentru a susține un anumit candidat. Totodată, de asemenea cu votul a 2/3 din membri, cei doi pot fi demisi, înainte de termen, conform alin. (10).

Prevederile de la alin. (3)–(5) precizează atribuțiile președintelui și ale secretarului, altele decât cele ale membrilor ordinari ai Consiliului de supraveghere. În situația când președintele este absent, activitatea Consiliului este condusă de secretar, potrivit alin. (6), iar ședințele de lucru sunt prezidate de către un președinte de ședință ales din rândul membrilor. Deși nu este prevăzut expres, în situația de absență a secretarului, de exemplu, la ședința Consiliului, conform sensului prevederii din alin. (6) și practicilor anterioare, se prezumă că este ales un secretar de ședință din rândul membrilor ordinari.

În cazul vacanței funcției de membru, inclusiv în situația în care aceasta intervine înainte de termen, este organizat de către Consiliul Audiovizualului un nou concurs pentru ocuparea funcțiilor vacante, procedura fiind declanșată în condițiile alin. (9). Președintele și secretarul Consiliului pot fi demisiți în condițiile alin. (10) sau să-și dea demisia din proprie inițiativă. Vom preciza, însă, că în ambele cazuri, ei își pot păstra calitatea de membru al Consiliului și să rămână în componența organului de supraveghere a furnizorului public național de servicii media. Acest lucru este necesar pentru a evita situațiile de criză continuă, intervenirea frecventă a vacanței funcțiilor, ceea ce ar crea dificultăți pentru organizarea activității Consiliului și, în definitiv, ar periclita activitatea furnizorului public național de servicii media.

Indiferent dacă ședințele Consiliului sunt deschise sau închise, toate deciziile luate trebuie să fie motivate și făcute publice, conform alin. (13), prin publicarea acestora pe site-ul oficial al furnizorului public național de servicii media. Această exigență privind transparența se înscrie și în spiritul legislației naționale reglementate de Legea nr. 239 din 13.11.2008 privind transparența în procesul decizional atunci când vorbim de entități care gestionează și utilizează mijloace financiare publice.

* * *

Articolul 47. Remunerarea membrilor Consiliului de supraveghere

(1) Președintele și secretarul Consiliului de supraveghere sînt angajați ai furnizorului public național de servicii media cu durata normală a timpului de muncă.

(2) Mărimea salariului lunar al președintelui Consiliului de supraveghere este echivalentă cu 90% din mărimea salariului lunar al președintelui Consiliului Audiovizualului. Mărimea salariului lunar al secretarului Consiliului de supraveghere constituie 90% din mărimea salariului lunar al președintelui Consiliului de supraveghere. Ceilalți membri ai Consiliului de supraveghere primesc lunar o indemnizație reprezentînd 10% din salariul lunar al președintelui Consiliului de supraveghere pentru participarea la fiecare ședință și, după caz, beneficiază de rambursarea cheltuielilor de transport și de cazare.

(3) Sursele financiare necesare pentru activitatea Consiliului de supraveghere sînt prevăzute în bugetul furnizorului public național de servicii media.

Comentariu

Prevederile prezentului articol detaliază mecanismul de remunerare a membrilor Consiliului de supraveghere care diferă esențial de cel aplicat anterior. În primul rând, în afară de secretarul Consiliului, în prezent, și președintele acestuia este angajat al furnizorului public național de servicii media cu durata normală a timpului de muncă. Raționamentul a avut la origini practicile anterioare când președintele Consiliului, care nu era angajat, primea o remunerație per ședință, ca de altfel și ceilalți membri. Acest amănunt este foarte important dacă luăm în calcul faptul că președintele are drept de a convoca ședințele și prin această modalitate, ipotetic, ar putea influența și mărimea remunerațiilor. Desigur, acest element care leagă sau condiționează remunerația membrului Consiliului de participarea la ședințe are și avantaje și neajunsuri. A doua modificare care intervine în cadrul legal ține de corelarea mărimii salariului lunar al președintelui Consiliului de supraveghere de cea a președintelui Consiliului Audiovizualului. Aceasta din urmă vine să sublinieze cumva și relația instituțională care există între organul de supraveghere a furnizorului public național de servicii media și autoritatea de reglementare în domeniu.

* * *

Articolul 48. Responsabilitatea Consiliului de supraveghere

(1) Consiliul de supraveghere este responsabil de prezentarea raportului anual de activitate Consiliului Audiovizualului.

(2) Raportul anual de activitate al Consiliului de supraveghere este constituit din două părți, care includ activitatea furnizorului public național de servicii media și, respectiv, activitatea Consiliului de supraveghere. Raportul respectiv este prezentat și dezbătut public, precum și depus pînă la data de 1 februarie la Consiliul Audiovizualului.

Comentariu

Consiliul de supraveghere își prezintă raportul anual de activitate la Consiliul Audiovizualului. Documentul respectiv, în conformitate cu prevederile alin. (2) este constituit din două părți, una care vizează activitatea furnizorului public național și cealaltă – propria activitate. Aceste precizări sunt importante întrucât anterior, lipsa unor prevederi clare în acest sens puteau fi interpretate diferit, iar în esență, era eludat principiul responsabilizării organului de supraveghere al furnizorului public național de servicii media prin prezentarea rapoartelor anuale și a dărilor de seamă în fața publicului. În lumina acestor idei, este inserată și prevederea de la final în care se stabilește că raportul Consiliului de supraveghere este dezbătut public. Tot aici se precizează că raportul trebuie depus la CA până la 1 februarie. Această dată este fixată în coroborare cu prevederea de la art. 87, alin. (2), care stabilește că până la 1 martie, Consiliul Audiovizualului trebuie să depună raportul său anual de activitate la comisia parlamentară de resort.

* * *

Capitolul VI. FURNIZORII COMUNITARI DE SERVICII DE RADIODIFUZIUNE SONORĂ

Articolul 49. Constituirea furnizorilor comunitari de servicii de radiodifuziune sonoră

(1) Furnizorii comunitari de servicii de radiodifuziune sonoră (în continuare – *furnizor comunitar*) sînt constituiți și gestionați de către comunitate, funcționează pentru comunitate și sînt finanțați din contribuția membrilor comunității.

(2) În sensul prezentului cod, comunitatea reprezintă grupurile sociale unite pe criteriu teritorial și/sau pe criteriu de interese comune, exceptînd interesele de ordin politic, religios și sindical.

(3) Furnizorii comunitari sînt persoane juridice necomerciale.

(4) Furnizorii comunitari sînt constituiți de persoane fizice și/sau juridice, conform următoarelor proceduri:

a) grupul de inițiativă convoacă o întrunire generală reprezentativă a comunității;

b) în cadrul întrunirii respective se decide modul de organizare și funcționare a furnizorului comunitar.

(5) Furnizorii comunitari se bucură de înlesnirile prevăzute pentru instituțiile cu statut de utilitate publică.

Comentariu

Este în premieră când în prezentul capitol al CSMA, legislația națională instituie dreptul și modul de constituire și funcționare a furnizorilor comunitari de radiodifuziune sonoră, astfel fiind diversificată tipologia furnizorilor de servicii media la nivel național și oferită posibilitatea creării furnizorilor de servicii media audiovizuale asociativi. Este, de fapt, și o reacție la recomandările experților externi, întrucât expertiza Art. XIX asupra Codului din 2006 recomanda autorităților instituirea unui sistem de trei niveluri, astfel ca alături de furnizorii publici și cei privați să fie incluși și furnizorii comunitari. Vom remarca că radiodifuziunea sonoră comunitară are o largă răspândire în întreaga lume.

În conformitate cu alin. (1), furnizorii comunitari de servicii de radiodifuziune sonoră (în continuare – furnizor comunitar) se deosebesc de furnizorii comerciali și de furnizorii publici prin faptul că: a) sunt constituiți și gestionați de către comunitate, b) funcționează pentru comunitate, c) sunt finanțați din contribuția membrilor comunității. Altfel spus, furnizorii comunitari se deosebesc, în primul rând, prin felul în care oferă populației comunitare posibilitatea ca vocile ei să poată fi auzite; în al doilea rând, prin cultura organizațională a posturilor care se bazează pe voluntariat și promovează participarea comunității; în al treilea rând, prin neadmiterea abordărilor orientate spre profitul comercial și susținerea unui serviciu non-profit care aparține comunității și este menținut din contribuția membrilor comunității.

În alin. (2) se fac precizările necesare referitor la ceea ce reprezintă comunitatea în sensul prezentului cod, astfel sunt indicate grupurile sociale unite pe criteriul teritorial (de obicei, în localități mici) și/sau pe criteriul de interese comune (de exemplu, comunitate lingvistică), dar cu mențiunea că sunt exceptate interesele de ordin politic, religios și sindical. Această precizare are un caracter restrictiv și este necesară pentru a elimina posibilitatea ca furnizorii comunitari să fie supuși controlului de către exponenții intereselor menționate mai sus, iar politicile lor editoriale să nu fie subordonate unor interese politice, economice, comerciale, ideologice sau de altă natură.

Prevederea expusă în alin. (3) stabilește că furnizorii comunitari sunt persoane juridice necomerciale, deci scopul lor principal este altul decât obținerea de venit, iar sursele de finanțare admise de lege pentru furnizorii comunitari sunt enumerate în alin. 1, Articolul 51 al Codului.

În alin. (4) este prescrisă modalitatea de constituire a furnizorilor comunitari de către persoane fizice și/sau juridice, care este în corespundere deplină cu prevederile Legii cu privire la organizațiile necomerciale și explicită pentru cei care vor intenționa să creeze un furnizor comunitar. Importante în acest proces sunt: crearea grupului de inițiativă; elaborarea statutului care să conțină: a) forma juridică de organizare; b) denumirea; c) scopurile pentru care se constituie; d) procedura de constituire, reorganizare și încetare a activității. Statutul furnizorului comunitar se aprobă de către adunarea generală a fondatorilor, fiind semnat de către toți fondatorii la momentul constituirii.

Norma prevăzută în alin. (5) trebuie înțeleasă ca fiind necesară pentru a aduce mai multă claritate în raportul dintre furnizorii comunitari și autoritățile publice. În conformitate cu Legea despre organizațiile necomerciale, beneficiarii statutului de utilitate publică pot obține un anumit sprijin din partea autorităților publice centrale și locale cum ar fi: acordarea de facilități fiscale în condițiile legii; oferirea gratuită sau în condiții preferențiale a dreptului de a folosi proprietatea publică; finanțarea nerambursabilă; contractarea de lucrări și servicii; finanțarea cu destinație specială, inclusiv comanda socială. Dat fiind specificul serviciilor comunitare, în speță impactul acestor servicii asupra modului în care se dezvoltă comunitatea, este important ca furnizorii comunitari să cunoască exact prevederile statutului de utilitate publică.

* * *

Articolul 50. Funcționarea furnizorului comunitar

(1) Furnizorul comunitar respectă principiile comunicării audiovizuale prevăzute de prezentul cod.

(2) Furnizorul comunitar poate utiliza:

a) frecvențe și/sau canale, în temeiul licenței de emisie obținute în conformitate cu prevederile prezentului cod;

b) spații de emisie pe frecvențe și canale aparținând altor furnizori de servicii media și/sau distribuitori de servicii media.

(3) Furnizorul comunitar poate utiliza spații de emisie pe frecvențe și canale aparținând altor furnizori de servicii media, în temeiul unui acord semnat între părți și avizat de către Consiliul Audiovizualului.

(4) Licența de emisie este acordată furnizorului comunitar pe un termen de 9 ani și nu poate fi cesionată.

(5) Furnizorul comunitar prezintă Consiliului Audiovizualului raportul anual de activitate.

(6) Furnizorul comunitar este inclus la compartimentul corespunzător al Registrului furnizorilor de servicii media, ținut de către Consiliul Audiovizualului.

Comentariu

Prevederea expusă în alin. (1) obligă furnizorul comunitar să cunoască și să respecte în activitatea sa principiile comunicării audiovizuale expuse în Capitolul II al prezentului cod și care sunt obligatorii pentru toți furnizorii de servicii media audiovizuale, subiecți ai prezentului cod, având în același timp un specific aparte, ce reiese din misiunea și cultura organizațională proprie doar comunitarilor. Furnizorul comunitar se află în comunitate și poate oferi acces facil la infrastructura acestuia și poate încuraja membrii comunității să participe la management, producție și difuzare, pentru a avea contact direct cu postul de radio. Se creează în procesul de comunicare un sentiment de proprietate și apartenență între membrii comunității. Participarea este caracteristică definitorie a furnizorului comunitar, este ceea ce plasează media comunitară în afara modelelor media tradiționale, în care audiențele sunt receptori pasivi ai mesajelor. Participarea comunității se referă la interacțiunea continuă dintre furnizorul comunitar de servicii de radiodifuziune sonoră și comunitate și are ca rezultat faptul că stația devine vocea comunității, răspunzând nevoilor, preocupărilor și intereselor acesteia.

În conformitate cu dreptul stabilit în alin. (2) furnizorul comunitar poate utiliza frecvențe și/sau canale în temeiul licenței de emisie obținute potrivit prevederilor prezentului cod. De asemenea, conform prevederilor alin. (3), furnizorul comunitar, în baza licenței de emisie, poate utiliza spații de emisie pe frecvențe și canale aparținând altor furnizori de servicii media, conform unui acord semnat între părți și avizat de către CA. Licența de emisie în cazul furnizorilor comunitari se acordă, ca și pentru fiecare serviciu media audiovizual liniar, pentru un termen de 9 ani, valabil din data publicării deciziei CA în Monitorul Oficial al Republicii Moldova. Vom preciza aici că licența de emisie acordată unui furnizor de servicii media nu poate fi cesionată.

Furnizorul comunitar va prezenta anual Consiliului Audiovizualului, așa cum prevede alin. (5), un raport despre activitatea sa, structurat conform cerințelor aprobate de Consiliul Audiovizualului în corespundere cu prevederile codului.

Consiliul Audiovizualului, respectând dispoziția din alin. (6) al prezentului articol, dar și cea de la lit. j) alin. (4) art. 75 din prezentul cod, va include furnizorul comunitar în Registrul de servicii media la compartimentul corespunzător.

* * *

Articolul 51. Finanțarea furnizorului comunitar

(1) Bugetul furnizorului comunitar se constituie din:

- a) contribuțiile membrilor comunității;
- b) încasări din prestări de servicii specializate în interesul comunității, în bază de contract;
- c) donații, sponsorizări și granturi.

(2) Bugetul furnizorului comunitar este făcut public prin plasarea acestuia pe pagina web sau printr-un raport public.

(3) Executarea bugetului furnizorului comunitar este supravegheată și controlată în modul stabilit de întrunirea generală reprezentativă a comunității.

Comentariu

Bugetul furnizorului comunitar, în calitatea lui de persoană juridică necomercială, se constituie, în conformitate cu prevederile alin. (1), din contribuțiile membrilor comunității; încasări din prestări de servicii specializate în interesul comunității, în bază de contract; din donații, sponsorizări și granturi. Nu este deloc întâmplător faptul că lista surselor de finanțare a furnizorului comunitar este una închisă, fapt care se datorează naturii specifice a serviciilor comunitare de radiodifuziune sonoră, avându-se mai ales în vedere impactul acestora asupra modului de formare a opiniei comunitare.

Pentru asigurarea transparenței finanțării furnizorului comunitar în conformitate cu prevederile alin. (2), bugetul furnizorului comunitar este făcut public prin plasarea acestuia pe pagina web sau printr-un raport public. Informația privind finanțarea furnizorului comunitar va intra și în raportul anual prezentat Consiliului Audiovizual.

Finanțarea și executarea bugetului furnizorului comunitar în conformitate cu prevederile alin. (3) este supravegheată și controlată de fondatori, adică de comunitate, în modul stabilit de întrunirea generală reprezentativă a comunității. Participarea comunității în procesul de supraveghere și control al executării bugetului furnizorului comunitar se înscrie perfect în logica funcționării furnizorului comunitar care este constituit și gestionat de către comunitate, funcționează pentru comunitate și este finanțat din contribuția membrilor comunității.

* * *

Articolul 52. Suspendarea și încetarea activității furnizorului comunitar

(1) Suspendarea activității furnizorului comunitar este decisă de întrunirea generală reprezentativă a comunității. În cazul utilizării frecvențelor terestre în temeiul licenței de emisie, suspendarea nu poate dura mai mult de 6 luni din data la care a fost luată decizia.

(2) Încetarea activității furnizorului comunitar este decisă de întrunirea generală reprezentativă a comunității.

(3) Consiliul Audiovizualului este notificat despre decizia privind suspendarea sau încetarea activității furnizorului comunitar în termen de 10 zile lucrătoare de la data luării acesteia.

Comentariu

Prevederile expuse în alin. (1) specifică faptul că suspendarea activității furnizorului comunitar este decisă de întrunirea generală reprezentativă a comunității și, în cazul utilizării frecvențelor terestre în temeiul licenței de emisie, această suspendare nu poate dura mai mult de 6 luni din data în care a fost luată decizia. Această limitare este justificată de faptul că frecvențele terestre sunt un bun public limitat ce urmează să fie gestionat rațional și responsabil.

Alin. (2) stipulează că furnizorul comunitar își încetează activitatea practic în același mod cum a fost constituit – prin decizia luată de întrunirea generală reprezentativă a comunității.

Furnizorul comunitar are obligația, în conformitate cu cele indicate în alin. (3), ca atunci când este luată decizia comunității fondatoare privind suspendarea sau încetarea activității sale, să informeze Consiliul Audiovizualului în termen de 10 zile lucrătoare de la data luării deciziei printr-o notificare.

Capitolul VII. DISTRIBUITORII DE SERVICII MEDIA

Articolul 53. Funcționarea distribuitorilor de servicii media

(1) Distribuitorii de servicii media sînt constituiți de către persoane fizice și/sau juridice sub formă de societăți comerciale.

(2) Distribuitorii de servicii media nu pot avea în calitate de proprietar beneficiar:

a) Parlamentul, Președintele Republicii Moldova sau Guvernul;

b) un organ central de specialitate sau o autoritate administrativă centrală;

c) o autoritate a administrației publice locale;

d) alt organ/autoritate, instituite cu scopul exercitării atribuțiilor administrative, social-culturale sau cu caracter necomercial;

e) o instituție publică finanțată integral sau parțial de la bugetul de stat;

f) o organizație comercială finanțată integral sau parțial de la bugetul de stat;

g) o organizație comercială care are în calitate de fondator sau cofondator cel puțin unul dintre subiecții prevăzuți la lit. a)–f);

[Lit. a)–g) alin. (2) art. 53 abrogate prin Legea nr. 241 din 16.12.2020, în vigoare 22.12.2020]

h) un partid sau altă organizație social-politică;

i) un sindicat;

j) un cult religios.

(3) Distribuitorii de servicii media își desfășoară activitatea în temeiul autorizației de retransmisiune.

[Art. 53 modificat prin Legea nr. 241 din 16.12.2020, în vigoare 22.12.2020]

Comentariu

Distribuitorii de servicii media, așa cum indică alin. (1), sunt constituiți de către persoane fizice și/sau juridice sub formă de societăți comerciale, care constituie și pun la dispoziția publicului o ofertă de servicii media audiovizuale, prin retransmisiune, pe bază de relații contractuale cu furnizorii de servicii media sau cu persoane autorizate în condițiile legii.

Prevederea din alin. (2) este una restrictivă pentru distribuitorii de servicii media, ea indică o listă de entități ce nu pot participa la constituirea întreprinderilor distribuitorilor de servicii media în calitate de proprietar beneficiar. Restricția este necesară pentru a evita ca întreprinderile din sectorul de distribuire a serviciilor media audiovizuale să fie controlate de către subiecții nominalizați. Desigur, distribuitorii nu au responsabilitate editorială asupra conținuturilor serviciilor media retransmise, dar, pentru că ei aleg ce servicii să retransmită, trebuie să se conformeze unor rigori stipulate de lege.

Norma prevăzută în alin. (3) stabilește că distribuitorii de servicii media nu pot activa decât în baza autorizației de retransmisiune eliberate de către Consiliul Audiovizualului.

Articolul 54. Autorizația de retransmisiune

(1) Modul de eliberare, modificare și revocare a autorizației de retransmisiune se stabilește de către Consiliul Audiovizualului, în conformitate cu prevederile prezentului cod.

(2) Pentru obținerea autorizației de retransmisiune, solicitantul depune la Consiliul Audiovizualului o cerere însoțită de următoarele acte:

a) lista serviciilor media audiovizuale preconizate spre retransmisiune;

b) copiile de pe acordurile prelabile, existente la data solicitării, încheiate cu furnizorii serviciilor media audiovizuale preconizate spre retransmisiune sau cu reprezentanții legali ai acestora;

c) lista proprietarilor beneficiari ai solicitantului.

(3) În termen de 30 de zile de la data depunerii cererii, Consiliul Audiovizualului eliberează sau refuză eliberarea autorizației de retransmisiune printr-o decizie motivată, care se publică pe pagina web oficială a consiliului.

(4) Autorizația de retransmisiune se eliberează fără concurs, pe un termen de 10 ani și conține:

a) numărul și data emiterii;

b) denumirea persoanei juridice, codul fiscal, sediul și adresele pentru corespondență ale deținătorului autorizației de retransmisiune;

c) denumirea distribuitorului de servicii media;

d) lista serviciilor media audiovizuale retransmise;

- e) localitățile în care urmează a fi puse la dispoziția publicului ofertele de servicii media audiovizuale;
 - f) rețeaua de comunicații electronice utilizată;
 - g) angajamentul distribuitorului de servicii media de a respecta prevederile prezentului cod și actele aprobate de către Consiliul Audiovizualului;
 - h) angajamentul distribuitorului de servicii media de a prezenta Consiliului Audiovizualului informațiile solicitate cu privire la exercitarea atribuțiilor distribuitorului respectiv.
- (5) Distribuitorul de servicii media este în drept să solicite o nouă autorizație de retransmisiune, în mod anticipat, în ultimele 6 luni de valabilitate a autorizației de retransmisiune precedente.
- (6) Taxele percepute pentru eliberarea și, după caz, modificarea autorizației de retransmisiune se stabilesc prin lege.
- (7) Autorizația de retransmisiune este retrasă în cazul în care distribuitorul de servicii media a încălcat în mod repetat prevederile art. 11 alin. (2) și ale art. 17 după ce i-au fost aplicate gradual sancțiunile prevăzute la art. 84 alin. (9) și (10).

Comentariu

Autorizația de retransmisiune se acordă pentru fiecare distribuitor de servicii media, fără concurs, pe un termen de 10 ani, modul de eliberare, modificare și revocare a autorizației de retransmisiune fiind stabilit de către Consiliul Audiovizualului, în conformitate cu prevederile prezentului cod.

În conformitate cu alin. (2), pentru obținerea autorizației de retransmisiune, solicitantul depune la CA o cerere însoțită de actele prevăzute la lit. a)–c). CA are la dispoziție 30 de zile de la data depunerii cererii pentru a examina dosarul, verificând respectarea cerințelor codului referitoare la structura și conținutul listei serviciilor media audiovizuale preconizate spre retransmisiune, prezența și calitatea copiilor de pe acordurile prealabile încheiate cu furnizorii serviciilor media audiovizuale sau cu reprezentanții legali ai acestora, asigurându-se de respectarea angajamentelor asumate la nivel internațional de către RM în domeniul drepturilor de autor; la compatibilitatea listei proprietarilor beneficiari ai solicitantului cu cerințele art. 53 alin. (2). După examinarea dosarului, respectând termenul de 30 de zile de la data depunerii cererii, stabilit în alin. (3), Consiliul Audiovizualului eliberează sau refuză eliberarea autorizației de retransmisiune printr-o decizie motivată, care se publică pe pagina web oficială a consiliului.

În alin. (4) este specificat ce anume trebuie să conțină autorizația de retransmisiune, între care datele de identificare a deținătorului autorizației de retransmisiune, prevăzute la lit. b)–c); lista serviciilor media audiovizuale retransmise conform lit. d); care este baza pentru a stabili oferta de servicii media audiovizuale retransmise; localitățile în care urmează a fi puse la dispoziția publicului, ofertele de servicii media audiovizuale, precum și rețeaua de comunicații electronice utilizată potrivit alin. (e)–(f); de asemenea, în conținutul autorizației de retransmisiune în alin. (g)–(h) sunt incluse angajamentele distribuitorului de servicii media de a respecta prevederile prezentului cod și actele aprobate de către CA și de a prezenta Consiliului informațiile solicitate cu privire la exercitarea atribuțiilor distribuitorului respectiv.

Distribuitorul de servicii media poate solicita o nouă autorizație de retransmisiune în mod anticipat, așa cum prevede alin. (5), în ultimele 6 luni de valabilitate a autorizației de retransmisiune precedente, depunând o cerere la Consiliul Audiovizualului în conformitate cu cerințele art. 54 alin. (2).

Așa cum prevede alin. (7), autorizația de retransmisiune este retrasă în cazul în care distribuitorul de servicii media a încălcat în mod repetat prevederile art. 11 alin. (2) și ale art. 17 după ce i-au fost aplicate gradual sancțiunile prevăzute la art. 84 alin. (9) și (10). Se creează impresia că acestea sunt unicele cazuri în care poate fi retrasă autorizația de retransmisiune, deși pot exista și alte cazuri ce nu sunt indicate, ca, de exemplu, atunci când este depusă cererea titularului privind retragerea autorizației de retransmisiune sau alte cazuri prevăzute în legislația națională.

* * *

Articolul 55. Oferta de servicii media audiovizuale retransmise

- (1) Oferta de servicii media audiovizuale retransmise se aprobă de către Consiliul Audiovizualului în termen de 15 zile lucrătoare de la data înregistrării solicitării deținătorului autorizației de retransmisiune.
- (2) Distribuitorul de servicii media are obligația să includă în oferta de servicii media audiovizuale:
- a) serviciile de televiziune ale furnizorului public național de servicii media;
 - b) cel puțin 35%, cu majorarea graduală a cotei pînă la 50% în următorii 5 ani, din serviciile de televiziune libere la retransmisiune ale furnizorilor de servicii media aflați în jurisdicția Republicii Moldova, inclusiv serviciile de televiziune „must carry”;
 - c) serviciile de televiziune distribuite în temeiul acordurilor internaționale la care Republica Moldova este parte.

(3) Oferta de servicii media audiovizuale întrunește următoarele cerințe:

a) serviciile de televiziune în limba română și serviciile de televiziune cu subtitrare/dublare în limba română constituie cel puțin 35% din numărul total de servicii distribuite prin rețeaua respectivă, cu majorarea graduală a cotei până la 50% în următorii 3 ani;

b) serviciile de televiziune care provin din statele membre ale Uniunii Europene și din statele terțe participante la Convenția europeană privind televiziunea transfrontalieră constituie cel puțin 50% din numărul total de servicii de televiziune distribuite prin rețeaua respectivă.

(4) Distribuitorul de servicii media este în drept să modifice oferta de servicii aprobată, fără acordul Consiliului Audiovizualului, în proporție de până la 10% din numărul total de servicii de televiziune distribuite prin rețeaua respectivă, respectând condițiile prevăzute la alin. (2) și (3).

(5) La cererea furnizorilor de servicii media, distribuitorii de servicii media au obligația, la nivel regional și local, să includă în oferta acestora de servicii media audiovizuale retransmise cel puțin unul dintre serviciile de televiziune regionale și locale libere la retransmisiune, în localitățile sau, după caz, teritoriul în care serviciile respective există.

(6) În localitățile în care o minoritate etnică reprezintă cel puțin 25% din populație, distribuitorii de servicii media asigură cel puțin un serviciu media audiovizual liber la retransmisiune în limba minorității respective.

(7) Distribuitorul de servicii media asigură în structura ofertei de servicii media audiovizuale un echilibru relativ între numărul de servicii media audiovizuale informative, educative și de divertisment.

(8) Distribuitorul de servicii media notifică Consiliul Audiovizualului despre punerea la dispoziția publicului a ofertei de servicii media audiovizuale cu cel puțin 72 de ore înainte.

(9) Serviciile de televiziune libere la retransmisiune, inclusiv serviciile de televiziune „must carry”, sînt puse la dispoziția distribuitorului de servicii media gratuit de către furnizorii de servicii media aflați în jurisdicția Republicii Moldova și sînt retransmise gratuit de către distribuitorii de servicii media.

(10) Distribuitorul de servicii media este obligat să poziționeze cu prioritate serviciul de televiziune generalist al furnizorului public național de servicii media în lista de preselecție automată a serviciilor de televiziune retransmise prin rețeaua distribuitorului respectiv. Este interzisă orice imixtiune în modalitatea de poziționare a serviciilor de televiziune în oferta de servicii media audiovizuale retransmise.

(11) În cazul în care furnizorii de servicii media prevăzuți la alin. (2) lit. b) își schimbă locația inițială de livrare-preluare a semnalului serviciilor de televiziune furnizate, distribuitorul de servicii media este în drept să pretindă de la furnizorii respectivi compensarea cheltuielilor rezonabile necesare pentru asigurarea preluării semnalului.

Comentariu

Oferta de servicii media audiovizuale retransmise constituie baza pentru eliberarea autorizației de retransmisiune în rezultatul examinării ei de către Consiliul Audiovizualului în termen de 15 zile lucrătoare de la data înregistrării solicitării. Pentru a obține aprobarea ofertei de servicii media audiovizuale retransmise distribuitorul de servicii media are obligația, în conformitate cu alin. (2), să includă în oferta de servicii media audiovizuale: serviciile de televiziune ale furnizorului public național de servicii media, de asemenea, cel puțin 35%, cu majorarea graduală a cotei până la 50% în următorii 5 ani, din serviciile de televiziune libere la retransmisiune ale furnizorilor de servicii media aflați în jurisdicția RM, inclusiv serviciile de televiziune „must carry”. În rândul serviciilor obligatorii pentru includere în ofertă sunt și serviciile de televiziune distribuite în temeiul acordurilor internaționale la care RM este parte. În alin. (3) sunt prezentate cerințele ce urmează să le întrunească în mod obligatoriu oferta de servicii media audiovizuale pentru ca Consiliul Audiovizualului în procesul examinării să aprobe eliberarea autorizației de retransmisiune. Astfel, la lit. a), în scopul protejării spațiului audiovizual național, se solicită ca serviciile de televiziune în limba română și serviciile de televiziune cu subtitrare/dublare în limba română să constituie cel puțin 35% din numărul total de servicii distribuite prin rețeaua respectivă, cu majorarea graduală a cotei până la 50% în următorii 3 ani; o altă cerință, specificată la lit. b), este în corespundere cu angajamentele internaționale asumate de RM și precizează că serviciile de televiziune care provin din statele membre ale UE și din statele terțe participante la Convenția europeană privind televiziunea transfrontalieră constituie cel puțin 50% din numărul total de servicii de televiziune distribuite prin rețeaua respectivă.

Prevederile din alin. (4) oferă distribuitorului de servicii media dreptul să modifice oferta de servicii aprobată, fără acordul CA, în proporție de până la 10% din numărul total de servicii de televiziune distribuite prin rețeaua respectivă, dar neapărat respectând condițiile prevăzute în alin. (2) și (3), adică menținând neschimbat în structura ofertei procentajul stabilit pentru serviciile de televiziune în limba română, pentru serviciile de televiziune cu subtitrare/dublare în limba română și pentru serviciile de televiziune care provin din statele membre ale Uniunii Europene și din statele terțe participante la Convenția europeană privind televiziunea transfrontalieră.

Distribuitorii de servicii media, dincolo de scopul general de a asigura accesul populației la o largă diversitate de servicii media audiovizuale, au obligația de a asigura accesul utilizatorilor conform stipulărilor din alin. (5), la cererea furnizorilor de servicii media regionali și locali, să includă în oferta lor de servicii media audiovizuale retransmise cel puțin unul dintre serviciile de televiziune regionale și locale libere la retransmisiune, în localitățile sau, după caz, pe teritoriul în care serviciile respective există. De asemenea, în localitățile în care o minoritate etnică reprezintă cel puțin 25% din populație distribuitorii de servicii media asigură cel puțin un serviciu media audiovizual liber la retransmisiune în limba minorității respective.

În conformitate cu stipulările din alin. (7), distribuitorul de servicii media asigură în structura ofertei de servicii media audiovizuale un echilibru relativ între numărul de servicii media audiovizuale informative, educative și de divertisment. Este un principiu de structurare a ofertei foarte important, care asigură dreptul persoanei de a accede la serviciile media audiovizuale liniare ce reflectă diversitatea ideologică, politică, socială, lingvistică, religioasă și culturală a societății.

Norma stabilită în alin. (9) indică asupra faptului că serviciile de televiziune libere la retransmisiune, inclusiv serviciile de televiziune „must carry”, sunt puse la dispoziția distribuitorului de servicii media gratuit de către furnizorii de servicii media aflați în jurisdicția Republicii Moldova și sunt retransmise gratuit, astfel fiind asigurată diversificarea ofertei audiovizuale de către distribuitorii de servicii media și posibilitatea ca aceste servicii să ajungă la un număr cât mai mare de utilizatori.

Distribuitorul de servicii media este obligat să poziționeze, cu întâietate, în lista de preselectare automată a canalelor, serviciul de televiziune generalist al furnizorului public național de servicii media conform alin. (10). Legea interzice orice imixtiune în modalitatea de poziționare a serviciilor de televiziune în oferta de servicii media audiovizuale retransmise.

În baza prevederilor din alin. (11), distribuitorul de servicii media poate pretinde compensarea unor cheltuieli rezonabile necesare pentru asigurarea preluării semnalului de la furnizorii de servicii media, după cum este prevăzut în alin. (2) dacă aceștia își schimbă locația inițială de livrare-preluare a semnalului serviciilor de televiziune furnizate.

Contrar funcției de furnizare a serviciilor media audiovizuale, funcția de *distribuire* a serviciilor media audiovizuale nu este reglementată la nivelul UE. Prin urmare, nu există nicio obligație în ceea ce privește apropierea legislației naționale, iar legiuitorul din Republica Moldova poate impune distribuitorilor orice obligație.

Articolul 55 alin. (1) impune ca, înainte de lansarea ofertei sale de pachet de canale, Consiliul Audiovizualului să aprobe această ofertă. Aceasta este o dispoziție binevenită, deoarece permite Consiliului Audiovizualului să se asigure că această ofertă respectă articolul 55 alin. (2) înainte de lansarea acesteia, în loc să fie necesar să inițieze eventuale proceduri de încălcare a dreptului comunitar în cazul în care oferta care a fost lansată nu respectă Articolul 55 alin. (2) și (3).

Articolul 55 alin. (2) impune distribuirea următoarelor canale TV:

- Canalele TV ale mass-media de servicii publice: aceasta este o practică obișnuită, dacă nu generalizată, în toată Europa;
- un procent în creștere treptată de canale TV moldovenești, inclusiv canale TV care beneficiază de must carry: dacă, prin definiție, includerea canalelor must carry este generalizată în toată Europa, includerea unui procent de canale interne nu este și respectarea acestui lucru poate fi problematică, în special în țările mici și chiar mai mult în țările mici care împărtășesc o limbă cu țări mai mari;
- Canalele TV distribuite în baza acordurilor internaționale la care Moldova este parte: aceasta este o practică obișnuită în toată Europa (de exemplu TV5 Monde în Franța și în Belgia francofonă).

Articolul 55 alin. (3) impune distribuirea următorului procent de canale TV:

- un procent din ce în ce mai mare de canale TV de limbă română sau dublate/subtitrate în limba română: nu este o practică neobișnuită includerea în regulile must carry a problemelor asociate limbii, dar aceasta poate fi justificată în scopuri culturale; înțelegerea noastră în ceea ce privește această prevedere este că, formularea „Servicii de televiziune română” de la punctul a), înseamnă „Servicii de televiziune în limba română”;
- un procent de canale TV din statele membre ale Uniunii Europene și din statele terțe, care participă la Convenția Europeană privind Televiziunea Transfrontalieră: nu este o practică obișnuită să se includă în regulile must carry probleme aferente națiunii, dar aceasta poate fi justificată, de asemenea, și în scopuri culturale, mai ales că Moldova este 1) semnatară a unui Acord de Asociere cu UE și 2) este parte a Convenției Europene privind Televiziunea Transfrontalieră.

Modificări propuse

Se propune:

- să se evalueze disponibilitatea canalului TV moldovenesc pentru a îndeplini în următorii ani procentul de 50%; având în vedere capacitatea crescută a distribuitorilor de a distribui canale TV, acest lucru poate împiedica diversitatea ofertei acestora pentru consumatorii din Republica Moldova;

pentru a evalua eventualele dificultăți în atingerea procentului de canale TV de limbă română sau dublate/subtitrate în limba română, deoarece acest lucru poate, de asemenea, să împiedice diversitatea ofertei distribuitorilor.

* * *

Articolul 56. Raportul anual al distribuitorului de servicii media

Pînă la data de 1 februarie a anului următor celui de gestiune, distribuitorul de servicii media prezintă Consiliului Audiovizualului un raport anual care să conțină:

- a) localitățile sau, după caz, teritoriul în care sînt distribuite ofertele de servicii media audiovizuale retransmise;
- b) lista serviciilor media audiovizuale incluse în ofertele de servicii media audiovizuale retransmise;
- c) datele de identificare ale proprietarilor beneficiari ai persoanei juridice, care este deținătoare a autorizației de retransmișiune, și valoarea cotei de participațiune a acestora;
- d) declarații pe proprie răspundere ale persoanelor indicate la lit. c), care dețin o cotă mai mare de 20% din capitalul social ori din drepturile de vot ale deținătorului autorizației de retransmișiune, prin care declară dacă sînt fondatori sau investitori, direcți ori indirecti, la alți distribuitori de servicii media sau furnizori de servicii media, cu precizarea procentului deținut din capitalul social al acestora;
- e) alte informații solicitate, conform modelului de raport aprobat de către Consiliul Audiovizualului.

Comentariu

Articolul dat prevede obligația distribuitorului de servicii media de a prezenta Consiliului Audiovizualului un raport anual pînă la data de 1 februarie a anului următor celui de gestiune. Acest raport anual de activitate, făcut public, va fi alcătuit, precum este prevăzut la lit. e), conform modelului aprobat de către Consiliul Audiovizualului, însă va conține neapărat informația solicitată la lit. a)–d). Astfel, titularul autorizației de retransmișiune va informa despre respectarea obligațiilor expuse în conținutul ofertei de servicii media audiovizuale aprobată de CA și în acordurile privind dreptul la retransmișiunea serviciilor de televiziune și radiodifuziune sonoră; va include în raport lista localităților în care sunt distribuite ofertele de servicii media audiovizuale retransmise; datele de identificare ale proprietarilor beneficiari și structura proprietății lor; declarațiile pe proprie răspundere ale proprietarilor beneficiari, care dețin o cotă mai mare de 20% din capitalul social ori din drepturile de vot ale deținătorului autorizației de retransmișiune, prin care declară dacă sunt fondatori sau investitori, direcți ori indirecti, la alți distribuitori de servicii media sau furnizori de servicii media, cu precizarea procentului deținut din capitalul social al acestora, inclusiv alte informații relevante solicitate în conformitate cu modelul de raport aprobat de către Consiliul Audiovizualului.

* * *

Capitolul VIII. SERVICIILE MEDIA AUDIOVIZUALE NELINIARE

Articolul 57. Organizarea serviciilor media audiovizuale neliniare

(1) Serviciul media audiovizual neliniar trebuie să întrunească cumulativ următoarele cerințe:

a) furnizează programe audiovizuale comparabile cu cele oferite în mod obișnuit de serviciile de televiziune;

b) programele audiovizuale sînt destinate publicului larg;

c) programele audiovizuale sînt cuprinse într-un catalog de programe;

d) accesul la programele audiovizuale se efectuează la cerere;

e) răspunderea editorială pentru conținutul programelor audiovizuale revine unei persoane fizice sau juridice aflate sub jurisdicția Republicii Moldova.

(2) Serviciile media audiovizuale neliniare sînt constituite din următoarele tipuri de servicii:

a) *video la cerere* – serviciu media audiovizual neliniar (gratuit și/sau cu plată) care oferă utilizatorului acces, la cerere individuală și în momentul ales de acesta, către vizionarea filmelor, videoclipurilor, spectacolelor (live sau înregistrate), precum și altor tipuri de materiale video reunite în cadrul unui catalog de programe;

b) *video în reluare* – serviciu media audiovizual neliniar, care oferă utilizatorului, pentru o perioadă limitată, accesul către revizionarea, la cererea individuală și în momentul ales de acesta, a programelor audiovizuale difuzate în prealabil în cadrul unui serviciu de televiziune.

Comentariu

Serviciul media audiovizual neliniar sau, cum se mai zice, „la cerere”, este un serviciu mai nou, organizarea și activitatea căruia este reglementată la noi pentru prima dată de prezentul cod, și se caracterizează prin faptul că este de tipul celui liniar, doar că poate fi accesat la cererea individuală a utilizatorului și la momentul ales de acesta, în baza unui catalog de programe stabilit de furnizorul de servicii media, adică se află în concurență cu programele de televiziune pentru captarea aceleiași audiențe, iar natura și mijloacele de acces la serviciul respectiv l-ar îndreptăți pe utilizator să se aștepte în mod rezonabil la o protecție normativă în cadrul domeniului de aplicare al prezentului cod. Având în vedere acest aspect, în alin. (1) sunt specificate cerințele ce urmează să le întrunească cumulativ serviciul media audiovizual neliniar: programele audiovizuale furnizate să fie comparabile cu cele oferite în mod obișnuit de serviciile de televiziune, să fie destinate publicului larg, să fie incluse într-un catalog de programe; accesul la programele audiovizuale să se efectueze la cerere. Conform prevederilor stipulate la lit. e) răspunderea editorială pentru conținutul programelor audiovizuale revine unei persoane fizice sau juridice aflate sub jurisdicția Republicii Moldova.

În conformitate cu alin. (2), serviciile media audiovizuale neliniare sunt constituite din două tipuri de servicii: a) *video la cerere* și b) *video în reluare*. *Video la cerere* – serviciu (gratuit sau contra plată) care oferă acces utilizatorului, la cererea și la momentul ales de acesta, la vizionarea de materiale video incluse într-un catalog. *Video în reluare* – serviciu care oferă acces utilizatorului, pentru un timp limitat, la cererea și la momentul ales de acesta, la revizionarea programelor audiovizuale difuzate prealabil la un serviciu TV. În general, pentru transmisiunile sau programele de televiziune care sunt oferite și sub formă de servicii media audiovizuale neliniare de către același furnizor de servicii media, cerințele codului ar trebui să se considere respectate prin îndeplinirea cerințelor aplicabile serviciului media audiovizual liniar. Cu toate acestea, în cazul în care sunt oferite în paralel diverse tipuri de servicii, și care sunt în mod clar servicii separate, prevederile codului se aplică fiecăruia dintre serviciile în cauză.

* * *

Articolul 58. Cerințe de notificare a furnizării serviciilor media audiovizuale neliniare

(1) Persoana care intenționează să furnizeze servicii media audiovizuale neliniare are obligația să notifice Consiliul Audiovizualului despre această intenție cu cel puțin 7 zile lucrătoare înainte de demararea activității.

(2) În scopul notificării, solicitantul depune o declarație, al cărei model poate fi accesat de pe pagina web oficială a Consiliului Audiovizualului, care cuprinde cel puțin următoarele date:

a) denumirea/numele solicitantului;

b) numele reprezentantului legal al solicitantului;

c) adresa de corespondență și adresa juridică, în cazul persoanei juridice;

d) denumirea serviciului media audiovizual neliniar;

e) tipul serviciului media audiovizual neliniar;

f) rețeaua de comunicații electronice utilizată;

g) localitățile sau, după caz, teritoriul de furnizare a serviciului media audiovizual neliniar;

h) condițiile de acces către serviciul media audiovizual neliniar;

i) sursele de finanțare;

j) data estimativă a demarării activității.

(3) La declarația în vederea notificării, care este depusă la Consiliul Audiovizualului, solicitantul anexează următoarele acte:

- a) copia actului care certifică înregistrarea persoanei juridice;
- b) copia actului de identitate al solicitantului persoană fizică.

(4) Declarația în vederea notificării și actele anexate fie sînt depuse la Consiliul Audiovizualului, fie sînt transmise prin scrisoare recomandată ori sub formă de document electronic autentificat cu semnătură electronică.

(5) Pentru furnizarea și distribuirea serviciilor media audiovizuale neliniare, prevăzute la art. 57 alin. (2) lit. b), nu este necesară notificarea Consiliului Audiovizualului.

(6) Pentru distribuirea serviciilor media audiovizuale neliniare, prevăzute la art. 57 alin. (2) lit. a), nu este necesară notificarea Consiliului Audiovizualului, cu condiția că furnizorii respectivi dețin aviz de furnizare a serviciilor media audiovizuale neliniare.

(7) Furnizarea serviciilor media audiovizuale neliniare prin rețele de comunicații electronice care utilizează frecvențe în sistem digital terestru este posibilă numai în baza unei licențe de emisie acordate de către Consiliul Audiovizualului, în condițiile legii.

Comentariu

Norma prevăzută în alin. (1) stabilește că serviciile media audiovizuale neliniare nu pot fi furnizate decât în temeiul notificării. Orice persoană care intenționează să furnizeze un serviciu media audiovizual neliniar trebuie să depună o declarație/notificare la Consiliul Audiovizualului cu 7 zile înainte de începutul activității. Notificarea se depune la CA de către furnizor sau se transmite prin scrisoare recomandată ori în formă electronică cu aplicarea semnăturii electronice. Modelul notificării/declarației, precum este indicat în alin. (2), poate fi accesat de pe pagina web oficială a CA și va cuprinde o serie de cerințe obligatorii pentru completare, între care datele de identificare indicate la lit. a)–d): denumirea/numele solicitantului și al reprezentantului legal al solicitantului; adresa de corespondență și adresa juridică, în cazul persoanei juridice; denumirea serviciului media audiovizual neliniar. De asemenea, în cuprinsul declarației, conform lit. e)–h), vor fi prezentate și o serie de date de ordin tehnic precum: tipul serviciului media audiovizual neliniar – video la cerere sau video în reluare; rețeaua de comunicații electronice utilizată, informație importantă, deoarece furnizarea serviciilor media audiovizuale neliniare în multiplex necesită licență de emisie, conform prevederilor alin. (7), eliberată de CA în condițiile legii; localitățile sau, după caz, teritoriul de furnizare a serviciului media audiovizual neliniar; condițiile de acces (gratuit sau cu plată) la serviciul media audiovizual neliniar. La declarație, conform prevederilor din alin. (3), solicitantul va anexa copia actului care certifică înregistrarea persoanei juridice și copia actului de identitate al solicitantului în cazul dacă este persoană fizică.

Așa cum e specificat în alin. (5), pentru furnizarea și distribuirea serviciilor media audiovizuale neliniare, prevăzute de art. 57 alin. (2) lit. b), pentru video în reluare nu este necesară notificarea CA, cu o condiție stabilită la alin. (6), potrivit căreia furnizorii respectivi trebuie să dețină aviz de furnizare a serviciilor media audiovizuale neliniare. Explicația constă în faptul că video în reluare este un serviciu media audiovizual neliniar care oferă utilizatorului, pentru o perioadă limitată, accesul către revizionarea, la cererea individuală și în momentul ales de acesta, a programelor audiovizuale difuzate în prealabil în cadrul unui serviciu liniar de televiziune licențiat sau a unui serviciu de televiziune neliniar notificat de Consiliul Audiovizualului.

Norma prevăzută în alin. (7) stabilește că furnizarea serviciilor media audiovizuale neliniare prin rețele de comunicații electronice care utilizează frecvențe în sistem digital terestru este posibilă numai în baza unei licențe de emisie acordate de către Consiliul Audiovizualului, în condițiile legii. În acest caz, condiționarea furnizării serviciilor media audiovizuale neliniare de existența licențelor de emisie este justificată de faptul că acestea utilizează o resursă limitată în rețelele de comunicații electronice în sistemul digital terestru.

La nivel european, odată cu evoluția peisajului media audiovizual și dezvoltarea, alături de serviciile liniare, a unei cantități vaste de servicii neliniare furnizate de internet, reiese dintr-un studiu de cartografiere efectuat de Observatorul European al Audiovizualului, că un astfel de regim de licențiere este, în prezent, limitat la serviciile liniare (și, în special, la serviciile liniare care utilizează frecvențe terestre), în timp ce un regim de înregistrare/notificare se aplică, de obicei, serviciilor neliniare, astfel cum se arată în tabelul următor.⁵⁰

50 *Cartografierea sistemelor de licențiere pentru serviciile media audiovizuale în UE-28*, Observatorul European al Audiovizualului, Strasbourg, 2018. <http://rm.coe.int/licensing-mapping-final-report/16808d3c6f>

	Servicii liniare (TV)	Servicii neliniare (VOD)
AT	Notificare	Notificare
BE FR	Notificare	Notificare
BE NL	Notificare	Notificare
BG	Notificare	Notificare
CY	Licențiere	Licențiere
CZ	Licențiere	Notificare
DE	Licențiere	Sistem deschis
DK	Notificare	Sistem deschis
EE	Licențiere	Notificare
ES	Notificare	Notificare
FI	Notificare	Notificare
FR	Licențiere	Notificare
GB	Licențiere	Notificare
GR	Licențiere sau sistem deschis	Sistem deschis
HR	Licențiere	Licențiere
HU	Notificare	Notificare
IE	Licențiere	Sistem deschis
IT	Licențiere sau sistem deschis	Notificare
LT	Notificare	Notificare
LU	Notificare	Notificare
LV	Licențiere	Notificare
MT	Licențiere	Notificare
NL	Licențiere	Notificare
PL	Notificare	Sistem deschis
PT	Notificare	Notificare
RO	Licențiere	Notificare
SE	Notificare	Notificare
SI	Licențiere	Notificare
SK	Licențiere	Notificare

Sursă: Cartografierea sistemelor de licențiere pentru serviciile media audiovizuale în UE-28, Observatorul European al Audiovizualului, Strasbourg, 2018

Conform acestui studiu:

- licențierea este orice sistem prin care autoritatea competentă (adică fie Guvernul, fie autoritatea de reglementare) are posibilitatea de a decide să acorde sau să refuze acordarea unei licențe persoanei fizice sau juridice, care o solicită și în cazul în care un astfel de acces pe piață se acordă pe termen limitat. Au fost identificate patru categorii:
 - concurs de frumusețe, unde o licență se acordă unui solicitant după o competiție cu alți solicitanți în cadrul unei licitații publice și în care alegerea între solicitanți se face pe baza angajamentelor pe care aceștia și le iau (de obicei în ceea ce privește programarea și contribuția acestora la pluralismul și diversitatea ofertei) ca răspuns la licitația publică. Acest lucru implică, de obicei, privilegiul de a utiliza o resursă limitată, cum ar fi frecvențele TDT;
 - licitație, în cazul în care o licență este acordată unui solicitant după o competiție cu alți solicitanți în cadrul unei licitații publice și în care alegerea între cereri se face pe baza sumei de bani pe care aceștia se angajează să o plătească pentru obținerea unei licențe. Acest lucru implică, de obicei, privilegiul de a utiliza o resursă rară, cum ar fi frecvențele TDT;

- licență individuală, unde un solicitant nu se află într-o competiție cu alți solicitanți, ci este judecat pe fondul propriei cereri (de obicei, în ceea ce privește programarea și contribuția sa la pluralism și diversitatea ofertei), fără a fi comparat cu alți potențiali solicitanți deoarece aceasta nu implică privilegiul de a utiliza o resursă rară;
- licență formală, în cazul în care unui solicitant i se acordă o licență în mod automat la îndeplinirea condițiilor formale de bază (cum ar fi furnizarea informațiilor juridice solicitate referitoare la solicitant, faptul de a fi stabilit în țară, faptul de a avea statutul juridic adecvat etc.). Acesta este aproape un sistem de notificare, cu excepția faptului că refuzul de a acorda o licență rămâne posibil (chiar dacă, de obicei, la modul teoretic) și că licența rămâne acordată pentru un termen limitat (contrar notificării, care este nelimitată);
- înregistrarea/notificarea este orice sistem prin care autoritatea competentă nu are posibilitatea de a refuza accesul pe piața persoanei fizice sau juridice care solicită înregistrarea, atâta timp cât sunt îndeplinite criteriile formale de bază. Prin urmare, aceasta ar include situații în care înregistrarea poate fi eventual refuzată, dar exclusiv pe criterii formale foarte specifice (cum ar fi furnizarea informațiilor juridice solicitate referitoare la persoană, faptul de a fi stabilit în țară, faptul de a avea statutul juridic adecvat etc.). Principala diferență față de licențele formale constă în faptul că o astfel de înregistrare/notificare nu are un termen limitat, deoarece nu este livrată nicio licență; înregistrarea/notificarea este pur și simplu confirmată de către autoritatea competentă.

Alegerea făcută de legiuitorul din Republica Moldova în temeiul articolului 58 alin. (1) de a supune serviciul neliniar unui regim de notificare este, prin urmare, în conformitate cu practicile europene și trebuie susținută.

Articolul 58 alin. (2) enumeră cantitatea de informații care trebuie transmisă Consiliului Audiovizualului pentru ca acesta să confirme primirea notificării. Conform celor mai bune practici europene, aceste informații sunt limitate la minim și nu reprezintă o povară disproporționată asupra furnizorilor de servicii audiovizuale neliniare. Acestea sunt menite să se asigure că Consiliul Audiovizualului poate stabili o legătură cu persoana juridică sau fizică corespunzătoare, în caz de nevoie, (articolul 58 alin. (3)), precum și să se asigure că această persoană juridică sau fizică intră într-adevăr în jurisdicția Republicii Moldova (articolul 58 alin. (4)).

Articolul 58 alin. (7) impune furnizorului de servicii media audiovizuale neliniare să obțină numai o licență.

Modificări propuse

Articolul 58 alin. (6) este neclar nu numai în ceea ce privește semnificația, ci și în ceea ce privește scopul. Se propune să se clarifice ce înseamnă și care este scopul acestuia.

* * *

Articolul 59. Avizul de furnizare a serviciului media audiovizual neliniar

(1) În termen de 10 zile lucrătoare de la data recepționării declarației depuse în vederea notificării, Consiliul Audiovizualului eliberează gratuit solicitantului avizul de furnizare a serviciului media audiovizual neliniar. Acest termen poate fi prelungit cu cel mult 10 zile lucrătoare în cazul în care notificarea este incompletă.

(2) Avizul de furnizare a serviciului media audiovizual neliniar conține, după caz:

- a) numărul și data eliberării documentului;
- b) datele de identificare ale deținătorului licenței de emisie;
- c) denumirea și tipul serviciului media audiovizual neliniar;
- d) datele de identificare ale rețelelor de comunicații electronice utilizate;
- e) adresa paginii web și/sau a poștei electronice;
- f) localitățile sau, după caz, teritoriul de furnizare a serviciului media audiovizual neliniar.

(3) Omiterea confirmării recepționării unei notificări complete de către Consiliul Audiovizualului nu poate constitui un impediment în demararea activității de furnizare a serviciului media audiovizual neliniar.

(4) Furnizorii de servicii media audiovizuale neliniare au obligația să înștiințeze Consiliul Audiovizualului despre orice modificare a datelor din documentele prevăzute la art. 58 alin. (2) și (3), depuse la momentul notificării, precum și a datelor prevăzute la alin. (2) lit. b)–f) din același articol, cuprinse în declarația în vederea notificării, în termen de 30 de zile de la data apariției modificărilor respective.

(5) Drepturile prevăzute de avizul de furnizare a serviciilor media audiovizuale neliniare nu pot fi transmise către terți.

Comentariu

Avizul de furnizare a serviciului media audiovizual neliniar, în conformitate cu prevederile alin. (1), se eliberează solicitantului de către Consiliul Audiovizualului gratuit, în termen de 10 zile lucrătoare de la data recepționării declarației depuse în vederea notificării. În cazul în care dosarul notificării este incomplet, nu sunt toate datele solicitate sau actele justificative, termenul stabilit poate fi prelungit cu cel mult 10 zile lucrătoare. Din momentul în care Consiliul Audiovizualului eliberează solicitantului avizul de furnizare acestuia i se conferă calitatea de furnizor de servicii media audiovizuale neliniare. Solicitantul poate începe furnizarea serviciului/serviciilor media audiovizual/audiovizuale neliniare odată cu obținerea avizului de la CA, deoarece avizul atestă că solicitantul a realizat notificarea prevăzută în art. 58 alin. (2) și că beneficiază de dreptul de a furniza serviciile media audiovizuale neliniare precizate în aviz.

În conformitate cu prevederile alin. (2), avizul de furnizare a serviciului media audiovizual neliniar, eliberat de Consiliul Audiovizualului, conține o parte din datele indicate în declarația solicitantului și este completat cu date noi precum: numărul și data eliberării avizului; datele de identificare ale deținătorului licenței de emisie în baza căreia a fost eliberat avizul; denumirea și tipul serviciului media audiovizual neliniar; datele de identificare ale rețelelor de comunicații electronice utilizate pentru distribuirea serviciului media audiovizual neliniar; localitățile sau, după caz, teritoriul de furnizare a serviciului media audiovizual neliniar și adresa paginii web și/sau a poștei electronice a furnizorului serviciului media audiovizual neliniar. Avizul atestă că solicitantul a realizat complet notificarea prevăzută de art. 58 alin. (2) și (3) și că beneficiază de dreptul de a furniza serviciile media audiovizuale neliniare precizate în aviz. Drepturile prevăzute de avizul de furnizare a serviciilor media audiovizuale neliniare în conformitate cu prevederile alin. (5) nu pot fi transmise către terți.

Solicitantul poate începe furnizarea serviciului media audiovizual neliniar odată cu obținerea avizului de la Consiliul Audiovizualului, dar în cazul în care, sub paravanul unor tertipuri birocratice, se tergiversează eliberarea avizului, atunci în alin. (3) se stipulează clar că omiterea confirmării recepționării unei notificări complete de către CA nu poate constitui un impediment în demararea activității de furnizare a serviciului media audiovizual neliniar.

Furnizorii de servicii media audiovizuale, conform alin. (4) au obligația să aducă la cunoștința CA orice modificare a datelor și a documentelor prezentate pentru obținerea avizului. Obligația de a comunica Consiliului modificările intervenite în documentele prevăzute la art. 58 alin. (2) și (3), depuse la momentul notificării, precum și a datelor prevăzute în alin. (2) lit. b)–f) din același articol, cuprinse în declarația în vederea notificării, trebuie realizată în termen de 30 de zile de la data apariției modificărilor.

* * *

Articolul 60. Activitatea furnizorilor de servicii media audiovizuale neliniare

(1) Furnizorii de servicii media audiovizuale neliniare prezintă Consiliului Audiovizualului anual, pînă la data de 1 februarie, un raport privind operele audiovizuale europene difuzate în cursul anului precedent. Raportul, al cărui model poate fi accesat pe pagina web oficială a Consiliului Audiovizualului, cuprinde cel puțin următoarele date:

- a) denumirea serviciului media audiovizual neliniar;
- b) tipul serviciului media audiovizual neliniar;
- c) condițiile de acces la serviciul media audiovizual neliniar;
- d) cota operelor audiovizuale europene difuzate.

(2) Furnizorii de servicii media audiovizuale neliniare au obligația să publice, pe pagina web a serviciului media audiovizual neliniar, într-un loc vizibil, următoarele categorii de informații actualizate:

- a) denumirea, statutul juridic și adresa juridică;
- b) numele reprezentantului legal și structura acționariatului pînă la nivel de persoană fizică și juridică, asociat sau acționar care deține o cotă mai mare de 20% din capitalul social ori drepturile de vot în cadrul societății comerciale;
- c) numele persoanelor responsabile de conducerea societății comerciale și al celor care își asumă, în principal, responsabilitatea editorială;
- d) coordonatele furnizorului de servicii media audiovizuale neliniare, inclusiv adresa poștei electronice, la care acesta poate fi contactat rapid și direct.

(3) Furnizorii de servicii media audiovizuale neliniare au obligația să asigure pe pagina web a serviciului media audiovizual neliniar un formular pentru sesizări și reclamații.

(4) În scopul realizării unei evidențe oficiale, Consiliul Audiovizualului creează și ține Registrul furnizorilor de servicii media audiovizuale neliniare, care se publică pe pagina web oficială a acestuia.

(5) În cazul sistării activității de furnizare a serviciului media audiovizual neliniar, furnizorul respectiv depune o notificare la Consiliul Audiovizualului în termen de 10 zile lucrătoare de la data sistării activității respective.

Comentariu

Furnizorii de servicii media audiovizuale, întru respectarea prevederilor alin. (1), au obligația să prezinte Consiliului Audiovizualului anual, până la data de 1 februarie, un raport privind operele audiovizuale europene difuzate în cursul anului precedent. Vom remarca, în contextul acestei prevederi, consonanța dintre cerințele Codului și cele ale Directivei serviciilor mass-media audiovizuale care menționează că serviciile mass-media audiovizuale, la cerere, pot fi considerate a avea potențialul de a înlocui parțial transmisiile de televiziune și, în consecință, acestea ar trebui să promoveze, dacă este posibil, producția și distribuția de opere europene, contribuind astfel în mod activ la promovarea diversității culturale. Un atare sprijin pentru producțiile europene ar putea fi, conform Directivei, acordarea pentru operele europene a unui anumit procent în cadrul cataloagelor video la cerere sau a prezentării sub o formă atractivă a operelor europene în cadrul ghidurilor electronice ale programelor. Modelul raportului privind operele audiovizuale europene difuzate în cursul anului precedent, elaborat de Consiliul Audiovizualului, va putea fi accesat pe pagina web a CA și va conține cel puțin următoarele solicitări de date indicate la lit. a)–d) precum: denumirea și tipul serviciului media audiovizual neliniar; condițiile de acces la serviciul media audiovizual neliniar (gratuit sau cu plată); cota operelor audiovizuale europene difuzate.

Pentru a asigura transparența și a facilita comunicarea cu utilizatorii, conform prevederilor alin. (2) furnizorii de servicii media audiovizuale neliniare au obligația să publice pe pagina lor web, într-un spațiu vizibil, următoarele categorii de informații actualizate: denumirea, statutul juridic și adresa juridică; numele reprezentantului legal și structura acționariatului în detaliile indicate la lit. b); numele persoanelor responsabile de conducerea societății comerciale și în mod special al celor care își asumă responsabilitatea editorială; datele de contact ale furnizorului de servicii media audiovizuale neliniare, inclusiv adresa poștei electronice, la care acesta poate fi contactat rapid și direct. Cu scopul înlesnirii comunicării cu utilizatorii, prevederea din alin. (3) stabilește obligația furnizorilor de servicii media audiovizuale neliniare să asigure pe pagina web a serviciului lor un formular pentru sesizări și reclamații. Luând în calcul calitățile specifice ale serviciilor media audiovizuale, în special impactul acestor servicii asupra modului în care se formează opinia publică, este esențial pentru utilizatori să cunoască exact persoana responsabilă pentru conținutul acestor servicii și să beneficieze de acces simplu și direct în orice moment la informațiile privind proprietarii, dar și administrația furnizorului de servicii media neliniare, în conformitate cu prevederile Directivei europene privind serviciile mass-media audiovizuale.

Conform prevederilor din alin. (4), Consiliul Audiovizualului va crea și ține Registrul furnizorilor de servicii media audiovizuale neliniare pe pagina web oficială a acestuia.

Furnizorii de servicii media audiovizuale neliniare, în cazul sistării activității lor, au obligația, conform alin. (5), să depună o notificare la CA în termen de 10 zile lucrătoare de la data sistării activității respective.

* * *

Articolul 61. Obligațiile furnizorilor de servicii media audiovizuale neliniare

(1) Furnizorii de servicii media audiovizuale neliniare au obligația să respecte:

- a) cerințele privind protecția minorilor, stabilite de prezentul cod;
- b) obligațiile de promovare a operelor audiovizuale europene, stabilite de prezentul cod;
- c) cerințele privind comunicările comerciale audiovizuale, stabilite de prezentul cod.

(2) Furnizorul de servicii media audiovizuale neliniare trebuie să păstreze o copie a fiecărui program audiovizual inclus în serviciul media audiovizual neliniar cel puțin 60 de zile de la data la care programul audiovizual încetează să mai fie disponibil pentru vizualizare.

(3) În cazul în care un program audiovizual inclus în serviciul media audiovizual neliniar face obiectul unei solicitări privind acordarea dreptului la replică și/sau la rectificare, furnizorul de servicii media trebuie să păstreze o copie a programului respectiv cel puțin 90 de zile de la data la care programul audiovizual încetează să mai fie disponibil pentru vizualizare.

(4) La solicitarea Consiliului Audiovizualului, furnizorii de servicii media audiovizuale neliniare sînt obligați să pună la dispoziție, în cel mult 3 zile lucrătoare de la data solicitării, copia programului audiovizual într-un format standard, care să permită vizualizarea programului respectiv așa cum acesta a fost pus la dispoziție pentru vizualizare.

(5) Furnizorii de servicii media audiovizuale neliniare au obligația de a pune la dispoziția publicului informații privind prețurile și tarifele aplicate.

Comentariu

Așa cum se precizează în DSMAV „serviciile mass-media audiovizuale la cerere sunt diferite de transmisiile de televiziune în ceea ce privește alegerea și controlul pe care le poate exercita utilizatorul”. În asemenea caz, altul este și impactul pe care acestea îl au asupra societății. „Acest lucru, se subliniază în Directivă, justifică impunerea de norme mai puțin stricte asupra serviciilor mass-media audiovizuale la cerere, care ar trebui să se supună doar normelor de bază prevăzute în prezenta directivă”. În spiritul acestor prevederi sunt și cerințele formulate în alin. (1), care obligă furnizorii de servicii media audiovizuale neliniare să asigure în special: protecția minorilor în conformitate cu prevederile prezentului cod; promovarea operelor audiovizuale europene, precum e stabilit de prezentul cod; respectarea cerințelor privind comunicările comerciale audiovizuale, stabilite de prezentul cod.

Furnizorul de servicii media audiovizuale neliniare, în conformitate cu prevederea expusă în alin. (2), este obligat să păstreze o copie a fiecărui program audiovizual inclus în serviciul media audiovizual neliniar cel puțin 60 de zile de la data la care programul audiovizual încetează să mai fie disponibil pentru vizualizare. În cazul în care un program audiovizual face obiectul unei solicitări privind acordarea dreptului la replică și/sau la rectificare, furnizorul de servicii media, în conformitate cu cerințele alin. (3), are obligația să păstreze o copie a programului respectiv cel puțin 90 de zile de la data la care programul audiovizual încetează să mai fie disponibil pentru vizualizare. Prevederea din alin. (4) stabilește că, la solicitarea Consiliului Audiovizualului, furnizorii de servicii media audiovizuale neliniare sunt obligați să pună la dispoziție, în cel mult 3 zile lucrătoare de la data solicitării, copia programului audiovizual solicitat într-un format standard, care să permită vizualizarea programului respectiv întocmai cum acesta a fost pus la dispoziție pentru vizualizare.

Prevederea din alin. (5) obligă furnizorii de servicii media audiovizuale neliniare să pună la dispoziția publicului informații privind prețurile și tarifele aplicate.

* * *

Capitolul IX. COMUNICĂRILE COMERCIALE AUDIOVIZUALE

Articolul 62. Dreptul de a difuza comunicări comerciale audiovizuale

(1) Furnizorii de servicii media au dreptul de a difuza comunicări comerciale audiovizuale în schimbul unei plăți ori retribuții similare sau în scopul autopromovării, în conformitate cu prezentul cod, cu Legea nr. 1227/1997 cu privire la publicitate și cu Regulamentul privind conținuturile audiovizuale.

(2) Furnizorii de servicii media sînt în drept să difuzeze următoarele forme de comunicări comerciale audiovizuale:

- a) sponsorizare;
- b) publicitate;
- c) teleshopping;
- d) plasare de produse;
- e) autopromovare;
- f) publicitate interactivă;
- g) publicitate prin ecran partajat;
- h) publicitate virtuală;
- i) sponsorizare virtuală;
- j) alte forme de comunicări comerciale audiovizuale.

Comentariu

Prevederea expusă în alin. (1) acordă furnizorilor de servicii media dreptul de a difuza comunicări comerciale audiovizuale cu scopul de a obține beneficii financiare sau pentru autopromovarea propriilor servicii și produse. Dar, pentru a asigura protecția completă și eficientă a intereselor consumatorilor în calitatea lor de utilizatori de servicii media audiovizuale, este esențial ca difuzarea comunicărilor comerciale audiovizuale să se conformeze unui set de reglementări și standarde în conformitate cu prezentul cod, cu Legea nr. 1227/1997 cu privire la publicitate și cu Regulamentul privind conținuturile audiovizuale. Formele de comunicări comerciale audiovizuale includ publicitatea, sponsorizarea, teleshoppingul, plasarea de produse și alte forme prevăzute la alin. (2), și pe care furnizorii de servicii media sunt în drept să le difuzeze.

Articolul 63. Cerințe generale privind comunicările comerciale audiovizuale

(1) Comunicările comerciale audiovizuale sînt corecte și oneste.

(2) Comunicările comerciale audiovizuale sînt clar identificabile și se deosebesc de conținutul editorial, precum și sînt conforme cu prevederile prezentului cod și ale Regulamentului privind conținuturile audiovizuale.

(3) Sînt interzise comunicările comerciale audiovizuale pentru:

a) țigări și alte produse pe bază de tutun, țigări electronice;

b) produse medicamentoase și/sau tratamente medicale, disponibile numai pe bază de prescripție medicală;

c) practici oculte;

d) alte produse și servicii, în conformitate cu prevederile legislației în vigoare.

(4) Sînt interzise comunicările comerciale audiovizuale care:

a) au conținut comercial mascat sau înșelător;

b) utilizează tehnici ale mesajelor subliminale;

c) lezează onoarea, demnitatea și reputația profesională;

d) includ și/sau promovează orice discriminare bazată pe criteriile de sex, de rasă, de naționalitate, de religie, de vîrstă, de dizabilitate sau de orientare sexuală, de libertate de conștiință, de gîndire;

e) încurajează comportamente care dăunează sănătății și/sau siguranței persoanei;

f) încurajează comportamente care dăunează protecției mediului.

(5) Furnizorii de servicii media poartă răspundere pentru conținutul comunicărilor comerciale audiovizuale.

(6) Furnizorii de servicii media au obligația de a uniformiza nivelul sunetului al programelor audiovizuale cu cel utilizat în cazul difuzării comunicărilor comerciale audiovizuale.

Comentariu

Cerința majoră față de comunicările comerciale audiovizuale formulate în alin. (1) este ca ele, indiferent de formă și de durată, să fie corecte și oneste, și anume, să respecte exigențele legii dar și să se conformeze corectitudinii morale.

În scopul unei informări corecte și eliminării unor confuzii de conținuturi, conform prevederilor din alin. (2), comunicările comerciale audiovizuale sunt clar identificabile și se deosebesc de conținutul editorial prin mijloace grafice, video, audio, sau combinate, astfel ca utilizatorii să facă ușor diferența de conținuturi, iar prin mesajul lor sunt conforme prevederilor prezentului cod și ale Regulamentului privind conținuturile audiovizuale.

În alin. (3) sunt specificate categoriile comunicărilor comerciale audiovizuale interzise, în rândul lor sunt conform lit. a)–b), țigările, inclusiv țigările electronice, și alte produse pe bază de tutun, și produsele medicamentoase, tratamentele medicale, disponibile numai pe bază de prescripție medicală. De remarcat că ambele prevederi sunt într-o conformitate deplină cu recomandările expuse în DSMAV. Referitor la produsele de tutungerie în documentul respectiv se accentuează că „este necesar să fie interzisă orice formă de comunicare comercială audiovizuală care promovează țigările și alte produse din tutun..” Directiva atenționează și asupra unui aspect care, de altfel, scapă din atenția Codului și anume, a interzicerii comunicărilor comerciale audiovizuale care, „deși nu menționează direct produsul din tutun, încearcă să eludeze interdicția comunicării comerciale audiovizuale privind țigările și alte produse din tutun folosind mărci, simboluri sau alte caracteristici distinctive ale produselor din tutun sau întreprinderi comerciale ale căror activități cunoscute sau principale includ producția sau vânzarea acestor produse”. De asemenea, cu referință la publicitatea medicamentelor Directiva recomandă că „...este necesar să fie interzisă orice formă de comunicare comercială audiovizuală pentru produse medicamentoase și tratamente medicale disponibile numai pe bază de prescripție medicală...”

Dacă la alin. (3) sunt indicate interdicțiile pentru comunicările comerciale audiovizuale ce promovează anumite produse și servicii, apoi la alin. (4) sunt incluse interdicțiile pentru anumite moduri și modalități de realizare a comunicărilor comerciale audiovizuale. Astfel, la lit. a) este prevăzută interzicerea comunicărilor comerciale audiovizuale care au conținut comercial mascat sau înșelător. „Comunicație audiovizuală cu conținut comercial mascat” înseamnă, în viziunea DSMAV, reprezentarea prin cuvinte sau imagini a bunurilor, a serviciilor, a numelui, a mărcii sau a activităților unui producător de bunuri sau furnizor de servicii în cadrul programelor, în cazul în care o astfel de reprezentare nu este destinată de către furnizorul de servicii media unor scopuri publicitare și poate induce în eroare publicul cu privire la natura sa. Astfel de reprezentări se consideră intenționate mai ales atunci când se fac în schimbul unei plăți sau al unei retribuții similare. Comunicările comerciale audiovizuale mascate (publicitatea mascată) este o practică interzisă de mai multe state, inclusiv de Directiva UE, din cauza efectului negativ al acestora asupra consumatorilor. La lit. b) este indicată interdicția pentru utilizarea tehnicilor mesajului subliminal, care conform unor definiții din documente și acte internaționale, este mesajul care utilizează stimuli prea slabi pentru a putea fi percepuți în mod conștient, dar care pot influența comportamentul persoanelor, în cazul furnizorilor serviciilor media audiovizuale este o manipulare a utilizatorilor. Din aceste considerente Directiva UE stabilește: „comunicările comerciale audiovizuale nu fac uz de tehnici subliminale”. La lit. c)–f) ale aceluiași alin. (4), este prevăzut că comunicările comerciale audiovizuale: nu aduc atingere respectului pentru demnitatea umană; nu includ și nu promovează acte de discriminare bazată pe sex, origine rasială sau etnică, naționalitate, religie sau credință, handicap, vârstă sau orientare sexuală; nu încurajează comportamente care dăunează sănătății sau siguranței; nu încurajează comportamente care dăunează în mod grav protecției mediului. Responsabilitatea pentru respectarea cerințelor privind comunicările comerciale audiovizuale, în conformitate cu alin. (5), revine furnizorilor de servicii media.

Conform dispoziției cuprinse în alin. (6), furnizorii de servicii media, în procesul difuzării comunicărilor comerciale audiovizuale au obligația de a uniformiza nivelul sunetului lor cu cel al programelor audiovizuale ale furnizorului, este o cerință pentru normalizarea semnalelor audio ce vine în corespundere cu Recomandarea 128 s1 EBU din 2016, care stabilește parametri pentru conținuturile de formă scurtă (reclame, promo etc.), un document relevant pentru implementarea standardelor EBU în uniformizarea tăriei sonore în serviciile de programe audiovizuale. Respectarea acestor parametri contribuie la asigurarea comodității utilizatorilor.

Conform Acordului de Asociere dintre UE și Republica Moldova, Republica Moldova va efectua armonizarea propriei legislații cu legislația UE și, în mod special, cu Directiva SMAV. Articolul 63 alin. (2) din Codul Audiovizualului transpune corect articolele 9.1 lit. (a) și articolul 19 din Directiva SMAV și merge chiar mai departe, deoarece se aplică tuturor tipurilor de comunicații comerciale, în timp ce articolul 19 din Directiva SMAV se aplică doar publicității și teleshopping-ului. Articolul 63 alin. (3) din Codul Serviciilor Media Audiovizuale transpune corect articolul 9.1 lit. (d) și (f) din Directiva SMAV, adăugând în același timp noțiunea de „practici oculte”. Articolul 63 alin. (4) din Codul Audiovizualului transpune, în mod corect, articolul 9.1 lit. (a), (b) și (c) din Directiva SMAV, adăugând în același timp noțiunea de „conținut înșelător”.

Modificări propuse

Interzicerea „practicilor oculte” conform articolului 63 alin. (3) din Codul Serviciilor Media Audiovizuale trebuie să fie sau modificată sau eliminată. Din cunoștințele noastre, o astfel de interdicție, nu este prezentă în alte cadre juridice europene. Dacă o astfel de interdicție trebuie menținută, trebuie adăugată o definiție a „practicilor oculte” în temeiul articolului 1 din CSMA, în scopul siguranței juridice.

Interzicerea „conținutului înșelător”, în conformitate cu articolul 63 alin. (4) din Codul Serviciilor Media Audiovizuale trebuie să fie sau modificată sau eliminată. Din cunoștințele noastre, o astfel de interdicție, nu este prezentă în alte cadre juridice europene. În cazul în care o astfel de interdicție trebuie menținută, trebuie adăugată o definiție a „conținutului înșelător” în temeiul articolului 1 din CSMA, din motive de securitate juridică, mai ales că la articolul 1 este prevăzută o definiție a „comunicațiilor comerciale audiovizuale mascate”.

* * *

Articolul 64. Cerințe privind protecția minorilor

(1) Furnizorii de servicii media difuzează comunicările comerciale audiovizuale respectând prevederile art. 15.

(2) Este interzisă difuzarea comunicărilor comerciale audiovizuale care:

- a) prezintă nejustificat minorul în situații de abuz sau de alt pericol;
- b) provoacă daună morală, fizică sau mintală minorilor;

- c) instigă în mod direct minorii, prin exploatarea lipsei de experiență ori a credulității acestora, să cumpere/închirieze un produs sau să angajeze un serviciu;
- d) încurajează minorii să își convingă părinții sau pe alte persoane să cumpere bunurile ori serviciile care fac obiectul comunicării comerciale audiovizuale;
- e) exploatează încrederea specială pe care o au minorii față de părinți, de profesori sau de alte persoane;
- f) sînt destinate comercializării băuturilor alcoolice și vizează în mod special minorii.

Comentariu

Furnizorii de servicii media au obligația ca, respectând prevederile art. 15, să întreprindă măsuri corespunzătoare pentru a garanta și a se asigura că comunicările comerciale audiovizuale furnizate de ei să nu afecteze dezvoltarea fizică, mintală sau morală a minorilor, respectând principiul interesului superior al minorului în selectarea și difuzarea comunicărilor comerciale audiovizuale.

Este important ca minorii să fie protejați în mod efectiv de expunerea la comunicările comerciale audiovizuale, în acest scop conform prevederilor alin. (2), este interzisă difuzarea comunicărilor comerciale audiovizuale care prezintă nejustificat minorul în situații de abuz sau de alt pericol; provoacă daună morală, fizică sau mintală minorilor; instigă în mod direct minorii, prin exploatarea lipsei de experiență ori a credulității acestora, să cumpere/închirieze un produs sau să angajeze un serviciu. Comunicările comerciale audiovizuale, respectând interdicțiile alin. (2) nu vor încuraja în mod direct minorii să își convingă părinții sau alte persoane să cumpere bunurile sau serviciile cărora li se face publicitate, nu exploatează încrederea specială pe care minorii o au în propriii părinți, profesori sau alte persoane. Comunicațiile audiovizuale destinate comercializării de băuturi alcoolice nu vor viza în mod special minorii și nu încurajează consumul excesiv al băuturilor respective.

Conform Acordului de Asociere dintre UE și Republica Moldova, Republica Moldova va efectua armonizarea propriei legislații cu legislația UE și, în mod special, cu Directiva SMAV. Articolul 64 alin. (2) din Codul Audiovizualului transpune corect articolul 9.1 lit. (e), articolul 9.1 lit. (e) și o parte din articolul 22 lit. (a) din Directiva SMAV.

* * *

Articolul 65. Sponsorizarea programelor audiovizuale

(1) Programul audiovizual sponsorizat trebuie să îndeplinească următoarele criterii:

a) conținutul și programarea acestuia nu vor fi influențate de sponsor într-o manieră care să aducă atingere independenței editoriale și responsabilității furnizorului de servicii media;

b) să nu încurajeze în mod direct vânzarea, cumpărarea sau închirierea produselor și/sau serviciilor sponsorului ori ale unui terț, în special prin referiri promoționale ori de natură comercială privind produsele sau serviciile respective;

c) să fie identificat cu exactitate prin specificarea denumirii, a siglei și/sau a oricărui alt simbol corespunzător sponsorului, precum și prin mențiuni despre produsele ori serviciile acestuia sau printr-un semn distinctiv, prezentate în mod adecvat pentru astfel de programe audiovizuale, la începutul, în cuprinsul și/sau la sfârșitul programelor respective, în vederea informării utilizatorilor cu privire la existența unui acord de sponsorizare.

(2) Este interzisă sponsorizarea programelor audiovizuale de știri și a celor cu conținut informativ-analitic de actualitate.

(3) Niciun program audiovizual nu poate fi sponsorizat de către persoane fizice sau juridice a căror activitate principală este fabricarea și/sau comercializarea țigărilor și altor produse pe bază de tutun, a țigărilor electronice.

(4) În cadrul programelor audiovizuale sponsorizate de către întreprinderi ale căror activități cuprind fabricarea sau vânzarea produselor medicamentoase și/sau tratamentelor medicale pot fi promovate denumirea și imaginea întreprinderii, fără a fi promovate anumite produse medicamentoase ori tratamente medicale care sînt disponibile numai pe bază de prescripție medicală.

(5) Este interzisă sponsorizarea programelor audiovizuale de către partidele politice și alte organizații social-politice.

(6) Pe parcursul unei zile, durata programelor audiovizuale sponsorizate de același sponsor nu poate depăși 25% din durata cumulată a programelor audiovizuale care pot fi sponsorizate din cadrul fiecărui serviciu media audiovizual generalist și de știri.

Comentariu

Programe audiovizuale sponsorizate sunt considerate, în sensul CSMA și în viziunea DSMAV, acele programe realizate cu sprijinul și contribuția unor întreprinderi publice sau private sau din partea unor persoane fizice neangajate în activități de furnizare de servicii media audiovizuale sau în realizarea de opere audiovizuale, în vederea promovării numelui, a mărcii, a imaginii, a activității sau a produselor proprii. Vom preciza însă că, dacă formulările noțiunii de sponsorizare a programelor audiovizuale în CSMA și DSMAV sunt aproape identice, apoi în legislația națională atestăm o discrepanță între viziunea asupra sponsorizării programelor audiovizuale din CSMA și cea expusă în Legea cu privire la publicitate în art. 22, unde la alin. (2) se atribuie sponsorului și calitatea de furnizor de publicitate „Aportul sponsorului se considera drept plata pentru publicitate, iar sponsorul și persoana sponsorizată – respectiv furnizor de publicitate și difuzor de publicitate”. În această situație de neclaritate în alin. (1) sunt expuse clar criteriile ce urmează să le îndeplinească programul audiovizual sponsorizat: conținutul programului nu va fi influențat de sponsor; programul nu va promova producția sau serviciile sponsorului; utilizatorul va fi informat despre existența unui acord de sponsorizare.

Nu toate programele audiovizuale pot fi sponsorizate, în unele state, de exemplu, este interzisă prezentarea unei sigle de sponsorizare în timpul programelor pentru copii, în timpul documentarelor și al emisiunilor religioase, dar interzicerea sponsorizării programelor audiovizuale de știri și a celor cu conținut informativ-analitic de actualitate, prevăzută la alin. (2), este o practică afirmată în marea majoritate a statelor.

Sunt cerințe și restricții și pentru calitatea de sponsor: nu pot sponsoriza programe audiovizuale în conformitate cu prescripția alin. (3), persoanele fizice sau juridice al căror obiect de activitate îl constituie fabricarea sau vânzarea de țigări și alte produse pe bază de tutun; nu pot fi sponsori conform alin. (5) partidele politice și alte organizații social-politice; sunt cerințe speciale pentru calitatea de sponsor a întreprinderilor ale căror activități sunt din sfera fabricării sau vânzării produselor medicamentoase și/sau tratamentelor medicale, conform alin. (4) acești sponsori își pot promova denumirea și imaginea întreprinderii, fără a fi promovate anumite produse medicamentoase ori tratamente medicale care sunt disponibile numai pe bază de prescripție medicală. Considerentul acestor cerințe și interdicții se întemeiază pe necesitatea de a elimina posibilitatea eludării interdicției comunicărilor comerciale audiovizuale, stabilite la art. 63 alin. (2) lit. a) și b), privind țigările și alte produse pe bază de tutun, inclusiv țigările electronice și promovarea produselor medicamentoase ori tratamentelor medicale ce sunt disponibile numai pe bază de prescripție medicală. Prevederea restrictivă a alin. 5 este necesară pentru a evita posibilitatea ca programele audiovizuale să fie controlate sau influențate de către subiecții nominalizați cu riscul de a fi subordonate unor interese politice și ideologice.

* * *

Articolul 66. Publicitatea și teleshoppingul

(1) Publicitatea și teleshoppingul trebuie să fie clar identificabile și separate de conținutul editorial și de alte părți ale serviciului media audiovizual prin mijloace optice, acustice și/sau spațiale.

(2) Publicitatea și teleshoppingul pot fi inserate în programele audiovizuale doar în cazul în care nu este afectată integritatea acestora, luându-se în considerare pauzele din cadrul programelor respective, durata și natura acestora și fără a fi afectate drepturile de autor și drepturile conexe.

(3) Difuzarea filmelor concepute pentru televiziune (cu excepția seriilor, foiletoanelor și a documentarelor), a operelor cinematografice și a programelor audiovizuale de știri poate fi întreruptă de publicitate și/sau de teleshopping o singură dată la un interval de cel puțin 30 de minute. Difuzarea programelor audiovizuale pentru copii poate fi întreruptă de publicitate și/sau de teleshopping o singură dată la un interval de cel puțin 30 de minute, cu condiția că durata programată a programului respectiv depășește 30 de minute. Nu este permisă inserarea publicității sau a teleshoppingului în programele audiovizuale cu caracter religios.

(4) Furnizorii publici de servicii media nu au dreptul de a difuza teleshopping.

(5) Furnizorii publici de servicii media pot difuza publicitate doar în cadrul programelor audiovizuale ce reflectă evenimente de interes major.

(6) Prevederile prezentului articol nu se aplică serviciilor media audiovizuale dedicate exclusiv publicității și teleshoppingului.

(7) Distribuitorii de servicii media nu au dreptul să plaseze publicitate sau teleshopping în serviciile media audiovizuale retransmise și vor exclude publicitatea și teleshoppingul din serviciile media audiovizuale străine retransmise.

[Art. 66 completat prin Legea nr. 171 din 19.12.2019, în vigoare 01.01.2020]

Comentariu

Majoritatea prevederilor prezentului articol sunt clare și cunoscute, mai noi sunt cele conținute la alin. (4) că, furnizorii publici de servicii media nu au dreptul de a difuza teleshopping și la alin. (5) că, pot difuza publicitate doar în cadrul programelor audiovizuale ce reflectă evenimente de interes major. Până la adoptarea CSMA, furnizorii publici de servicii media beneficiau de rând cu furnizorii privați de aceleași drepturi privind plasarea publicității și teleshoppingului în programele lor. Această reglementare nouă la noi, putem constata deja, a adus modificări pe piața publicitară oferind noi oportunități furnizorilor privați pentru ca în competiția lor pentru sporirea audienței să obțină venituri mai mari din publicitate și teleshopping, iar furnizorii publici sunt absolviți de necesitatea de a-și completa bugetul cu mijloace dobândite din publicitate și teleshopping, executându-și misiunea cu mijloacele publice.

Prevederile alin. (7) vin să protejeze mediul concurențial al furnizorilor de servicii media îngăduind accesul pe această piață pentru distribuitorii de servicii media și pentru publicitatea și teleshoppingul plasate în programele serviciilor media audiovizuale străine distribuite în spațiul audiovizual național.

* * *

Articolul 67. Spoturile publicitare și spoturile de teleshopping

(1) Proporția de spoturi publicitare și de spoturi de teleshopping într-un interval de o oră nu poate depăși 20%, respectiv 12 minute ca durată cumulată.

(2) Prevederile alin. (1) nu se aplică:

- a) mesajelor de autopromovare;
- b) mesajelor de sponsorizare;
- c) plasării de produse;
- d) mesajelor de interes general și celor umanitare, difuzate cu titlu gratuit;
- e) mesajelor de interes public, difuzate cu titlu gratuit;
- f) publicității electorale, difuzată cu titlu gratuit.

(3) Spoturile publicitare și spoturile de teleshopping sînt separate de cele prevăzute la alin. (2) prin mijloace optice, acustice și/sau spațiale.

(4) Spoturile izolate de publicitate sînt permise doar în cadrul transmisiunilor sportive și, cu titlu de excepție, în cadrul altor programe audiovizuale cu transmisiune în direct.

(5) Prevederile prezentului articol nu se aplică serviciilor media audiovizuale dedicate exclusiv publicității și teleshoppingului.

Comentariu

Prevederile prezentului articol urmăresc scopul ca, în cazul în care spoturile publicitare și spoturile de teleshopping sunt inserate în cadrul programelor audiovizuale, să nu fie afectată integritatea lor, să fie respectată proporția de spoturi publicitare și de spoturi de teleshopping într-un interval de o oră. Este de mare importanță reglementarea referitoare la faptul ca spoturile publicitare și de teleshopping să fie clar separate și delimitate de mesajele ce nu au caracter comercial, așa precum e indicat la alin. (2). În afara calupurilor publicitare conform alin. (4) plasarea publicității în spoturi izolate este permisă doar în cadrul transmisiunilor sportive și, cu titlu de excepție, în cadrul altor programe audiovizuale transmise în direct.

* * *

Articolul 68. Programele de teleshopping

(1) Programul de teleshopping este separat de alte programe audiovizuale prin mijloace optice, acustice și/sau spațiale.

(2) Fereastra de difuzare dedicată programelor de teleshopping trebuie să aibă o durată neîntreruptă de cel puțin 15 minute, numărul maxim al ferestrelor de difuzare dedicate programelor de teleshopping fiind 8 pe zi. Durata totală a ferestrelor de difuzare dedicate programelor de teleshopping nu trebuie să depășească 3 ore pe zi.

(3) În cadrul programelor de teleshopping nu pot fi difuzate spoturi publicitare.

(4) Prevederile alin. (1) și (2) nu se aplică serviciilor media audiovizuale dedicate exclusiv teleshoppingului.

Comentariu

În condițiile când evoluțiile în domeniul comercial și tehnologic oferă utilizatorilor o mai mare posibilitate de alegere inclusiv prin intermediul programelor de teleshopping este și mai mare și interesul dar și responsabilitatea în utilizarea serviciilor media audiovizuale. Prevederile articolului vin să reglementeze plasarea programelor de teleshopping, în special a ferestrelor de difuzare dedicate programelor de teleshopping astfel ca să nu afecteze utilizatorii, în special, pe acei neinteresați.

* * *

Articolul 69. Plasarea de produse

(1) Este admisă plasarea de produse în cadrul serviciilor media audiovizuale, cu excepția programelor audiovizuale de știri și a celor cu conținut informativ-analitic de actualitate, a celor dedicate afacerilor pentru utilizatori, a celor cu caracter religios și a programelor audiovizuale pentru copii sau a celor cu conținut destinat în principal copiilor.

(2) Programele audiovizuale care conțin plasare de produse trebuie să îndeplinească următoarele cerințe:

a) să nu influențeze conținutul programelor audiovizuale și programarea acestora într-un mod în care să afecteze responsabilitatea și independența editorială a furnizorului de servicii media;

b) să nu încurajeze în mod direct cumpărarea sau închirierea produselor ori serviciilor, mai ales prin mențiuni exprese cu caracter promoțional la produsele sau serviciile respective;

c) să nu evidențieze sau să atragă atenție asupra mărfurilor respective într-o manieră exagerată, prin proeminență, accentuare sau referință nejustificată.

(3) Furnizorii de servicii media sînt obligați să difuzeze mesajul privind plasarea de produse:

a) la începutul și la sfîrșitul programului audiovizual care conține plasare de produse;

b) la reluarea, după întrerupere, a programului audiovizual care conține plasare de produse.

(4) Prevederile alin. (3) nu se aplică programelor audiovizuale care nu au fost nici produse, nici comandate de către furnizorul de servicii media sau de către o persoană afiliată acestuia.

(5) Este interzisă plasarea de produse referitoare la:

a) țigări și alte produse pe bază de tutun, țigări electronice;

b) produse și/sau servicii ale persoanelor fizice și juridice avînd ca obiect principal de activitate fabricarea ori vînzarea țigărilor ori altor produse pe bază de tutun;

c) produse medicamentoase sau tratamente medicale, disponibile numai pe bază de prescripție medicală.

(6) Plasarea tematică este interzisă.

Comentariu

Plasarea de produse este un serviciu mai nou dar care devine popular și este utilizat de un anumit gen de programe audiovizuale și înseamnă orice formă de comunicare comercială audiovizuală ce constă în includerea unui produs, serviciu sau a mărcii acestuia sau menționarea unui produs, serviciu sau a mărcii acestuia, astfel încât acesta să fie prezentat în cadrul unui program, în schimbul unei plăți sau retribuții similare. Potrivit DSMAV „Poziționarea de produse ar trebui să se supună aceluiași norme și restricții calitative care se aplică și în cazul comunicațiilor audiovizuale comerciale”. Anume în această viziune sunt formulate cerințele și restricțiile cuprinse în prezentul articol, evident, cu luarea în calcul a specificului acestui serviciu. Conform prevederii alin. (1) plasarea de produse în cadrul serviciilor media audiovizuale nu este admisă doar în programele audiovizuale de știri și a celor cu conținut informativ-analitic de actualitate, a celor cu caracter religios și a programelor audiovizuale pentru copii sau cu conținut destinat în principal copiilor. Plasarea de produse, așa precum este indicat la alin. (2), nu va influența conținutul programelor audiovizuale, afectând astfel independența editorială a furnizorului de servicii media, iar respectarea cerințelor expuse la lit. b) și c) va proteja furnizorii de servicii media audiovizuale de pericolul difuzării unor conținuturi comerciale mascate care sunt interzise prin lege.

În conformitate cu obligațiile alin. (3) furnizorii de servicii media, în cazul când programul audiovizual conține plasare de produse, sunt obligați să informeze despre aceasta utilizatorii printr-un mesaj așa precum e stabilit la lit. a) și b). Remarcăm aici aparența unei similitudini între plasarea de produse și sponsorizare care poate conduce spre unele confuzii. Criteriul decisiv care face distincția între sponsorizare și plasare de produse este faptul că, în cazul plasării de produse, trimiterea la un produs și produsul în sine sunt acțiuni înglobate în cadrul unui program, pe când menționarea sponsorului poate avea loc pe parcursul unui program, dar nu face parte din subiect.

* * *

Articolul 70. Publicitatea și teleshoppingul pentru băuturile alcoolice

(1) Furnizorii de servicii media sînt în drept să difuzeze publicitate și teleshopping pentru băuturile alcoolice în conformitate cu prezentul cod, cu Legea nr. 1227/1997 cu privire la publicitate și cu Regulamentul privind conținuturile audiovizuale.

(2) În serviciile media audiovizuale, publicitatea și teleshoppingul pentru băuturile alcoolice trebuie să respecte următoarele cerințe:

- a) să nu vizeze cu precădere minorii și să nu prezinte minori consumînd astfel de băuturi;
- b) să nu stabilească o corelație între consumul de alcool și performanța fizică mărită sau ușurința în conducerea vehiculelor;
- c) să nu creeze impresia că consumul de alcool favorizează succesul social și sexual;
- d) să nu pretindă că alcoolul posedă calități terapeutice sau că este un stimulent, un sedativ sau un mijloc de rezolvare a conflictelor personale;
- e) să nu încurajeze consumul excesiv de alcool și să nu prezinte abținerea sau moderația într-o lumină negativă;
- f) să nu scoată în evidență conținutul ridicat de alcool drept atribut pozitiv al băuturilor.

Comentariu

În conformitate cu prevederile legislației naționale dar și normelor europene, cu unele excepții, furnizorii de servicii media sunt în drept să difuzeze publicitate și teleshopping pentru băuturile alcoolice dacă comunicările audiovizuale destinate comercializării de băuturi alcoolice nu vizează în mod special minorii și nu încurajează consumul excesiv al băuturilor respective. Cerințele formulate la alin. (2) sunt expuse în conformitate cu recomandările DSMAV și pot fi completate și concretizate de către CA în cadrul Regulamentului privind conținuturile audiovizuale.

* * *

Articolul 71. Publicitatea și teleshoppingul pentru produsele medicamentoase și tratamentele medicale

(1) Furnizorii de servicii media sînt în drept să difuzeze publicitate și teleshopping pentru produsele medicamentoase și tratamentele medicale în conformitate cu prezentul cod, cu Legea nr. 1227/1997 cu privire la publicitate și cu Regulamentul privind conținuturile audiovizuale.

(2) Se interzice difuzarea teleshoppingului pentru produsele medicamentoase care intră sub incidența autorizației de marketing în sensul Directivei 2001/83/CE, precum și a teleshoppingului pentru tratamentele medicale.

Comentariu

Articolul vizează un domeniu sensibil cum e sănătatea publică. În Directiva 2001/83/CE se menționează: „Obiectivul esențial al normelor care reglementează producția, distribuția și utilizarea medicamentelor trebuie să fie protejarea sănătății publice. Cu toate acestea, acest obiectiv trebuie realizat prin mijloace care să nu împiedice dezvoltarea industriei farmaceutice sau a comerțului cu medicamente”. În conformitate cu prevederile art. (1) furnizorii de servicii media, respectând prevederile CSMA și ale Legii nr. 1227/1997, sunt în drept să difuzeze publicitate și teleshopping cu restricțiile stabilite pentru produsele medicamentoase și tratamentele medicale disponibile numai pe bază de prescripție medicală. În conformitate cu art. (2) se interzice difuzarea teleshoppingului pentru produsele medicamentoase care intră sub incidența autorizației de marketing în sensul Directivei 2001/83/CE, precum și a teleshoppingului pentru tratamentele medicale. Condițiile și cerințele referitoare la publicitatea și teleshoppingul pentru produsele medicamentoase și tratamentele medicale pot fi dezvoltate și concretizate de către CA în cadrul Regulamentului privind conținuturile audiovizuale.

* * *

Articolul 72. Publicitatea politică și cea electorală

Publicitatea politică și cea electorală se difuzează în conformitate cu prevederile Codului electoral și ale Legii nr. 1227/1997 cu privire la publicitate.

Comentariu

Prevederile articolului nu sunt tipice unui cod care prin esența sa are menirea să înglobeze și să sistematizeze reguli juridice privitoare la o anumită ramură a dreptului, pe când, în cazul dat găsim doar trimeri la alte legi. Subiecții CSMA pentru a se clarifica referitor la modul și cerințele de plasare a publicității politice și celei electorale sunt trimiși la prevederile Codului electoral și ale Legii nr. 1227/1997 cu privire la publicitate. Cu acest prilej vom menționa că ambele legi, reglementând plasarea publicității de către serviciile media audiovizuale, operează cu noțiuni din vechiul Cod al audiovizualului. Cu toate acestea, pe segmentul publicității electorale situația este mai limpede datorită elaborării de către CA a Concepției de reflectare a campaniei electorale și de către CEC a Regulamentului privind reflectarea campaniei electorale în mijloacele de informare în masa pentru fiecare campanie electorală. În ce privește publicitatea politică, la moment există un gol privind reglementarea ei, de el profitând și unii politicieni și unii furnizori de servicii media. În situația dată, Consiliului îi revine misiunea să definească în cadrul Regulamentului privind conținuturile audiovizuale ce este publicitatea politică, cum și când se difuzează de către serviciile media audiovizuale.

* * *

Capitolul X. CONSILIUL AUDIOVIZUALULUI

Articolul 73. Misiunea Consiliului Audiovizualului

(1) Consiliul Audiovizualului este garant al interesului public în domeniul audiovizualului și are misiunea de a contribui la dezvoltarea serviciilor media audiovizuale în conformitate cu principiile comunicării audiovizuale prevăzute de prezentul cod, cu normele, standardele și cele mai bune practici internaționale în domeniu.

(2) În sensul prezentului cod, interes public în domeniul audiovizualului reprezintă interesul pentru asigurarea unei informări pluraliste și obiective a populației, un interes superior în raport cu interesele politice, economice, comerciale, ideologice sau de altă natură.

Comentariu

În contextul alin. (1), trebuie să precizăm că interesul pentru crearea unei autorități de reglementare în domeniu în RM și-a găsit consacrare în procesul de consolidare și democratizare a societății și statului. Prin adoptarea Legii audiovizualului nr. 603/1995, Parlamentul a declarat înființarea Consiliului Coordonator al Audiovizualului, în calitate de autoritate publică autonomă. Într-o formă incipientă, Legea audiovizualului a consacrat autorității de reglementare în domeniu atribuții de reglementare, licențiere și supraveghere a respectării legislației în domeniu.

Consolidarea statutului juridic al autorității naționale de reglementare în domeniu este marcată de adoptarea *Recomandării R(2000)23 a Comitetului de Miniștri către statele membre cu privire la independența și funcțiile autorităților de reglementare a sectorului radiodifuziunii*⁵¹. Eforturile de implementare a standardelor Consiliului Europei în domeniu au fost valorificate în procesul de elaborare, dezbatere publică și adoptare a *Codului audiovizualului al Republicii Moldova*.

Următoarea etapă în evoluția statutului juridic al autorității naționale de reglementare în domeniu a fost impulsionată de adoptarea *Directivei 2010/13 serviciilor mass-media audiovizuale*. Activitatea de implementare la nivel național a noilor standarde în domeniu ale Uniunii Europene a impulsionat elaborarea, dezbaterile parlamentare și adoptarea *Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova*, al cărui preambul consacră expres transpunerea *Directivei 2010/13* în calitate de rațiune a adoptării *Codului*.

Articolul 30 al *Directivei 2010/13* modificate⁵² consacră obligația statelor de a avea o autoritate de reglementare în domeniu.

Consiliul Audiovizualului urmează să contribuie la dezvoltarea serviciilor media audiovizuale în conformitate cu principiile comunicării audiovizuale, prevăzute în art. 7–23 din *Cod*. Prevederile acestor articole urmează a fi interpretate prin prisma jurisprudenței *Curții Europene a Drepturilor Omului (CtEDO)*, jurisprudenței Curții de Justiție a Uniunii Europene, recomandărilor Consiliului Europei, precum și a altor instituții europene și organisme cu atribuții decizionale sau consultative.

51 https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/committee-of-ministers-adopted-texts/-/asset_publisher/aDXmrol0vvsU/content/recommendation-rec-2000-23-of-the-committee-of-ministers-to-member-states-on-the-independence-and-functions-of-regulatory-authorities-for-the-broad-cas

În limba română: http://apel.md/files/docs/Rec_2000_23_Ind_aut_regl_ro.pdf

52 A se vedea *Directiva (UE) 2018/1808 a Parlamentului European și a Consiliului din 14 noiembrie 2018*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TX-?uri=CELEX:32018L1808>

Misiunea Consiliului Audiovizualului, examinată prin prisma scopului declarat în preambulul *Codului – adeviziunea Republicii Moldova la standardele Uniunii Europene privind libertatea de exprimare și accesul la serviciile media audiovizuale*, constituie o obligație a autorității de reglementare în domeniu de a promova atât la nivel legislativ și/sau practic standardele și bunele practici, consacrate în acte care nu au forță obligatorie pentru RM (spre exemplu, directivele europene și recomandările Consiliului Europei).

În contextul alin. (2), sintagma „interes public”, prevăzută în alin. (1) și definită în alin. (2), urmează a fi interpretată și în contextul noțiunii „pluralism audiovizual” din art. 1 al *Codului*.

Prevederile prezentului articol și ale celorlalte articole din *Cod* nu limitează atribuțiile CA la o parte din teritoriul RM. CA trebuie să-și exercite atribuțiile pe întregul teritoriu al statului, inclusiv unitatea teritorială autonomă Găgăuzia (a se vedea și noțiunea „autoritate publică autonomă” din art. 1 al *Codului*). În acest din urmă caz, urmează să fi luate în considerație și normele speciale prevăzute în art. 32 și 33 din *Cod*.

* * *

Articolul 74. Statutul Consiliului Audiovizualului

(1) Consiliul Audiovizualului este autoritate publică autonomă, este independent din punct de vedere organizațional față de orice altă entitate și este responsabil de implementarea prevederilor prezentului cod.

(2) Consiliul Audiovizualului are statut de persoană juridică de drept public.

(3) Consiliul Audiovizualului este consultat cu privire la proiectele de acte normative prin care se reglementează activități din domeniul audiovizualului și din domeniile conexe.

(4) Consiliul Audiovizualului este consultat în procesul de definire a poziției Republicii Moldova la negocierile internaționale cu privire la domeniul audiovizualului și, prin reprezentanții acestuia, participă la acestea.

(5) Consiliul Audiovizualului este responsabil pentru punerea în aplicare a convențiilor și a tratatelor internaționale în domeniul audiovizualului la care Republica Moldova este parte.

Comentariu

În contextul alin. (1), Consiliul Audiovizualului, potrivit terminologiei europene (art. 30 din *Directiva 2010/13*) și terminologiei din legislația națională (art. 2 alin. (1) lit. c), art. 2 alin. (4) lit. c) și art. 3 alin.(3)) este o autoritate de reglementare în domeniul serviciilor media audiovizuale.

Directiva 2010/13 obligă statele de a avea o autoritate de reglementare în domeniu: „(1) Fiecare stat membru desemnează una sau mai multe autorități naționale de reglementare și/sau unul sau mai multe organisme naționale de reglementare. Statele membre se asigură că acestea sunt distincte din punct de vedere juridic de guvern și independente din punct de vedere funcțional de guvernele lor respective și de orice alt organism public sau privat. Această dispoziție nu aduce atingere posibilității statelor membre de a institui autorități de reglementare care să aibă competențe de supraveghere asupra unor sectoare diferite.” Această obligație a fost instituită în vederea creării și implementării unor standarde comune de activitate a autorităților de reglementare în domeniu ale statelor europene.

Activitatea autorităților naționale de reglementare în domeniu, desfășurată în baza unor standarde legislative armonizate la nivel european, își găsește explicație în necesitatea protecției independenței mass-media, în calitate de componentă esențială a drepturilor și libertăților fundamentale ale omului și a democrației. Activitatea Consiliului Audiovizualului și a altor autorități naționale în domeniu se răsfrânge asupra pluralismului în mass-media (art. 30 din *Directiva 2010/13*), consacrat în prezentul cod în contextul noțiunii „pluralism audiovizual” (art. 1) și, în consecință, asupra libertății de exprimare. Reprezentând o cerință esențială pentru o societate democratică, libertatea de exprimare este protejată de *Convenția pentru apărarea drepturilor omului și a libertăților fundamentale*, articolul 10 al căreia a constituit temei pentru o vastă jurisprudență în domeniu a *Curții Europene a Drepturilor Omului*.

Autoritatea națională de reglementare în domeniu beneficiază de statut de *autoritate publică autonomă*, noțiune consacrată expres în art. 1 din *Cod*. În spiritul prevederilor *Directivei 2010/13* („...independente din punct de vedere funcțional de guvernele lor respective și de orice alt organism public sau privat...”), alin. (1) instituie la nivel de principiu independența organizațională („...independent din punct de vedere organizațional față de orice altă entitate...”) a Consiliului Audiovizualului.

În vederea garantării independenței funcționale și a independenței organizaționale, cu titlu de *lege ferenda*, propunem abrogarea *Hotărârii Parlamentului Republicii Moldova nr. 433/2006 cu privire la aprobarea statutului, a structurii organizatorice și a efectivului-limită ale Consiliului Coordonator al Audiovizualului*, prin care au fost aprobate *Statutul Consiliului Coordonator al Audiovizualului și Structura organizatorică a Consiliului Coordonator al Audiovizualului*⁵³ (organigrama⁵⁴).

Poziția adoptată de Consiliul Audiovizualului, în contextul adoptării *Deciziei CCA nr. 214/2020 cu privire la aprobarea proiectului Statutului și a Efectivului-limită de personal ale Consiliului Audiovizualului al Republicii Moldova*⁵⁵, privind solicitarea aprobării actelor anexate la decizie de către Parlamentul Republicii Moldova este legală⁵⁶ și, totodată, este în contradicție cu principiul independenței organizaționale, prevăzut în art. 74 alin. (1) din *Cod*, principiu pentru care sunt stabilite reglementări detaliate în art. 75 alin. (3) lit. k) și art. 80 alin. (1). În comunicatul de presă, publicat pe pagina oficială a autorității de reglementare este prevăzut expres: „*Consiliul Audiovizualului a aprobat proiectul Statutului și al Efectivului-limită de personal ale Consiliului Audiovizualului al Republicii Moldova, care va fi remis Comisiei parlamentare cultură, educație, cercetare, tineret, sport și mass-media pentru a fi promovat și votat în Parlament*”⁵⁷. *Decizia CCA nr. 214/2020*, publicată pe site-ul autorității de reglementare⁵⁸, reprezintă o solicitare de adoptare a *proiectului Hotărârii Parlamentului Republicii Moldova cu privire la aprobarea Statutului și a efectivului-limită de personal ale Consiliului Audiovizualului al Republicii Moldova*. Prin acest proiect de hotărâre, Consiliul Audiovizualului solicită autorității legislative adoptarea unei versiuni noi a *Hotărârii Parlamentului Republicii Moldova nr. 433/2006* și cuprinde aceleași anexe: *Statutul Consiliului Audiovizualului al Republicii Moldova (anexa nr. 1)*, *Regulamentul cu privire la condițiile, criteriile și procedura de acordare, de prelungire, de modificare, de suspendare și de revocare a licențelor de emisie și a autorizațiilor de retransmisiune (anexă la anexă)*, *Organigrama Consiliului Audiovizualului al Republicii Moldova (anexa nr. 2)* și *Structura organizatorică a Consiliului Audiovizualului al Republicii Moldova (anexă la anexă)*.

În spiritul *Recomandării R(2000)23 a Comitetului de Miniștri către statele membre cu privire la independența și funcțiile autorităților de reglementare a sectorului radiodifuziunii* și a art. 30 alin. (3) din *Directiva 2010/13* modificată, art. 74 alin. (1) din *Cod* prevede responsabilitatea Consiliului Audiovizualului pentru implementarea legislației în domeniu, în contextul realizării atribuțiilor sale (art. 75 din *Cod*) și al scopurilor prevăzute în art. 2 alin. (1) din *Cod*.

Prevederea din alin. (2) este destinată, în special, consacrării unor soluții ce țin de problemele reglementate de legislația civilă, precum sunt prevederile art. 174 și altele din *Codul civil al Republicii Moldova*⁵⁹, ce au ca obiect statutul juridic al persoanelor juridice de drept public.

Potrivit art. 73 din *Constituția Republicii Moldova*, drept de inițiativă legislativă au doar deputații în Parlament, Președintele Republicii Moldova, Guvernului Republicii Moldova și Adunarea Populară a unității teritoriale autonome Găgăuzia. Exercițarea dreptului de inițiativă legislativă implică obligația Parlamentului RM de a supune examinării proiectele de lege (sau, după caz, propunerile legislative), fără a exista garanția adoptării și/sau respingerii acestora (într-un termen rezonabil).

Legislația în vigoare nu instituie, pentru Consiliul Audiovizualului și/sau alte autorități, interdicția de a elabora proiecte de lege în propriul domeniu de activitate și de a le înainta Parlamentului RM sau autorităților competente în domeniu, în vederea examinării și aprobării. Mai mult decât atât, asemenea inițiative sunt binevenite din partea autorității de reglementare în domeniu, inclusiv pentru faptul că dispune de personal calificat în domeniu și informații, mai mult sau mai puțin, complete privind starea de fapt în domeniul serviciilor media audiovizuale din țară și expertiză în domeniul legislației europene în domeniu.

Proiectele de lege sau proiectele de acte normative în domeniu ale Consiliului Audiovizualului, preconizate spre a fi prezentate cu titlu de *lege ferenda*, urmează a fi inițiate și elaborate în conformitate cu *Legea Republicii Moldova nr. 239-XVI din 13.11.2008 privind transparența în procesul decizional*⁶⁰. Această lege prevede etapele asigurării transparenței în procesul decizional (art. 8) și subiecții, care sunt obligați să o respecte, inclusiv autoritățile publice autonome (art. 3 alin. (2) lit. d)).

53 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=19734&lang=ro

54 <http://audiovizual.md/organigrama>

55 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=124085&lang=ro

56 A se vedea comentariul la art. 75 alin. (3).

57 <http://audiovizual.md/news/edin-public-extraordinar-consiliului-audiovizualului-din-13-noiembrie-2020>

58 http://audiovizual.md/files/D.%2034-214%20din%2013.11.2020%20-%20Statutul_0.pdf

59 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=125043&lang=ro

60 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=106638&lang=ro

Această prevedere urmează a fi examinată, în special, prin prisma obligației pe care și-a asumat-o Parlamentul Republicii Moldova de a consulta Consiliul Audiovizualului în cazul examinării unor proiecte de lege în domeniul serviciilor media audiovizuale. Realitatea implementării acestei prevederi este departe de spiritul acesteia. Cu titlu de exemplu, amintim rezultatele ultimului exercițiu al autorității legislative a statului de modificare a *Codului – Legea Republicii Moldova nr. 241 din 16.12.2020 pentru modificarea Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018*⁶¹: a) pe pagina sa web⁶², Parlamentul Republicii Moldova a plasat doar *Raportul de expertiză al Centrului național Anticorupție, Avizul prezentat de Comisia agricultură și industrie alimentară a Parlamentului RM și Avizul prezentat de Direcția juridică generală a Parlamentului RM, iar Avizul Consiliului Audiovizualului nici nu a fost publicat*⁶³; b) în *Raportul pregătit de Comisia juridică numiri și imunități a Parlamentului RM* propunerile CA nici nu sunt reflectate. Apare firească întrebare dacă a fost consultat CA cu privire la acest proiect de lege?

Prevederea din alin. (4) urmează a fi interpretată și aplicată în contextul *Legii Republicii Moldova nr. 595-XIV din 24.09.1999 privind tratatele internaționale ale Republicii Moldova*⁶⁴.

În contextul alin. (5), responsabilitatea Consiliului Audiovizualului se referă, în mod special, *Convenția europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră*, ratificată de Republica Moldova prin *Legii Republicii Moldova nr. 1555-XV din 19.12.2002*⁶⁵. Reamintim că *Directiva 2010/13*⁶⁶, a cărei transpunere în legislația națională este menționată în preambulul *Codului*, a înlocuit *Directiva 89/552/CEE a Parlamentului European și a Consiliului din 3 octombrie 1989 privind coordonarea anumitor acte cu putere de lege și acte administrative ale statelor membre cu privire la desfășurarea activităților de difuzare a programelor de televiziune* (a se vedea considerentele 1 și 3 din *Directiva 2010/13*), are ca obiectiv instituirea cadrului juridic european armonizat pentru implementarea prevederilor *Convenției europene cu privire la televiziunea transfrontalieră* într-o societate informațională în plină expansiune.

În contextul responsabilităților prevăzute pentru Consiliului Audiovizualului alin. (5), urmează a fi menționate și acordurile internaționale semnate de RM în vederea (re)transmisiei unor servicii media audiovizuale pe teritoriul țării, inclusiv *Acordul cu privire la garanțiile de drept internațional în vederea activității libere și independente a Teleradiocompaniei Interstatale „Mir”*⁶⁷.

În vederea racordării depline a terminologiei din Cod cu terminologia din *Directiva 2010/13*, considerăm oportună înlocuirea sintagmei „domeniul audiovizualului” din alin. (5) cu sintagma „domeniul serviciilor media audiovizuale”.

* * *

Articolul 75. Atribuțiile Consiliului Audiovizualului

(1) Consiliul Audiovizualului asigură dezvoltarea serviciilor media audiovizuale în conformitate cu principiile comunicării audiovizuale prevăzute de prezentul cod.

(2) Consiliul Audiovizualului elaborează, dezbate public, aprobă, actualizează și pune în aplicare strategii de dezvoltare a serviciilor media audiovizuale pe termen mediu și lung.

(3) În vederea exercitării atribuțiilor sale, Consiliul Audiovizualului elaborează și supraveghează punerea în aplicare:

a) a reglementărilor privind condițiile, criteriile și procedura de acordare, de prelungire, de modificare, de suspendare și de revocare a licențelor de emisie și a autorizațiilor de retransmisiune;

b) a reglementărilor privind conținuturile serviciilor media audiovizuale liniare și neliniare, precum și privind serviciile de platformă de partajare a materialelor video;

c) a reglementărilor privind comunicările comerciale audiovizuale;

d) a reglementărilor privind regimul juridic al proprietății;

e) a reglementărilor privind modul de desemnare a membrilor Consiliului de supraveghere și de examinare a raportului anual de activitate al acestuia;

f) a reglementărilor privind asigurarea accesului la servicii media audiovizuale, privind informarea corectă, dreptul la replică, protecția minorilor și a persoanelor cu dizabilități, egalitatea de gen;

g) a reglementărilor privind protejarea spațiului audiovizual național;

61 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=124554&lang=ro

62 <http://parlament.md/ProcesulLegislativ/Proiectedeactelegislative/tabid/61/LegislativId/5315/language/ro-RO/Default.aspx>, <http://parlament.md/ProcesulLegislativ/Proiectedeactelegislative/tabid/61/LegislativId/5084/language/ro-RO/Default.aspx>

63 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=125314&lang=ro

64 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=92552&lang=ro

65 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=28969&lang=ro

66 Directiva inițială (nemodificată): <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=celex%3A32010L0013>

67 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=118112&lang=ro

h) a metodologiilor de monitorizare a conținuturilor serviciilor media audiovizuale liniare și neliniare, precum și ale serviciilor de platformă de partajare a materialelor video;

i) a metodologiilor de monitorizare a pluralismului audiovizual și a respectării normelor privind remediarea situațiilor referitoare la situația dominantă în formarea opiniei publice;

j) a altor acte normative care asigură implementarea prevederilor prezentului cod;

k) a normelor și procedurilor interne prevăzute la art. 80 alin. (1).

(4) Consiliul Audiovizualului:

a) exercită controlul asupra modului în care furnizorii și distribuitorii de servicii media își îndeplinesc obligațiile asumate, conform prezentului cod. Controlul asupra conținuturilor serviciilor media audiovizuale și ale programelor audiovizuale este exercitat numai după furnizarea acestora, în conformitate cu art. 7 alin. (5);

b) elaborează și aprobă lista evenimentelor de importanță majoră;

c) examinează și soluționează petițiile și sesizările privind activitatea furnizorilor de servicii media, furnizorilor serviciilor de platformă de partajare a materialelor video și a distribuitorilor de servicii media, inclusiv cu privire la dreptul de autor și la drepturile conexe;

d) elaborează și actualizează lista serviciilor media audiovizuale libere la retransmisiune și a celor „must carry” și o publică pe pagina web oficială a Consiliului Audiovizualului;

e) cooperează cu instituții similare din alte state în vederea preluării și implementării celor mai bune practici și standarde internaționale în domeniul audiovizualului;

f) cooperează cu alte autorități publice și instituții competente din Republica Moldova în vederea aplicării legislației în domeniul audiovizualului;

g) exercită atribuții prevăzute de Codul electoral și de alte acte normative;

h) solicită furnizorilor de servicii media, furnizorilor serviciilor de platformă de partajare a materialelor video și distribuitorilor de servicii media informațiile privind activitatea acestora, indicând temeiul legal, scopul solicitării și termenul prezentării informației respective;

i) inițiază și organizează activități de cercetare în domeniul audiovizualului, studii de piață, sondaje, studii de audiență și alte studii în vederea aplicării prevederilor legale din domeniu și, în acest scop, este în drept să contracteze instituții specializate în condițiile Legii nr. 131/2015 cu privire la achizițiile publice;

j) ține și actualizează registrul furnizorilor de servicii media, al furnizorilor serviciilor de platformă de partajare a materialelor video și al distribuitorilor de servicii media.

(5) Consiliul Audiovizualului asigură transparența:

a) proprietății și finanțării furnizorilor de servicii media și a distribuitorilor de servicii media aflați în jurisdicția Republicii Moldova;

b) tarifelor și a condițiilor privind utilizarea serviciilor media audiovizuale;

c) activității proprii.

(6) În vederea exercitării atribuțiilor, Consiliul Audiovizualului emite acte normative, precum și reguli de conduită profesională cu caracter de recomandare.

(7) Consiliul Audiovizualului aplică sancțiuni în conformitate cu prezentul cod.

(8) Consiliul Audiovizualului exercită alte atribuții în conformitate cu prezentul cod.

Comentariu

În contextul alin. (1), a se vedea comentariul la art. 73 alin. (1) din Cod. Prevederile art. 73 au fost instituite în vederea consacării statutului Consiliului Audiovizualului în raport cu societatea și statul, organismele europene și internaționale în domeniu și serviciile media audiovizuale. Art. 75 alin. (1) este destinat consacării unei obligații juridice generale a Consiliului Audiovizualului, în contextul exercitării atribuțiilor sale.

Prevederea de la alin. (2) impune obligația CA de a elabora și adopta atât strategia de dezvoltare a serviciilor media audiovizuale pe termen scurt, cât și strategia de dezvoltare a serviciilor media audiovizuale pe termen mediu. Necesitatea unor asemenea strategii se impune în virtutea unor circumstanțe de natură obiectivă (evoluția vertiginoasă a societății informaționale, influența în creștere a serviciilor media audiovizuale neliniare și necesitatea reglementării juridice a acestora ș.a.), cât și a unor circumstanțe de natură subiectivă.

Avem temei să afirmăm că în țara noastră există, deja, o tradiție a elaborării și adoptării unor asemenea strategii. În conformitate cu art. 35 din Codul audiovizualului al Republicii Moldova⁶⁸, au fost adoptate strategii de acoperire a teritoriului național cu servicii de programe audiovizuale pentru anii 2007–2010⁶⁹, 2011–2015⁷⁰ și, respectiv 2016–2018⁷¹.

În documentele de planificare strategică urmează a fi consacrată misiunea Consiliului Audiovizualului pe termen mediu și lung. Această misiune trebuie reflectată prin prisma prevederilor Legii Republicii Moldova nr. 67 din 26.07.2018 privind aprobarea Concepției naționale de dezvoltare a mass-mediei din Republica Moldova⁷², Legii Republicii Moldova nr. 299 din 21.12.2017 privind aprobarea Concepției securității informaționale a Republicii Moldova⁷³ (a se vedea art. 7. alin. (4) din Cod), Hotărârii Parlamentului Republicii Moldova nr. 257 din 22.11.2018 privind aprobarea Strategiei securității informaționale a Republicii Moldova pentru anii 2019–2024 și a Planului de acțiuni pentru implementarea acesteia⁷⁴ (a se vedea art. 7. alin. (4) din Cod) și a altor acte normative în domeniu.

A se vedea și comentariul la art. 75 alin. (3) lit. g).

Prevederile art. 75 alin. (3), deși sunt destinate consacării domeniilor de reglementare a Consiliului Audiovizualului, nu instituie expres și atribuția de a adoptare a reglementărilor prevăzute la lit. a) – k): „Consiliul Audiovizualului elaborează și supraveghează punerea în aplicare”. A se vedea comentariul la art. 75 alin. (6).

Consiliul Audiovizualului urmează să-și de exercite competențele de reglementare în limitele instituite în Cod și prevederile Legii Republicii Moldova nr. 100 din 22.12.2017 cu privire la actele normative⁷⁵, art. 16 al căreia instituie obligația de a delimita domeniile de competență normativă ale autorității publice autonome: „(2) Actele normative ale autorităților administrației publice centrale de specialitate și ale autorităților publice autonome sînt emise sau aprobate numai în temeiul și pentru executarea legilor și a hotărîrilor Parlamentului, a decretelor Președintelui Republicii Moldova, a hotărîrilor și ordonanțelor Guvernului. Actele normative respective se limitează strict la cadrul stabilit de actele normative de nivel superior pentru executarea cărora se emit sau se aprobă și nu pot contraveni prevederilor actelor respective. În clauza de adoptare a actelor normative ale autorităților administrației publice centrale de specialitate și ale autorităților publice autonome se indică expres actul normativ superior în temeiul căruia acestea sînt emise sau aprobate”.

Art. 30 din Directiva 2010/13 modificată⁷⁶ impune statelor obligația consacării exprese și clare a competențelor autorității de reglementare: „(3) Statele membre se asigură că competențele și prerogativele autorităților și/sau organismelor naționale de reglementare, precum și modalitățile de tragere la răspundere a acestora sunt clar definite în dreptul lor intern.”

În vederea implementării prevederilor din art. 30 al Directivei 2010/13, cu titlu de lege ferenda, propunem modificarea Codului, în vederea substituirii sintagmei „elaborează și supraveghează punerea în aplicare” cu sintagma „elaborează, adoptă și supraveghează punerea în aplicare”. În lipsa consacării exprese a domeniilor de competență de reglementare prevăzute în art. 75 alin. (3), expres consacrate printr-un act normativ de nivel superior (în cazul de față – Codul), există riscul anulării unor astfel de reglementări în instanța de judecată. Reamintim, totodată, consacarea unor competențe de reglementare ale Consiliului Audiovizualului în art. 69–70 din Codul electoral⁷⁷.

În contextul examinării atribuțiilor Consiliului Audiovizualului, urmează a se ține cont de faptul că lista domeniilor prevăzută în art. 75 alin. (3) nu este exhaustivă, în Cod fiind prezente, potrivit lit. j) din acest articol, și alte prevederi prin care sunt consacrate domenii, în care autoritatea de reglementare urmează să elaboreze și să pună în aplicare reglementări (acte normative), unele dintre aceste domenii fiind consacrate expres în calitate de domenii de reglementare a CA.

În contextul art. 75 alin. (3) lit. a), remarcăm:

68 Codul audiovizualului al Republicii Moldova a fost în vigoare în perioada 2006–2018, https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=107639&lang=ro

69 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=15217&lang=ro

70 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=183&lang=ro

71 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=92501&lang=ro

72 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=105449&lang=ro

73 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=105660&lang=ro

74 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=111979&lang=ro

75 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=105660&lang=ro

76 A se vedea *Directiva (UE) 2018/1808 a Parlamentului European și a Consiliului din 14 noiembrie 2018*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TX-T/?uri=CELEX:32018L1808>

77 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=125214&lang=ro

- instituirea competenței Consiliului Audiovizualului de a elabora și supraveghea punerea în aplicare a reglementărilor, ce au ca obiect regimul juridic al licențelor de emisie și a autorizațiilor de retransmisiune. S-ar părea că acest drept și, totodată, obligație constituie o prerogativă a autorității de reglementare în domeniu. La nivel practic, însă⁷⁸, reglementările în domeniu sunt instituite prin Hotărârea Parlamentului Republicii Moldova nr. 433-XVI din 28.12.2006 cu privire la aprobarea statutului, a structurii organizatorice și a efectivului-limită ale Consiliului Coordonator al Audiovizualului, prin care a fost aprobat și Regulamentul cu privire la procedura și condițiile de eliberare a licențelor de emisie și a autorizațiilor de retransmisiune⁷⁹. În vederea consolidării statutului de autoritate publică autonomă și al promovării cerințelor art. 30 din Directiva 2010/13 modificată⁸⁰ privind statutul juridic al autorităților de reglementare în domeniu, Regulamentul cu privire la procedura și condițiile de eliberare a licențelor de emisie și a autorizațiilor de retransmisiune ar urma să fie abrogat de Parlamentul Republicii Moldova;
- adoptarea de către Consiliul Audiovizualului a unor decizii importante, în vederea exercitării acestei atribuții: Decizia CA nr. 58/2019 cu privire la aprobarea modelelor de formulare aferente procedurii de eliberare, prelungire și modificare a licenței de emisie⁸¹, Decizia CA nr. 59/2019 cu privire la aprobarea modelului Condițiilor la licența de emisie⁸², Decizia CA nr. 60/2019 cu privire la aprobarea modelului Condițiilor la autorizația de retransmisiune⁸³, Decizia CA nr. 61/2019 cu privire la aprobarea modelelor de formulare aferente procedurii de eliberare, modificare și reperfectare a autorizației de retransmisiune⁸⁴. Totodată, în vederea promovării cerințelor art. 30 din Directiva 2010/13 modificată⁸⁵, Consiliul Audiovizualului ar urma să-și consolideze statutul de autoritate de reglementare în domeniu. Pe de o parte, se impune respect față de propriile decizii: conținutul Deciziei CA nr. 177/2020 cu privire la anunțarea concursului pentru utilizarea frecvențelor radio disponibile⁸⁶ perpetuează percepția ignorării de către Consiliul Audiovizualului a propriilor decizii⁸⁷ prin modificarea permanentă a „regulilor de joc”. Pe de altă parte, Consiliul Audiovizualului urmează să se conformeze cerințelor înaintate autorităților de reglementare: spre exemplu, prezența unor multiple reglementări, care au același obiect și sunt în vigoare, pune la îndoială statutul de coruptibilitate al oricărei autorități de reglementare. În acest context, menționăm și Decizia CCA nr. 213/2015 cu privire la aprobarea Regulamentului cu privire la procedura și condițiile de eliberare a licențelor de emisie și a autorizațiilor de retransmisiune pentru utilizarea capacității multiplexurilor digitale terestre⁸⁸.

În contextul art. 75 alin. (3) lit. b), a fost adoptată Decizia CA nr. 219/2019 cu privire la aprobarea Regulamentului privind conținuturile audiovizuale⁸⁹. Regulamentul privind conținuturile audiovizuale, publicat pe 22 ianuarie 2021⁹⁰, instituie reglementări detaliate privind implementarea principiilor comunicării audiovizuale, în contextul protejării libertății de exprimare și a pluralismului mass-media (a se vedea noțiunea „pluralism audiovizual” din art. 1 al Codului).

78 A se vedea, spre exemplu, *Decizia CA nr. 177/2020 cu privire la anunțarea concursului pentru utilizarea frecvențelor radio disponibile*, https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=123965&lang=ro

79 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=19734&lang=ro

80 A se vedea *Directiva (UE) 2018/1808 a Parlamentului European și a Consiliului din 14 noiembrie 2018*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TX-T/?uri=CELEX:32018L1808>

81 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=117236&lang=ro

82 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=114241&lang=ro

83 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=114384&lang=ro

84 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=114386&lang=ro

85 A se vedea *Directiva (UE) 2018/1808 a Parlamentului European și a Consiliului din 14 noiembrie 2018*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TX-T/?uri=CELEX:32018L1808>

86 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=123965&lang=ro

87 În cazul de față, a *Decizia CA nr. 58/2019 cu privire la aprobarea modelelor de formulare aferente procedurii de eliberare, prelungire și modificare a licenței de emisie*, https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=117236&lang=ro

88 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=90160&lang=ro

89 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=120445&lang=ro

90 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=125023&lang=ro

În contextul adoptării Regulamentului privind conținuturile audiovizuale, considerăm oportună abrogarea Codului de conduită al radiodifuzorilor⁹¹, care a fost adoptat „în vederea conceperii și comunicării audiovizuale a serviciilor de programe în conformitate cu prezentul cod și standardele europene” și „principiile de comunicare audiovizuală” (art. 40 lit. f) și art. 68 alin. (7) din Codul audiovizualului al Republicii Moldova nr. 260/2006)⁹². În esență, adoptarea Regulamentului privind conținuturile audiovizuale urmărește același scop. Existența unor acte normative cu același obiect de reglementare nu contribuie instituirea coerenței, consecutivității, stabilității și predictibilității reglementărilor în domeniu.

În contextul art. 75 alin. (3) lit. c), menționăm că ezitarea autorității de reglementare în domeniu de a institui reglementări în domeniul comunicărilor comerciale audiovizuale, în perioada imediat următoare intrării în vigoare a Codului, parțial, poate fi îndreptățită. Pe de o parte, pe parcursul anilor 2019–2020 Consiliul Audiovizualului s-a confruntat cu elaborarea și adoptarea unor reglementări inovatoare în domeniu și pentru situația de pandemie. Pe de altă parte, eventualitatea adoptării proiectului Legii cu privire la publicitate⁹³, adoptat de Parlamentul Republicii Moldova în primă lectură concomitent cu Codul, implică repercusiuni asupra interpretării și implementării reglementărilor privind comunicările comerciale audiovizuale din Cod. Considerăm necesară exercitarea acestei atribuții de către Consiliul Audiovizualului, până la adoptarea proiectului Legea cu privire la publicitate, inclusiv în vederea reglementării difuzării publicității politice și a publicității comerciale de către furnizorii de servicii media, problemă care a fost supusă examinării în ședințele Consiliului Audiovizualului în mod repetat.

Remarcăm, în acest context, existența Deciziei CA nr. 35/2020 cu privire la aprobarea Instrucțiunii privind mediatizarea campaniilor sociale⁹⁴, a cărei anexa nu este publicată în conformitate cu art. 80 alin. (7) din Cod⁹⁵.

În contextul art. 75 alin. (3) lit. d), remarcăm lipsa unor preocupări ale CA privind elaborarea, pe parcursul anilor 2019–2020, a unor reglementări conforme spiritului cerințelor privind regimul juridic al proprietății furnizorilor de servicii media – garantarea pluralismului mass-media (pluralismului audiovizual).

Reglementări, ce au ca obiect regimul juridic al proprietății furnizorilor de servicii media, pot fi regăsite în deciziile adoptate de CA în temeiul art. 75 alin. (3) lit. a) și art. 28 alin. (13) din Cod. Aceste decizii au ca obiect doar aprobarea unor formulare, necesare în procesul de licențiere – a se vedea comentariul la art. 75 alin. (3) lit. a), și a formularelor privind modelul de raport anual al furnizorilor de servicii media audiovizuale⁹⁶ și, respectiv, al distribuitorilor de servicii media audiovizuale⁹⁷.

În contextul art. 75 alin. (3) lit. e), constatăm continuarea practicilor perimate ale CA de adoptare a unor norme ad-hoc. Pentru anii 2019–2020, cu titlu de exemplu, amintim câteva decizii prin care au fost instituite cerințe pentru fiecare din concursurile organizate: Decizia CCA nr. 155/2019 cu privire la anunțarea Concursului pentru ocuparea unei funcții vacante de membru al Consiliului de Supraveghere al furnizorului public național de servicii media Compania „Teleradio-Moldova”⁹⁸, Decizia CA nr. 6/2020 cu privire la anunțarea Concursului pentru ocuparea funcțiilor vacante de membru al Consiliului de Supraveghere al furnizorului public național de servicii media Compania „Teleradio-Moldova”⁹⁹, Decizia CA nr. 236/2020 cu privire la anunțarea repetată a Concursului pentru ocuparea funcțiilor vacante de membru al Consiliului de Supraveghere al furnizorului public național de servicii media Compania „Teleradio-Moldova”¹⁰⁰.

91 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=43326&lang=ro

A se vedea și Decizia CA nr. 32/2020 cu privire la examinarea rezultatelor monitorizării postului de televiziune „Jurnal TV”, urmare a autosesizării membrii Consiliului Audiovizualului, Lidia Viziru, care face trimitere la Decizia CCA nr. 127/2007 despre Codul de conduită al radiodifuzorilor. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=124733&lang=ro

92 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=107639&lang=ro

93 <http://parlament.md/ProcesulLegislativ/Proiectedeactelelegislative/tabid/61/LegislativId/4224/language/ro-RO/Default.aspx>

94 <http://audiovizual.md/files/D.%206-35%20din%2004.03.2020%20-%20Cu%20privire%20la%20aprobarea%20Instruc%20C8%9Biunii%20privind%20mediatizarea%20campaniilor%20sociale.pdf>

95 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=121117&lang=ro

96 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=112343&lang=ro

97 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=112350&lang=ro

98 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=118457&lang=ro

99 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=120152&lang=ro

100 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=124521&lang=ro

Pe de o parte, trebuie să recunoaștem că normele ad-hoc sunt o practică binevenită și uzuală în condițiile instituirii unor reglementări incipiente. În acest domeniu, însă, avem reglementări de mai mult de zece ani: a se vedea, cu titlu de exemplu, și Decizia CCA nr. 10/2008 despre Regulamentul cu privire la procedura de organizare a concursului pentru suplinirea funcției de membru al Consiliului de Observatori al instituției publice a audiovizualului¹⁰¹. Reamintim, totodată, că practicile de instituire a unor norme ad-hoc pentru asemenea concursuri au fost și vor rămâne temei pentru acuzații de organizare a unor „concursuri de frumusețe” (predestinate unor anumite persoane). Pe de altă parte, reamintim că în temeiul art. 75 alin. (3) lit. e) CA are atribuția de a elabora și supraveghea punerea în aplicare a reglementării. Activitatea de reglementare urmează a fi desfășurată în conformitate cu prevederile Legii Republicii Moldova nr. 100 din 22.12.2017 cu privire la actele normative¹⁰², art. 2 al căreia instituie și criteriile de distincție dintre actele normative și actele individuale (inclusiv, ad-hoc): „act normativ – act juridic adoptat, aprobat sau emis de o autoritate publică, care are caracter public, obligatoriu, general și impersonal și care stabilește, modifică ori abrogă norme juridice care reglementează nașterea, modificarea sau stingerea raporturilor juridice și care sînt aplicabile unui număr nedeterminat de situații identice”. Or, norme ad-hoc nu corespund exigențelor din legea citată.

Art. 75 alin. (3) lit. e) instituie, printre atribuțiile Consiliului Audiovizualului, și elaborarea și supraveghea punerii în aplicare a reglementărilor privind examinarea raportului anual de activitate al furnizorului public național de servicii media. Aceste reglementări sunt destinate determinării obligațiilor (membrilor) Consiliului de Supraveghere în contextul art. 48, inclusiv dacă membrii acestuia sunt sau nu obligați să participe la ședința Consiliului Audiovizualului, cerințele privind desfășurarea și asigurarea dezbaterilor publice a raportului anual de activitate etc. Asemenea reglementări sunt necesare în vederea evitării „misiunii tehnice” a Consiliului Audiovizualului¹⁰³ de „a lua act” de raportul anual de activitate al furnizorului public național de servicii media și de raportul anual de activitate al Consiliului de Supraveghere al acestuia, care a fost atestată în contextul examinării și adoptării Deciziei CA nr. 38 din 16.02.2021 cu privire la prezentarea raportului de activitate pentru anul 2020 de către IP Compania „Teleradio-Moldova”¹⁰⁴. Chiar și dacă vor fi elaborate și adoptate asemenea reglementări, trebuie să recunoaștem că eficiența acestora va fi redusă în condițiile în care această competență și-o asumă, „din inerție” și contrar prevederilor Codului, Parlamentul Republicii Moldova¹⁰⁵.

Prevederile art. 75 alin. (3) lit. f) au constituit obiect de preocupare a Consiliului Audiovizualului, în contextul elaborării și adoptării Deciziei CA nr. 219/2019 cu privire la aprobarea Regulamentului privind conținuturile audiovizuale¹⁰⁶, în vederea instituirii unor reglementări detaliate privind implementarea principiului asigurării informării corecte (art. 13 din Cod), principiului dreptului la replică sau la rectificare (art. 14 din Cod), principiului protecției minorilor (art. 15 din Cod) și principiului protecției persoanelor cu dizabilități (art. 16 din Cod).

Considerăm oportună elaborarea și adoptarea, pe parcurs, a unor reglementări necesare în vederea completării Regulamentului privind conținuturile audiovizuale, care ar avea ca obiect protecția principiului egalității de gen (art. 18 din Cod).

101 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=104963&lang=ro

102 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=105660&lang=ro

103 <https://www.privesc.eu/Arhiva/93751/Sedinta-Consiliului-Audiovizualului-din-16-februarie-2021>

104 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=125805&lang=ro

105 <http://www.parlament.md/LinkClick.aspx?fileticket=H%2fe%2fVYjLUM%3d&tabid=130&mid=507&language=ro-RO>

106 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=120445&lang=ro

Publicarea Regulamentului privind conținuturile audiovizuale pe 22 ianuarie 2021¹⁰⁷, în conformitate cu art. 84 alin. (7) din Cod, ar constitui un prilej pentru Consiliul Audiovizualului de a-și revizui actele normative, în conformitate cu art. 65 din Legea Republicii Moldova nr. 100 din 22.12.2017 cu privire la actele normative¹⁰⁸. Printre asemenea acte sunt, spre exemplu, Decizia CCA nr. 98/2012 cu privire la clasificarea programelor audiovizuale în scopul protecției copiilor¹⁰⁹ și Decizia CCA nr. 99/2012 cu privire la respectarea drepturilor și protecția copilului în programele audiovizuale¹¹⁰. În caz de necesitate, anumite reglementări din actele care urmează a fi abrogate și reglementările viitoare, având ca obiect implementarea principiului protecției minorilor și a prevederilor Legea Republicii Moldova nr. 30/2013 cu privire la protecția copiilor împotriva impactului negativ al informației¹¹¹, urmează a fi încorporate în Regulamentul privind conținuturile audiovizuale. Același tratament urmează a fi adoptat, de Consiliul Audiovizualului, și în raport cu Decizia CCA nr. 101/2017 cu privire la accesul persoanelor cu deficiențe de auz și văz la serviciile de programe audiovizuale și abrogarea Deciziei CCA nr. 21 din 26.02.2008¹¹².

Pentru sintagma „reglementărilor privind asigurarea accesului la servicii media audiovizuale” a se vedea comentariul la litera următoare din acest alineat.

Prevederile art. 75 alin. (3) lit. g) au constituit obiect de preocupare a Consiliului Audiovizualului, în contextul elaborării și adoptării Deciziei CA nr. 219/2019 cu privire la aprobarea Regulamentului privind conținuturile audiovizuale¹¹³. În Regulamentul privind conținuturile audiovizuale¹¹⁴, reglementărilor privind principiul protejării spațiului audiovizual național (art. 17) le este destinat un capitol distinct.

Pe de o parte, în contextul instituirii unor reglementări în acest domeniu și a evaluării acestora, urmează a se ține cont de o serie de prevederi din Cod, principalele dintre care au ca obiect: protejarea și dezvoltarea spațiului audiovizual național este consacrată printre scopurile (art. 2 alin. (1) lit. f), consacrația noțiunii „protejarea spațiului audiovizual național” (art. 1), principiul protejării spațiului audiovizual național (art. 17), ofertele de servicii media audiovizuale retransmise de distribuitorii de servicii media (art. 55), obligația Consiliului Audiovizualului de a aproba și implementa strategii de dezvoltare a serviciilor media audiovizuale pe termen mediu și lung (art. 75 alin. (2)), instituirea unor termene de examinare a litigiilor în domeniu (art. 84 alin. (16)).

Pe de altă parte, modul de elaborare, consultare publică și adoptare a Legii Republicii Moldova nr. 241/2020 pentru modificarea Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018¹¹⁵, prin care au fost introduse modificări în prevederile privind principiul protejării spațiului audiovizual național (art. 17 din Cod) și promovarea operelor audiovizuale europene (art. 6 din Cod), demonstrează absența preocupărilor reale ale unor importante partide parlamentare pentru implementarea reală ale prevederilor în domeniu.

Prevederile art. 75 alin. (3) lit. h) nu au constituit obiect de preocupare a Consiliului Audiovizualului, în contextul reglementărilor din noul Cod. La moment, este în vigoare Decizia CCA nr. 180/2018 cu privire la aprobarea Metodologiei de monitorizare a radiodifuzorilor aflați sub jurisdicția Republicii Moldova¹¹⁶. Adaptarea metodologiei de monitorizare a conținuturilor serviciilor media audiovizuale lineare la cerințele noilor reglementări în domeniu sau elaborarea uneia noi, evident, implică eforturi considerabile.

Totodată, noul Cod impune Consiliului Audiovizualului elaborarea metodologiei de monitorizare a conținuturilor serviciilor media audiovizuale neliniare, precum și a metodologiei de monitorizare a conținuturilor serviciilor de platformă de partajare a materialelor video.

107 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=125023&lang=ro

108 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=105660&lang=ro

109 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=12562&lang=ro

110 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=118988&lang=ro

111 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=106343&lang=ro

112 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=104712&lang=ro

113 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=120445&lang=ro

114 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=125023&lang=ro

115 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=124554&lang=ro

116 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=111528&lang=ro

Prevederile art. 75 alin. (3) lit. i) nu au constituit obiect al preocupărilor CA. Elaborarea și punerea în aplicare a unei metodologii de monitorizare a pluralismului audiovizual se impune în contextul art. 30 alin. (2) din Directiva 2010/13 modificată¹¹⁷: „(2) Statele membre se asigură că autoritățile și/sau organismele naționale de reglementare își exercită competențele în mod imparțial și transparent și în conformitate cu obiectivele prezentei directive, în special pluralismul în mass-media, diversitatea culturală și lingvistică, protecția consumatorilor, accesibilitatea, nediscriminarea, buna funcționare a pieței interne și promovarea concurenței loiale”.

Elaborarea și punerea în aplicare a acestei metodologii, evident, trebuie să urmărească remedierea unor situații, care se referă la apariția/constatarea unor situații dominante în formarea opiniei publice, prevăzute în art. 28 și 29 din Cod. În domeniul serviciilor media audiovizuale, „pe lângă obligația negativă de a nu interveni, statul mai are și obligația pozitivă de a implementa un cadru legislativ și administrativ adecvat pentru a garanta un pluralism efectiv”, potrivit Curții Constituționale a Republicii Moldova¹¹⁸.

Prevederile art. 75 alin. (3) lit. j) oferă Consiliul Audiovizualului competența de a elabora acte normative, în vederea implementării unor prevederi distincte, pentru care nu au fost prevăzute expres atribuții de reglementare. O asemenea situație o reprezintă prevederea art. 63 alin. (6), prin care furnizorii de servicii media au fost obligați să uniformiza nivelul sunetului programelor audiovizuale cu cel utilizat în cazul difuzării comunicărilor comerciale audiovizuale. În vederea implementării acestei prevederi a fost adoptată Decizia CC nr. 227/2019 cu privire la uniformizarea nivelului tăriei sonore în serviciile de programe audiovizuale și aprobarea Metodologiei de monitorizare a nivelului tăriei sonore în serviciile de programe audiovizuale¹¹⁹. Un exemplu elocvent îl reprezintă și Decizia CA nr. 37/2020 cu privire la modul de reflectare a evoluției situației epidemiologice prin infecția cu COVID-19 în Republica Moldova și a măsurilor de protecție și prevenire¹²⁰.

Pentru prevederea art. 75 alin. (3) lit. k) a se vedea comentariile la art. 74 alin. (1) și art. 80 alin. (1) din Cod.

Prevederile art. 75 alin. (4), în spiritul Recomandării R(2000)23 a Comitetului de Miniștri către statele membre cu privire la independența și funcțiile autorităților de reglementare a sectorului radiodifuziunii și a art. 30 alin. (3) din Directiva 2010/13 modificată, consacră principalele direcții de activitate ale CA în vederea exercitării atribuțiilor sale domeniul monitorizării respectării legislației în vigoare și a angajamentelor asumate de furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media, aflați sub jurisdicția RM.

În contextul prevederilor art. 75 alin. (4) lit. a) – lit. d), fără a enumera deciziile cu caracter normativ citate în comentariul la alin. (3) din acest articol, menționăm existența următoarelor reglementări ale Consiliului Audiovizualului: Decizia CA nr. 119/2019 cu privire la clasificarea furnizorilor de servicii media aflați în jurisdicția Republicii Moldova¹²¹, Decizia CA nr. 65/2019 cu privire la aprobarea Listei evenimentelor de importanță majoră¹²², Decizia CA nr. 59/2020 cu privire la aprobarea listei serviciilor media audiovizuale libere la retransmișiune și a celor „must carry”¹²³.

În contextul prevederilor art. 75 alin. (4) lit. e), urmează a fi luată în considerație activitatea ERGA, prevăzută în art. 30b din Directiva 2010/13 modificată: „(1) Se instituie Grupul autorităților europene de reglementare pentru serviciile mass-media audiovizuale (ERGA). (2) Acesta este compus din reprezentanți ai autorităților și/sau organismelor naționale de reglementare în domeniul serviciilor mass-media audiovizuale având ca principală responsabilitate supravegherea serviciilor mass-media audiovizuale sau, în cazul în care nu există o autoritate și/sau un organism național de reglementare, din alți reprezentanți, aleși conform procedurilor lor. Un reprezentant al Comisiei participă la reuniunile ERGA”.

În contextul prevederilor art. 75 alin. (4) lit. d), a se vedea comentariul la art. 85 și art. 86 din Cod.

117 Directiva (UE) 2018/1808 a Parlamentului European și a Consiliului din 14 noiembrie 2018, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX:32018L1808>

118 Hotărârea Curții Constituționale a Republicii Moldova nr. 16/2018 privind controlul constituționalității Legii nr. 257 din 22 decembrie 2017 cu privire la completarea Codului audiovizualului al Republicii Moldova (Sesizarea nr. 2a/2018). https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=111035&lang=ro

119 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=122820&lang=ro

120 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=121081&lang=ro

121 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=123610&lang=ro

122 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=123004&lang=ro

123 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=121603&lang=ro

În contextul prevederilor art. 75 alin. (4) lit. g), cu titlu de exemplu, menționăm principalele acte care au ca obiect reflectarea alegerilor în mijloacele de informare în masă din 2020: Hotărârea Comisiei Electorale Centrale nr. 4151/2020 pentru aprobarea Regulamentului privind reflectarea campaniei electorale la alegerile prezidențiale din 1 noiembrie 2020 în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova¹²⁴, Decizia CA nr. 145/2020 cu privire la examinarea declarațiilor privind reflectarea/nereflectarea campaniei electorale la alegerile prezidențiale din 1 noiembrie 2020 de către instituțiile audiovizuale din Republica Moldova¹²⁵, Decizia CA nr. 143/2020 cu privire la aprobarea formularelor privind informația despre volumul de emisie electorală (spoturi, dezbateri și materiale electorale difuzate în cadrul rubricilor special create pentru reflectarea campaniei electorale, emisiuni informative), inclusiv informația despre spoturile de educație electorală/informare a alegătorilor la alegerile prezidențiale din 1 noiembrie 2020 în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova¹²⁶, Decizia nr. 144/2020 cu privire la prezentarea informațiilor de către furnizorii de servicii media aflați sub jurisdicția Republicii Moldova privind condițiile de oferire a spațiului publicitar (inclusiv prețul/minut) și alte servicii conexe concurenților electorali¹²⁷, Decizia CA nr. 145/2020 cu privire la examinarea declarațiilor privind reflectarea/nereflectarea campaniei electorale la alegerile prezidențiale din 1 noiembrie 2020 de către instituțiile audiovizuale din Republica Moldova¹²⁸, Decizia CA nr. 158/2020 cu privire la timpul de emisie gratuit acordat concurenților electorali în scopul expunerii programelor electorale și informării alegătorilor de către furnizorii naționali de servicii media audiovizuale¹²⁹, Decizia CA nr. 216/2020 cu privire la examinarea Raportului privind volumul de emisie electorală (spoturi, dezbateri și materiale electorale difuzate în cadrul rubricilor special create pentru reflectarea campaniei electorale, emisiuni informative), inclusiv informația despre spoturile de educație electorală / informare a alegătorilor în turul II al alegerilor prezidențiale, stabilit pentru 15 noiembrie 2020, în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova plasată de către furnizorii de servicii media, pentru perioada: 04–13 noiembrie 2020¹³⁰. Aceste acte reprezintă modele ale actelor, adoptate în scrutine, pentru care se modifică titlul și, mai puțin, se modifică conținutul.

În contextul prevederilor art. 75 alin. (5) lit. a), pe parcursul mai multor ani, pe pagina www.audiovizual.md, rubrica „Transparența decizională”, subrubrica „Registre” pot fi găsite doar registrele furnizorilor de servicii media lineari (TV și Radio) și a distribuitorilor de servicii media. În acest context, urmează a fi examinate și formularele privind modelul de raport anual al furnizorilor de servicii media audiovizuale¹³¹ și, respectiv, al distribuitorilor de servicii media audiovizuale¹³².

Prevederile art. 75 alin. (5) lit. b) urmează să-și găsească implementare pe parcurs.

În contextul prevederilor art. 75 alin. (5) lit. c), remarcăm practica îndelungată a autorității de reglementare privind aprobarea și publicarea pe site a rapoartelor trimestriale de activitate: Decizia CA nr. 8/2021 cu privire la activitatea Consiliului Audiovizualului în trimestrul IV al anului 2020¹³³, Decizia nr. 180/2020 cu privire la activitatea Consiliului Audiovizualului în trimestrul III al anului 2020¹³⁴, Decizia nr. 103/2020 cu privire la activitatea Consiliului Audiovizualului în trimestrul II al anului 2020¹³⁵, Decizia nr. 74/2020 cu privire la activitatea Consiliului Audiovizualului în trimestrul I al anului 2020¹³⁶. Sperăm că această practică va avea continuitate, chiar dacă art. 87 din noul Cod nu prevede expres o asemenea obligație, precum era prevăzut în art. 47 din Codul audiovizualului al Republicii Moldova (care nu mai este în vigoare).

Remarcăm, în acest context, și obligația instituită în art. 81 alin. (4). A se vedea, cu titlu de exemplu, Raportul cu privire la activitatea economico-financiară a Consiliului Coordonator al Audiovizualului în anul 2018 din 15.03.2019¹³⁷.

Totodată, transparența activității Consiliului Audiovizualului este asigurată prin transmisia online a ședințelor și publicarea multor informații pe site-ul autorității.

124 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=123179&lang=ro
125 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=124101&lang=ro
126 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=123844&lang=ro
127 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=123845&lang=ro
128 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=124101&lang=ro
129 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=124137&lang=ro
130 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=125164&lang=ro
131 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=112343&lang=ro
132 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=112350&lang=ro
133 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=125400&lang=ro
134 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=124394&lang=ro
135 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=122814&lang=ro
136 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=121951&lang=ro
137 https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=112929&lang=ro

Ar fi cazul să fie publicate în Monitorul Oficial al Republicii Moldova anexele la mai multe decizii de interes public, printre care remarcăm și Decizia CA nr. 31/2021 cu privire la examinarea și avizarea proiectului de Lege nr. 497 din 7 decembrie 2020¹³⁸, Decizia CA nr. 5/2021 cu privire la examinarea și avizarea proiectului Hotărârii Parlamentului privind modificarea și completarea Hotărârii Parlamentului nr. 56 din 30 martie 2017 privind aprobarea Strategiei Naționale de Integritate și Anticorupție pentru anii 2017–2020¹³⁹.

În contextul prevederilor art. 75 alin. (6), pe de o parte, regăsim împuternicire Consiliului Audiovizualului de a emite „reguli de conduită profesională cu caracter de recomandare”. Este o atribuție necesară în condițiile evoluției actuale a serviciilor media audiovizuale lineare și nelineare. Pe de altă parte, suntem în prezența unei norme, prin care nu sunt instituite domeniile de reglementare ale Consiliului Audiovizualului, fapt pentru care această prevedere urmează a fi aplicată în măsura în care în Cod regăsim consacrată atribuția expresă de a adopta reglementări normative pentru un domeniu sau altul.

Pentru prevederea din art. 75 alin. (6) a se vedea comentariul la art. 84 din Cod.

Pentru prevederea din art. 75 alin. (7) este o normă de blanchetă.

După cum s-a stipulat mai devreme, Republica Moldova efectuează armonizarea legislației sale cu legislația UE și, în special, cu Directiva SMAV, în conformitate cu Acordul de Asociere dintre UE și Republica Moldova.

În acest sens, acest articol transpune parțial, într-o oarecare măsură, articolele 28 și 28b din Directiva SMAV. În mod special, acesta include unele dintre dispozițiile referitoare la platformă de partajare a materialelor video (adică, menținerea și actualizarea registrului furnizorilor de servicii media, furnizorilor serviciilor de platformă de partajare a materialelor video și distribuitorilor de servicii media). Mai stipulează că Consiliul Audiovizualului va dezvolta și supraveghea punerea în aplicare a licențelor și a conținutului serviciilor media audiovizuale liniare și neliniare, precum și a serviciilor de platformă de partajare a materialelor video. Pentru o legislație în acest domeniu, această permisiune pentru un organism de reglementare de a adopta actele sub-legislative menționate este un răspuns pozitiv la evoluțiile din acest domeniu foarte dinamic, unde este întotdeauna mai prudent să se permită mai degrabă adoptarea pachetelor de reglementare prin intermediul codurilor sau a unor acte legislative similare, decât să se ofere o bază legislativă foarte detaliată, care poate deveni apoi rapid depășită și poate bloca sau împiedica dezvoltarea în continuare a acestui sector. Cu toate acestea, trebuie subliniat faptul că adoptarea pachetelor de reglementări sub-legislative trebuie, în mod implicit, să fie executată într-o procedură transparentă și deschisă, bazată pe cele mai bune practici internaționale și cu respectarea regulilor de consultare publică, așa cum este stipulat la alineatul (2) din prezentul articol.

În acest sens, trebuie subliniat faptul că statele membre ale UE transpun în prezent dispozițiile AVMSD revizuite, în special în ceea ce privește obligațiile pentru platformele de partajare video, astfel cum sunt stipulate în articolul 28b. Prin urmare, este încă devreme să oferim o perspectivă completă asupra modului în care vor fi îndeplinite obligațiile pentru platformele de partajare video, dar este important să urmărim aceste tendințe și să judecăm măsura necesară a dispozițiilor relevante în Republica Moldova, pe baza acestor practici.

Modificări propuse

Formularea alineatului (3) lit. d), în ceea ce privește obligația Consiliului Audiovizualului de a asigura reglementările privind statutul juridic al proprietății este neclară, fără o referire clară la ce se aplică aceste dispoziții și, prin urmare, se recomandă furnizarea unei clarități juridice depline.

Recomandări și declarații relevante ale Consiliului Europei

Recomandarea Comitetului de Miniștri către statele membre cu privire la independența și funcțiile autorităților de reglementare a sectorului radiodifuziunii (2000)

Declarația Comitetului de Miniștri privind independența și funcțiile autorităților de reglementare a sectorului radiodifuziunii (2008)

* * *

Articolul 76. Componenta Consiliului Audiovizualului

(1) Consiliul Audiovizualului este constituit din 9 membri, care trebuie să fie integri și să dețină experiență profesională în domeniul audiovizualului, al comunicării și jurnalismului, al dreptului, al cinematografiei, al culturii, al științei și cercetării, al tehnologiei informației și comunicațiilor, al publicității,

¹³⁸ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=125736&lang=ro

¹³⁹ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=125398&lang=ro

precum și în activitatea academică. La constituirea Consiliului Audiovizualului se respectă principiul egalității de gen.

(2) Consiliul Audiovizualului este format din:

- a) 2 membri propuși de Parlament;
- b) un membru propus de Președintele Republicii Moldova;
- c) un membru propus de Guvern;
- d) 5 membri propuși de organizațiile societății civile, selectați prin concurs public.

(3) Candidații la funcția de membru al Consiliului Audiovizualului sînt selectați de comisia parlamentară de profil. Cu 60 de zile înainte de expirarea mandatului de membru al Consiliului Audiovizualului, președintele comisiei parlamentare de profil:

a) solicită entităților enumerate la alin. (2) lit. a)–c) să propună cîte 2 candidați pentru fiecare funcție vacantă de membru al Consiliului Audiovizualului;

b) anunță concurs public pentru selectarea candidaților propuși de organizațiile societății civile, făcînd publice pe pagina web oficială a Parlamentului și pe pagina web oficială a Consiliului Audiovizualului regulamentul de organizare și desfășurare a concursului respectiv și data-limită pentru depunerea dosarelor, în funcție de poziția cărei entități devine vacantă.

(4) În termen de 15 zile lucrătoare de la data-limită de depunere a dosarelor, comisia parlamentară de profil desfășoară concursul, conform regulamentului, și selectează cîte un candidat pentru fiecare funcție vacantă. În cazul în care pentru una sau mai multe funcții vacante nu este selectat niciun candidat, în termen de 10 zile lucrătoare este organizat un nou concurs, în condițiile prezentului articol.

(5) Poate candida la funcția de membru al Consiliului Audiovizualului persoana care întrunește cumulativ următoarele cerințe:

a) deține diplomă de licență sau echivalentă cu aceasta și are experiență de cel puțin 5 ani în unul din domeniile prevăzute la alin. (1);

b) cunoaște prevederile legislației naționale și ale Uniunii Europene, precum și bunele practici internaționale în domeniul audiovizualului și în domeniile conexe;

c) deține cetățenia Republicii Moldova;

d) cunoaște limba română și cel puțin o limbă de circulație internațională;

e) nu are calitatea de membru de partid și/sau de afiliat politic;

f) nu deține, în mod direct sau indirect, interese, inclusiv financiare în cadrul furnizorilor de servicii media, distribuitorilor de servicii media, întreprinderilor de comunicații electronice sau al întreprinderilor din domeniul publicității;

g) are o reputație ireproșabilă;

h) nu este privată de dreptul de a ocupa o funcție publică prin hotărîre judecătorească definitivă.

(6) Comisia parlamentară de profil selectează sau respinge candidații la funcția de membru al Consiliului Audiovizualului prin hotărîre motivată. După selectarea candidaților pentru funcția de membru al Consiliului Audiovizualului, Comisia parlamentară de profil prezintă în ședința în plen a Parlamentului un raport, iar Comisia parlamentară juridică, pentru numiri și imunități – un coraport privind întrunirea cerințelor prevăzute de prezentul articol.

(7) Membrii Consiliului Audiovizualului sînt desemnați prin hotărîrea Parlamentului, adoptată cu votul majorității deputaților prezenți. În cazul în care un candidat la funcția de membru al Consiliului Audiovizualului nu întrunește numărul necesar de voturi, în termen de 10 zile lucrătoare de la ședința în plen a Parlamentului este anunțat un nou concurs, în condițiile prezentului articol.

(8) Membrii Consiliului Audiovizualului sînt desemnați pentru un singur mandat de 6 ani.

(9) Reînnoirea componenței Consiliului Audiovizualului se efectuează eșalonat. La expirarea mandatelor, noii membri ai Consiliului Audiovizualului sînt desemnați în ordinea prevăzută pentru entitățile specificate la alin. (2).

(10) În caz de vacanță a funcției înainte de termen, un nou membru al Consiliului Audiovizualului este desemnat pe durata restantă a mandatului, la propunerea aceleiași entități.

Comentariu

Procedurile și criteriile de selectare a membrilor autorității de reglementare în domeniul audiovizualului au fost mai mereu în centrul atenției opiniei publice din RM, semn că întrebările cu privire la formarea Consiliului, pe care și le-au pus membrii societății civile, dar și alți actori, nu au un răspuns ideal. Și asta, întrucât, au existat mereu suspiciuni privind politizarea procesului de numire în funcție. Așa sau altfel, indiferent de formule și mecanismele gândite și inserate în cadrul legal, astfel încât să fie aliniate la cele mai bune practici internaționale, ceea ce contează este punerea în aplicare a unor astfel de principii. În mod cert, cheia probității unui organism de reglementare este calitatea și integritatea persoanelor desemnate. Pornind de la acest considerent, alin. (1) enumeră o serie de criterii profesionale pe care trebuie să le întrunească cei 9 membri ai CA, care trebuie să fie „integri și să dețină experiență profesională în domeniul audiovizualului, al comunicării și jurnalismului, al dreptului, al cinematografeiei, al culturii, al științei și cercetării, al tehnologiei informației și comunicațiilor, al publicității, precum și în activitatea academică”. De asemenea, în acest alineat se precizează că la constituirea CA se respectă principiul egalității de gen, deși nu este prevăzut cum și dacă se asigură această egalitate ca finalitate sau doar acest lucru se realizează doar la momentul propunerilor.

În alin. (2) este instituită o formulă nouă de constituire a componenței CA, una hibrid, deoarece propunerile pentru patru funcții de membri ai Consiliului vin din partea celor mai înalte autorități ale statului (Parlament, Președinție, Guvern), iar pentru alte cinci funcții – din partea societății civile. Regretabil este faptul că doar cei cinci membri din partea societății civile sunt selectați prin concurs public, în timp ce Parlamentul, Președinția și Guvernul propun câte doi candidați pentru o funcție la comisia parlamentară de profil care selectează câte un candidat pentru fiecare post, conform procedurilor specificate în alin. (3)–(4). Ideea urmărită de autori a fost să se ajungă la o componență pluralistă a CA care să reprezinte diversitatea societății.

Alin. (5) prevede o serie de cerințe pe care candidatul la funcția de membru al Consiliului ar trebui să le întrunească, între care, cea de la lit. e): „*nu are calitatea de membru de partid și/sau de afiliat politic*”. Este o cerință introdusă în același scop al asigurării unei componențe al Consiliului în care să se regăsească persoane competente, profesioniste și integre. Desigur, această prevedere poate fi ocolită, prin faptul că un candidat anume cu trecut politic, poate să-și decline calitatea de membru de partid înainte de concursul pentru funcțiile de membri ai CA. În acest sens, propunerea autorilor a fost să se țină cont de o perioadă de trei ani dinaintea datei de organizare a concursului pentru funcția de membru al Consiliului Audiovizualului.

Conform alin. (6), hotărârile comisiei parlamentare de specialitate privind selectarea sau respingerea candidaților la funcția de membru al CA trebuie să fie motivate. Modul în care este aplicată această cerință este, bineînțeles, discutabil. Mai ales, că depinde și de criteriile de selectare stabilite în regulamentul elaborat de comisia parlamentară de specialitate care ar trebui să urmeze un proces de selecție obiectivă.

Alin. (7) prevede că membrii CA sunt desemnați prin hotărârea Parlamentului, adoptată cu votul majorității deputaților prezenți. Autorii au propus ca numirea în funcție să se realizeze prin votul a cel puțin 2/3, pentru a fi evitat pericolul de dominare din partea partidului sau partidelor politice aflate la putere. Propunerea, care nu a fost acceptată de legislatori, ar fi necesitat un consens larg și ar fi asigurat într-o oarecare măsură depolitizarea procesului de numire a membrilor autorității de reglementare.

Membrii CA sunt desemnați pentru un singur mandat de 6 ani, iar reînnoirea componenței Consiliului se efectuează eșalonat, după cum se prevede în alin(9). Totodată, la expirarea mandatelor, noii membri ai CA sunt desemnați în ordinea prevăzută pentru entitățile specificate la alin. (2), adică: 1) Parlament; 2) Președintele RM; 3) Guvern; 4) organizațiile societății civile. Reînnoirea eșalonată a componenței membrilor unui organism este un principiu prin care se urmărește continuitatea, dar și independența acestui organism, prin faptul că procedurile de numire sunt realizate periodic, la modul ideal, o dată la doi ani. Acest lucru, înseamnă că numirile ar putea să fie făcute de actori politici, în funcție de alternanța politică de la putere, ceea ce contribuie la atingerea scopului final urmărit: o componență pluralistă a CA.

* * *

Articolul 77. Membrii Consiliului Audiovizualului

(1) Membrii Consiliului Audiovizualului nu reprezintă entitatea care i-a desemnat și își onorează atribuțiile în conformitate cu legea, fiind liberi de influența oricărui alte entități publice sau private.

(2) Pe durata mandatului, membrii Consiliului Audiovizualului sînt inamovibili.

(3) Programul de muncă al membrilor Consiliului Audiovizualului are o durată normală a timpului de muncă.

(4) Vacanța funcției de membru al Consiliului Audiovizualului survine de drept în cazul:

- a) expirării mandatului;
 - b) demisiei;
 - c) condamnării prin hotărâre judecătorească definitivă;
 - d) pierderii cetățeniei Republicii Moldova;
 - e) imposibilității exercitării funcției pentru o perioadă mai mare de 4 luni, în mod neîntrerupt, stabilită prin acte doveditoare;
 - f) absenței, motivate sau nemotivate, de la cel puțin 7 ședințe consecutive;
 - g) incompatibilității cu funcția de membru al Consiliului Audiovizualului, în conformitate cu prevederile art. 78;
 - h) instituirii unei măsuri de ocrotire judiciară prin hotărâre judecătorească definitivă;
 - i) decesului.
- (5) În cazul vacanței funcției, președintele Consiliului Audiovizualului prezintă o notificare Comisiei parlamentare de profil în termen de 5 zile lucrătoare de la data survenirii vacanței funcției.
- (6) În cazul prevăzut la alin. (4) lit. a), membrul Consiliului Audiovizualului continuă să-și exercite funcția pînă la desemnarea altei persoane pentru funcția respectivă, dar nu mai mult de 6 luni. În cazurile prevăzute la alin. (4) lit. b)–i), funcția de membru al Consiliului Audiovizualului rămîne vacantă de la data emiterii ordinului de către președintele Consiliului Audiovizualului.
- (7) Membrii Consiliului Audiovizualului exercită funcții de demnitate publică.
- (8) Pe durata exercitării funcției, membrii Consiliului Audiovizualului nu pot face declarații sau întreprinde acțiuni susceptibile să dăuneze independenței funcției acestora și nu pot profita de funcția pe care o dețin în scopul obținerii avantajelor politice, economice sau de altă natură.

Comentariu

Este foarte important ca membrii autorității de reglementare a domeniului audiovizualului să fie considerate persoane independente, competente și oneste. În acest sens, prevederea inserată la alin. (1), precum că membrii Consiliului Audiovizualului nu reprezintă autoritatea care i-a numit, este în general pozitivă, fiind în corespundere cu standardele europene. Vom nota, între altele, că Recomandarea Consiliului Europei R (2000) 23 cu privire la independența și funcțiile autorității de reglementare a sectorului radiodifuziunii atrage atenția că reglementările legate de componența acestor autorități sunt un element-cheie a independenței lor: *„Regulile care reglementează autoritățile de reglementare a sectorului radiodifuziunii, în special componența lor, reprezintă un element-cheie al independenței acestora. Ele ar trebui să fie definite într-o manieră care să protejeze aceste autorități împotriva oricărei ingerințe, în special din partea forțelor politice sau a intereselor economice”*¹⁴⁰.

Alin. (2) statuează că membrii Consiliului Audiovizualului sunt inamovibili. Această prevedere vine să protejeze membrii autorității de reglementare de influențe și presiuni exterioare, inclusiv din sfera politicului. Siguranța mandatului și inamovibilitatea sunt elemente necesare pentru ca membrii CA să-și poată îndeplini misiunile fără să fie controlați sau presați de entitatea sau entitățile care i-a numit. Una dintre cele mai mari valori a CA ar trebui să fie inamovibilitatea membrilor săi. Altfel, o majoritate parlamentară ar putea decide să demită membrii CA ori de câte ori va dori, doar pentru că nu acționează în interesul partidelor aflate la guvernare.

Alin. (4)–(6) descriu situațiile de vacanță a funcției de membru al Consiliului și procedurile detaliate care urmează a fi realizate în cazul în care intervine vacanța funcției. La alin (6), este prevăzut în mod expres că în cazul expirării mandatului, membrul Consiliului continuă să-și exercite funcția până la desemnarea altei persoane pentru funcția respectivă, dar nu mai mult de 6 luni. Prin urmare, este stabilită o marjă relativ extinsă a perioadei în care trebuie urmate procedurile de desemnare a noilor membri ai autorității, pe de o parte, și totodată în acest mod pot fi prevenite situațiile când autoritatea de reglementare ar putea deveni nefuncțională în cazul expirării mandatelor unor membri fără să fie aleși alții în locul lor.

* * *

Articolul 78. Incompatibilitățile funcției de membru al Consiliului Audiovizualului

(1) Funcția de membru al Consiliului Audiovizualului este incompatibilă cu oricare altă funcție publică sau privată, cu excepția celor didactice și științifice, dacă nu prezintă conflicte de interese.

(2) Pe durata mandatului, membrii Consiliului Audiovizualului nu pot fi membri ai partidelor politice sau ai altor organizații social-politice.

¹⁴⁰ Recomandarea R (2000) 23 a Comitetului de Miniștri adresată statelor membre cu privire la independența și funcțiile autorităților de reglementare a sectorului radiodifuziunii. Linia directoare II, punctul 3.

(3) Membrii Consiliului Audiovizualului, precum și persoanele apropiate ai acestora, în sensul Legii nr. 133/2016 privind declararea averii și a intereselor personale, nu au dreptul să dețină, direct sau indirect, acțiuni ori părți sociale în societăți comerciale cu activități în domenii în care s-ar afla în conflict de interese cu calitatea de membru al Consiliului Audiovizualului.

(4) Membrii Consiliului Audiovizualului, precum și persoanele apropiate ai acestora nu pot fi membri în consiliile de administrație ori în organele de conducere ale furnizorilor de servicii media și ale distribuitorilor de servicii media și nici nu pot să exercite funcții ori să dețină acțiuni ori părți sociale ale unei persoane juridice, deținătoare a unei licențe de emisie sau a unei autorizații de retransmisiune.

(5) În scopul aplicării prevederilor alin. (3) și (4), membrii Consiliului Audiovizualului depun în ședință publică o declarație de conformitate pe propria răspundere.

(6) Membrul Consiliului Audiovizualului care, în momentul desemnării, se află în una dintre situațiile prevăzute la alin. (1)–(4) dispune de un termen de 30 de zile pentru a înlătura situația de incompatibilitate, perioadă în care nu deține drept de vot în cadrul Consiliului Audiovizualului.

Comentariu

Situațiile de incompatibilitate cu funcția de membru al Consiliului Audiovizualului specificate la alin. (1)–(4) urmăresc scopul de a diminua influența factorului extern asupra activității CA. Toate aceste incompatibilități sunt prevăzute în cadrul legal pentru a-i asigura Consiliului o independență reală, astfel încât să poată lua decizii fără ingerință exterioară și fără influență din partea unor factori politici, economici sau de alt ordin. Potrivit alin (2), pe durata mandatului, membrii CA nu pot fi membri ai partidelor politice sau organizațiilor social-politice. Această prevedere trebuie înțeleasă în sensul direct, pornind de la ipoteza că în momentul desemnării în cadrul CA, membrul respectivei autorități, nu ar trebui să aibă „calitatea de membru de partid și/sau de afiliat politic”, potrivit art. 76 alin. (5) lit. e).

Incompatibilitățile listate la alin. (3)–(4) sunt motivate de raționamentul evitării situațiilor de existență a conflictelor de interese, deoarece autoritatea de reglementare a domeniului emite decizii și dispoziții aplicabile tuturor subiecților reglementați de prezentul cod. Prin urmare, ar fi inadmisibil ca un membru al CA să facă parte din organele de conducere ale unei societăți comerciale deținătoare a unei licențe de emisie sau a unei autorizații de retransmisie pentru că în asemenea situații ar exista conflict de interese. Membrii Consiliului Audiovizualului depun în ședință publică o declarație de conformitate pe propria răspundere care să ateste că nu se află în situațiile de incompatibilitate prevăzute la alin. (3)–(4). Acesta este un lucru pozitiv, deoarece, până la proba contrarie, se prezumă că membrii autorității de reglementare sunt persoane oneste și integre. Așa sau altfel, conform alin. (6), membrul care se află într-o situație de incompatibilitate prevăzută de prezentul articol, are la dispoziție un termen de 30 de zile pentru a o înlătura, termen în care nu are drept de vot în cadrul CA.

* * *

Articolul 79. Conducerea Consiliului Audiovizualului

(1) Consiliul Audiovizualului este condus de un președinte și de un vicepreședinte aleși prin vot secret de cel puțin 6 membri ai Consiliului.

(2) Ședința Consiliului Audiovizualului în care este ales președintele este prezidată de cel mai în vârstă membru al Consiliului.

(3) Președintele Consiliului Audiovizualului este responsabil de activitatea Consiliului Audiovizualului în exercitarea atribuțiilor prevăzute de prezentul cod.

(4) Președintele Consiliului Audiovizualului:

- a) convoacă și prezidează ședințele Consiliului Audiovizualului;
- b) semnează deciziile și alte acte emise de către Consiliul Audiovizualului;
- c) asigură gestionarea alocațiilor bugetare și administrarea patrimoniului public în conformitate cu principiile bunei guvernări;
- d) numește și eliberează din funcție personalul aparatului Consiliului Audiovizualului;
- e) emite ordine privind activitatea aparatului Consiliului Audiovizualului;
- f) prezintă Parlamentului raportul anual de activitate al Consiliului Audiovizualului;
- g) reprezintă Consiliul Audiovizualului în relațiile cu autoritățile publice, cu persoanele juridice, precum și în relațiile internaționale;
- h) reprezintă Republica Moldova în organizații internaționale pe aspecte ce țin de serviciile media audiovizuale.

(5) În absența președintelui Consiliului Audiovizualului, precum și în cazul survenirii de drept a vacanței funcției și pînă la alegerea unui nou președinte, atribuțiile președintelui sînt exercitate de vicepreședinte.

(6) Președintele și vicepreședintele Consiliului Audiovizualului pot fi demisi, prin vot secret, la propunerea a 3 membri și cu votul a cel puțin 6 membri ai Consiliului Audiovizualului.

Comentariu

Prevederea de la alin. (1) care stipulează alegerea președintelui CA și a vicepreședintelui prin vot secret de cel puțin 6 membri ai Consiliului este, din nou, o îmbunătățire a cadrului legal, deoarece legislația veche presupunea alegerea președintelui autorității de reglementare a audiovizualului cu majoritatea simplă de voturi a membrilor aleși. Președintele este persoana responsabilă de activitatea Consiliului, iar atribuțiile sale sunt precizate la alin. (4) și acestea sunt foarte clare și nu necesită comentarii suplimentare.

Inserarea prevederii de la alin. (6) în prezentul cod, care se referă la posibilitatea demiterii președintelui și a vicepreședintelui Consiliului, are două aspecte. Aceasta poate trezi anumite îngrijorări, în sensul existenței anumitor ambiții sau interese, din când în când, ce s-a putea solda cu situații de criză în conducerea CA. În acest caz, aceste situații de schimbare permanentă a conducerii Consiliului ar putea afecta stabilitatea și eficiența CA. Pe de altă parte, raționamentul acestei norme rezidă în necesitatea de a prevedea în cadrul legal opțiunea unor remedii, cât de cât operative, în cazul în care conducerea Consiliului și autoritatea de reglementare, în ansamblu, clachează și nu se achită de sarcinile sau de misiunile care îi sunt conferite prin lege. Vom nota, de altfel, că și în cazul numirii, cât și în cel al demiterii, sunt necesare două treimi din voturi, astfel, încât, prevederea respectivă este un prag greu de atins dacă ar fi un abuz.

* * *

Articolul 80. Organizarea și funcționarea Consiliului Audiovizualului

(1) Consiliul Audiovizualului activează în baza propriului regulament de organizare și funcționare.

(2) În vederea exercitării atribuțiilor, Consiliul Audiovizualului instituie o structură funcțională proprie, precum și poate institui structuri funcționale teritoriale.

(3) Ședințele Consiliului Audiovizualului sînt deliberative cu prezența a cel puțin 6 membri. Consiliul Audiovizualului adoptă decizii cu votul a cel puțin 5 membri, cu excepția cazurilor prevăzute de prezentul cod. Toate deciziile Consiliului Audiovizualului sînt motivate.

(4) Ședințele Consiliului Audiovizualului sînt publice. Votul exprimat de fiecare membru al Consiliului Audiovizualului este întotdeauna însoțit de argumentare. Membrii Consiliului Audiovizualului își pot exprima votul pro sau contra, deschis sau secret, fără a fi admisă abținerea de la vot.

(5) Dezbaterile din cadrul ședințelor Consiliului Audiovizualului și rezultatele votării se consemnează în procese-verbale, semnate de către președintele Consiliului Audiovizualului. Deciziile împreună cu procesele-verbale se publică pe pagina web oficială a Consiliului Audiovizualului în termen de 10 zile lucrătoare de la data adoptării deciziilor respective.

(6) În campaniile electorale, deciziile cu privire la examinarea contestațiilor de către Consiliul Audiovizualului sînt publicate pe pagina web oficială în termen de 2 zile de la data adoptării deciziei.

(7) Deciziile cu caracter normativ emise de Consiliul Audiovizualului intră în vigoare la data publicării acestora în Monitorul Oficial al Republicii Moldova. Celelalte decizii ale Consiliului Audiovizualului sînt obligatorii de la data indicată în decizie.

(8) Consiliul Audiovizualului publică deciziile pe pagina web oficială a acestuia și în Monitorul Oficial al Republicii Moldova.

Comentariu

Prevederile prezentului articol vizează criteriile și modalitățile procedurale ale activității Consiliului Audiovizualului. Baza acestei activități o constituie regulamentul elaborat și aprobat de CA și, vom menționa în mod special, făcut public pe pagina web a instituției, pentru a asigura transparența și monitorizarea Consiliului. În conformitate cu prevederile alin. (2) în vederea exercitării atribuțiilor sale CA elaborează și instituie propria structură capabilă să-i asigure funcționalitatea, la necesitate poate înființa structuri funcționale teritoriale. În articol sunt inserate câteva alineate, (3), (4) și (5), consacrate modului de desfășurare a ședințelor, de dezbateri și adoptare a deciziilor. Din acestea, vom evidenția câteva elemente deosebit de importante pentru buna funcționare a CA: ședințele sale sunt publice; votul exprimat este întotdeauna însoțit de argumentare; deciziile luate sunt motivate. Transparența activității CA este asigurată și prin obligativitatea de a publica pe pagina web oficială a instituției deciziile împreună cu procesele-verbale în termenii stabiliți și desigur obligația Consiliului Audiovizualului de a publica deciziile în Monitorul Oficial al Republicii Moldova.

* * *

Articolul 81. Finanțarea Consiliului Audiovizualului

(1) Bugetul Consiliului Audiovizualului se constituie din subvenții de la bugetul de stat și din venituri proprii.

(2) Subvențiile de la bugetul de stat se stabilesc anual, prin legea bugetului de stat, și reprezintă volumul subvențiilor de la bugetul de stat aprobat pentru anul precedent, indexat cu indicele prețurilor de consum din ultimul an bugetar executat deplin.

(3) Veniturile proprii ale Consiliului Audiovizualului provin din donații, sponsorizări și alte surse legale. Nu pot constitui sursă de completare a bugetului Consiliului Audiovizualului veniturile provenite de la persoane fizice sau juridice care au interes în domeniul audiovizualului.

(4) Consiliul Audiovizualului aprobă raportul anual cu privire la activitatea financiară a acestuia, care se publică în Monitorul Oficial al Republicii Moldova și pe pagina web oficială a consiliului.

(5) Activitatea financiară a Consiliului Audiovizualului este verificată de către Curtea de Conturi în conformitate cu legislația în vigoare.

Comentariu

Mecanismul de finanțare a Consiliului prevăzut în articol, în condițiile funcționării și executării lui exacte, ar trebui să asigure autonomie și suficiență instituțională, protejând instituția de presiuni de ordin economic. Veriga slabă în acest mecanism sunt subvențiile de la bugetul de stat care, în pofida modalității de stabilire a volumului subvențiilor indicate în alin. (2), pot deveni o pârgie de influență asupra autorității de reglementare la îndemâna unor politicieni. Independența financiară a unei autorități de reglementare este aspect important al independenței sale, deoarece, în caz contrar, forțele politice ar putea să influențeze prin deciziile de finanțare ceea ce ar trebui să fie un organ independent de reglementare.

* * *

Articolul 82. Remunerarea membrilor Consiliului Audiovizualului

(1) Membrii Consiliului Audiovizualului sînt remunerați în conformitate cu Legea nr. 355/2005 cu privire la sistemul de salarizare în sectorul bugetar.

(2) Președintele Consiliului Audiovizualului este remunerat cu un salariu lunar echivalent salariului prevăzut pentru funcția de ministru.

(3) Vicepreședintele Consiliului Audiovizualului este remunerat cu un salariu lunar în mărime de 95% din salariul lunar prevăzut pentru președintele Consiliului Audiovizualului.

(4) Membrii Consiliului Audiovizualului sînt remunerați cu un salariu lunar în mărime de 90% din salariul lunar prevăzut pentru președintele Consiliului Audiovizualului.

Membrii Consiliului Audiovizualului sunt remunerați în conformitate cu legislația privind sistemul de salarizare în sectorul bugetar.

[Art. 82 în redacția LP257 din 16.12.20, MO353-357/22.12.20 art. 288; în vigoare 01.01.21]

Comentariu

Articolul a fost modificat, după cum se precizează în nota informativă la proiectul de modificare a actului legislativ, deoarece normele distincte care vizează salarizarea președintelui Consiliului, a vicepreședintelui și membrilor CA, fac trimitere la o lege care nu se mai aplică și în plus, „contravine principiului unității sistemului de salarizare în sectorul bugetar”. Raționamentul acestor norme distincte a fost de aliniat volumul remunerației convenite președintelui la mărimea salariului prevăzut pentru funcția de ministru, respectiv a celorlalte remunerații pentru ceilalți membri ai CA pentru a sublinia importanța autorității de reglementare a domeniului serviciilor media audiovizuale.

* * *

Articolul 83. Activitatea de supraveghere și control

(1) Supravegherea respectării prevederilor prezentului cod și sancționarea încălcărilor, precum și controlul îndeplinirii obligațiilor și a deciziilor adoptate în temeiul și pentru aplicarea prezentului cod revin Consiliului Audiovizualului.

(2) În activitatea de supraveghere și control, Consiliul Audiovizualului solicită informațiile și actele necesare pentru aplicarea prevederilor prezentului cod. Solicitantul indică temeiul legal, scopul solicitării și termenul prezentării informației.

(3) Consiliul Audiovizualului exercită controlul:

a) din oficiu;

b) la sesizarea unei autorități publice;

c) ca urmare a petiției depuse de către o persoană fizică sau juridică.

(4) În cazurile prevăzute la alin. (3) lit. b) și c), Consiliul Audiovizualului, în termen de 15 zile lucrătoare din data depunerii sesizării ori petiției, efectuează un control privind circumstanțele de fapt. Termenul respectiv poate fi prelungit prin decizia Consiliului Audiovizualului cu cel mult 15 zile lucrătoare. În cel mult 5 zile lucrătoare după efectuarea controlului privind circumstanțele de fapt, Consiliul Audiovizualului examinează sesizarea sau petiția în ședință publică, anunță rezultatele controlului, audiază subiecții interesați și decide respingerea sau acceptarea sesizării ori petiției și, după caz, aplicarea unei sancțiuni, în condițiile prevăzute de prezentul cod.

(5) Rezultatele controlului efectuat în condițiile alin. (3) lit. a) se examinează în ședință publică, cu audierea subiecților interesați.

(6) În sensul prezentului articol, se consideră subiecți interesați reprezentanții autorității publice care a depus sesizarea, persoană fizică sau juridică care a depus petiția ori reprezentanții acestora împuterniciți prin procură, reprezentanții organizației societății civile care a depus sesizarea, precum și reprezentanții furnizorului de servicii media, furnizorului serviciilor de platformă de partajare a materialelor video și distribuitorului de servicii media.

(7) Cu excepția perioadei electorale, cu 10 zile lucrătoare înainte de desfășurarea ședinței publice în cadrul căreia va fi examinată sesizarea sau petiția, Consiliul Audiovizualului informează subiecții interesați despre data, ora și locul desfășurării acesteia.

(8) Consiliul Audiovizualului examinează sesizarea sau petiția în lipsa subiecților interesați dacă a fost respectată procedura informării prealabile a acestora.

(9) Deciziile adoptate de către Consiliul Audiovizualului, în condițiile alin. (3), sînt constituite din partea descriptivă, motivarea și dispozitivul.

(10) Partea descriptivă se referă la temeiurile de fapt și de drept în baza cărora a fost efectuat controlul, precum și la pretențiile și argumentele în apărare, invocate de subiecții interesați, rezultatele controlului efectuat de către Consiliul Audiovizualului, alte circumstanțe importante.

(11) În motivare se indică încălcările depistate în urma efectuării controlului sau lipsa acestora, argumentele și probele pe care se întemeiază concluziile privind rezultatele controlului, precum și prevederile legale de care s-a condus Consiliul Audiovizualului.

(12) Dispozitivul deciziei cuprinde concluzia Consiliului Audiovizualului privind admiterea sau respingerea integrală ori parțială a sesizării sau a petiției, sancțiunea aplicată, măsurile ce obligă subiecții interesați la o acțiune sau inacțiune, calea și termenul de atac al deciziei, termenul de executare și măsurile necesare pentru asigurarea executării deciziei.

(13) Consiliul Audiovizualului contribuie plenar la soluționarea sesizărilor și a petițiilor pe cale amiabilă.

(14) În cazul în care la efectuarea controlului sînt depistate elemente constitutive ale unei infracțiuni sau este constatată competența altei autorități, Consiliul Audiovizualului remite materialele relevante autorității competente.

(15) Consiliul Audiovizualului efectuează anual, din oficiu, un control al modului de executare a prevederilor legale în vigoare de către furnizorii de servicii media, furnizorii serviciilor de platformă de partajare a materialelor video și distribuitorii de servicii media. Rezultatele controlului sînt reflectate în raportul anual de activitate al Consiliului Audiovizualului.

Comentariu

Art. 83 prevede expres, în alin. (1)–(3), că CA supraveghează modul în care sunt respectate normele CSMA, precum și propriile decizii și, la necesitate, aplică sancțiuni. Alin. (1) subliniază faptul că deciziile CA sunt adoptate în temeiul CSMA și în scopul aplicării lui. Este o precizare principială, menită să prevină eventuale decizii abuzive. Alin. (2) concretizează regulile de joc în exercitarea atribuțiilor de supraveghere și control ale CA în raport cu subiecții reglementați. Alin. (3) dispune CA să exercite controlul din oficiu, la sesizarea unei autorități publice sau ca urmare a unei petiții depuse de o persoană fizică sau juridică. Raționamentul prevederii rezidă în faptul că oricine poate fi afectat prin intermediul serviciilor media audiovizuale.

Alin. (4)–(8) detaliază procedurile prin care CA exercită funcția de control în cazul sesizărilor sau a petițiilor, exceptând autosesizarea (sesizarea din oficiu). Procedurile sunt concrete și clare atât pentru CA, cât și pentru subiecții interesați. Concretețea și claritatea procedurilor sunt oportune pentru a preveni sau diminua eventuale disensiuni între CA și subiecții interesați.

Alin. (9)–(13) prevăd exact cum trebuie să arate o decizie a CA adoptată în urma exercitării atribuției de control atât în cazul autosesizării, cât și cazul sesizării sau a petiției din exterior. Să remarcăm în mod aparte alin. (13), prin care CA i se solicită să facă tot posibilul pentru a soluționa sesizările și petițiile pe cale amiabilă. De fapt, e cea mai de preferat cale, nu și unica.

Alin. (14) dispune ca CA, în cazul în care în urma controlului depistează nereguli ce țin de competența altor autorități, remite respectivelor autorități materialele relevante. Este o prevedere necesară, dat fiind că activitatea în domeniu este atât de complexă, încât nu poate fi reglementată de o singură lege. Neregulile la care ne referim pot viza diverse probleme, inclusiv fiscalitatea, drepturile de autor, date cu caracter personal, campanii electorale etc.

Alin. (15) obligă CA să reflecte în raportul anual de activitate modul în care și-a exercitat atribuțiile de supraveghere și control. La moment atestăm, deocamdată, o preocupare insuficientă a CA pentru supravegherea și controlul platformelor de partajare a materialelor video, dar și a serviciilor media neliniare.

* * *

Articolul 84. Sancțiuni

(1) Furnizorii de servicii media, furnizorii de servicii de platformă de partajare a materialelor video și distribuitorii de servicii media poartă răspundere pentru încălcarea legislației în domeniul audiovizualului în conformitate cu prezentul articol și cu legislația în vigoare.

(2) Pentru încălcarea prevederilor prezentului cod, Consiliul Audiovizualului aplică sancțiuni stabilite individual, în funcție de gravitatea încălcării, de efectele acesteia, precum și de frecvența încălcărilor comise în ultimele 12 luni.

(3) Se sancționează cu avertizare publică furnizorii de servicii media care au comis prima încălcare a prevederilor stipulate la:

a) art. 4 alin. (3), (4) și (6)–(9), art. 5 alin. (2), art. 6 alin. (4)–(6), art. 13–15, art. 16 alin. (3), art. 19 alin. (2)–(6), art. 20 alin. (5), (10) și (11) și art. 22 din prezentul cod;

b) art. 70 alin. (2), (6) și (11) din Codul electoral.

(4) Se sancționează cu avertizare publică distribuitorii de servicii media care au comis prima încălcare a prevederilor art. 55 alin. (2)–(10).

(5) Se sancționează cu amendă de la 5000 de lei la 10000 de lei furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media care au comis următoarele încălcări:

a) refuzul de a se supune controlului în conformitate cu prevederile art. 75 alin. (4) lit. a), refuzul de a permite accesul în spațiile în care aceștia își desfășoară activitatea, refuzul de a crea condiții de vizionare a ofertei de servicii media audiovizuale retransmise sau de a pune la dispoziția reprezentanților împuterniciți documentele solicitate și înregistrările programelor audiovizuale difuzate;

b) nerespectarea ofertei de servicii media audiovizuale retransmise de către distribuitorul de servicii media;

c) omiterea prezentării, pînă la data de 1 februarie a anului următor celui de gestiune, a rapoartelor de activitate anuale și a contractelor de retransmisiune a serviciilor media audiovizuale;

d) utilizarea ilegală a semnalelor și/sau a siglei unui alt furnizor de servicii media;

e) nerespectarea prevederilor privind comunicarea motivelor și a obiectului sancțiunii, prevăzute la alin. (11)–(13) ale prezentului articol;

f) transmisiunea/retransmisiunea serviciilor media audiovizuale cu încălcarea prevederilor licenței de emisie sau ale autorizației de retransmisiune;

g) nerespectarea concepției generale a serviciului media audiovizual, aprobată de către Consiliul Audiovizualului;

h) nerespectarea prevederilor art. 23 și omiterea prezentării, la solicitarea Consiliului Audiovizualului, a contractelor încheiate cu deținătorii dreptului de autor și a drepturilor conexe;

i) nerespectarea prevederilor art. 24 alin. (2) și (3) și refuzul de a pune la dispoziția Consiliului Audiovizualului înregistrările serviciului media audiovizual;

j) nerespectarea prevederilor privind condițiile de furnizare a comunicărilor comerciale audiovizuale prevăzute la art. 63 alin. (2)–(4) și la art. 64, amenda fiind aplicată pentru fiecare caz de încălcare constatată;

k) comiterea repetată a încălcărilor prevăzute la alin. (3) și (4) din prezentul articol;

l) nerespectarea prevederilor art. 63 alin. (6).

(6) Se sancționează cu amendă de la 10000 de lei la 15000 de lei furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media care au comis următoarele încălcări:

a) nerespectarea deciziilor Consiliului Audiovizualului privind protecția minorilor;

b) utilizarea tehnicii mesajelor subliminale în cadrul spoturilor de publicitate sau de teleshopping;

c) nerespectarea obligației de a asigura transparența proprietății furnizorilor de servicii media, prevăzută la art. 21, și a regimului juridic al proprietății, prevăzut la art. 28 alin. (2)–(12) și art. 29 alin. (7);

d) comiterea repetată a încălcărilor prevăzute la alin. (5) din prezentul articol, cu excepția art. 19 alin. (2);

e) nerespectarea prevederilor art. 69 alin. (5) și (6) și ale art. 70 alin. (3)–(5) din Codul electoral.

(7) Se sancționează cu amendă de la 15000 de lei la 20000 de lei furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media care au comis următoarele încălcări:

a) transmisiunea/retransmisiunea serviciilor media audiovizuale fără licență de emisie sau autorizație de retransmisiune;

b) transmisiunea/retransmisiunea serviciilor media audiovizuale în afara zonei de acoperire specificate în licența de emisie sau în autorizația de retransmisiune;

c) retransmisiunea serviciilor media audiovizuale cu încălcarea prevederilor art. 53–55;

d) difuzarea unor opere cinematografice în afara perioadelor prevăzute în contractele încheiate cu deținătorii dreptului de autor și ai drepturilor conexe sau fără a obține o licență valabilă prin care se acordă dreptul de a le difuza;

e) întreruperea nemotivată a activității furnizorului de servicii media sau a distribuitorului de servicii media pentru o perioadă mai mare de 10 zile ori pentru mai mult de 30 de zile intermitente pe parcursul unui an calendaristic;

f) comiterea repetată a încălcărilor prevăzute la alin. (6) din prezentul articol;

g) nerespectarea prevederilor art. 70 alin. (9) și (10) din Codul electoral.

(8) Se sancționează cu amendă de la 25000 de lei la 30000 de lei furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media care au comis în mod repetat, în decurs de 12 luni, încălcările prevăzute la alin. (7).

(9) Se sancționează cu amendă de la 40000 de lei la 70000 de lei furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media care au încălcat prevederile art. 11 alin. (2) și ale art. 17. Pentru încălcarea repetată a prevederilor respective, amenda constituie de la 70000 de lei la 100000 de lei. Retragerea licenței de emisie pentru încălcarea prevederilor art. 11 alin. (2) și ale art. 17 se aplică după ce au fost aplicate gradual sancțiunile prevăzute de prezentul alineat.

(10) Se sancționează cu suspendarea licenței de emisie sau a autorizației de retransmisiune furnizorul de servicii media sau, respectiv, distribuitorul de servicii media care a comis în mod repetat, în decurs de 12 luni, încălcările prevăzute la alin. (8). Suspendarea licenței de emisie sau a autorizației de retransmisiune se aplică după ce au fost aplicate gradual sancțiunile prevăzute la alin. (4)–(8).

(11) Furnizorul de servicii media sau distribuitorul de servicii media căruia i s-a aplicat una dintre sancțiunile prevăzute de prezentul articol are obligația de a comunica publicului motivele și obiectul sancțiunii în modul indicat de Consiliul Audiovizualului în decizia privind aplicarea sancțiunii.

(12) Textul sancțiunii se difuzează în următoarele 48 de ore de la data adoptării deciziei privind aplicarea sancțiunii, sonor și/sau vizual, de cel puțin 3 ori, în orele de maximă audiență, din care o dată în principalul program audiovizual de știri, în cazul serviciilor media audiovizuale generaliste și/sau de știri, în conformitate cu decizia respectivă a Consiliului Audiovizualului.

(13) Distribuitorul de servicii media sancționat se obligă să difuzeze textul sancțiunii periodic timp de 24 de ore, în conformitate cu decizia Consiliului Audiovizualului cu privire la aplicarea sancțiunii.

(14) Licența de emisie este retrasă în condițiile art. 27, iar autorizația de retransmisiune – în condițiile art. 54 alin. (7).

(15) Decizia Consiliului Audiovizualului privind aplicarea sancțiunii este motivată, devenind executorie de la data publicării. Deciziile Consiliului Audiovizualului privind aplicarea sancțiunii pot fi atacate în instanța de judecată de către furnizorul de servicii media sancționat sau de către distribuitorul de servicii media sancționat.

(16) În vederea protejării spațiului audiovizual național, instanța de judecată va examina litigiile care reies din încălcarea prevederilor art. 11 alin. (2) și ale art. 17 în termen de 30 de zile. Apelul sau recursul este depus în termen de 3 zile de la data pronunțării hotărârii și se examinează în termen de 10 zile.

(17) În cazul în care în decurs de 12 luni de la data ultimei sancționări furnizorul de servicii media sau distribuitorul de servicii media nu comite alte încălcări ale prevederilor prezentului cod, sancțiunile anterioare sînt considerate nule.

Comentariu

Art. 84 alin. (1) și (2) precizează că furnizorii și distribuitorii de servicii media și furnizorii de platforme de partajare a materialelor video poartă răspundere pentru încălcarea legislației în domeniul audiovizualului. Răspunderea pentru nerespectarea legislației audiovizuale survine în conformitate cu art. 84 al CSMA, dar și cu alte norme prevăzute de legislația în vigoare. Alin. (2) concretizează că sancțiunile pentru încălcarea prevederilor CSMA sunt stabilite individual, în funcție de gravitatea încălcării, de efectele acesteia, precum și de frecvența încălcărilor comise în ultimele 12 luni. Este o abordare adecvată, cu criterii clare, și sugerează CA cum să procedeze în cazul în care decide aplicarea unei sancțiuni. De precizat, că frecvența încălcărilor nu este calculată pe durata unui an calendaristic. Deci, „ultimele 12 luni” nu echivalează cu anul calendaristic.

Alin. (3)–(10) indică șirul sancțiunilor care pot interveni în cazul nerespectării normelor prevăzute în conținutul CSMA. În funcție de gravitatea încălcărilor, sancțiunile prevăd avertizări publice, amenzi și chiar suspendarea sau retragerea licenței de emisie sau a autorizației de retransmisie. Durata suspendării este decisă de CA, pornind și de la prevederile alin. (2).

De observat, că modul în care trebuie să fie aplicate sancțiunile, parcă accentuează că scopul central al acestora este să-l determine pe cel sancționat să reintre în spațiul legal. Și doar în cazuri excepționale se recurge la suspendarea/retragerea licenței/autorizației. Mai mult, alin. (15) oferă dreptul de a ataca în instanță deciziile de sancționare ale CA. Este o normă democratică recunoscută care are menirea nu să descurajeze CA, ci să-l responsabilizeze și să-l pună în gardă ori de câte ori își motivează deciziile de sancționare. Iar motivarea este obligatorie.

Alin. (11)–(13) îi obligă pe cei sancționați să aducă la cunoștința publicului motivele și obiectul sancțiunii. Furnizorii de servicii media sancționați pot difuza în cadrul propriilor programe audiovizuale textul indicat de CA. Distribuitorii de servicii media nu pot face acest lucru, dat fiind că au interdicția de a interveni în serviciile media retransmise. Deci, aceștia au opțiunea să difuzeze textul pe pagina web sau să apeleze la eventuali furnizori de servicii media. Acest lucru, evident, trebuie să-l indice CA în decizia de sancționare.

Alin. (16), deși necesar, se pare, ar fi bine să se regăsească în altă lege.

Alin. (17) prevede cât timp o sancțiune este considerată valabilă. S-ar părea că norma alineatului, cumva, ar încuraja furnizorii și distribuitorii de servicii media să respecte CSMA în intervale de timp a câte 12 luni. În realitate, însă, norma confirmă că o încălcare nu poate fi considerată încălcare veșnic. Și apoi, norma se orientează către respectarea cu bună credință a legislației.

* * *

Articolul 85. Cooperarea cu alte autorități publice

(1) În vederea exercitării atribuțiilor, Consiliul Audiovizualului cooperează cu autoritățile publice din Republica Moldova.

(2) Procedura și condițiile de cooperare cu autoritățile publice sînt stabilite prin acorduri de cooperare, care sînt publicate pe paginile web oficiale ale părților contractante.

(3) Consiliul Audiovizualului cooperează cu Consiliul Concurenței în scopul asigurării unei concurențe loiale pe piața serviciilor media audiovizuale, al prevenirii și excluderii situațiilor dominante în formarea opiniei publice prin intermediul furnizorilor de servicii media.

(4) Consiliul Audiovizualului cooperează cu autoritatea de reglementare în domeniul comunicațiilor electronice și al tehnologiei informației în scopul asigurării funcționalității principiului de „ghișeu unic” la eliberarea licențelor de emisie.

(5) Consiliul Audiovizualului cooperează cu autoritatea responsabilă de domeniul medicamentelor în scopul aplicării legislației cu privire la comunicările audiovizuale comerciale pentru produsele medicamentoase și tratamentele medicale.

(6) Consiliul Audiovizualului cooperează cu autoritatea pentru protecția obiectelor de proprietate intelectuală, precum și cu organizațiile de gestiune colectivă a drepturilor patrimoniale în scopul asigurării protecției dreptului de autor și a drepturilor conexe în domeniul audiovizualului.

(7) Cooperarea Consiliului Audiovizualului poate fi extinsă și pentru alte domenii decît cele prevăzute în prezentul articol, conform competenței atribuite prin lege autorităților respective.

(8) Consiliul Audiovizualului, în raportul anual de activitate, reflectă rezultatele cooperării cu alte autorități publice.

Comentariu

Art. 85, în alin. (1)–(2) dispune CA să coopereze cu autorități publice naționale în temeiul unor acorduri de cooperare făcute publice. Necesitatea cooperării este indiscutabilă, dat fiind că CA nu are și nu poate avea toate atribuțiile și competențele pentru a reglementa un domeniu atât de complex și cu impact, practic, asupra întregii societăți.

Alin. (3)–(6) indică exact cu ce autorități trebuie să coopereze CA, iar alin. (7) lasă posibilitatea extinderii numărului de autorități. Este de înțeles, deoarece dezvoltarea domeniului, generată de tehnologiile informaționale, ar putea conduce la apariția unor noi autorități sau la necesitatea cooperării cu autorități publice existente, dar neindicate expres în art. 85, (pe segmentul protecției datelor cu caracter personal, pe segmentul protecției consumatorului, pe segmentul protecției minorilor, pe segmentul securității informaționale etc.). Contează ca această cooperare, oportună, să fie inițiată (acolo unde nu este), menținută și dezvoltată. Evoluția (sau involuția) pe filiera dată ar trebui să poată fi urmărită în rapoartele anuale de activitate ale CA, potrivit alin. (8). Este o normă obligatorie minimă. CA ar putea publica rezultate ale cooperării mai des – legea nu interzice acest lucru.

* * *

Articolul 86. Cooperarea cu societatea civilă

(1) Pentru exercitarea atribuțiilor, Consiliul Audiovizualului cooperează cu organizațiile reprezentative de profil ale societății civile în scopul:

- a) elaborării documentelor ce vizează domeniul audiovizualului;
- b) monitorizării serviciilor media audiovizuale;
- c) elaborării analizelor, expertizelor și recomandărilor relevante domeniului audiovizualului;
- d) consultării asupra aspectelor importante ale domeniului audiovizualului;
- e) asigurării altor necesități.

(2) Propunerile și sugestiile organizațiilor reprezentative de profil ale societății civile au pentru Consiliul Audiovizualului caracter de recomandare.

(3) Consiliul Audiovizualului reflectă în raportul anual de activitate rezultatele cooperării cu societatea civilă.

Comentariu

Art. 86, alin. (1) prevede cooperarea și scopul cooperării CA cu societatea civilă. De remarcat, că sintagma „organizațiile reprezentative de profil” nu este nici concretă, nici clară până la capăt. Pe de altă parte, legea nu putea indica exact cu ce organizații ale societății civile să coopereze CA. Rămâne la latitudinea CA să decidă de ce servicii are nevoie, ce organizații de profil pot oferi serviciile respective și pe care dintre organizații să le considere reprezentative. CA, în funcție de serviciile de care are nevoie, ar putea recunoaște anumite entități drept organizații reprezentative de profil în temeiul unor criterii (de ex.: experiența în domeniu, relevanța expertizei, calitatea/notorietatea angajaților entității etc.). Pentru a îndepărta orice eventuale suspiciuni, ar fi bine ca publicul să cunoască în ce temei o organizație ori alta a fost considerată reprezentativă. Alin. (1) nu dispune încheierea acordurilor de cooperare, dar nici nu le interzice.

Alin. (2) precizează statutul propunerilor și sugestiilor făcute de societatea civilă. Evident, acestea pot avea doar statut de recomandare, dat fiind că CA (nu societatea civilă) are obligația și responsabilitatea juridică să implementeze prevederile CSMA. Societatea civilă ar putea contribui la implementarea (mai bună ori mai rapidă) a acestora. La fel ca și în articolul precedent, CA trebuie să reflecte rezultatele cooperării în rapoartele anuale de activitate, dar o poate face și mai des.

* * *

Articolul 87. Responsabilitatea Consiliului Audiovizualului

(1) Consiliul Audiovizualului prezintă raportul anual de activitate în ședința în plen a Parlamentului.

(2) Până la data de 1 martie a anului următor, Consiliul Audiovizualului depune la comisia parlamentară de profil raportul anual de activitate, precum și îl publică pe pagina sa web oficială.

Comentariu

Art. 87 indică relația CA, ca autoritate publică autonomă, cu organul legislativ al țării. Parlamentul, care are atribuția exclusivă de exercitare a controlului parlamentar, poate adopta, în limitele legislației, orice hotărâre vizând raportul anual de activitate al CA. Finalul conținutului art. 87 pune accent pe transparența activității CA.

Să amintim, că în RM a existat odinioară practica prezentării publice a rapoartelor de activitate ale autorității de reglementare a domeniului audiovizualului, de regulă, în conferințe de presă. Rapoartele erau prezentate și dezbătute până a ajunge în Parlament. A fost o practică bună și, poate, ar fi potrivit să se revină la ea. CSMA nu obligă expres să fie făcut acest lucru, dar ar fi în spiritul legii.

* * *

Capitolul XI. DISPOZIȚII FINALE ȘI TRANZITORII

Articolul 88. Intrarea în vigoare a prezentului cod

Prezentul cod intră în vigoare la data de 1 ianuarie 2019, cu excepția:

- a) art. 6 alin. (4) și (5), a căror punere în aplicare este asigurată gradual în decurs de 3 ani de la data intrării în vigoare a prezentului cod;
- b) art. 6 alin. (6), a cărui punere în aplicare este asigurată gradual în decurs de 5 ani de la data intrării în vigoare a prezentului cod;
- c) art. 26 alin. (1), care se aplică după 6 luni de la data intrării în vigoare a prezentului cod;
- d) art. 28 alin. (4), art. 29, art. 33 alin. (2), care se aplică după 12 luni de la data intrării în vigoare a prezentului cod.

Comentariu

Preocupați de intrarea în vigoare a *Codului*, cu multe luni înainte de data adoptării acestuia în lectură finală, autorii au prevăzut necesitatea de a institui un termen pentru studiul acestuia de către subiecții cărora le este adresat.

Prin lit. a) și b) au fost prevăzute perioade tranziție pentru punerea în aplicare a prevederilor art. 6 alin. (4)–(6) din *Cod*. Prevederile din alin. (1)–(2) nu mai sunt actuale, deoarece prin *Legea Republicii Moldova nr. 241 din 16.12.2020 pentru modificarea Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018*¹⁴¹ alin. (4)–(6) din art. 6 ale *Codului* au fost abrogate.

* * *

Articolul 89.

- (1) Consiliul Audiovizualului este succesorul de drept al Consiliului Coordonator al Audiovizualului.
- (2) Membrii Consiliului Coordonator al Audiovizualului își exercită funcția pînă la expirarea mandatelor.
- (3) Membrii Consiliului de Observatori al instituției publice naționale a audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova” își exercită funcția pînă la expirarea mandatelor.

Comentariu

Prevederile acestui articol au fost destinate evitării demisiei abuzive, de către Parlamentul Republicii Moldova, a membrilor numiți în funcțiile respective de autoritatea legislativă a statului. O asemenea prevedere s-a impus și în contextul unui precedent, care a ajuns precedent de răsunet în jurisprudența CtEDO.

* * *

Articolul 90.

- (1) În termen de 12 luni de la data intrării în vigoare a prezentului cod, distribuitorii de servicii media vor ajusta structura ofertelor de servicii media audiovizuale la prevederile art. 55.
- (2) Prevederile art. 57–60 se aplică după 6 luni de la data aprobării de către Consiliul Audiovizualului a procedurii de notificare și de eliberare a avizului de furnizare a serviciilor media audiovizuale neliniare.

¹⁴¹ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=124554&lang=ro

Comentariu

Prevederea din alin. (1) a fost necesară în vederea, pornind de la practica activității distribuitorilor de servicii media, care de regulă semnează contracte cu titularii drepturilor de retransmisie pentru un an calendaristic, precum și a evitării unor acuzații la adresa statului privind instituirea unor ingerințe nejustificate în activitatea distribuitorilor de servicii media.

În contextul alin. (2), a se vedea *Decizia CA nr. 220/2019 cu privire la aprobarea Regulamentului privind procedura de notificare și de eliberare a avizului de furnizare a serviciilor media audiovizuale neliniare*¹⁴².

* * *

Articolul 91.

(1) Licențele de emisie acordate pînă la data intrării în vigoare a prezentului cod sînt valabile pînă la expirarea termenului pentru care au fost eliberate și sînt prelungite de drept în conformitate cu prevederile prezentului cod.

(2) Autorizațiile de retransmisiune acordate pînă la data intrării în vigoare a prezentului cod sînt valabile pînă la expirarea termenului pentru care au fost eliberate.

(3) Autorizația de retransmisiune a distribuitorului de servicii media „Moldtelecom” S.A. este valabilă pînă la data expirării termenului pentru care a fost eliberată.

Comentariu

Prevederile din alin. (1) și (2) au fost instituite în vederea evitării unor abuzuri în activitatea furnizorilor de servicii media și a distribuitorilor de servicii, în contextul unor eventuale interpretări extensive ale legii.

Alin. (3) au fost introduse în vederea instituirii unei perioade de tranziție pentru punerea în aplicare a prevederilor art. 53 alin. (2) lit. a – g) din *Cod: „(2) Distribuitorii de servicii media nu pot avea în calitate de proprietar beneficiar: a) Parlamentul, Președintele Republicii Moldova sau Guvernul; b) un organ central de specialitate sau o autoritate administrativă centrală; c) o autoritate a administrației publice locale; d) alt organ/ autoritate, instituite cu scopul exercitării atribuțiilor administrative, social-culturale sau cu caracter necomercial; e) o instituție publică finanțată integral sau parțial de la bugetul de stat; f) o organizație comercială finanțată integral sau parțial de la bugetul de stat”*. Pe parcursul elaborării proiectului *Codului*, existând certitudinea că statul este prezent pe piața distribuitorilor de servicii media doar prin „Moldtelecom” S.A., autorii au indicat excepția nominalizându-l.

Și prevederile din alin. (3) nu mai sunt actuale, fiind abrogate prin *Legea nr. 241 din 16.12.2020 pentru modificarea Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018*¹⁴³.

* * *

Articolul 92.

La data intrării în vigoare a prezentului cod, se abrogă *Codul audiovizualului al Republicii Moldova nr. 260/2006 (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2006, nr. 131–133, art. 679)*, cu modificările ulterioare.

Comentariu

Articolul nu necesită un comentariu suplimentar.

* * *

Articolul 93.

În termen de 6 luni de la data intrării în vigoare a prezentului cod, Guvernul:

a) va elabora și va prezenta Parlamentului propuneri privind aducerea legislației în concordanță cu prezentul cod;

b) va aduce actele sale normative în concordanță cu prezentul cod și va asigura elaborarea actelor normative necesare pentru punerea în aplicare a acestuia.

¹⁴² https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=120367&lang=ro

¹⁴³ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=124554&lang=ro

Comentariu

În dispozițiile finale, de regulă, se includ și reglementări privind obligația autorităților responsabile de a elabora și prezenta spre aprobare, Parlamentului Republicii Moldova, proiectele de acte normative, necesare în vederea racordării legislației în vigoare cu prevederile noii legi. O asemenea obligație, totuși, urma a fi instituită pentru Consiliul Audiovizualului, nu pentru Guvernul Republicii Moldova, care nu are nici expertiză în domeniu și, totodată, reprezintă o sursă a ingerințelor în domeniu.

* * *

Articolul 94.

Consiliul Audiovizualului:

a) în termen de 6 luni de la data intrării în vigoare a prezentului cod:

- va institui reglementări și va întreprinde, în limita competențelor, măsurile necesare în scopul protejării spațiului audiovizual național;

- va institui reglementări, inclusiv privind asigurarea dreptului persoanei de a accede la serviciile media audiovizuale liniare;

- va adopta procedura de notificare și de eliberare a avizului de furnizare a serviciilor media audiovizuale neliniare;

b) în termen de 12 luni de la data intrării în vigoare a prezentului cod, va aproba Regulamentul privind conținuturile audiovizuale.

Comentariu

A se vedea comentariul la art. 75 alin. (3).

BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

1. Lista completă cu 225 de convenții și tratate europene poate fi consultată pe site-ul: <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list>
2. O listă de recomandări, rezoluții și ghiduri ale CoE poate fi consultată pe site-ul: <https://www.coe.int/en/web/cdcj/recommendations-resolutions-guidelines>
3. Deciziile Curții Europene a Drepturilor Omului pot fi consultate pe site-ul: <http://www.echr.coe.int>.
4. Publicații specializate în teme tratate în comentariul explicativ pot fi consultate pe site-ul Institutului European al Mediilor de Informare (<http://www.eim.de>) și pe site-ul Centrului European de Jurnalism (<http://www.ejc.nl>).
5. Jurisprudența Curții Constituționale a Republicii Moldova poate fi consultată pe site-ul: <https://www.constcourt.md/ccdocs.php?l=ro>
6. Jurisprudența CSJ a RM poate fi consultată pe site-ul: http://jurisprudenta.csj.md/db_plen_csj.php
7. Rezoluția Parlamentului European din 21 mai 2013 referitoare la Carta UE: norme standard pentru libertatea mass-mediei în UE poate fi consultată pe site-ul: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-7-2013-0203_RO.html#def_1_19
8. Jurisprudența internațională în materia libertății de exprimare (volumele I-III) poate fi consultată pe site-urile:
9. https://www.standarde-justitie.ro/presasijustitia/Libertatea%20de%20exprimare%20-%20Jurisprudenta%20internacionala_1_RO.pdf;
10. https://www.standarde-justitie.ro/presasijustitia/Libertatea%20de%20exprimare%20-%20Jurisprudenta%20internacionala_2_RO.pdf;
11. https://www.standarde-justitie.ro/presasijustitia/Libertatea%20de%20exprimare%20-%20Jurisprudenta%20internacionala_3_RO.pdf
12. Normele Consiliului Europei privind libertatea de expresie și de informare pot fi consultate pe site-ul: <https://www.standarde-justitie.ro/presasijustitia/Normele%20Consiliului%20Europei%20privind%20libertatea%20de%20expresie%20si%20de%20informare-RO.pdf>
13. Declarația comună: zece provocări principale pentru libertatea de exprimare în următoarea decadă, adoptată pe 3 februarie 2010 la Washington, SUA, de Raportorul special al Națiunilor Unite pentru libertatea opiniilor și s exprimării, Reprezentantul pentru libertatea mass-mediei a Organizației pentru Securitate și Cooperare în Europa (OSCE), Raportorul special pentru libertatea de exprimare al Organizației Statelor Americane (OAS) și Raportorul special pentru libertatea de exprimare și accesul la informație al Comisiei Africane pentru drepturile omului și popoarelor (ACHPR), poate fi consultată pe site-ul: http://www.ijc.md/Publicatii/mlu/BULETIN_40_ro.pdf
14. Rezoluția 1636 (2008) a APCE cu privire la indicatorii mass-mediei într-o societate democratică poate fi consultată pe site-ul: <http://assembly.coe.int/nw/xml/xref/xref-xml2html-en.asp?fileid=17684&lang=en>
15. Legea cu privire la publicitate Nr. 1227 din 27.06.1997, Monitorul Oficial Nr. 67–68, art. 555, accesibilă aici: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=109228&lang=ro
16. DIRECTIVA 2001/83/CE A PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI A CONSILIULUI din 6 noiembrie 2001 de instituire a unui cod comunitar cu privire la medicamentele de uz uman, accesibilă aici: https://ec.europa.eu/health/sites/health/files/files/eudralex/vol-1/dir_2001_83_cons2009/2001_83_cons2009_ro.pdf
17. Recomandarea 128 s1 EBU din 2016, accesibilă aici: <https://tech.ebu.ch/docs/r/r128s1.pdf>
18. Studiul independent al indicatorilor pentru pluralismul media în statele membre ale Uniunii Europene – o abordare bazată pe analiza de risc (Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk-Based Approach, Final Report. Leuven, July 2009) publicat de Comisia Europeană în 2009, disponibil pe: https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/final_report_09.pdf
19. Declarația privind valorile fundamentale ale mass-mediei publice, adoptată de membrii EBU la cea de-a 68-a Sesiune ordinară a Adunării Generale, Strasbourg, 22 iunie 2012.

www.coe.int

Consiliul Europei este organizația lider în domeniul drepturilor omului pe continentul european. Aceasta include 47 de state membre, dintre care 28 sunt membre ale Uniunii Europene. Toate statele membre ale Consiliului Europei au semnat Convenția Europeană a Drepturilor Omului, un tratat conceput să protejeze drepturile omului, democrația și preeminența dreptului. Curtea Europeană a Drepturilor Omului supraveghează punerea în aplicare a Convenției în statele membre.