

Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova

Proiect

**Elaborat cu suportul Proiectului
comun al UE și Consiliului Europei
"Promovarea libertății și a
pluralismului mass-media în RM"
și al Ambasadei SUA la Chișinău**



Capitolul I. Dispoziții generale

Capitolul II. Principiile comunicării audiovizuale

Capitolul III. Serviciile media audiovizuale liniare

Capitolul IV. Furnizorii publici de servicii media

Capitolul V. Furnizorul public național de servicii media

Capitolul VI. Furnizorii comunitari de servicii media

Capitolul VII. Distribuitorii de servicii media

Capitolul VIII. Serviciile media audiovizuale neliniare

Capitolul IX. Comunicările comerciale audiovizuale

Capitolul X. Consiliul Audiovizualului

Capitolul XI. Dispoziții finale și tranzitorii

Codul audiovizualului în redacție nouă transpune în cadrul legal național Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 10 martie 2010, numită uzual:

Directiva Serviciilor Media Audiovizuale (DSMAV)

un titlu adecvat pentru proiect ar fi:

Codul Serviciilor Media Audiovizuale al R.M.

Proiectul ia în calcul și Propunerea de Directivă de revizuire a DSMAV, amendamentele fiind în curs de negociere trilaterală între Comisie, Parlament și Consiliu

Serviciu media audiovizual (SMAV):

- **scopul principal al serviciului* este furnizarea de programe AV**
- **sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii media**
- **în scop informativ, de divertisment sau educativ**
- **către publicul larg**
- **prin rețele de comunicații electronice**

SMAV – serviciu

- **un serviciu de televiziune/radiodifuziune sonoră – serviciu liniar**

~~serviciu de programe~~ → **SMAV, serviciu de tv/radiodifuziune sonoră**

- **un serviciu media audiovizual la cerere – serviciu neliniar**

SMAV – comunicare comercială audiovizuală*

*** noțiune generic pentru pub., sponsor., plasare prod., teleshopping**

SMAV liniar

- **serviciu pus la dispoziția publicului de către un furnizor de servicii media pentru vizionarea/audierea simultană de programe AV, pe baza unei grile de programe elaborate de furnizorul de servicii media**

SMAV neliniar

- **serviciu pus la dispoziție de către un furnizor de servicii media pentru vizionarea/audierea de programe AV, la cererea individuală a utilizatorului și în momentul ales de acesta, pe baza unui catalog de programe stabilit de furnizorul de servicii media**

Tipuri de SMAV:

- **generaliste** – furnizează programe AV cu conținut primordial informativ, educativ și de divertisment, în principalele domenii de interes și care se adresează majorității publicului
- **de știri** – furnizează programe AV cu conținut primordial informativ și informativ-analitic, axat pe actualitatea internă și externă și care se adresează majorității publicului
- **tematice** – furnizează programe AV dedicate preponderent unui anumit domeniu tematic sau care se adresează unui segment al publicului

Furnizor de servicii media (FSM)

~~radiodifuzor~~ → furnizor de servicii media

- persoană fizică sau juridică având **responsabilitate editorială** pentru **alegerea conținutului** audiovizual al serviciului media audiovizual și care stabilește **modul de organizare** a acestuia

Responsabilitate editorială

- exercitarea unui **control efectiv** asupra **selectării** programelor AV și asupra **organizării** acestora, fie într-o **grilă cronologică**, în cazul serviciilor de televiziune/radiodifuziune sonoră (SMAV liniare), fie într-un **catalog**, în cazul SMAV neliniare

Categorii de FSM:

- **național** – furnizor ale cărui SMAV se adresează publicului la nivel național și pot fi recepționate de **cel puțin 2/3** din populația R.M.
- **regional** – furnizor ale cărui SMAV se adresează publicului la nivel regional și pot fi recepționate de **cel puțin 1/3** din populația R.M.
- **local** – furnizor ale cărui SMAV se adresează publicului la nivel local și pot fi recepționate de **mai puțin de 1/3** din populația R.M.

Comunicarea comercială audiovizuală

Orice formă de **mesaj** care este **destinat să promoveze**, direct ori indirect, **bunurile, serviciile** sau **imaginea** unei persoane fizice ori juridice care desfășoară o activitate economică. Mesajele respective însoțesc sau sunt incluse într-un program AV în schimbul unei **plăți** sau **retribuții similare** sau în scopul **autopromovării**

Forme de comunicări comerciale AV:

- **Publicitatea (interactivă, prin ecran partajat, virtuală)**
- **Sponsorizarea**
- **Teleshopping-ul**
- **Plasarea de produse**

Orele de maximă audiență:

Serviciile de televiziune

- **06.00 – 10.00, 17.00 – 23.00** de luni până vineri (**10 ore total**)
- **06.00 – 24.00** în week-end și în zilele de sărbătoare nelucrătoare

Serviciile de radiodifuziune sonoră

- **06.00 – 10.00, 12.00 – 15.00, 17.00 – 20.00** de luni până duminică (**10 ore total**)

- **stabilirea orelor de maximă audiență este necesară deoarece sunt prevăzute cote de producție proprie care să fie difuzate în aceste intervale orare**

Producător independent

persoană fizică/juridică stabilită/înregistrată în R.M., independentă în raport cu un FSM, care întrunește cumulativ următoarele criterii:

- dispune de **personalitate juridică distinctă** de cea a unui FSM
- **nu** dispune (dir/ind) de mai mult de **15%** din capitalul unui FSM
- **nu** încasează mai mult de **2/3** din venituri pe o perioadă de 3 ani din vânzările de produse către **unul și același** FSM
- **capitalul său** nu este deținut în proporție mai mare de **15%** de către o **persoană** (f/j) care deține, la rândul său, (dir/ind), mai mult de **15%** din capitalul unui FSM

Art.4. Programele AV proprii

Programe AV proprii sunt:

- a) programele realizate în exclusivitate cu resurse umane, mijloace tehnice și financiare proprii ale FSM aflat în jur. R.M., iar producția acestor programe este supervizată și controlată efectiv de către acesta, din punct de vedere editorial**
- b) programele realizate în coproducție, iar contribuția FSM aflat în jur. R.M., la totalul costurilor de producție este majoritară**

Programele realizate în coproducție cu o contribuție a FSM aflat în jur. R.M. sub 50% sunt programe proprii, într-un procent corespunzător ponderii contribuției la totalul costurilor de producție.

Art.4. Programele AV proprii

FSM au obligația de a transmite, în cadrul serviciilor de televiziune, programe AV proprii cu următoarele durate medii zilnice:

- **FSM publici naționali – 10 ore**
- **FSM publici regionali – 8 ore**
- **FSM privați naționali – 6 ore**
- **FSM privați regionali – 4 ore**
- **FSM privați locali – 2 ore**

FSM trebuie să transmită 50% din aceste programe în prima difuzare
Prevederea nu se aplică ST care transmit, pe bază de arhivă, patrim. cultural

Art.4. Programele AV proprii

FSM au obligația de a transmite, în cadrul serviciilor de radio. sonoră, programe AV proprii cu următoarele durate medii zilnice:

- **FSM publici naționali – 14 ore**
- **FSM publici regionali – 12 ore**
- **FSM privați naționali – 10 ore**
- **FSM privați regionali – 8 ore**
- **FSM privați locali – 6 ore**

FSM nu au obligații, în cadrul SRS, în prima difuzare

Art.4. Programele AV proprii

FSM trebuie să transmită 80% din programe AV proprii în l. română

- **În U.T.A. în care o minoritate etnică reprezintă o pondere majoritară, FSM trebuie să transmită programe AV proprii în proporție de 25% în limba română, precum și programe AV proprii în limba minorității respective**
- **Programele AV proprii se difuzează în intervalul 06.00 – 24.00**
- **Cel puțin 50% din durata acestora – în orele de maximă audiență**

Nu se aplică SMAV comunitare și celor dedicate exclusiv pub. și teleshopping.

Art.5. Programele AV achiziționate:

- **FSM pot achiziționa programe AV din R.M. și din afară.**
- **Cele din afară să fie cel puțin 50% din UE și din terțe state-părți la CETT**

Art.6. Opere europene

Opere europene sunt cele care:

- a) provin din statele membre UE**
- b) provin din R.M. și din state terțe europene – părți la CETT**
- c) sunt coproduse în cadrul unor acorduri între UE și state terțe**
- d) sunt coproduse în baza unor acorduri între state UE și state terțe**

Operele de la lit.a) și b) trebuie să întrunească 1 din urm. 3 condiții:

- producătorul să fie din unul din statele respective**
- producția operelor să fie supervizată și controlată de un producător stabilit în unul din statele respective**
- contribuția coproducătorilor din statele la costurile de coproducție este majoritară și coproducția nu este controlată de producători din afară**

Operele de la lit.b) și c) dacă nu fac obiectul unor discriminări în state t.

Art.6. Operele europene (OE)

În cazul SMAV **liniare**, FSM trebuie să rezerve **OE** o proporție de cel puțin **50%** din timpul de emisie al fiecărui serviciu TV, din care **se scade** timpul alocat **știrilor, evenimentelor sportive, jocurilor, publicității, serviciilor de teletext și teleshopping-ului**

- **!!!** Deoarece din volumul total se exclud **știrile, sportul și PUB**, la **fiecare canal TV** în parte, volumul efectiv din care se va calcula o durată de timp de cel puțin **50%** de **OE va fi diferit**. La o TV de știri acest volum va fi mai mic în raport cu o TV generalistă sau una tematică

În cazul SMAV **neliniare**, FSM trebuie să rezerve **OE** o proporție de cel puțin **20%** și să le scoată în evidență

Art.6. Operele europene (OE)

În cazul SMAV liniare, FSM trebuie să rezerve OE create de producătorii independenți din R.M. cel puțin 10% din timpul de emisie al fiecărui serviciu TV, din care se scade timpul alocat știrilor, sportului, jocurilor, publicității, serviciilor de teletext și teleshopping-ului

- Cotele de 50% și 20% de OE pentru SMAV liniare și neliniare se asigură gradual în primii 3 ani de la intrarea în vigoare a PC**
- Cota de 10%, pentru SMAV liniare, de OE create de producătorii indep. se asigură gradual în primii 5 ani de la intrarea în vigoare**

În raportul anual la CA, FSM trebuie să prezinte informații despre respectarea celor trei obligații privind OE (50%, 20% și 10%)

Prevederile art.6 nu se aplică SRS, ST comunitare și locale, precum și celor dedicate exclusiv publicității și teleshopping-ului.

Cap. II. Principiile comunicării AV

În acest compartiment au fost incluse reglementări cu privire la o serie de principii, precum accesul la SMAV, protecția minorilor, protecția persoanelor cu dizabilități, protecția jurnaliștilor, etc. La sugestia experților CoE s-a făcut o prioritizare a acestor principii, astfel că începem cu **art.7. Libertatea de exprimare**, apoi **art.8. Independența și libertatea editorială**, acestea fiind esențiale pentru vocația FSM.

Art. 13 Asigurarea informării corecte. Este prea detaliat și ar putea fi lăsat pentru Regulamentul privind conținuturile AV.

Art.34, alin.(4), Constituția RM: "Mijloacele de inf. publică, de stat sau private, sunt obligate să asigure informarea corectă a op. pub.".

Cap. II. Principiile comunicării AV

Art.17. Protejarea spațiului AV național

- Frecvențele – **bun public** și utilizate pe bază de licență
- În spațiul AV național **sunt interzise** programele care constituie **dezinformare** și/sau **propagandă** mediatică
- **Rolul CA:** să reglementeze și să protejeze spațiul AV național

dezinformare – formă de agresiune care, făcând uz de zvonuri, falsuri, minciună și oferind imagini deformate și interpretări tendențioase a realității, urmărește manipularea audienței.

propagandă – formă de persuasiune și/sau de răspândire a unor idei cu scopul de a influența atitudini, convingeri și comportamente prin prezentare părtinitoare și reflectare selectivă a evenimentelor

Cap. III. SMAV liniare

Art.25. Licența de emisie

- Valabilitatea – **9 ani** (indiferent de rețea) față de 7 și 6 ani.
- În Licență – angajamentul FSM de a respecta CSMAV și actele CA

Art.28. Regimul juridic al proprietății

- Alin.(4)-(5): prevederi restrictive ce vizează **acorduri sau acțiuni** (concertate) între pf/pj din domeniul SMAV, dacă acestea pot avea ca rezultat **limitarea concurenței**.
- Alin.(6): O pf poate fi proprietar beneficiar la cel mult :
 - 1 serviciu TV **generalist**
 - 1 serviciu TV **de știri**
 - 2 servicii TV **tematice**

Cap. III. SMAV liniare

Art.29. Limitarea cotei de audiență

- **limitarea:** evitarea situației dominante în formarea opiniei publice
- **situație dominantă:** cota de audiență ponderată a SMAV atribuite unei pf/pj depășește 30%

Art.30. Măsurarea cotelor de audiență

- Măsurarea este realizată de către o instituție specializată aleasă prin concurs la inițiativa CA (o dată la 5 ani) de către o comisie.
- Din comisia de concurs fac parte:
 - 5 reprez. **FSM** cu cele mai mari încasări din publicitatea TV
 - 5 reprez. **organiz. din dom. pub.** cu cele mai mari cifre afaceri
 - 5 reprez. **benef. servicii pub.** cu cele mai mari bugete pt s. pubtv

Cap. IV. FSM publici

Cap. III:

misiunea, statutul juridic, atribuții*, independența editorială

- **Teleradio-Moldova (TRM)**
- **Gagauziya Radio Televizionu (GRT)**

Art.33. Obiectul de activitate

Alin.(2). Nu este obiect de activitate:

- a) SMAV dedicate străinătății pentru a promova imaginea pozitivă a R.M.**
- b) coproducțiile cu autoritățile de stat**
- c) gestionarea colectivelor artistice**
- d) comunicările comerciale AV, cu excepția evenimentelor de interes major**

Cap. V. FSM public național

Funcționarea **TRM** este asigurată de:

- **Directorul general**
- **Comitetul managerial (CM)**

Funcționarea **TRM** este supravegheată de:

- **Consiliul de Supraveghere** ~~Consiliul de Observatori~~

Directorul general:

- desemnat prin concurs de **Consiliul de Supraveghere (CS)**
- numit pentru un singur mandat de 7 ani
- demis de CS cu 2/3 de voturi în caz de pierdere a sprijinului
- asigură activitatea curentă a FSM și alte atribuții...

Incompatibilități: membru de partid și afiliere politică în ult. 5 ani

Cap. V. FSM public național

Comitetul managerial are statut de organ consultativ, fiind compus:

- directorul general = președinte al CM
- adjuncții directorului general
- managerii SMAV
- managerii serviciilor comune

Caietul de sarcini:

- lista SMAV propuse spre furnizate
- declarația politicii editoriale pentru fiecare SMAV
- planul de finanțare

Bugetul:

- Alocațiile de la bugetul de stat constituie **0,9%** din valoarea bugetului public național prevăzută de legea bugetară anuală.

Cap. V. FSM public național

CS este compus din **15 membri** cu calificări profesionale în domenii: jurnalism, drept, PR, relații internaționale, cultură, artă, cinematografie, gestiune financiară, TIC, activitate academică, mass-media, inginerie.

- **5 reprezentanți ai unităților admin-teritoriale, altele decât mun. Chișinău;**
- **3 reprezentanți ai minorităților etnice.**

Membrii CS:

- sunt desemnați de către **Consiliul Audiovizualului**
- sunt desemnați pentru un singur mandat de 6 ani
- să aibă experiență de 5 ani în unul din domeniile susmenționate
- nu trebuie să fie membru de partid și de afil. polit. în ult. 3 ani

Președintele și secretarul CS:

- sunt aleși cu 2/3 din n. membrilor și pot fi demiși cu 2/3 voturi
- sunt salariați ai FSM public național

Cap. VI. FSM comunitari

FSM comunitari sunt constituiți **de către** și **activ. pentru comunitate.** Sunt **gestionati** și sunt **finanțați** din contribuția **comunității**
Comunitate – grupuri sociale unite pe criteriu **geografic** și de **interese comune**, exceptând cele de ordin politic, religios, sindical.

Oferă posibilitatea creării SMAV asociative. Expertiza Art. XIX asupra Codului AV din 2006 **recomanda** autorilor instituirea unui sistem de 3 niveluri astfel încât alături de RF publici și cei privați să existe și RF comunitari

FSM comunitari:

- Cerințe privind respectarea principiilor de comunicare AV
- Poate utiliza frecvențe, în bază de licență, cu valabilitate de 9 ani
- Se bucură de înlesnirile prevăzute pt org cu statut de utilitate pub

Cap. VII. Distribuitorii de servicii media

DSM trebuie să includă în oferta de servicii media:

- Serviciile TV ale **TRM**
- **50%** din serviciile TV libere la retransmisie ale FSM din RM, inclusiv serviciile TV "must-carry"
- Serviciile TV transmise în baza **acordurilor** internaționale

Condiții pentru oferta de servicii media:

- **50%** din toate serviciile distribuite – să fie servicii TV în **l. română** și cele cu dublare/subtitrare în l. română
- **50%** din toate serviciile distribuite – să fie servicii TV care provin din state UE și terțe state participante la CETT

La nivel local și regional, DSM trebuie să includă în ofertă și serviciile TV locale/regionale libere la retransmisie, acolo unde există

Cap. VII. Distribuitorii de servicii media

DSM poate modifica, fără acordul CA, oferta aprobată în proporție de până la **10% din totalul serviciilor TV distribuite, respectând condițiile prevăzute...**

Serviciile TV libere la retransmisie, inclusiv cele "must carry", vor fi puse gratuit la dispoziția DSM de către FSM din RM și vor fi retransmise gratuit de către DSM.

DSM este obligat să poziționeze, cu întâietate, în lista de preselectare automată a canalelor, **serviciul TV generalist al TRM.**

DSM poate pretinde **compensarea cheltuielilor rezonabile de la FSM dacă aceștia își schimbă locația inițială de livrare/preluare a semnalului serviciilor TV furnizate.**

Cap. VIII. SMAV neliniare

Un SMAV neliniar întrunește următoarele caracteristici:

- are ca scop furnizarea de programe AV comparabile cu cele TV
- programele AV sunt destinate publicului larg
- programele AV sunt cuprinse într-un catalog
- respons. editorială pentru conținutul AV revine unei pf/pj din RM

Tipuri de SMAV neliniare:

- **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 reunite 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 AV difuzate prealabil la un serviciu TV

Cap. VIII. SMAV neliniare

Notificarea SMAV neliniare:

- Orice P care intenționează să furnizeze un SMAV neliniar trebuie să depună o **declarație/notificare** la CA cu 7 zile înainte
- Notificarea se depune la CA de către furnizor sau se transmite prin scrisoare rec ori ca înscris în formă electronică cu aplicarea semnăturii electronice. CA eliberează un **aviz de furnizare**
- SMAV de tipul **video în reluare nu necesită notificare**
- Furnizarea SMAV neliniare în **multiplex** – necesită **licență**

Furnizorii de SMAV neliniare trebuie să respecte:

- Cerințele privind **protecția minorilor**
- Obligațiile de promovare a **operelor europene**
- Cerințele privind **comunicările comerciale AV**

Cap. IX. Comunicările comerciale audiovizuale (CCA)

Cerințe generale față de CCA:

- să fie corecte și oneste
- să fie clar identificabile ca atare
- să fie separate de conținutul editorial

Cerințe privind protecția minorilor

Sponsorizarea:

- Programele de știri și informativ-analitice nu pot fi sponsorizate
- Partidele politice nu au drept de a sponsoriza programe AV
- În 24 ore, durata programelor sponsorizate de același sponsor nu poate fi mai mare de 25% din durata programelor ST generalist sau de știri care pot fi sponsorizate

Cap. IX. Comunicările comerciale audiovizuale (CCA)

Publicitate și teleshopping:

Durata PT într-o oră nu mai mare de 20% (12 min). Nu se aplică:

- anunțurilor de autopromovare
- anunțurilor de sponsorizare
- plasării de produse
- anunțurilor de interes general și apelurilor umanitare gratuite
- mesajelor de interes public gratuite
- pub. electorale

Plasarea de produse se admite în SMAV, cu excepția programelor de:
a) știri; b) afaceri pentru consumatori; c) religioase și d) pentru copii

Publicitatea politică:

Pub., pozitivă sau negativă, în legătură cu partide politice, oameni politici, mesaje politice este interzisă, excepție perioadele de campanie electorală

Cap. X. Consiliul Audiovizualului (CA)

Atribuții:

CA trebuie să elaboreze și să pună în aplicare:

- **Reglementări privind condițiile de eliberare a licențelor și autorizațiilor**
- **Reglementări privind conținuturile AV, liniare și neliniare**
- **Reglementări privind CCA**
- **Reglementări privind accesul la SMAV, informarea corectă, protecția minorilor, protecția persoanelor cu dizabilități, etc**
- **Reglementări privind modul de desemnare a CS al TRM**
- **Reglementări privind protejarea spațiului AV național**
- **Metodologii de monitorizare a conținuturilor AV, liniare și neliniare**
- **Metodologii de monitorizare a pluralismului AV**
- **Politica de sancțiuni**

Cap. X. Consiliul Audiovizualului (CA)

Componenta CA: 9 membri cu experiență profesională în SMAV, comunicare și jurnalism, drept, cinematografie, artă, cultură, știință și cercetare, TIC, publicitate, activitate academică:

- a) un membru propus de **majoritatea parlamentară**;
- b) un membru desemnat de CJI la propunerea organizațiilor reprez. de **media**;
- c) un membru desemnat de Uniunea Cineaștilor la propunerea uniunilor de **creație**;
- d) un membru propus de **opoziția parlamentară**;
- e) un membru desemnat de Asociația Agențiilor de Publicitate la propunerea organizațiilor din industria **publicității**;
- f) un membru desemnat de Academia de Științe la propunerea organizațiilor din **mediul academic**;
- g) un membru propus de **Președintele Republicii Moldova**;
- h) un membru propus de **Adunarea Populară** a UTA Gagauz-Yeri;
- i) un membru desemnat de Avocații Poporului la propunerea organizațiilor din domeniul protecției **drepturilor omului**.

Cap. X. Consiliul Audiovizualului (CA)

Procedură:

- **Comisia parlamentară de profil solicită entităților respective să propună câte 2 candidați**
- **După concurs, Comisia prezintă în plenul Parlamentului un raport**

Cerințe față de candidați:

- **să nu fi deținut funcții guvernamentale, politice și/sau să nu fi fost angajat în vreun partid politic, formațiune politică sau social-politică în ultimii trei ani până la data anunțării concursului**

Membrii CA:

- **Sunt numiți de Parlament cu votul a 2/3 din numărul deputaților**
- **Sunt desemnați pentru un singur mandat de 6 ani**
- **Sunt desemnați în ordinea prevăzută pentru entitățile respective**

Cap. X. Consiliul Audiovizualului (CA)

Conducerea CA:

- CA este condus de un președinte și de un vicepreședinte aleși prin vot secret de, cel puțin, 6 membri ai Consiliului.

Finanțarea CA. Bugetul este constituit din:

- a) subvenții de stat în mărime de 0,03% din valoarea bugetului public național prevăzută de legea bugetară anuală
- b) donații și granturi, cu excepția celor provenind de la persoane fizice sau juridice care au un interes în sectorul audiovizual
- c) alte venituri legale

Remunerarea membrilor CA:

- Președintele CA – cu salariu prevăzut pentru funcția de ministru
- Vicepreședintele CA – 95% din salariul președintelui CA
- Membrii CA – 90% din salariul președintelui CA

Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova

(proiect)

Proiect elaborat în cadrul subgrupului tematic „Elaborarea noului Cod al Audiovizualului”, cu suportul Proiectului Comun al Uniunii Europene și Consiliului Europei “Promovarea libertății și pluralismului mass-mediei în Republica Moldova” și al Ambasadei SUA în Republica Moldova