

Propunere de MODIFICARE COD AUDIOVIZUAL – 17 august 2010

Text inițial	Propuneri de modificare	Obs.
	<u>Dispoziții generale</u>	
	<u>ART. 1</u> (1) În sensul prezentului cod de reglementare a conținutului audiovizual, denumit în continuare cod, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații: 1. <u>copil</u> - persoana care nu a împlinit vârsta de 18 ani; 2. <u>difuzare</u> – punerea la dispoziția publicului de programe audiovizuale în cadrul unui serviciu de radio sau de televiziune ori a unui serviciu media la cerere; prin difuzare se înțelege de asemenea și comunicarea, în cadrul unui program audiovizual, de semne, semnale, texte, sunete, informații, mesaje de orice natură; 3. <u>informație de interes public</u> – orice informație care privește activitățile unei autorități, instituții sau organizații publice precum și informații privitoare la fapte sau atitudini care prin natura lor afectează viața comunității sau societății; 4. <u>producție audiovizuală cu caracter obscen</u> - ansamblu de imagini, sunete, cuvinte, gesturi sau comportamente imorale, indecente,	Lege nr. 196/2003 privind prevenirea și combaterea pornografiei

	<u>licențioase, sexuale explicite sau induse, care prin semnificația lor aduc ofensă la pudoare, precum și orice alte forme de manifestare indecentă;</u> <u>5. producție audiovizuală de ficțiune – creații artistice audiovizuale din categoria opere cinematografice, radiofonice și de televiziune, filme de animație, opere dramatice și dramatico-muzicale, opere coregrafice și pantomime, producții și videoclipuri muzicale;</u> <u>6. serviciu pay-per-view - serviciu de programe de televiziune la care accesul abonatului la un anumit program este permis numai după efectuarea unei plăți suplimentare pentru fiecare astfel de acces;</u> <u>(2) Sunt aplicabile, de asemenea, definițiile prevăzute la art. 1 alin. (1) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, denumită în continuare Legea audiovizualului.</u> <u>(3) Dacă în conținutul normei nu se specifică altfel, dispozițiile codului sunt aplicabile atât programelor difuzate în cadrul serviciilor de televiziune și radiodifuziune, cât și al celor furnizate printr-un serviciu media audiovizual la cerere, denumit și video on demande.</u>	
TITLUL I - Protecția copilului		

CAP. 1 - <u>Protecția</u> drepturilor copilului	CAP. 1 - <u>Respectarea</u> drepturilor copilului <u>în programele audiovizuale</u>	
ART. 1 În sensul prezentului cod de reglementare a conținutului audiovizual, denumit în continuare cod, prin copil se înțelege persoana care nu a împlinit vârsta de 18 ani.	Se abrogă.	Vezi: art. 1 alin. (1) pct. 1
ART. 2 <u>Ori de câte ori copilul este subiect al emisiunilor audiovizuale, radiodifuzorii au obligația să respecte principiul interesului superior al acestuia.</u>	ART. 2 <u>Furnizorii de servicii media audiovizuale au obligația să respecte principiul interesului superior al copilului.</u>	
ART. 3 Copilul are dreptul la protejarea imaginii sale publice și a vieții sale intime, private și familiale.	ART. 3 (1) Copilul are dreptul la protejarea imaginii sale publice și a vieții sale intime, private și familiale. (2) <u>Condițiile de participare a copilului la un program trebuie să țină seama de sensibilitatea și vulnerabilitatea specifice vârstei, în general, și de personalitatea copilului, în particular.</u> (3) <u>Dreptul la respectarea vieții private și la propria imagine prevalează în fața necesității de informare, mai ales în cazul copilului aflat în situații dificile din viața sa.</u> (4) <u>În producțiile audiovizuale copilul nu poate fi folosit sau expus de către părinți, rude, reprezentanți legali, avocați sau alte persoane</u>	art. 22 Legea nr. 272/2004

	<u>responsabile de creșterea și îngrijirea lui, în scopul de a obține avantaje personale de orice fel sau de a influența deciziile autorităților publice.</u>	
ART. 4 (1) Este interzisă difuzarea oricăror indicii care ar putea duce la identificarea copilului în vârstă de până la 14 ani, în situația în care acesta este victimă a unei infracțiuni privitoare la viața sexuală, este acuzat de comiterea unor infracțiuni sau a fost martor la săvârșirea acestora. (2) În situația în care copilul în vârstă de până la 14 ani este victimă a unor infracțiuni, altele decât cele prevăzute la alin. (1), sau a fost supus unor abuzuri fizice ori psihice, difuzarea de imagini sau declarații este posibilă numai cu acordul scris <u>al părinților, al persoanei în grija căreia se află copilul ori, după caz, al reprezentantului legal al copilului.</u> (3) În situația în care copilul în vârstă de până la 14 ani a fost supus de către părinți ori reprezentanții legali la abuzuri fizice sau psihice, difuzarea de imagini ori declarații este posibilă numai cu acordul scris <u>al unuia dintre părinți, cel care nu este autorul abuzului, al persoanei în grija căreia se află copilul sau, după caz, al unei autorități responsabile cu protecția</u>	ART. 4 (1) Este interzisă difuzarea oricăror indicii care ar putea duce la identificarea copilului în vârstă de până la 14 ani, în situația în care acesta este victimă a <u>unui abuz sexual sau</u> este acuzat de comiterea unor infracțiuni <u>ori</u> a fost martor la săvârșirea acestora. (2) În situația în care copilul în vârstă de până la 14 ani este victimă a unor infracțiuni, altele decât cele prevăzute la alin. (1), sau a fost supus unor abuzuri fizice ori psihice, difuzarea de imagini sau declarații este posibilă numai cu <u>acceptul copilului precum și cu acordul scris al părinților sau, după caz, al reprezentantului legal.</u> (3) În situația în care copilul în vârstă de până la 14 ani a fost supus de către părinți ori reprezentanții legali la abuzuri fizice sau psihice, difuzarea de imagini ori declarații este posibilă numai cu <u>acceptul copilului, precum și cu acordul scris al părintelui care nu este autorul abuzului, sau, după caz, al unei autorități responsabile cu protecția copilului.</u>	art. 22 Legea nr. 272/2004 art. 22 Legea nr. 272/2004

<u>copilului.</u>		
ART. 5 (1) Copilul în vârstă de până la 14 ani nu poate fi <u>prezent în emisiuni audiovizuale</u> care reconstituie infracțiuni, abuzuri sau evenimente dramatice. (2) Radiodifuzorii nu pot difuza interviuri, declarații <u>sau relatări luate în mod nemijlocit</u> copilului în vârstă de până la 14 ani în legătură cu evenimente dramatice, din comunitate sau din familie, la care acesta a <u>asistat</u>.	ART. 5 (1) Copilul în vârstă de până la 14 ani nu poate fi <u>folosit în</u> reconstituiri de infracțiuni, abuzuri sau evenimente dramatice. (2) <u>Furnizorii de servicii media audiovizuale</u> (Radiodifuzorii) nu pot difuza interviuri și declarații luate copilului în vârstă de până la 14 ani în legătură cu evenimente dramatice, din comunitate sau din familie, la care acesta a <u>fost martor</u>.	
ART. 6 (1) Copilul cu vârsta între 14 și 16 ani, acuzat de comiterea unei infracțiuni sau victimă a unei infracțiuni ori abuzat fizic, psihic sau sexual, poate fi prezentat în programele de știri, în emisiuni de dezbateri sau reportaje audiovizuale, cu îndeplinirea cumulativă a următoarelor condiții: a) existența prealabilă a consimțământului acestuia; b) <u>existența prealabilă a consimțământului părinților, al persoanei în grija căreia se află copilul sau al reprezentantului legal, în formă scrisă;</u> c) asistarea pe parcursul transmisiei sau al înregistrării de către un părinte ori de către	ART. 6 (1) Copilul cu vârsta între 14 și 16 ani, acuzat de comiterea unei infracțiuni sau victimă a unei infracțiuni ori abuzat fizic, psihic sau sexual, poate fi prezentat în programele de știri, în emisiuni de dezbateri sau reportaje audiovizuale, cu îndeplinirea cumulativă a următoarelor condiții: a) existența consimțământului scris al acestuia; b) <u>existența prealabilă a consimțământului părinților sau al reprezentantului legal, în formă scrisă;</u> c) asistarea pe parcursul transmisiei sau al înregistrării de către un părinte ori de către reprezentantul legal, respectiv de către avocat în	art. 22 Legea nr. 272/2004 privind protecția și promovarea drepturilor copilului

reprezentantul legal, respectiv de către avocat în cazul cercetării penale sau arestării. (2) În cazul copilului cu vârsta între 16 și 18 ani, acuzat de comiterea unei infracțiuni, sunt necesare acordul explicit al acestuia și asistarea sa de către avocat în situația în care este cercetat penal, reținut sau arestat. (3) În cazul copilului cu vârsta între 16 și 18 ani, care este victimă sau martor la comiterea unor infracțiuni ori care a fost abuzat fizic, psihic sau sexual, sunt necesare: a) acordul explicit al acestuia; b) eliminarea, la solicitarea copilului, a oricăror elemente care pot duce la identificarea lui.	cazul cercetării penale sau arestării. (2) În cazul copilului cu vârsta între 16 și 18 ani, acuzat de comiterea unei infracțiuni, sunt necesare acordul explicit al acestuia și asistarea sa de către avocat în situația în care este cercetat penal, reținut sau arestat. (3) În cazul copilului cu vârsta între 16 și 18 ani, care este victimă sau martor la comiterea unor infracțiuni ori care a fost abuzat fizic, psihic sau sexual, sunt necesare: a) acordul explicit al acestuia; b) eliminarea, la solicitarea copilului, a <u>părinților sau a reprezentantului legal</u>, a oricăror elemente care pot duce la identificarea lui.	
ART. 7 (1) Copilul, părinții sau reprezentantul legal trebuie să fie informați cu privire la drepturile lor înainte de filmare sau de înregistrare. (2) Participarea copilului în vârstă de până la 14 ani în <u>emisiuni audiovizuale</u> este posibilă numai cu <u>consimțământul scris</u> al acestuia și al părinților sau, după caz, al <u>altui</u> reprezentant legal.	ART. 7 (1) Copilul, părinții sau reprezentantul legal trebuie să fie informați cu privire la drepturile lor înainte de filmare sau de înregistrare. (2) Participarea în <u>programe</u> a copilului în vârstă de până la 14 ani este posibilă numai cu <u>acceptul</u> acestuia <u>precum și cu consimțământul scris</u> al părinților sau, după caz, al reprezentantului legal.	
ART. 8 Este interzisă, în cadrul programelor de știri, al debaterilor sau al reportajelor, difuzarea de imagini ori de fotografii ale copilului <u>care s-a</u>	ART. 8 Este interzisă, în cadrul programelor de știri, al debaterilor sau al reportajelor, difuzarea de imagini ori de fotografii ale <u>corpului</u> copilului	

<u>sinucis.</u>	<u>decedat.</u>	
ART. 9 (1) Este interzisă difuzarea de <u>emisiuni</u> al căror scop principal este exploatarea aspectului fizic al copilului sau expunerea acestuia în ipostaze nepotrivite vârstei. (2) <u>Este interzisă difuzarea emisiunilor în care copilul este folosit sau expus de către părinte, rudă, reprezentant legal ori avocat în scopul de a obține avantaje personale de orice fel.</u> (3) După ora 22,00 este interzisă difuzarea de <u>emisiuni realizate în direct de către radiodifuzori licențiați în România, la care participă copii în vârstă de până la 14 ani.</u> (4) <u>Radiodifuzorii sunt obligați să difuzeze la principalul buletin de știri din prime time, timp de 24 de ore, imaginile și datele copiilor dispăruți, pe care le primesc de la poliție.</u>	ART. 9 (1) Este interzisă difuzarea de <u>programe</u> al căror scop principal este exploatarea aspectului fizic al copilului sau expunerea acestuia în ipostaze nepotrivite vârstei. (2) <i>Se abrogă.</i> (3) După ora 22,00 este interzisă difuzarea în <u>direct de programe</u> la care participă copii în vârstă de până la 14 ani, <u>cu excepția evenimentelor culturale și a competițiilor sportive.</u> (4) <u>În cadrul sistemului național de alertă/răpire/dispariție a copilului, serviciile de radiodifuziune și televiziune generaliste și de știri sunt obligate să difuzeze, la cererea și la intervale de timp prestabilite de autoritățile în drept, timp de 24 de ore și de maximum de 6 ori, informațiile privind copiii răpiți sau dispăruți, în forma convenită cu autoritățile.</u>	<i>Trimis la art. 3 alin. (4)</i> <i>reevaluat - vezi Eurovision</i>
ART. 10 <u>Interviurile și declarațiile copilului trebuie luate și difuzate cu responsabilitate și discernământ, astfel încât acesta să nu fie chestionat pentru a-i fi smulse păreri referitoare</u>	ART. 10 <u>Furnizorii de servicii media audiovizuale nu pot difuza interviuri și declarații în care copilului îi sunt solicitate păreri referitoare la probleme intime de familie sau care îi depășesc</u>	

la probleme intime de familie sau pentru a-i fi cerute opinii în chestiuni care depășesc puterea lui de judecată.	puterea de judecată.	
ART. 11 <u>Radiodifuzorii au obligația de a lua toate măsurile astfel încât copilul implicat, în orice mod, în emisiuni de radio sau de televiziune să nu fie expus nici unui risc fizic, psihic ori moral care ar putea decurge din realizarea respectivelor emisiuni.</u>	ART. 11 <i>Se abrogă</i>	
ART. 12 Este interzisă orice referire peiorativă sau discriminatorie la originea etnică, naționalitatea, rasa ori religia copilului, precum și la un eventual handicap al acestuia.		
CAP. 2 <u>Serviciile de programe și protecția copilului</u>	CAP. 2 <u>Clasificarea programelor în vederea protecției copilului</u>	
	<u>SECȚIUNEA I</u>	
	Articol nou introdus ART. 12 ¹ <u>În sensul dispozițiilor art. 39 alin. (1) din Legea audiovizualului este interzisă difuzarea de programe care pot afecta grav dezvoltarea fizică, mentală sau morală a copiilor, în special programele care conțin pornografie sau violență nejustificată.</u>	Lege nr. 504/2002 art. 39

	Articol nou introdus ART. 12² <u>(1) Programele care pot afecta dezvoltarea fizică, mentală sau morală a copiilor pot fi difuzate numai dacă vizionarea este restricționată printr-un sistem de acces condiționat.</u> <u>(2) În lipsa unui sistem de acces condiționat, difuzarea programelor prevăzute la alin. (1) se poate face numai în intervalul orar permis, potrivit clasificării programului în funcție de conținutul acestuia.</u>	
	Articol nou introdus ART. 12³ <u>În cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, programele care ar putea afecta dezvoltarea fizică, mentală sau morală a copiilor pot fi puse la dispoziție numai dacă se asigură măsuri de restricționare a accesului printr-un sistem de control parental, astfel ca minorii să nu poată vedea ori auzi, în mod normal, programele respective.</u>	
ART. 13 Pentru a permite părinților sau reprezentanților legali ai copiilor să facă alegerea potrivită, <u>toți radiodifuzorii</u> au obligația să pună la dispoziția publicului informații suficiente privind intervalul orar de difuzare, recomandările și	ART. 13 <u>(1) Înainte de începerea difuzării unui program din categoria celor prevăzute la art. 12², radiodifuzorii au obligația de a informa publicul cu privire la genul programului, caracteristicile acestuia și eventuale motive de</u>	

<u>avertizările acustice și vizuale, astfel încât programele vizionate sau ascultate în familie ori numai de către copii să nu afecteze dezvoltarea fizică, mentală sau morală a acestora; aceleași obligații sunt valabile și în cazul serviciilor de programe destinate exclusiv publicului din România, retransmise de distribuitorii de servicii.</u>	<u>restricționare a vizionării.</u> <u>(2) Durata anunțului prevăzut la alin. (1) nu va fi mai mică de 15 secunde.</u> <u>(3) Radiodifuzorii au obligația să solicite ca publicarea programelor de radio și de televiziune să fie însoțită de marcajele prevăzute în prezentul cod.</u> <u>(4) Obligația de informare precizată la alin. (1) revine și furnizorilor de servicii media la cerere în cataloagele de programe.</u>	
ART. 14 Sunt interzise, în cadrul <u>emisiunilor audiovizuale destinate copiilor</u>, fumatul și consumul băuturilor alcoolice, <u>comportamentul violent, trivial, limbajul violent, vulgar ori licențios, aluziile sexuale, ridiculizarea defectelor fizice și a handicapurilor.</u>	ART. 14 În intervalul orar 6,00 – 20,00 în cadrul <u>programelor audiovizuale</u> sunt interzise fumatul, consumul <u>drogurilor</u> și băuturilor alcoolice, comportamentele cu caracter obscen.	<i>Propusă trecerea ca alin (2) la art. 21¹</i>
ART. 15 (1) În intervalul orar 6,00 - 20,00 <u>radiodifuzorii</u> nu pot difuza anunțuri promoționale care includ scene de violență, sex, limbaj vulgar sau alte elemente ce pot afecta copiii. (2) În intervalul orar 6,00 - 22,00 nu pot fi difuzate <u>emisiuni</u> care conțin: a) <u>detalii sau metode</u> de sinucidere ori de automutilare; b) <u>demonstrații sau detalii importante</u> privind	ART. 15 (1) În intervalul orar 6,00 - 20,00 <u>furnizorii de servicii media audiovizuale</u> nu pot difuza anunțuri promoționale care includ scene de violență, sex, limbaj vulgar sau alte elemente ce pot afecta copiii. (2) În intervalul orar 6,00 - 22,00 nu pot fi difuzate <u>programe, altele decât operele de ficțiune</u>, care conțin descrieri sau reconstituiri a unor omucideri/sinucideri, mutilări/automutilări sau tehnici criminale, ori <u>demonstrații sau</u>	

tehnici criminale; <u>c) demonstrații sau detalii importante privind exorcismul, practici oculte, fenomene sau practici paranormale.</u>	<u>detalii importante privind practici oculte.</u>	<i>Alin. (2) pct. c) de mutat la informarea corectă ?</i>
ART. 16 (1) Criteriile în funcție de care se <u>apreciază</u> <u>producțiile</u> difuzate <u>în serviciile de programe</u> au drept scop asigurarea protecției copilului și informarea publicului cu privire la conținutul acestora. (2) <u>Responsabilitatea clasificării producțiilor audiovizuale revine titularilor de licență audiovizuală.</u> (3) <u>Criteriile generale de care titularii de licență audiovizuală vor ține cont în clasificarea producțiilor audiovizuale sunt următoarele:</u> a) numărul și natura scenelor violente, precum și caracterul gratuit sau indispensabil al acestora, raportat la genul și subiectul <u>producției audiovizuale</u>; b) utilizarea violenței și rolul acesteia în rezolvarea problemelor; c) modalitatea de tratare prin imagini a scenelor de violență, tipul de plan utilizat, realismul reprezentării, rolul coloanei sonore în a genera frică ori angoasă; d) contextul în care este prezentat consumul de droguri și alcool;	ART. 16 (1) Criteriile în funcție de care se <u>clasifică</u> <u>programele</u> difuzate au drept scop asigurarea protecției copilului și informarea publicului cu privire la conținutul acestora. (2) <u>Responsabilitatea clasificării programelor revine radiodifuzorilor și furnizorilor de servicii media la cerere, în conformitate cu următoarele criterii:</u> a) numărul și natura scenelor violente, precum și caracterul gratuit sau indispensabil al acestora, raportat la genul și subiectul <u>programului</u>; b) utilizarea violenței și rolul acesteia în rezolvarea problemelor; c) modalitatea de tratare prin imagini a scenelor de violență, tipul de plan utilizat, realismul reprezentării, rolul coloanei sonore în a genera frică ori angoasă; d) contextul în care este prezentat consumul de droguri și alcool; e) numărul și natura scenelor de nuditate, reprezentarea actului sexual; f) psihologia personajelor și reperele morale	

e) numărul și natura scenelor de nuditate, reprezentarea actului sexual; f) psihologia personajelor și reperele morale pe care acestea le oferă copiilor sau adolescenților; g) tipologia eroilor, scopul acțiunii acestora, gradul de recurgere la violență; h) prezența și rolul copiilor în scene de violență; i) prezentarea femeii în ipostaze degradante; j) numărul și intensitatea scenelor de violență casnică; k) calitatea și tipologia limbajului; l) genul sau temele <u>producțiilor audiovizuale</u>.	pe care acestea le oferă copiilor sau adolescenților; g) tipologia eroilor, scopul acțiunii acestora, gradul de recurgere la violență; h) prezența și rolul copiilor în scene de violență; i) prezentarea femeii în ipostaze degradante; j) numărul și intensitatea scenelor de violență casnică; k) calitatea și tipologia limbajului; l) genul sau tema <u>programului</u>.	
ART. 17 În clasificarea <u>filmelor radiodifuzorii</u> se vor ghida și după clasificarea stabilită de producător sau, după caz, sub care <u>filmul</u> a fost difuzat în alte țări.	ART. 17 În clasificarea <u>producțiilor audiovizuale de ficțiune furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere</u> se vor ghida și după clasificarea stabilită de producător sau, după caz, cea sub care <u>producția de ficțiune</u> a fost difuzată în alte țări, <u>evitând încadrarea cea mai puțin restrictivă, în situația în care aceasta este singulară</u>.	
ART. 18 Categoriile în care se <u>încadrează producțiile audiovizuale</u> în funcție de criteriile precizate la art. 16 <u>alin. (3)</u> sunt următoarele: a) <u>producții audiovizuale</u> accesibile tuturor	ART. 18 Categoriile în care se <u>clasifică programele</u>, în funcție de criteriile precizate la art. 16 <u>alin. (2)</u>, sunt următoarele: a) <u>programe</u> accesibile tuturor categoriilor de	<i>Se propune nominalizarea tipurilor de programe (pentru a se ușura referirea la ele ulterior)</i>

categoriilor de public, fără restricții sau semne de avertizare; b) <u>producții audiovizuale</u> care pot fi vizionate de copiii în vârstă de până la 12 ani <u>numai cu acordul sau împreună cu părinții ori familia</u>; c) <u>producții audiovizuale</u> interzise copiilor sub 12 ani; d) <u>producții audiovizuale</u> interzise copiilor sub 15 ani; e) <u>producții audiovizuale</u> interzise copiilor sub 18 ani, altele decât cele pornografice, care în Statele Unite ale Americii și în țările din Uniunea Europeană sunt interzise publicului sub 18 ani; f) <u>producții audiovizuale</u> interzise copiilor sub 18 ani: filme și emisiuni pornografice al căror scop principal este prezentarea în detaliu a actului sexual, a modalităților de satisfacere a dorințelor sexuale sau <u>emisiuni audiovizuale</u> în care se prezintă un act sexual real, indiferent de modalitatea de filmare.	public, fără restricții sau semne de avertizare, denumite în continuare programe „AG” (acces general); b) <u>programe</u> care pot fi vizionate de copiii în vârstă de până la 12 ani <u>numai cu acordul părinților sau împreună cu familia, denumite în continuare programe „AP” (acord parental)</u>; c) <u>programe</u> interzise copiilor sub 12 ani, denumite în continuare programe „12”; d) <u>programe</u> interzise copiilor sub 15 ani, denumite în continuare programe „15”; e) <u>programe</u> interzise copiilor sub 18 ani, altele decât cele pornografice, care în Statele Unite ale Americii și în țările din Uniunea Europeană sunt interzise publicului sub 18 ani, filme horror, erotice, de o violență extremă, <u>competiții full-contact, programe sponsorizate de producătorii de băuturi spirtoase</u>, denumite în continuare programe „18”; f) <u>programe</u> interzise copiilor sub 18 ani, filme și emisiuni pornografice al căror scop principal este prezentarea în detaliu a actului sexual, a modalităților de satisfacere a dorințelor sexuale sau <u>programe</u> în care se prezintă un act sexual real, indiferent de modalitatea de filmare, denumite în continuare programe „18+”.	- <i>lupte libere nerecunoscute de federații naționale sau internaționale (pdv de la ANS)</i> - <i>de trecut la art. 102 - sponsorizare</i>
ART. 19	ART. 19	

(1) <u>Producțiile</u> prevăzute la art. 18 lit. b) se difuzează însoțite de un semn de avertizare reprezentând un cerc de culoare albă, iar în interiorul acestuia, pe fond transparent, majusculele AP (acord parental) de culoare albă. (2) Dimensiunea semnului de avertizare va fi de 30 de pixeli. <u>(3) Semnul de avertizare va fi expus timp de 10 minute la începutul difuzării.</u>	(1) <u>Programele</u> „AP” se difuzează însoțite de un semn de avertizare reprezentând un cerc de culoare albă, iar în interiorul acestuia, pe fond transparent, majusculele AP (acord parental) de culoare albă. (2) Dimensiunea semnului de avertizare va fi de 30 de pixeli. <i>Alin. (3) se abrogă</i>	Lege nr. 504/2002 art. 39
ART. 20 (1) <u>Producțiile audiovizuale</u> prevăzute la art. 18 lit. c) se difuzează numai după ora 20,00 și vor fi însoțite de un semn de avertizare reprezentând un cerc de culoare albă, iar în interiorul acestuia, pe fond transparent, numărul 12 de culoare albă. (2) Dimensiunea semnului de avertizare va fi de 30 de pixeli. <u>(3) Semnul de avertizare va fi expus timp de 15 minute la începutul difuzării și timp de 3 minute după fiecare pauză publicitară.</u>	ART. 20 (1) <u>Programele</u> „12” se difuzează numai după ora 20,00 și vor fi însoțite de un semn de avertizare reprezentând un cerc de culoare albă, iar în interiorul acestuia, pe fond transparent, numărul 12 de culoare albă. (2) Dimensiunea semnului de avertizare va fi de 30 de pixeli. <i>Alin. (3) se abrogă</i>	Legea 504/2002 art. 39
ART. 21 (1) <u>Producțiile audiovizuale</u> prevăzute la art. 18 lit. d) se difuzează numai în intervalul orar 22,00 - 6,00 și vor fi însoțite permanent de un semn de avertizare reprezentând un cerc de culoare albă, iar în interiorul acestuia, pe fond transparent, numărul 15 de culoare albă.	ART. 21 (1) <u>Programele</u> „15” se difuzează numai în intervalul orar 22,00 - 6,00 și vor fi însoțite permanent de un semn de avertizare reprezentând un cerc de culoare albă, iar în interiorul acestuia, pe fond transparent, numărul 15 de culoare albă.	

(2) Dimensiunea semnului de avertizare va fi de 30 de pixeli. (3) *** <i>Abrogat</i>	(2) Dimensiunea semnului de avertizare va fi de 30 de pixeli.	
ART. 21¹ (1) Pot fi difuzate <u>numai</u> în intervalul orar 23,00 - 6,00 <u>producțiile audiovizuale</u> care prezintă, în mod repetat: a) violență fizică, psihică sau de limbaj; b) scene de sex sau cu conotație sexuală, limbaj obscen; c) persoane în ipostaze degradante; d) consumul de droguri. (2) În intervalul de timp prevăzut la alin. (1) pot fi difuzate: a) filme horror, erotice, de o violență extremă; b) competiții full-contact; c) emisiuni audiovizuale sponsorizate de producătorii de băuturi spirtoase.	ART. 21¹ (1) Nu pot fi difuzate în intervalul orar 6,00 - 23,00 <u>producții</u> care prezintă: a) în mod repetat violență fizică, psihică sau de limbaj; b) scene de sex sau cu conotație sexuală, limbaj sau comportament obscen; c) persoane în ipostaze degradante; d) consumul de droguri sau încurajarea acestuia. <i>Alin. (2) se abrogă.</i>	
ART. 22 (1) <u>Producțiile audiovizuale</u> prevăzute la art. 18 lit. e) se difuzează numai în intervalul orar 24,00 - 6,00 și vor fi însoțite permanent de un semn de avertizare reprezentând un cerc de culoare albă, iar în interiorul acestuia, pe fond transparent, numărul 18 de culoare albă. (2) Dimensiunea semnului de avertizare va fi de 30 de pixeli.	ART. 22 (1) <u>Programele</u> „18” se difuzează numai în intervalul orar 24,00 - 6,00 și vor fi însoțite permanent de un semn de avertizare reprezentând un cerc de culoare albă, iar în interiorul acestuia, pe fond transparent, numărul 18 de culoare albă. (2) Dimensiunea semnului de avertizare va fi de 30 de pixeli.	

ART. 23 (1) <u>Producțiile audiovizuale prevăzute la art. 18 lit. f) nu vor fi difuzate sau retransmise de radiodifuzori aflați sub jurisdicția României.</u> (2) <u>Retransmisia de către distribuitorii de servicii a produțiilor audiovizuale din categoria celor prevăzute la art. 18 lit. f) este permisă numai cu respectarea condițiilor prevăzute la alin. (3) și (5), în cazul retransmisiei de tip analogic, respectiv la alin. (4) și (5), în cazul retransmisiei de tip digital.</u> (3) <u>Programele prevăzute la art. 18 lit. f) pot fi retransmise analogic numai în intervalul orar 1,00 - 5,00, codat și în cadrul pachetelor opționale.</u> (4) <u>Producțiile audiovizuale prevăzute la art. 18 lit. f) pot fi retransmise digital numai cu respectarea următoarelor condiții tehnice și de informare a abonatului:</u> a) <u>receptorul abonatului trebuie să fie prevăzut cu un sistem de blocare a accesului, denumit în continuare sistem de control parental, diferit de sistemul de control al accesului la pachetele de servicii oferite;</u> b) <u>sistemul de control parental trebuie să permită accesul la serviciile de programe restricționate copiilor, în baza unui cod personal format din cel puțin 4 cifre; cifrele nu trebuie să</u>	ART. 23 (1) <u>Programele „18+” nu pot fi difuzate sau retransmise de către furnizori și distribuitori aflați sub jurisdicția României.</u> (2) <u>Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere pot retransmite programele „18+” numai în intervalul orar 1,00 – 5,00 în următoarele situații:</u> a) <u>codat în cadrul unor pachete opționale special dedicate adulților, în sistem analogic;</u> b) <u>restricționat prin intermediul unui sistem de control parental, în sistem digital;</u> c) <u>restricționat prin intermediul unui sistem de control parental, în cadrul serviciilor media la cerere;</u> d) <u>în cadrul serviciilor pay-per-view.</u> (3) <u>Programele „18+” pot fi comercializate numai la cerere în pachete care conțin exclusiv astfel de programe și necondiționat de achiziția altor pachete de servicii.</u> (4) <u>Pachetele de servicii care includ programe „18+” nu pot fi comercializate în condiții mai avantajoase față de pachetele de servicii care nu conțin astfel de programe.</u> (5) <u>Programele „18+” vor fi însoțite permanent de semnul de avertizare reprezentând un cerc, iar în interiorul acestuia, numărul 18 de culoare albă, pe fond roșu; se interzice</u>	
--	---	--

fie vizibile pe ecran în momentul tastării; c) <u>sistemul de control parental trebuie</u> să fie perfect sincronizat cu programele din această categorie, trebuie să rămână activ pe toată perioada în care se oferă aceste categorii de programe, iar accesul trebuie să fie reblocat în orice situație în care se modifică contextul vizionării (schimbarea programului, trecerea sistemului de recepție în stare de veghe, schimbarea decodului sau a cartelei de acces, după realimentarea cu tensiune); d) în cadrul instrucțiunilor de utilizare, <u>distribuitorul</u> de servicii trebuie să explice, în termeni simpli și clari, modul de funcționare a sistemului de control parental, necesitatea stabilirii codului personal de acces și păstrării confidențialității acestuia; e) în momentul punerii în funcțiune a sistemului de recepție, <u>distribuitorul</u> de servicii are obligația să stabilească, împreună cu abonatul, codul personal de acces pentru fiecare dintre <u>serviciile de programe</u> restricționate copiilor; se recomandă evitarea stabilirii codului "1234" sau a unui cod format din aceeași cifră; f) introducerea în oferta de servicii a unui nou serviciu de programe restricționat copiilor va fi adusă la cunoștință abonaților cu cel puțin 30 de zile înainte de modificarea ofertei, precizându-	furnizarea de programe care prezintă imagini cu copii având un comportament explicit sexual. <u>(6) Sistemul de control parental prevăzut la alin. (2) lit. b) și c) trebuie să satisfacă următoarele cerințe minimale:</u> a) <i>se abrogă</i> b) să permită accesul la programele și serviciile de programe restricționate copiilor, în baza unui cod personal format din cel puțin 4 cifre; cifrele nu trebuie să fie vizibile pe ecran în momentul tastării; c) să fie perfect sincronizat cu programele din această categorie, să rămână activ pe toată perioada în care se oferă aceste categorii de programe, iar accesul să fie reblocat în orice situație în care se modifică contextul vizionării (schimbarea programului, trecerea sistemului de recepție în stare de veghe, schimbarea decodului sau a cartelei de acces, după realimentarea cu tensiune); d) în cadrul instrucțiunilor de utilizare, <u>furnizorul/distribuitorul</u> de servicii trebuie să explice, în termeni simpli și clari, modul de funcționare a sistemului de control parental, necesitatea stabilirii codului personal de acces și păstrării confidențialității acestuia; e) în momentul punerii în funcțiune a sistemului de recepție, <u>furnizorul/distribuitorul</u>	
---	--	--

se "Program interzis persoanelor sub 18 ani". (5) Producțiile audiovizuale prevăzute la art. 18 lit. f) vor fi însoțite permanent de semnul de avertizare reprezentând un cerc, iar în interiorul acestuia, numărul 18 de culoare albă, pe fond roșu; se interzice retransmiterea producțiilor audiovizuale care prezintă imagini cu copii având un comportament explicit sexual.	de servicii are obligația să stabilească, împreună cu abonatul, codul personal de acces pentru fiecare dintre <u>programele și serviciile</u> restricționate copiilor; se recomandă evitarea stabilirii codului "1234" sau a unui cod format din aceeași cifră. (7) Introducerea în oferta de servicii a unui nou serviciu de programe restricționat copiilor va fi adusă la cunoștință abonaților cu cel puțin 30 de zile înainte de modificarea ofertei, precizându-se "Program interzis persoanelor sub 18 ani".	
ART. 24 <u>(1) Difuzarea anunțurilor promoționale pentru producțiile audiovizuale prevăzute la art. 18 lit. b), c), d) și e) se va face cu semnul de avertizare corespunzător și va respecta prevederile art. 15.</u> <u>(2) Distribuitorii de servicii nu pot difuza anunțuri promoționale pentru producțiile audiovizuale prevăzute la art. 18 lit. f).</u>	ART. 24 (1) Difuzarea anunțurilor promoționale pentru programele „AP”, „12”, „15” și „18” se va face cu semnul de avertizare corespunzător și va respecta prevederile art. 15. (2) <u>Furnizorii</u> de servicii nu pot difuza anunțuri promoționale pentru <u>programele</u> prevăzute la art. 18 lit. f).	
ART. 25 (1) <u>Emisiunile</u> erotice interactive, publicitatea pentru convorbirile telefonice erotice, precum și pentru produse și servicii cu destinație sexuală se difuzează în aceleași condiții cu cele stabilite pentru producțiile audiovizuale precizate la art. 18 lit. f). (2) Publicitatea directă sau indirectă la	ART. 25 <i>Se abrogă</i>	<i>Se trimite la art. 101³ de la publicitate, iar alin. (2) se preia la art. 99¹ alin. (2)</i>

publicații, filme ori spectacole erotice se difuzează numai în intervalul orar 23,00 - 5,00 și va fi însoțită permanent de semnul de avertizare prevăzut la art. 21. (3) Este interzisă difuzarea oricărei forme de <u>publicitate</u> sau de promovare la produse cu caracter pornografic.		
ART. 26 (1) Radiodifuzorii au obligația de a informa sonor și vizual publicul, înainte de începerea difuzării, cu privire la genul <u>producției audiovizuale</u> și, după caz, cu privire la restricțiile de vizionare. (2) Durata anunțului prevăzut la alin. (1) nu va fi mai mică de 15 secunde. (3) Radiodifuzorii au obligația să solicite ca publicarea programelor de radio și de televiziune să fie însoțită de marcajele prevăzute în prezentul cod.	ART. 26 <i>Propusă abrogarea – conținutul este transferat la art.13</i>	
CAP. 3 Programele de știri și protecția copiilor	<i>Propusă abrogarea</i>	
ART. 27 (1) Programele de știri și de actualități se supun cerințelor de protecție a copiilor și vizionării în familie. (2) <u>Avertizarea verbală a publicului, în cazul difuzării unor scene de violență sau cu posibil impact emoțional negativ, este obligatorie;</u>	ART. 27 (1) Programele de știri și de actualități se supun cerințelor de protecție a copiilor și vizionării în familie. (2) <u>În cazul difuzării unor scene de violență sau cu impact emoțional negativ, avertizarea verbală a publicului este obligatorie;</u>	

radiodifuzorii vor evita prezentarea repetată a scenelor de violență. (3) Imaginile care prezintă execuții, oameni uciși sau voluntari ai morții, indiferent de motivația acestora, se difuzează numai în cazuri temeinic justificate <u>și în conformitate cu deontologia jurnalistică.</u> (4) <u>Subiectele sau evenimentele cu teme sexuale pot fi prezentate înainte de ora 22,00 numai în situația în care imaginile și comentariile care le însoțesc nu afectează copiii.</u> (5) <u>Este interzisă ilustrarea unei informații cu imagini de natură pornografică.</u>	radiodifuzorii vor evita prezentarea repetată a scenelor de violență. (3) Imaginile care prezintă execuții, oameni uciși sau voluntari ai morții, indiferent de motivația acestora, se difuzează numai în cazuri temeinic justificate. <i>Se propune abrogarea alin (4)</i>	<i>Se mută la art.28</i>
CAP. 4 Programele muzicale și protecția copiilor	<i>Cap. 4 se abrogă</i>	
ART. 28 (1) <u>Produțiile și videoclipurile muzicale bazate pe violență fizică, psihică ori sexuală sau care folosesc un limbaj vulgar ori licențios pot fi difuzate doar cu respectarea criteriilor de clasificare și a restricțiilor orare de difuzare.</u> (2) <u>Este interzisă difuzarea produțiilor și a videoclipurilor muzicale care încurajează consumul de droguri sau care sugerează că drogurile ar constitui un mijloc de rezolvare a problemelor de viață.</u>	ART. 28 <u>Este interzisă ilustrarea unei informații cu imagini de natură pornografică sau care încurajează consumul de droguri.</u> <i>Propusă abrogarea art.28 alin. (1)</i>	<i>alin. (1) este redundant</i>
ART. 29 <u>Publicitatea și teleshoppingul se supun</u>	<i>Art. 29 se abrogă</i>	<i>mutat la art. 27 alin. (1)</i>

cerințelor și criteriilor de protecție a copiilor.		
TITLUL II Protecția demnității umane și a dreptului la propria imagine		
ART. 30 <u>Radiodifuzorii au obligația să respecte drepturile și libertățile fundamentale ale omului și să nu profite de ignoranța sau de buna-credință a persoanelor.</u>	ART. 30 <u>Furnizorii de servicii audiovizuale au obligația să respecte drepturile și libertățile fundamentale ale omului, cu precădere dreptul la respectarea vieții private, la onoare și reputație, precum și dreptul la propria imagine.</u>	art. 58 C.civ.
ART. 31 În sensul prezentului cod, sunt considerate a fi de interes public justificat orice probleme, fapte sau evenimente <u>locale ori naționale, cu semnificație pentru viața comunității.</u>	ART. 31 În sensul prezentului cod, sunt considerate a fi de interes public justificat orice probleme, fapte sau evenimente <u>care afectează societatea sau o comunitate, în special cu privire la:</u> - <u>prevenirea sau probarea săvârșirii unei fapte cu incidentă penală (infrațiuni);</u> - <u>protejarea sănătății sau siguranței publice;</u> - <u>semnalarea unor afirmații neadevărate sau a incompetenței unor instituții.</u>	<i>De corelat cu definiția de la art. 1</i>
ART. 32	ART. 32 (1) <u>Niciun drept conferit prin lege nu poate fi exercitat într-un mod excesiv și nerezonabil, contrar bunei-credințe, în scopul de a vătăma sau păgubi pe altul ori profitând de ignoranța sau de buna-credință a persoanelor.</u>	art. 15 C.civ.

(1) Nu orice interes al publicului trebuie satisfăcut, iar invocarea dreptului la informare nu poate justifica <u>invadarea vieții private</u>. (2) Dreptul la propria imagine nu trebuie să împiedice aflarea adevărului în probleme de interes public justificat.	(2) Nu orice interes al publicului trebuie satisfăcut, <u>iar invocarea dreptului la informare nu poate justifica încălcarea dreptului la viață privată</u>. (3) Dreptul la propria imagine nu trebuie să împiedice aflarea adevărului în probleme de interes public justificat.	
ART. 33	<i>Se abrogă</i>	<i>mutat după art.43</i>
ART. 34	<i>Se abrogă</i>	<i>mutat după art.43</i>
ART. 35	<i>Se abrogă</i>	<i>mutat după art.43</i>
ART. 36 (1) Orice persoană are dreptul la respectarea vieții <u>sale</u> private și de familie, a domiciliului și a corespondenței <u>sale</u>. (2) Este interzisă difuzarea de știri, dezbateri, anchete sau de reportaje audiovizuale <u>privind</u> viața privată și de familie a persoanei, fără acordul acesteia. (3) Fac excepție de la prevederile alin. (2) situațiile în care sunt întrunite cumulativ următoarele condiții: a) existența unui interes public justificat; b) existența unei legături semnificative și clare între viața privată și de familie a persoanei și interesul public justificat. (4) Informațiile privind adresa unei persoane sau a familiei sale și numerele lor de telefon nu	ART. 36 (1) Orice persoană are dreptul la respectarea vieții private și de familie, a domiciliului și a corespondenței. (2) Informațiile privind adresa unei persoane sau a familiei sale și numerele lor de telefon nu pot fi dezvăluite fără permisiunea acestora; <u>utilizarea datelor cu caracter personal este permisă în condițiile legii speciale</u>. (3) Este interzisă difuzarea de știri, dezbateri, anchete sau de reportaje audiovizuale <u>care constituie imixtiuni în</u> viața privată și de familie a persoanei, fără acordul acesteia. (4) Fac excepție de la prevederile alin. (3) situațiile în care sunt întrunite cumulativ următoarele condiții: a) existența unui interes public justificat;	art. 71 C.civ. <i>Alin. (2) preia alin. (4)</i> Art. 77 C. Civ . <i>Alin. (4) de duce la alin. (2)</i>

pot fi dezvăluite fără permisiunea acestora. <u>(5) Nu pot fi difuzate emisiuni de divertisment, gen camera ascunsă sau farse, care au ca obiect viața privată.</u>	b) existența unei legături semnificative și clare între viața privată și de familie a persoanei și interesul public justificat.	<i>Alin. (5) se mută la art. 39 alin. (1)</i>
ART. 37 (1) Este interzisă difuzarea <u>de imagini ale persoanei, filmate în propria locuință sau în orice alte locuri private, fără consimțământul acesteia.</u> (2) Este interzisă difuzarea de imagini care prezintă interioare ale <u>unei proprietăți private, fără acordul proprietarului.</u> (3) Fac excepție de la prevederile alin. (1) și (2) situațiile în care imaginile difuzate: a) pot preveni săvârșirea unei infracțiuni; b) <u>surprind sau</u> pot proba săvârșirea unei infracțiuni; c) <u>protejează sănătatea publică;</u> d) surprind fapte care prezintă un interes public justificat.	ART. 37 (1) <u>Orice persoană are dreptul la propria imagine.</u> (2) Este interzisă difuzarea imaginii <u>sau vocii persoanei aflate într-un spațiu privat, fără acordul scris al acesteia.</u> (3) Este interzisă difuzarea de imagini care prezintă interioare ale <u>unui spațiu privat, fără acordul scris al celui care îl ocupă în mod legal.</u> (4) Fac excepție de la prevederile alin. (2) și (3) situațiile în care imaginile difuzate surprind fapte care prezintă un interes public justificat.	Art. 73 C.civ. art. 74 lit.c). C.civ. art. 74 lit.d). C.civ.
ART. 38 Este interzisă difuzarea de imagini și sunete înregistrate cu microfoane și camere de luat vederi ascunse, cu excepția situației în care <u>materialele audiovizuale</u> astfel obținute nu puteau fi realizate în condiții normale, iar conținutul lor prezintă un interes <u>justificat pentru public.</u>	ART. 38 Este interzisă difuzarea <u>fără drept a convorbirilor ori a imaginilor</u> înregistrate cu microfoane și camere de luat vederi ascunse, cu excepția situației în care <u>înregistrările</u> astfel obținute nu puteau fi realizate în condiții normale, iar conținutul lor prezintă un interes <u>public justificat.</u>	

ART. 39 (1) Înregistrările audio și/sau video destinate <u>emisiunilor</u> de divertisment, inclusiv cele de tip "camera ascunsă", nu pot fi difuzate decât cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții: a) să nu provoace iritare sau suferință ori să nu pună persoana în situații înjositoare sau de risc; b) persoanele care au făcut obiectul filmării/înregistrării să-și dea acordul scris pentru difuzare. (2) În scopul informării publicului telespectator, imaginile înregistrate cu camere de luat vederi ascunse se difuzează însoțite permanent de un marcaj grafic ce simbolizează o cameră de luat vederi, conform modelului prezentat în anexa nr. 1 care face parte integrantă din prezentul cod.	ART. 39 Înregistrările audio și/sau video destinate <u>programelor</u> de divertisment, inclusiv cele cu camera ascunsă, nu pot fi difuzate decât cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții: a) să nu provoace iritare sau suferință ori să nu pună persoana în situații înjositoare sau de risc; b) persoanele care au făcut obiectul filmării/înregistrării să-și dea acordul scris pentru difuzare.	<i>Alin (2) devine art. 39¹</i>
	Articol nou introdus ART. 39¹ Imaginile înregistrate cu camere de luat vederi ascunse se difuzează însoțite permanent de un marcaj grafic ce simbolizează o cameră de luat vederi, conform modelului prezentat în anexa nr. 1 care face parte integrantă din prezentul cod.	<i>Preia art.39 alin. (2)</i>
ART. 40 Difuzarea înregistrărilor convorbirilor	ART. 40 Difuzarea înregistrărilor convorbirilor	

telefonice sau a corespondenței ajunse în posesia radiodifuzorilor este permisă în următoarele situații: a) răspunde unor necesități de siguranță națională, ordine publică sau asigură prevenirea unor fapte penale; b) probează comiterea unei infracțiuni; c) prezintă un interes public justificat.	telefonice sau a corespondenței ajunse în posesia radiodifuzorilor este permisă <u>dacă acestea prezintă un interes public justificat și sunt însoțite de punctul de vedere al persoanei vizate.</u>	
ART. 41 În cazul <u>excepțiilor</u> prevăzute la art. 36 alin. (3), art. 37 alin. (3), art. 38 și 40, radiodifuzorii pot difuza materialele audiovizuale numai însoțite de punctul de vedere al persoanei în cauză; în situația în care persoana refuză să prezinte un punct de vedere, radiodifuzorul <u>trebuie</u> să precizeze acest fapt.	ART. 41 În cazul <u>situațiilor</u> prevăzute la art. 36 alin. (4), art. 37 alin. (4), art. 38, art. 40 <u>și ori de câte ori se invocă interesul public justificat pentru a difuza materiale audiovizuale care pot aduce atingere drepturilor și libertăților fundamentale ale unei persoane, difuzarea trebuie însoțită de punctul de vedere al persoanei în cauză; în situația în care persoana refuză să prezinte un punct de vedere, radiodifuzorii sunt obligați să precizeze acest fapt.</u>	
ART. 42 (1) <u>Orice persoană are dreptul la propria imagine.</u> (2) În cazul în care în <u>emisiunile</u> audiovizuale se aduc acuzații unei persoane privind fapte sau comportamente ilegale ori imorale, acestea trebuie susținute cu dovezi, iar persoanele acuzate au dreptul să intervină pentru a-și exprima punctul de vedere; dacă acuzațiile sunt	ART. 42 (1) <u>În virtutea dreptului la propria imagine</u>, în cazul în care în <u>programele</u> audiovizuale se aduc acuzații unei persoane privind fapte sau comportamente ilegale ori imorale, acestea trebuie susținute cu dovezi, iar persoanele acuzate au dreptul să intervină pentru a-și exprima punctul de vedere; dacă acuzațiile sunt aduse de <u>furnizorul de servicii media</u>	<i>Alin. (1) se mută la art. 37 alin. (1)</i>

aduse de <u>radiodifuzor</u>, acesta trebuie să respecte principiul <i>audiatur et altera pars</i>. (3) Realizatorii <u>emisiunilor</u> au obligația să respecte dreptul persoanei la propria imagine și să pună în vedere interlocutorilor să probeze afirmațiile acuzatoare sau să indice, cel puțin, probele care le susțin; <u>stăruința moderatorului</u> trebuie să fie convingătoare, astfel încât să ajute publicul să-și formeze o opinie corectă. (4) Realizatorii <u>emisiunilor</u> au obligația să nu permită invitațiilor să folosească un limbaj injurios sau să instige la violență <u>împotriva altor persoane</u>. (5) Sunt interzise în programele audiovizuale orice referire peiorativă la adresa persoanelor în vârstă sau cu dizabilități, precum și punerea acestora în situații ridicole ori umilitoare. (6) Programele audiovizuale trebuie să respecte dreptul la libertatea de gândire, de conștiință și de religie.	<u>audiovizuale</u>, acesta trebuie să respecte principiul „audiatur et altera pars”; <u>în situația în care persoana vizată refuză să prezinte un punct de vedere</u>, trebuie să se precizeze acest fapt.. (2) Realizatorii <u>programelor</u> au obligația să solicite <u>ferm</u> interlocutorilor să probeze afirmațiile acuzatoare sau să indice, cel puțin, probele care le susțin, <u>pentru a permite publicului să evalueze cât de justificate sunt acuzațiile</u>. (3) Realizatorii <u>programelor</u> au obligația să nu folosească și să nu permită invitațiilor să folosească un limbaj injurios sau să instige la violență. (4) <u>Este interzisă utilizarea cu rea-credință a numelui, imaginii, vocii sau asemănării cu o altă persoană în programele audiovizuale</u>. (5) Orice referire peiorativă la adresa persoanelor în vârstă sau cu dizabilități, precum și punerea acestora în situații ridicole ori umilitoare sunt interzise în cadrul programelor audiovizuale.	Art. 74 lit. h) C.civ. <i>Se propune abrogarea alin. (6)</i>
ART. 43 (1) <u>Radiodifuzorii</u> nu pot difuza: a) imagini ale persoanei aflate în situația de victimă, fără acordul acesteia; b) imagini ale persoanei fără discernământ sau decedate, fără acordul familiei;	ART. 43 (1) <u>Furnizorii de servicii media audiovizuale</u> nu pot difuza: a) imagini ale persoanei aflate în situația de victimă, fără acordul acesteia; b) imagini ale persoanei fără discernământ	

c) imagini care exploatează sau scot în evidență traumele ori traumatismele unei persoane. (2) În cazul martorilor la comiterea unei infracțiuni, la solicitarea acestora, difuzarea imaginilor se va realiza cu asigurarea protecției depline a identității lor.	sau decedate, fără acordul familiei; c) imagini care exploatează sau scot în evidență traumele ori traumatismele unei persoane. (2) În cazul martorilor la comiterea unei infracțiuni, la solicitarea acestora, difuzarea imaginilor se va realiza cu asigurarea protecției depline a identității lor.	
ART. 33 (1) Este interzisă difuzarea de imagini sau de înregistrări ale persoanelor <u>reținute pentru cercetări, arestate ori aflate în detenție</u>, fără acordul scris al acestora. (2) Fac excepție de la prevederile alin. (1) situațiile în care filmarea sau înregistrarea este realizată în locuri publice.	ART. 43¹ (1) Este interzisă difuzarea de imagini sau de înregistrări ale persoanelor <u>aflate în stare de reținere, cercetare, arest sau detenție</u>, fără acordul scris al acestora, <u>avînd în vedere că</u> orice persoană acuzată sau cercetată pentru săvârșirea unei infracțiuni este prezumată nevinovată atîta timp cît nu a fost condamnată printr-o hotărâre penală definitivă și irevocabilă. (2) Fac excepție de la prevederile alin. (1) situațiile în care filmarea sau înregistrarea este realizată în locuri publice, <u>precum și cele în care consimțămîntul pentru utilizarea materialelor audiovizuale în cauză este prezumat..</u> (3) În cadrul programelor audiovizuale nu pot fi oferite, direct sau indirect, recompense și nu pot fi făcute promisiuni de recompensare persoanelor care ar putea fi martori în <u>instanțe judecătorești</u>.	<i>De la art. 34 alin.(1)</i> Art. 76 C.Civ <i>De la art. 34 alin.(2)</i>
ART. 34	<i>Se abrogă</i>	<i>Transferat la art. 43¹</i>

(1) Orice persoană acuzată sau cercetată pentru săvârșirea unei infracțiuni este prezumată nevinovată atâta timp cât nu a fost condamnată printr-o hotărâre penală definitivă și irevocabilă. (2) În cadrul programelor audiovizuale nu pot fi oferite, direct sau indirect, recompense și nu pot fi făcute promisiuni de recompensare persoanelor care ar putea fi martori în <u>cauze penale</u>.		
ART. 35 (1) Nu pot fi difuzate <u>materiale audiovizuale</u> realizate și puse la dispoziția <u>radiodifuzorilor</u> de către poliție sau parchet, fără acordul persoanelor care sunt victime ale unor infracțiuni sau fără acordul familiilor acestora. (2) Nu poate fi dezvăluită în nici un mod identitatea persoanelor care sunt victime ale infracțiunilor privitoare la viața sexuală, <u>prevăzute la titlul II cap. III din Partea specială a Codului penal</u>; se exceptează situațiile în care victimele și-au dat acordul scris.	ART. 43² (1) Nu pot fi difuzate <u>înregistrări</u> realizate și puse la dispoziția <u>furnizorilor de servicii media audiovizuale</u> de către <u>autoritățile polițienești sau judiciare</u>, <u>indiferent de suportul informatic utilizat</u>, fără acordul persoanelor care sunt victime ale unor infracțiuni sau fără acordul familiilor acestora. (2) Nu poate fi dezvăluită în nici un mod identitatea persoanelor care sunt victime ale infracțiunilor privitoare la viața sexuală; se exceptează situațiile în care victimele și-au dat acordul scris, <u>sub condiția respectării limitelor de identificare stabilite prin acord</u>.	
ART. 44 (1) Orice persoană are dreptul la respectarea intimității în momente dificile, cum ar fi o pierdere ireparabilă sau o nenorocire. (2) În cazul situațiilor de suferință umană, al	ART. 44 (1) Orice persoană are dreptul la respectarea intimității în momente dificile, cum ar fi o pierdere ireparabilă sau o nenorocire. (2) În cazul situațiilor de suferință umană, al	

dezastrelor naturale, accidentelor sau al actelor de violență, <u>radiodifuzorii</u> au obligația de a nu se amesteca <u>nejustificat</u> în viața privată.	dezastrelor naturale, accidentelor sau al actelor de violență, <u>furnizorii de servicii media audiovizuale</u> au obligația de a nu se amesteca în viața privată. (3) <u>Radiodifuzorii au obligația de a respecta memoria, imaginea și reputația persoanelor decedate în aceleași condiții ca în cazul persoanelor aflate în viață</u>	Art. 78 și 79 C.civ.
ART. 45 (1) Difuzarea <u>materialelor</u> audiovizuale conținând imagini ale persoanelor aflate la tratament în unitățile de asistență medicală, precum și a datelor cu caracter personal privind starea de sănătate, problemele de diagnostic, prognostic, tratament, circumstanțe în legătură cu boala și cu alte diverse fapte, inclusiv rezultatul autopsiei, este permisă numai cu acordul persoanei sau, în cazul în care persoana este fără discernământ ori decedată, cu acordul familiei sau al aparținătorilor. (2) <u>Radiodifuzorii</u> au obligația de a respecta demnitatea și anonimatul persoanelor cu tulburări psihice. (3) Fac excepție de la prevederile alin. (1) <u>situații de interes public justificat în care difuzarea materialului audiovizual are drept scop:</u> <u>a) prevenirea săvârșirii unor fapte penale ori</u>	ART. 45 (1) Difuzarea <u>producțiilor</u> audiovizuale conținând imagini ale persoanelor aflate la tratament în unitățile de asistență medicală, precum și a datelor cu caracter personal privind starea de sănătate, problemele de diagnostic, prognostic, tratament, circumstanțe în legătură cu boala și cu alte diverse fapte, inclusiv rezultatul autopsiei, este permisă numai cu acordul persoanei sau, în cazul în care persoana este fără discernământ ori decedată, cu acordul familiei sau al aparținătorilor; <u>utilizarea datelor cu caracter personal este permisă în condițiile legii speciale.</u> (2) Fac excepție de la prevederile alin. (1) <u>situații de interes public justificat.</u> (3) <u>Furnizorii de servicii media audiovizuale</u> au obligația de a respecta demnitatea și anonimatul persoanelor cu tulburări psihice.	Art. 74 lit.g) C.civ.

<u>înlăturarea urmărilor prejudiciabile ale unor asemenea fapte;</u> <u>b) probarea comiterii unei infracțiuni.</u>		
ART. 46 (1) Este interzisă difuzarea în programele audiovizuale a oricăror forme de manifestări antisemite sau xenofobe. (2) Este interzisă în programele audiovizuale orice discriminare pe considerente de rasă, religie, naționalitate, sex, orientare sexuală sau etnie.		
ART. 47 (1) Prezentarea apologetică a crimelor și abuzurilor regimurilor totalitare, nazist și comunist, a autorilor unor astfel de fapte, precum și denigrarea victimelor acestora sunt interzise în <u>emisiunile</u> audiovizuale. (2) <u>Prin apologie, în sensul prezentului cod, se înțelege: elogiul, lauda ferventă (adesea exagerată) adusă unei persoane, unei idei; apărarea (servilă și interesată) cuiva sau a ceva; discursul, scrierea care face apologia cuiva sau a ceva.</u>	ART. 47 (1) Prezentarea apologetică a crimelor și abuzurilor regimurilor totalitare, nazist și comunist, a autorilor unor astfel de fapte, precum și denigrarea victimelor acestora sunt interzise în <u>programele</u> audiovizuale. <i>Alin. (2) se abrogă</i>	
TITLUL III Dreptul la replică și la rectificare		
CAP. 1 Dispoziții generale		

ART. 48 Orice persoană fizică sau juridică, <u>indiferent de naționalitate</u>, ale cărei drepturi sau interese legitime au fost lezate prin prezentarea în cadrul unui program audiovizual a unor fapte neadevărate beneficiază de dreptul la replică.	ART. 48 Orice persoană fizică sau juridică ale cărei drepturi sau interese legitime au fost lezate prin prezentarea în cadrul unui program audiovizual a unor fapte neadevărate beneficiază de dreptul la replică.	
ART. 49 (1) Dreptul la replică nu poate fi solicitat: a) pentru opinii și judecăți de valoare; b) în situația în care radiodifuzorii au respectat principiul audiatur et altera pars; c) în situația în care se solicită replica la replică; d) în cazul în care radiodifuzorul răspunde acuzațiilor unei persoane, cu condiția să nu afecteze drepturile sau interesele legitime ale unui terț; e) <u>în cazul unui acord scris încheiat de radiodifuzor cu persoana lezată.</u> (2) Respectarea principiului audiatur et altera pars presupune condiții nediscriminatorii de exprimare în cadrul aceluiași program.	ART. 49 (1) Dreptul la replică nu poate fi solicitat: a) pentru opinii și judecăți de valoare exprimate <u>sau pentru a emite opinii și judecăți de valoare</u>; b) în situația în care radiodifuzorii au respectat principiul audiatur et altera pars; c) în situația în care se solicită replica la replică; d) în cazul în care radiodifuzorul răspunde acuzațiilor unei persoane, cu condiția să nu afecteze drepturile sau interesele legitime ale unui terț. (2) Respectarea principiului audiatur et altera pars presupune condiții nediscriminatorii de exprimare în cadrul aceluiași program.	<i>Pct. e) se abrogă</i>
ART. 50 (1) Orice persoană fizică sau juridică, <u>indiferent de naționalitate</u>, ale cărei drepturi sau interese legitime au fost lezate prin prezentarea în cadrul unui program audiovizual a unor <u>informații</u> inexacte beneficiază de dreptul la	ART. 50 (1) Orice persoană fizică sau juridică ale cărei drepturi sau interese legitime au fost lezate prin prezentarea în cadrul unui program audiovizual a unor <u>fapte</u> inexacte beneficiază de dreptul la rectificare.	

rectificare. (2) Rectificarea nu poate fi solicitată în cazul în care inexactitatea informațiilor nu este semnificativă și <u>clară și nici în cazul unui acord scris încheiat de radiodifuzor cu persoana lezată.</u>	(2) Rectificarea nu poate fi solicitată în cazul în care inexactitatea informațiilor nu este <u>evidentă și semnificativă.</u>	
ART. 51 (1) <u>Radiodifuzorii au obligația de a asigura persoanei care se consideră lezată de prezentarea în cadrul unui program audiovizual a unor fapte neadevărate sau informații inexacte accesul la revizionarea ori la reaudierea programului respectiv în termen de 24 de ore de la data primirii unei solicitări scrise din partea respectivei persoane.</u> (2) <u>Accesul la revizionarea sau la reaudierea programului audiovizual poate fi asigurat fie direct, la sediul radiodifuzorului, fie indirect, prin înmânarea unei copii video sau audio a programelor respective.</u> (3) Persoanele care se consideră lezate de prezentarea unor fapte neadevărate sau informații inexacte pot solicita revizionarea sau reaudierea unui program audiovizual, în termen de cel mult 20 de zile de la data difuzării acestuia. (4) În cazul în care persoanele lezate sunt minori în vârstă de până la 14 ani, cererea de revizionare sau de reaudiere va fi semnată de	ART. 51 (1) <u>Persoana care se consideră lezată de prezentarea în cadrul unui program audiovizual a unor fapte neadevărate sau informații inexacte, denumită în continuare solicitant, poate cere radiodifuzorului revizionarea sau reaudierea programului în cauză, în termen de cel mult 20 de zile de la data difuzării acestuia.</u> (2) <u>Radiodifuzorul are obligația de a asigura accesul la revizionarea ori la reaudierea programului în termen de 24 de ore de la data primirii unei solicitări scrise, fie direct, la sediul radiodifuzorului, fie indirect, prin înmânarea unei copii video sau audio, după caz.</u> (3) În cazul în care <u>solicitantul este minor</u> în vârstă de până la 14 ani, cererea de revizionare sau de reaudiere va fi semnată de părinți ori de reprezentantul legal; pentru <u>minorul cu vârstă între 14 și 18 ani</u>, cererea va fi semnată de <u>acesta și de părinți sau de reprezentantul legal.</u> (4) <u>Minorul va fi asistat la revizionări sau la reaudieri de părinți ori de reprezentantul legal.</u>	<i>Preluarea alin. (3)</i> <i>Alin. (3) se comasează la alin. (1)</i>

ani, cererea va fi semnată de părinți sau de reprezentantul legal; pentru cei cu vârste între 14 și 18 ani, cererea va fi semnată de aceștia și de părinți sau de reprezentantul legal.	reprezentantul legal; pentru <u>minorul</u> cu vârsta între 14 și 18 ani, cererea va fi semnată de <u>acesta</u> și de părinți sau de reprezentantul legal.	
ART. 53 Textul replicii trebuie să se refere numai la faptele neadevărate contestate, <u>să fie exprimat în limitele decenței și să nu conțină amenințări sau comentarii marginale.</u>	<i>se abrogă</i>	<i>Norma este preluată la art. 52 alin. (1) lit.ef)</i>
ART. 54 (1) Cererea va fi înregistrată de radiodifuzor, cu precizarea datei și orei primirii, iar solicitantului i se va înmâna o dovadă scrisă în acest sens. (2) În cazul în care radiodifuzorul refuză să înregistreze cererea, solicitantul se poate adresa direct Consiliului Național al Audiovizualului în termen de cel mult 30 de zile de la data difuzării programului care a produs lezarea.	ART. 54 (1) Cererea <u>de drept la replică/rectificare</u> va fi înregistrată de radiodifuzor, cu precizarea datei și orei primirii, iar solicitantului i se va înmâna o dovadă scrisă în acest sens. (2) În cazul în care radiodifuzorul refuză să înregistreze cererea, solicitantul se poate adresa direct Consiliului Național al Audiovizualului în termen de cel mult 30 de zile de la data difuzării programului care a produs lezarea.	
ART. 55 Termenul de transmitere a cererii este de cel mult 20 de zile de la data difuzării emisiunii în care s-a produs lezarea.	<i>se abrogă</i>	<i>Norma este preluată la art. 52 alin. (1)</i>
ART. 56 Radiodifuzorul poate refuza <u>dreptul</u> la replică în următoarele situații: a) cererea nu a fost trimisă în termenul	ART. 56 Radiodifuzorul poate refuza <u>exercitarea dreptului</u> la replică <u>sau la rectificare</u> în următoarele situații:	

<u>prevăzut la art. 55;</u> b) <u>textul replicii nu întrunește condițiile stabilite la art. 53;</u> c) <u>lungimea textului depășește cu mult necesarul dreptului la replică, iar persoana lezată nu acceptă scurtarea textului;</u> d) <u>persoana care solicită dreptul la replică nu respectă condițiile prevăzute la art. 52;</u> e) <u>radiodifuzorul deține dovezi care probează adevărul faptelor prezentate.</u>	a) cererea nu a fost trimisă în termenul <u>și în condițiile prevăzute</u> la art. 52 alin. (1); b) radiodifuzorul deține dovezi care probează adevărul faptelor prezentate sau, după caz, <u>este îndeplinită una dintre condițiile prevăzute la art. 50 alin. (2).</u> c) lungimea textului <u>replicii</u> depășește cu mult necesarul dreptului la replică <u>și persoana lezată nu acceptă scurtarea textului;</u>	<i>S-a inversat ordinea pct. b) cu pct. c)</i>
ART. 57 (1) Radiodifuzorul va decide, în termen de două zile de la data primirii cererii de acordare a dreptului la replică, dacă îi va da curs sau nu. (2) <u>În cazul în care radiodifuzorul decide acordarea dreptului la replică, va comunica persoanei lezate, în termen de două zile de la data primirii cererii, ziua și ora difuzării dreptului la replică.</u> (3) <u>În cazul în care radiodifuzorul refuză să acorde dreptul la replică, va comunica în scris solicitantului decizia luată și motivarea acesteia, în termen de două zile de la primirea cererii.</u> (4) <u>În refuzul motivat se vor mai comunica solicitantului următoarele:</u> a) <u>posibilitatea, în cazul în care acesta este nemulțumit de decizia radiodifuzorului, de a se adresa Consiliului Național al Audiovizualului;</u>	ART. 57 <i>alin. (1) se abrogă</i> (1) În termen de două zile de la primirea cererii, radiodifuzorul <u>este obligat</u> să comunice, în scris, solicitantului, fie ziua și ora difuzării dreptului la replică sau a rectificării, fie motivul refuzului. (2) Refuzul motivat va preciza în mod obligatoriu posibilitatea <u>solicitantului</u> de a se adresa Consiliului Național al Audiovizualului în termen de 15 zile de la data primirii refuzului.	<i>Alin. (3) și (4) au fost comasate, pct. c) a fost abrogat.</i>

b) termenul de 15 zile de la data primirii refuzului motivat, în care solicitantul se poate adresa Consiliului Național al Audiovizualului; <u>c) adresa Consiliului Național al Audiovizualului și un număr de telefon la care solicitantul poate contacta Consiliul pentru a obține informațiile necesare.</u>		<i>Pct. c) se abrogă</i>
ART. 58 (1) Dreptul la replică va fi difuzat gratuit, în termen de 3 zile de la data aprobării cererii, în aceleași condiții în care drepturile sau interesele legitime ale persoanei au fost lezate: în cadrul aceleiași interval orar, al aceleiași emisiuni, în limitele aceleiași durate și cu precizarea emisiunii în care s-a produs lezarea. (2) Dacă emisiunea în care s-a produs lezarea este programată într-un interval mai lung de 7 zile, dreptul la replică se difuzează în termen de 3 zile, în același interval orar și cu precizarea emisiunii în care s-a produs lezarea.	ART. 58 (1) Dreptul la replică va fi difuzat gratuit, <u>fără comentarii ale radiodifuzorului</u>, în termen de 3 zile de la data aprobării cererii, în aceleași condiții în care drepturile sau interesele legitime ale persoanei au fost lezate: în cadrul aceleiași interval orar, al aceleiași emisiuni, în limitele aceleiași durate și cu precizarea emisiunii în care s-a produs lezarea. (2) Dacă emisiunea în care s-a produs lezarea este programată într-un interval mai lung de 7 zile, dreptul la replică se difuzează în termen de 3 zile, în același interval orar și cu precizarea emisiunii în care s-a produs lezarea. (3) Dreptul la replică se exercită fie prin difuzarea pe post a intervenției directe a persoanei lezate, fie prin difuzarea unei înregistrări realizate de radiodifuzor sau de solicitant; înregistrarea realizată de solicitant trebuie să corespundă standardelor tehnice utilizate de radiodifuzor.	<i>Preluarea art. 59</i>

	<u>(4) În situația în care solicitantul este de acord, dreptul la replică poate fi difuzat și sub forma unui text scris.</u>	
ART. 59 <u>Dreptul la replică se exercită fie prin difuzarea pe post a intervenției directe a persoanei lezate, fie prin difuzarea unei înregistrări realizate de radiodifuzor sau de solicitant; înregistrarea realizată de solicitant trebuie să corespundă standardelor tehnice utilizate de radiodifuzor.</u>	<i>se abrogă</i>	<i>norma este preluată la art. 58 alin. (3)</i>
	ART. 59 ¹ (1) Dreptul la rectificare se exercită prin difuzarea gratuită pe post, în termen de 3 zile de la data aprobării cererii, în același interval orar, a unor precizări prin care radiodifuzorul corectează informațiile inexacte care au produs lezarea, menționând emisiunea în care au fost prezentate informațiile inexacte și data difuzării ei. <u>(2) Forma rectificării trebuie convenită în prealabil cu persoana lezată.</u>	<i>normă preluată de la art. 64. Alin (1) și (2) au fost comasate.</i>
<u>CAP. 3</u> <u>Procedura rectificării</u>	<i>se abrogă</i>	<i>Se comasează cu cap. 2</i>
ART. 60 (1) Persoanele ale căror drepturi sau interese legitime au fost lezate prin prezentarea unor	<i>se abrogă</i>	<i>Preluat la art. 52</i>

<u>fapte inexacte</u> și care doresc să beneficieze de rectificare vor transmite în scris, la sediul postului care a difuzat programul incriminat, o cerere care va conține următoarele: a) numele persoanei care se consideră vătămată, adresa acesteia, telefonul sau orice alt mijloc care să facă posibilă contactarea sa rapidă și eficientă; b) serviciul de programe în cadrul căruia s-a difuzat emisiunea în care s-a produs lezarea, data și ora difuzării, denumirea emisiunii; c) fapte inexacte pentru care se solicită rectificarea; d) motivarea cererii. (2) În cazul minorilor în vârstă de până la 14 ani, cererea va fi semnată de părinți sau de reprezentantul legal; pentru cei cu vârste între 14 și 18 ani, cererea va fi semnată de aceștia și de părinți sau de reprezentantul legal.		
ART. 61 (1) Cererea va fi înregistrată de radiodifuzor, cu precizarea datei și orei primirii, iar solicitantul va primi o dovadă scrisă în acest sens. (2) În cazul în care radiodifuzorul refuză să înregistreze cererea, solicitantul se poate adresa direct Consiliului Național al Audiovizualului în termen de cel mult 30 de zile de la data difuzării	<i>se abrogă</i>	<i>Preluat la art. 54</i>

programului care a produs lezarea.		
ART. 62 Termenul de transmitere a cererii este de cel mult 20 de zile de la data difuzării emisiunii în care s-a produs lezarea.	<i>se abrogă</i>	<i>Preluat la art. 52</i>
ART. 63 (1) Radiodifuzorul va decide, în termen de două zile de la data primirii cererii de rectificare, dacă îi va da curs sau nu. (2) În cazul în care radiodifuzorul decide rectificarea, va comunica persoanei lezate, în termen de cel mult două zile de la primirea cererii, ziua și ora difuzării rectificării. (3) În cazul în care radiodifuzorul refuză rectificarea, va comunica în scris solicitantului, în termen de două zile de la primirea cererii, decizia luată, motivarea acesteia și informațiile prevăzute la art. 57 alin. (4).	<i>se abrogă</i>	<i>Preluat la art. 57</i>
ART. 64 (1) Dreptul la rectificare se exercită prin difuzarea gratuită pe post, în termen de 3 zile de la data aprobării cererii, în același interval orar, a unui <u>material realizat de radiodifuzor, prin care acesta corectează, în spiritul adevărului, informațiile inexacte care au produs lezarea.</u> (2) Radiodifuzorul este obligat să precizeze emisiunea în care au fost prezentate informațiile inexacte și data difuzării ei.	<i>se abrogă</i>	<i>Norma preluată la art. 59^l</i>

(3) <u>Radiodifuzorul nu poate difuza rectificarea fără acordul prealabil al persoanei lezate.</u>		
ART. 65 Rectificarea poate fi refuzată de radiodifuzor în următoarele condiții: a) solicitarea a depășit termenul prevăzut la art. 62; b) solicitarea nu îndeplinește condițiile stabilite la art. 50 alin. (2) și la art. 60.	<i>se abrogă</i>	<i>Preluat la art. 56</i>
CAP. 4 Sesizarea Consiliului Național al Audiovizualului	CAP. 3 Sesizarea Consiliului Național al Audiovizualului	
ART. 66 (1) <u>Persoana ale cărei drepturi sau interese legitime au fost lezate prin prezentarea în cadrul unui program audiovizual a unor fapte neadevărate sau informații inexacte și căreia i s-a refuzat dreptul la replică ori la rectificare se poate adresa Consiliului Național al Audiovizualului în termen de 15 zile de la data primirii refuzului motivat din partea radiodifuzorului.</u> (2) <u>În cazul în care radiodifuzorul nu își îndeplinește obligația de a comunica solicitantului decizia luată, acesta din urmă se poate adresa Consiliului Național al Audiovizualului în termen de cel mult 30 de zile</u>	ART. 66 <u>Solicitantul căruia i s-a refuzat de către radiodifuzor dreptul la replică ori la rectificare se poate adresa Consiliului Național al Audiovizualului în termen de 15 zile de la data primirii refuzului motivat sau, în lipsa acestuia, în termen de maximum 30 de zile de la data difuzării programului care a produs lezarea.</u> <i>se abrogă</i>	

de la data difuzării programului care a produs lezarea.		
ART. 67 Sesizarea, însoțită de întreaga documentație referitoare la cererile de acordare a dreptului la replică sau la rectificare, se înregistrează la Registratura Consiliului Național al Audiovizualului.		
ART. 68 Consiliul Național al Audiovizualului este obligat să se pronunțe asupra sesizării în termen de cel mult 7 zile de la data înregistrării ei.		
ART. 69 În cazul în care Consiliul Național al Audiovizualului dă câștig de cauză solicitantului, radiodifuzorul va duce la îndeplinire decizia Consiliului Național al Audiovizualului în termen de cel mult 3 zile de la data comunicării ei.		
ART. 70 Acordarea dreptului la replică sau la rectificare nu împiedică persoana ale cărei drepturi sau interese legitime au fost lezate să se adreseze instanțelor judecătorești.		
TITLUL IV Asigurarea informării corecte și a pluralismului		

	ART. 71 (1) <u>În virtutea dreptului fundamental al publicului la informare, radiodifuzorii trebuie să respecte următoarele principii:</u> a) <u>informarea cu privire la un fapt sau un eveniment să fie corectă, verificată și prezentată în mod imparțial (și cu bună-credință ???);</u> b) <u>asigurarea unei distincții între fapte și opinii.</u> (2) <u>În cazul în care informațiile prezentate se dovedesc a fi eronate în mod semnificativ, radiodifuzorul trebuie să aducă rectificările necesare în cel mai scurt timp și în condiții similare de difuzare.</u> (3) <u>În cazul în care informația provine din surse confidențiale sau a căror credibilitate nu este suficient verificată, se va menționa explicit acest fapt.</u> (4) <u>Se interzice distorsionarea voită a informațiilor și punerea într-o lumină falsă a faptelor prezentate.</u>	
ART. 78 În <u>cadrele emisiunilor cu caracter informativ</u>, radiodifuzorii trebuie să respecte următoarele reguli: a) rigoare și acuratețe în redactarea și prezentarea știrilor; b) între subiectul tratat și imaginile ce	ART. 71¹ În emisiunile de <u>actualități</u>, radiodifuzorii trebuie să respecte următoarele reguli: a) rigoare și acuratețe în redactarea și prezentarea știrilor; b) între subiectul tratat și imaginile ce însoțesc comentariul să existe o conexiune reală;	<i>Preluarea art. 78.</i>

h) să se precizeze numărul mesajelor primite prin orice mijloace de comunicare, atunci când se prezintă opiniile publicului.		
ART. 71 (1) În programele de știri și debateri informarea în <u>probleme</u> de interes public, de natură politică, economică, socială și culturală, trebuie să respecte următoarele principii: a) asigurarea imparțialității, echilibrului și favorizarea liberei formări a opiniilor, prin prezentarea principalelor puncte de vedere aflate în opoziție, în perioada în care <u>problemele</u> sunt în dezbatere publică; b) asigurarea unei distincții clare între faptele și opiniile prezentate; c) evitarea oricăror forme de discriminare pe considerente de rasă, etnie, religie, naționalitate, sex, orientare sexuală sau vârstă. (2) Prevederile alin. (1) lit. a) sunt respectate și în cazul în care punctele de vedere exprimate aparțin experților, jurnaliștilor, reprezentanților partidelor neparlamentare, minorităților, organizațiilor neguvernamentale, sindicatelor și patronatelor. (3) Prezentarea principalelor puncte de vedere aflate în opoziție se asigură, de regulă, în cadrul aceleiași emisiuni sau, în mod excepțional, în emisiunile următoare; în cazul în care cei	<u>ART. 71²</u> (1) În programele de știri și debateri informarea în <u>probleme</u> de interes public, de natură politică, economică, socială și culturală, trebuie să respecte următoarele principii: a) asigurarea imparțialității, echilibrului și favorizarea liberei formări a opiniilor, prin prezentarea principalelor puncte de vedere aflate în opoziție, în perioada în care <u>problemele</u> sunt în dezbatere publică; b) evitarea oricăror forme de discriminare pe considerente de rasă, etnie, religie, naționalitate, sex, orientare sexuală sau vârstă. (2) Prezentarea principalelor puncte de vedere aflate în opoziție se asigură, de regulă, în cadrul aceleiași emisiuni sau, în mod excepțional, în emisiunile următoare; în cazul în care cei	<i>Pct. b) se abrogă – preluat la art. 71 alin. (1) pct. b)</i> <i>Alin. (2) se abrogă</i>

solicitați refuză să <u>își precizeze</u> punctul de vedere, acest fapt se menționează pe post.	solicitați refuză să <u>participe</u> sau să-și precizeze punctul de vedere, acest fapt <u>trebuie menționat</u> pe post; <u>absența punctului de vedere al uneia dintre părți nu exonerează realizatorul de asigurarea imparțialității.</u>	
ART. 72 Principiile enunțate la art. 71 alin. (1) nu exclud posibilitatea radiodifuzorului de a-și exprima opinia în legătură cu subiectul prezentat	ART. 72 (1) Principiile enunțate la art. 71 ² alin. (1) nu exclud posibilitatea radiodifuzorului de a-și exprima opinia în legătură cu subiectul prezentat, <u>cu onestitate și în conformitate cu etica jurnalistică.</u> (2) <u>Prezentatorii, reporterii și moderatorii nu trebuie să profite de apariția lor constantă în programe pentru a promova propriile opinii în legătură cu subiecte de interes public într-un mod care să compromită cerințele de asigurare a imparțialității.</u> <i>VARINATĂ</i> <u>În situația în care prezentatorii și moderatorii își exprimă puncte de vedere în legătură cu subiecte de interes public, aceștia nu trebuie să profite de apariția lor constantă în programe într-un mod care să compromită cerințele de asigurare a imparțialității.</u>	<i>De discutat asupra menținerii alin. (1) Convenția Europeană a Drepturilor Omului, Art. 10. Legea Comunicațiilor din Marea Britanie din 2003, secțiunile 319(2)(c) și (d) și secțiunea 320, Codul OFCOM : Secțiunea 5, “Imparțialitatea și acuratețea cuvenite și excesul (nejustificat) de puncte de vedere și de opinii.</i>
ART. 73 <u>În vederea respectării și garantării prevederilor art. 3 alin. (1) și (2) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și</u>	ART. 73 <u>Radiodifuzorii nu pot difuza emisiuni de actualități moderate sau realizate de oameni politici ori purtători de cuvânt ai instituțiilor</u>	

<u>completările ulterioare, precum și a prevederilor art. 71 din prezentul cod, radiodifuzorii nu pot difuza emisiuni audiovizuale editate, prezentate, moderate sau realizate de parlamentari, reprezentanți ai Guvernului și ai administrației publice centrale și locale, reprezentanți ai Administrației Prezidențiale, persoane cu funcții în structura partidelor politice sau purtători de cuvânt ai acestora, persoane desemnate public să candideze ori care și-au anunțat public intenția de a candida la alegerile locale, parlamentare sau prezidențiale ori emisiuni în care aceștia au statut de invitat permanent; fac excepție emisiunile cu caracter cultural-artistic.</u>	publice.	
ART. 74 (1) În programele de știri, <u>inclusiv știrile sportive, din timpul total destinat exprimării oamenilor politici radiodifuzorii vor alocă un procent de 60% reprezentanților puterii (senatori, deputați, reprezentanți ai administrației publice centrale și locale) și, respectiv, un procent de 40% opoziției parlamentare, parlamentarilor independenți și partidelor politice neparlamentare, precum și reprezentanților locali ai acestora.</u> (2) <u>Numărul reprezentanților puterii și ai opoziției, participanți la emisiunile de dezbatere, va fi egal.</u>	ART. 74 (1) În programele de știri radiodifuzorii <u>trebuie să asigure o prezentă echilibrată a reprezentanților puterii și opoziției, ținând cont de ponderea partidelor parlamentare, de importanța temelor aflate în dezbatere și, după caz, de reprezentarea partidelor la nivel local.</u> <i>VARIANTĂ</i> (1) <i>În programele de știri, inclusiv știrile sportive, radiodifuzorii trebuie să asigure din timpul total destinat exprimării oamenilor politici o pondere de 60% reprezentanților puterii, respectiv o pondere de 40% reprezentanților opoziției, ținând cont de</i>	

(3) <u>În scopul unei informări corecte și al liberei formări a opiniilor, radiodifuzorii vor ține cont de ponderea partidelor parlamentare și de importanța temelor aflate în dezbatere.</u> (4) Se exceptează de la prevederile alin. (1): a) timpul alocat primului-ministru, atunci când acesta reprezintă România la evenimente internaționale oficiale, interne sau externe; b) timpul alocat unor relatări și intervenții referitoare la producerea de calamități naturale sau de epidemii, la măsurile de înlăturare a efectelor acestora; această excepție nu anulează dreptul opoziției de a-și exprima punctul de vedere în legătură cu evenimentul în cauză și cu măsurile stabilite de autorități.	<i>importanța temelor aflate în dezbatere și, după caz, de reprezentarea partidelor la nivel local.</i> (2) În emisiunile de dezbatere numărul reprezentanților puterii și ai opoziției <u>trebuie să fie același.</u> (3) Monitorizarea respectării dispozițiilor alin. (1) și (2) se realizează lunar <u>sau ori de câte ori Consiliul consideră necesar și se comunică de către acesta comisiilor de specialitate ale Parlamentului.</u>	<i>Alin. (3) se alipește la alin. (1), iar alin. (4) se abrogă.</i> <i>Forma propusă pt. alin. (3) și (4) preia art. 75</i>
ART. 75 Monitorizarea respectării dispozițiilor alin. (1) și (2) <u>ale art. 74 se realizează lunar. În situația existenței unui dezechilibru evident, radiodifuzorul are obligația să restabilească echilibrul în luna imediat următoare, în caz contrar urmând să se aplice sancțiunile prevăzute de Legea nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare.</u>	<i>Se abrogă (de revazut dispozițiile)</i>	<i>Se duce sub forma alin. (3) și (4) la art. 74</i>
ART. 76 În cadrul programelor de știri și debateri care abordează probleme de interes public privind minoritățile etnice, religioase sau		

	101 alin. (1) lit. a) și c), alin. (2) și (3).	
ART. 77 Radiodifuzorii trebuie să precizeze calitatea politică a persoanelor care își exprimă punctele de vedere <u>în cadrul emisiunilor informative sau de dezbatere.</u>	ART. 77 Radiodifuzorii trebuie să precizeze calitatea politică a persoanelor care își exprimă punctele de vedere <u>în probleme de interes public.</u>	
ART. 78	<i>Se abrogă</i>	<i>Se mută după art. 71</i>
ART. 79 În cazurile de răpiri sau deturnări, radiodifuzorii trebuie să se asigure că <u>materialele audiovizuale</u> difuzate nu aduc prejudicii eforturilor depuse pentru soluționarea lor și nu pun în pericol viețile persoanelor în cauză.	ART. 79 În cazurile de răpiri sau deturnări, radiodifuzorii trebuie să se asigure că <u>informațiile</u> difuzate nu aduc prejudicii eforturilor depuse pentru soluționarea lor și nu pun în pericol viețile persoanelor în cauză.	
ART. 80 (1) Practicile oculte, paranormale sau exorcismul trebuie tratate cu obiectivitate corespunzătoare, în cadrul unui pluralism al punctelor de vedere. (2) Nu pot fi difuzate emisiuni interactive în care se oferă publicului, la cererea acestuia, consultații și tratamente medicale, indiferent de mijloacele și procedurile folosite. (3) Nu pot fi difuzate emisiuni interactive în care publicul apelează la vrăjitori și ghicitori sau la alte activități interzise prin lege.	<i>Se abrogă</i>	<i>Alin. (1) se propune pentru abrogare, iar celelalte două aliniate se transferă la art. 99¹ la titlul VI - jocuri și concursuri.</i>
ART. 81	ART. 81	

(1) <u>În cazul informării asupra unor accidente, dezastre sau tragedii colective, se va evita accentuarea gratuită a stării de îngrijorare și se vor cita sursele de informare.</u> (2) <u>Se vor evita speculațiile asupra evenimentelor tragice, cauzelor și consecințelor lor ori prezentarea repetată a unor imagini șocante, pentru a nu provoca temeri inutile sau panică în rândul publicului.</u> (3) <u>Nu se vor preciza numele victimelor până la comunicarea sau confirmarea oficială a acestora.</u>	(1) <u>Relatările despre dezastre sau tragedii colective trebuie să fie realizate cu decență și discernământ, fără a induce panică.</u> (2) <u>Radiodifuzorii nu vor repeta nejustificat imaginile șocante.</u> (3) <u>Radiodifuzorii au obligația de a prezenta și poziția autorităților publice abilitate atunci când aceasta este formulată.</u> (4) <u>Radiodifuzorii nu vor dezvălui identitatea victimelor până la comunicarea oficială a acesteia.</u>	<i>Alin. (3) nou introdus</i>
ART. 82	<i>Se abrogă</i>	<i>Se mută după art. 84</i>
ART. 83 În vederea informării corecte a populației despre iminența producerii unor dezastre și despre zonele de risc potențial, despre măsurile de prevenire, de intervenție operativă și de refacere în cazul dezastrelor (calamități naturale și alte catastrofe), pentru diminuarea efectelor sociale, economice și ecologice ale acestora, radiodifuzorii au obligația să confrunte informațiile primite din surse proprii sau de la colaboratori ocazionali cu informațiile deținute de autoritățile competente, înainte de a transmite știri și puncte de vedere care pot genera panică în rândul populației; în cazul în care versiunile primite diferă, se va transmite în mod	<i>Se abrogă</i>	<i>Se preia ideea la art. 81 alin. (3)</i>

obligatoriu și informația provenită de la sursa autorizată legal, cu menționarea acesteia.		
ART. 84 (1) Informațiile și comunicatele oficiale ale autorităților publice cu privire la dezastre, la starea de urgență sau la starea de asediu se difuzează integral și cu prioritate. (2) <u>În conformitate cu prevederile legale, decretul de instituire a stării de asediu sau a stării de urgență împreună cu măsurile urgente de aplicare se aduc neîntârziat la cunoștință populației; decretul se difuzează pe posturile de radio și de televiziune în cel mult două ore de la semnare și este difuzat în mod repetat în primele 24 de ore de la instituirea stării de asediu sau de urgență.</u> (3) Informațiile cu privire la starea de asediu sau la starea de urgență, cu excepția celor referitoare la dezastre, se dau publicității numai cu avizul autorităților militare. (4) Pe timpul stării de asediu sau al stării de urgență radiodifuzorii sunt obligați să transmită, cu prioritate, mesajele autorităților militare, la cererea acestora.	ART. 84 (1) Informațiile și comunicatele oficiale ale autorităților publice cu privire la dezastre, la starea de urgență sau la starea de asediu se difuzează integral și cu prioritate. (2) Decretul de instituire a stării de asediu sau a stării de urgență se difuzează pe posturile de radio și de televiziune în cel mult două ore de la semnare și repetat în primele 24 de ore de la instituirea stării de asediu sau de urgență. (3) Informațiile cu privire la starea de asediu sau la starea de urgență, cu excepția celor referitoare la dezastre, se dau publicității numai cu avizul autorităților militare. (4) Pe timpul stării de asediu sau al stării de urgență radiodifuzorii sunt obligați să transmită, cu prioritate, mesajele autorităților militare, la cererea acestora.	<i>Ordonanța de urgență nr. 1/1999 privind regimul stării de asediu și regimul stării de urgență</i>
ART. 82 (1) Radiodifuzorii care dau publicității date, informații, avertizări și prognoze meteorologice sunt obligați să precizeze sursa de informare.	ART. 84¹ (1) Radiodifuzorii care dau publicității date, informații, avertizări și prognoze meteorologice sunt obligați să precizeze sursa de informare.	

(2) Serviciile publice de radio și de televiziune sunt obligate să <u>aducă la cunoștință publicului</u>, în mod repetat, <u>informațiile, prognozele generale și avertizările meteorologice</u> referitoare la fenomenele meteorologice periculoase, <u>furnizate de Centrul meteorologic național</u>.	(2) Serviciile publice de radio și de televiziune sunt obligate să <u>comunique</u>, în mod repetat, avertizările referitoare la fenomenele meteorologice periculoase.	
ART. 85 (1) Prezența siglei serviciului de programe de televiziune pe întreaga durată a difuzării, cu excepția timpului afectat publicității, este obligatorie. (2) <u>Afișarea pe ecran a informațiilor ce se impun pentru precizarea caracterului transmisiei este obligatorie în următoarele cazuri:</u> a) <u>la transmiterea în direct a unor emisiuni, evenimente sau manifestări</u>, cu excepția buletinelor de știri, <u>se va face mențiunea "Transmisiune în direct" sau "Direct"</u> pe întreaga durată a emisiunii ori transmisiei; b) la difuzarea în reluare <u>a emisiunilor informative, politice, social-economice, sportive, culturale, religioase și de divertisment</u>, se va face mențiunea "Reluare" sau "În reluare" pe întreaga durată a difuzării <u>acestora</u>.	ART. 85 (1) Prezența siglei serviciului de programe de televiziune pe întreaga durată a difuzării, cu excepția timpului afectat publicității, este obligatorie. (2) Orice transmisiune în direct, cu excepția buletinelor de știri, <u>va fi însoțită permanent de mențiunea "Direct"</u> pe întreaga durată a emisiunii ori transmisiei. (3) La difuzarea în reluare se va face mențiunea "Reluare" pe întreaga durată a difuzării <u>programelor, cu excepția operelor cinematografice</u>. (4) <u>La difuzarea unor imagini și/sau înregistrări sonore de arhivă se va face mențiunea mențiunea "Arhivă"</u>. (5) <u>Nu este permisă prezentarea ca transmisiune directă a programelor înregistrate</u>. (6) Radiodifuzorii au obligația de a înștiința publicul dacă interpretarea <u>unor piese</u> muzicale este play back.	<i>Alin. (4) și (6) preluate de la art. 86</i> <i>Alin. (5) nou introdus</i>

ART. 86 (1) <u>În cazul utilizării unor imagini și/sau înregistrări sonore de arhivă în alte emisiuni decât cele având caracter retrospectiv declarat, este obligatorie informarea publicului prin mențiunea "Arhivă"; data filmării sau a înregistrării trebuie precizată dacă este necesară pentru înțelegerea corectă a informației.</u> (2) <u>În emisiunile muzicale, radiodifuzorii au obligația de a înștiința publicul dacă interpretarea este play back.</u>	ART. 86 (1) <u>Radiodifuzorii au obligația să nu utilizeze în programe impulsuri audio și video subliminale, de natură electronică și informatică, ce pot influența publicul.</u> (2) <u>Se interzice distorsionarea voită a informațiilor și punerea într-o lumină falsă a faptelor prezentate.</u>	<i>Alin. (1) și (2) se transferă la art. 85 alin. (4) și (6).</i> <i>De clarificat dacă noile aliniate propuse se păstrează aici în această formă sau se introduc într-un alt capitol – variantă alin. (4) la art. 71.</i>
ART. 87 <u>Radiodifuzorii au obligația de a asigura respectarea orei anunțate de începere a emisiunii/programului, în special a emisiunilor informative; fac excepție situațiile de forță majoră.</u>	ART. 87 Radiodifuzorii au obligația de a respecta programul anunțat.	
TITLUL V Responsabilități culturale		
ART. 88 <u>Radiodifuzorii au obligația de a asigura respectarea normelor ortografice, ortoepice și morfologice ale limbii române, stabilite de Academia Română.</u>	ART. 88 <u>Furnizorii de servicii media audiovizuale au obligația de a asigura respectarea normelor ortografice, ortoepice și morfologice ale limbii române, stabilite de Academia Română.</u>	
ART. 89 <u>Programele oferite publicului de posturile de radio și de televiziune trebuie să răspundă</u>	ART. 89 <u>Serviciile media audiovizuale trebuie să reflecte diversitatea culturală, în respectul</u>	

<u>standardelor editoriale elaborate în cadrul mecanismelor de autoreglementare, cu respectarea normelor europene și a legislației naționale în materie,</u> să reflecte diversitatea culturală, în respectul identității naționale și europene.	identității naționale și europene.	
ART. 90 Radiodifuzorii au obligația să rezerve operelor audiovizuale românești o proporție de cel puțin 30% din timpul de difuzare al fiecărui serviciu de programe de televiziune, cu excepția timpului consacrat informațiilor, manifestărilor sportive, jocurilor, publicității, precum și serviciilor de teletext și teleshopping.	<i>Se abrogă</i>	<i>Directiva tratează privilegiat numai operele europene, cele românești făcând parte dintre acestea.</i>
ART. 91 (1) În sensul prezentului cod, sunt considerate opere românești: a) operele originare din România, realizate de autori și lucrători rezidenți în România; b) operele originare din alte state, realizate în baza unor tratate bilaterale de coproducție, dacă coproducătorii din România furnizează un procent majoritar din totalul costurilor producției, iar aceasta nu este controlată de unul sau mai mulți producători stabiliți în afara României. (2) Operele care nu sunt considerate opere românești în sensul alin. (1), dar care sunt	<i>Se abrogă</i>	

realizate în principal de către autori și lucrători rezidenți în România vor fi considerate opere românești într-un procent corespunzător procentului contribuției coproducătorilor din România la totalul costurilor de producție.		
ART. 92 Radiodifuzorii vor prezenta trimestrial Consiliului Național al Audiovizualului un raport cuprinzând operele românești difuzate în trimestrul anterior în cadrul fiecărui serviciu de programe și procentul din timpul de difuzare consacrat acestora	<i>Se abrogă</i>	
ART. 93 (1) Prevederile art. 90 - 92 nu se aplică serviciilor de programe destinate unei audiențe locale, asigurate de radiodifuzorii care nu fac parte dintr-o rețea națională. (2) Dispozițiile art. 90 - 93 își încetează aplicabilitatea începând cu data de 1 ianuarie 2007.	<i>Se abrogă</i>	
ART. 94 <u>Începând cu data de 1 ianuarie 2007,</u> radiodifuzorii aflați în jurisdicția României au obligația de a asigura în cadrul fiecărui serviciu de programe de televiziune îndeplinirea următoarelor cerințe: a) să rezerve operelor europene, astfel cum sunt definite la art. 23 din Legea audiovizualului	ART. 94 Radiodifuzorii aflați în jurisdicția României au obligația de a asigura în cadrul fiecărui serviciu de programe de televiziune îndeplinirea următoarelor cerințe: a) să rezerve operelor europene, astfel cum sunt definite la art. 23 din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările	<i>Definirea operelor europene se găsește la art. 1¹ din Lege -</i>

nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, un procent de minimum 50% din timpul de difuzare, cu excepția timpului consacrat informațiilor, manifestărilor sportive, jocurilor, publicității, precum și serviciilor de teletext și teleshopping; b) să rezerve operelor europene create de producători independenți cel puțin 10% din timpul de difuzare, cu excepția timpului consacrat informațiilor, manifestărilor sportive, jocurilor, publicității, precum și serviciilor de teletext și teleshopping, sau cel puțin 10% din bugetul lor de programe.	ulterioare, un procent de minimum 50% din timpul de difuzare, cu excepția timpului consacrat informațiilor, manifestărilor sportive, jocurilor, publicității, precum și serviciilor de teletext și teleshopping; b) să rezerve operelor europene create de producători independenți cel puțin 10% din timpul de difuzare, cu excepția timpului consacrat informațiilor, manifestărilor sportive, jocurilor, publicității, precum și serviciilor de teletext și teleshopping, sau cel puțin 10% din bugetul lor de programe; <u>c) respectarea structurii programelor aprobate de Consiliul Național al Audiovizualului.</u>	<i>Reproduce art. 22 alin. (1) din Lege</i> <i>Reproduce art. 24 alin. (1) din Lege</i> <i>Aplicarea art. 54 alin. (1) pct. e) și alin. (2)</i>
ART. 95 Radiodifuzorii care după data de 1 ianuarie 2007 nu pot atinge proporția majoritară prevăzută la art. 94 lit. a) o vor realiza progresiv în interval de un an, în funcție de responsabilitățile educaționale, culturale și de divertisment pe care le au față de public.	<i>Se abrogă</i>	
ART. 96 (1) Sunt exceptate de la prevederile art. 94 serviciile de programe de televiziune care îndeplinesc simultan următoarele condiții: a) au o audiență potențială de până la 3% din populația recenzată a țării; b) nu difuzează filme artistice de lung metraj	ART. 96 (1) Sunt exceptate de la prevederile art. 94 lit. a) și b) serviciile de programe de televiziune care îndeplinesc simultan următoarele condiții: a) au o audiență potențială de până la 3% din populația recenzată a țării; b) nu difuzează filme artistice de lung metraj	

și seriale pentru televiziune; c) conținutul serviciului de programe este exclusiv de interes local. <u>(2) Serviciile de programe de televiziune difuzate în baza unei licențe acordate pentru municipiul București sunt exceptate de la prevederile art. 94 dacă îndeplinesc simultan următoarele condiții:</u> a) <u>nu difuzează filme artistice de lung metraj și seriale pentru televiziune;</u> b) <u>conținutul serviciului de programe este exclusiv de interes local.</u>	și seriale pentru televiziune; c) conținutul serviciului de programe este exclusiv de interes local. <i>Alin. (2) se abrogă</i>	
ART. 97 Consiliul Național al Audiovizualului va monitoriza îndeplinirea dispozițiilor art. 94 și 95, prin evaluarea și autorizarea programelor audiovizuale difuzate.	ART. 97 Consiliul Național al Audiovizualului va monitoriza îndeplinirea dispozițiilor art. 94 prin evaluarea și autorizarea programelor audiovizuale difuzate.	<i>Exprimare neclară</i>
ART. 98 <u>Începând cu data de 1 ianuarie 2007,</u> radiodifuzorii vor prezenta trimestrial Consiliului Național al Audiovizualului un raport, conform modelului prezentat în anexa nr. 2 care face parte integrantă din prezentul cod.	ART. 98 Radiodifuzorii vor prezenta trimestrial Consiliului Național al Audiovizualului un raport, conform modelului prezentat în anexa nr. 2 care face parte integrantă din prezentul cod.	<i>Anexa 2 se va modifica prin introducerea unei rubrici pentru raportarea emisiunilor culturale.</i>
TITLUL VI Jocuri și concursuri	TITLUL VI <u>Emisiuni interactive, jocuri și concursuri</u>	
ART. 99	ART. 99 <u>(1) Jocurile de noroc pot fi difuzate în cadrul</u>	<i>Prima condiție – să fie autorizate legal de MF</i>

(1) Jocurile și concursurile trebuie să respecte regulile informării corecte, iar regulamentul lor de desfășurare trebuie să fie clar și adus la cunoștință în mod corespunzător. (1¹) Este interzisă solicitarea insistent adresată publicului de a participa la joc sau la concurs ori menționarea pe post că nicio persoană nu	unui program audiovizual sau pot fi subiect al unei comunicări comerciale audiovizuale numai dacă sunt autorizate în condițiile Ordonanței de Urgență nr. 77/2009 privind organizarea și exploatarea jocurilor de noroc. (2) Este interzisă difuzarea de jocuri-concurs cu câștiguri de orice fel prin intermediul liniilor telefonice sau al altor sisteme de telecomunicație, televiziune ori radio, prin care se condiționează obținerea unor avantaje materiale ca rezultat al răspunsurilor formulate la întrebări adresate publicului și care presupun o taxă de participare. (3) Programele audiovizuale care conțin jocuri de noroc se supun condițiilor de protecție a minorilor prevăzute în Capitolul 2 “Serviciile media audiovizuale și protecția copilului”. (4) Jocurile de noroc nu pot fi incluse în programele adresate copiilor și nici nu este permisă incitarea acestora să participe la astfel de jocuri. (5) Jocurile de noroc trebuie să respecte regulile informării corecte, iar regulamentul lor de desfășurare trebuie să fie clar și adus la cunoștință în mod corespunzător. (6) La începutul și pe parcursul desfășurării programului, publicul va fi informat, vizual și auditiv, despre caracterul jocului, condițiile de	conform OUG nr. 77/2009 CSA – Franța - Consultare publică referitor la proiectul deciziei din mai 2010 cu privire la condițiile de difuzare prin intermediul serviciilor
--	--	--

apelează numerele de telefon indicate. (1²) La începutul <u>emisiunii de jocuri și concursuri</u>, precum și pe parcursul desfășurării acesteia publicul va fi informat, vizual și auditiv, despre condițiile de tarifare și despre <u>faptul că participă la un joc de noroc</u> în care modalitatea de acces la concurs <u>este</u> aleatorie. (2) Este interzisă descrierea calității produselor sau a serviciilor oferite ca premii în emisiunile-concurs, cu excepția mărcii și a <u>prețului</u>. (3) Fac excepție de la prevederile alin. (2) produsele sau serviciile culturale.	<u>participare și de tarifare, modalitățile de acces și de atribuire a câștigurilor.</u> (7) La începutul <u>programului radiodifuzorului</u> va aduce la cunoștința publicului <u>datele principale din licența sub care este organizat respectivul joc.</u> (8) Este interzisă solicitarea insistent adresată publicului de a participa la joc.	<i>de radio și de televiziune a comunicărilor comerciale în favoarea operatorilor de jocuri de noroc autorizați legal.</i> <i>Alin. (2) și (3) se mută la art. 100</i>
ART. 80 (2) Nu pot fi difuzate emisiuni interactive în care se oferă publicului, la cererea acestuia, consultații și tratamente medicale, indiferent de mijloacele și procedurile folosite. (3) Nu pot fi difuzate emisiuni interactive în care publicul apelează la vrăjitori și <u>ghicitori</u> sau la <u>alte</u> activități interzise prin lege.	ART. 99¹ Articol nou introdus (1) Nu pot fi difuzate emisiuni interactive în care: a) publicul apelează la vrăjitori și prezicători sau la activități interzise prin lege; b) se oferă publicului, la cererea acestuia, consultații și tratamente medicale, indiferent de mijloacele și procedurile folosite; c) <u>se atribuie câștiguri în produse ori servicii pentru care comunicarea comercială audiovizuală este interzisă prin lege.</u> (2) <u>Programele</u> erotice interactive se difuzează în aceleași condiții cu cele stabilite pentru <u>programele „18” și „18+”</u>.	<i>Preia prevederile alin. (2) și (3) ale art. 80</i> <i>Preluare de la art. 25</i>

ART. 100 În emisiunile de jocuri și concursuri destinate copiilor, premiile oferite și valoarea lor vor fi potrivite vârstei acestora; nu se pot oferi premii în bani.	ART. 100 (1) <u>Concursurile interactive pot fi difuzate în cadrul programelor audiovizuale dacă:</u> a) <u>au drept scop principal fidelizarea publicului;</u> b) <u>nu presupun taxă de participare directă sau disimulată, cum ar fi suprataxa percepută de serviciile de telefonie cu valoare adăugată;</u> c) <u>câștigurile sau premiile sunt atribuite prin selecție aleatorie.</u> (2) Este interzisă descrierea calității produselor sau a serviciilor oferite ca premii în cadrul unui concurs interactiv, cu excepția mărcii și a <u>valorii</u>. (3) Fac excepție de la prevederile alin. (2) produsele sau serviciile culturale. (4) <u>Este interzisă oferirea de premii în bani sau cadouri nepotrivite vârstei copiilor, în concursurile interactive destinate acestora.</u>	<i>Alin. (2) și (3) preiau prevederile alin. (2) și (3) ale art. 99</i>
ART. 100¹ (1) Emisiunile de jocuri și concursuri interactive cu premii în bani sau în contravaloarea în bani a unor bunuri, la care participarea publicului este condiționată de plata unui apel telefonic cu valoare adăugată, pot fi difuzate numai în direct și doar în intervalul orar 22,00 - 6,00. (2) Prin excepție de la prevederile alin. (1),	<i>Se abrogă</i>	<i>Se supun prevederilor referitoare la protecția minorilor.</i>

emisiunile de jocuri și concursuri interactive cu premii numai în bunuri pot fi difuzate în afara intervalului orar 22,00 - 6,00, cu condiția de a respecta regulile de difuzare, semnalizare și avertizare corespunzătoare categoriei de vârstă în care se încadrează respectiva producție audiovizuală; astfel de emisiuni pot fi difuzate numai în direct. (3) Participarea minorilor la emisiunile de jocuri și concursuri interactive precizate la alin. (1) și (2) este interzisă; interdicția de participare sau de vizionare fără acordul părinților va fi menționată explicit pe ecran pe toată durata desfășurării acestora.		
ART. 101 (1) Comunicarea în cadrul <u>unei emisiuni sau al</u> unui program a numerelor de apel ale serviciilor de telefonie, în scopul invitării publicului de a participa la un joc sau concurs cu premii, trebuie să respecte următoarele cerințe: a) să pună la dispoziție publicului informații clare privind tariful aplicat de furnizor pe unitatea de timp, incluzând taxa pe valoarea adăugată și, după caz, toate taxele suplimentare; b) să informeze corect publicul cu privire la condițiile și modalitatea de a intra în posesia premiului oferit, inclusiv eventualele costuri	ART. 101 (1) Comunicarea în cadrul unui program a numerelor de apel ale serviciilor de telefonie, în scopul invitării publicului de a participa la un joc <u>de noroc</u> sau concurs <u>interactiv</u>, trebuie să respecte următoarele cerințe: a) să pună la dispoziția publicului informații clare privind tariful aplicat de furnizor pe unitatea de timp, incluzând taxa pe valoarea adăugată și, după caz, toate taxele suplimentare; b) să informeze corect publicul cu privire la condițiile și modalitatea de a intra în posesia premiului oferit, inclusiv eventualele costuri suplimentare;	

suplimentare; c) în situația în care tariful se aplică în mod automat din momentul formării numărului (apel fără răspuns), acest lucru va fi adus la cunoștință publicului pe parcursul emisiunii, periodic, atât sub formă scrisă, cât și oral. (2) În cadrul serviciilor de programe de televiziune, tariful aplicat de furnizorul de servicii de telefonie va fi prezentat lizibil, pe întreaga durată de afișare a numărului de apel, utilizându-se caractere cu dimensiuni identice cu cele ale numărului de apel. (3) În cadrul serviciilor de programe de radiodifuziune sonoră, tariful aplicat de furnizorul de servicii de telefonie va fi precizat imediat după comunicarea numărului de apel, astfel încât să fie clar perceput de radioascultător. (4) În cazul concursurilor cu premii care în mod normal implică o durată a apelului mai mare de 3 minute, publicul va fi informat în condiții similare celor impuse afișării tarifului aplicat, condiții precizate la alin. (2) și (3). (5) Cerințele enunțate la alin. (1) lit. a), alin. (2) și (3) se aplică și publicității pentru convorbirile telefonice erotice.	c) în situația în care tariful se aplică în mod automat din momentul formării numărului (apel fără răspuns), acest lucru va fi adus la cunoștință publicului pe parcursul emisiunii, periodic, atât sub formă scrisă, cât și oral. (2) În cadrul serviciilor de programe de televiziune, tariful aplicat de furnizorul de servicii de telefonie va fi prezentat lizibil, pe întreaga durată de afișare a numărului de apel, utilizându-se caractere cu dimensiuni identice cu cele ale numărului de apel. (3) În cadrul serviciilor de programe de radiodifuziune sonoră, tariful aplicat de furnizorul de servicii de telefonie va fi precizat imediat după comunicarea numărului de apel, astfel încât să fie clar perceput de radioascultător. (4) În cazul concursurilor cu premii care în mod normal implică o durată a apelului mai mare de 3 minute, publicul va fi informat în condiții similare celor impuse afișării tarifului aplicat, condiții precizate la alin. (2) și (3). (5) Cerințele enunțate la alin. (1) lit. a), alin. (2) și (3) se aplică și publicității pentru convorbirile telefonice erotice.	
ART. 101¹ Comunicarea în cadrul unei emisiuni sau al	<i>Se abrogă</i>	<i>S-a mutat la titlul IV - informarea corectă – la</i>

se difuzează în aceleași condiții cu cele stabilite pentru producțiile audiovizuale precizate la art. 18 lit. f). (2) Publicitatea directă sau indirectă la publicații, filme ori spectacole erotice se difuzează numai în intervalul orar 23,00 - 5,00 și va fi însoțită permanent de semnul de avertizare prevăzut la art. 21. (3) Este interzisă difuzarea oricărei forme de <u>publicitate</u> sau de promovare la produse cu caracter pornografic.	condiții cu cele stabilite pentru <u>programele „18” și „18+”, după caz</u>. (3) Publicitatea directă sau indirectă la publicații, filme ori spectacole erotice se difuzează numai în intervalul orar 24,00 - 5,00 și va fi însoțită permanent de semnul de avertizare prevăzut la art. 21. (4) Este interzisă difuzarea oricărei forme de <u>comunicare comercială</u> sau de promovare la produse cu caracter pornografic.	
	ART 101⁴ <u>În scopul unei informări corecte, orice informație sau avertizare conținută într-o comunicare comercială audiovizuală se va difuza astfel încât aceasta să fie clar percepută de public, în special prin asigurarea următoarelor măsuri:</u> a) <u>să fie prezentată static, lizibil, cu dimensiunea caracterelor de minimum 17 puncte (pixeli) standard și pe o durată suficientă, în cazul informației difuzate sub formă de videotext;</u> b) <u>textul mesajului să fie redat la viteza normală de citire, în cazul informației difuzate sub formă audio sau sub formă de bandă defilantă.</u>	<i>Preia art. 114 (2)</i> <i>Dacă e nevoie să se precizeze culorile, caracterele și fondul</i>
ART. 143 - (3) În sensul prezentei decizii, prin	ART 101⁵	<i>Preia art. 143 (3)</i>

reminder se înțelege clipul publicitar care îndeplinește cumulativ următoarele condiții: a) este o parte, o continuare și/sau o completare a aceleiași campanii publicitare la un anumit produs <u>medicamentos</u>, realizată în cadrul aceluiași serviciu de programe; b) reamintește publicului elemente din mesajul difuzat în spotul principal al campaniei publicitare; c) are o durată ce nu depășește 10 secunde.	În sensul prezentului titlu, prin reminder se înțelege clipul publicitar sub formă prescurtată care îndeplinește cumulativ următoarele condiții: a) este o parte, o continuare și/sau o completare a aceleiași campanii publicitare la un anumit produs <u>sau serviciu</u>, realizată în cadrul aceluiași serviciu <u>media audiovizual</u>; b) reamintește publicului elemente din mesajul difuzat în spotul principal al campaniei publicitare; c) are o durată ce nu depășește 10 secunde.	
CAP. 1 Sponsorizare		
ART. 102 (1) Sponsorizarea desemnează participarea unei persoane fizice sau juridice, care nu este angajată în activități de radiodifuziune sau de televiziune ori în producția operelor audiovizuale, la finanțarea directă sau indirectă a unei emisiuni, în scopul de a-și promova numele, marca comercială ori imaginea, propriile activități sau produse. (2) Conținutul și programarea unei emisiuni sponsorizate nu pot să fie influențate de către sponsor într-o manieră care să aducă atingere independenței editoriale a radiodifuzorului. (3) Emisiunile sponsorizate nu trebuie să	ART. 102 <i>Alin. (1) se abrogă</i> <i>Alin. (2) se abrogă</i> <i>Alin. (3) se abrogă</i>	Definiția sponsorizării este prevăzută la art. 1 pct. 19 Legea av. art. 34 alin. (1) lit. a) Legea av. art. 34 alin. (1) lit. c)

incite la vânzarea, cumpărarea sau închirierea produselor ori serviciilor sponsorului sau ale unui terț, în special prin referiri promoționale ori de natură comercială la aceste produse sau servicii, făcute în timpul respectivelor emisiuni. (4) Sponsorizarea trebuie să fie în mod clar separată de publicitate; anunțurile de sponsorizare nu trebuie să conțină mesaje publicitare.	(1) Ori de câte ori un <u>program audiovizual este sponsorizat</u>, acest <u>fapt</u> trebuie să poată fi clar identificat ca atare de către public. (2) <u>Anunțurile de sponsorizare, prin care se menționează existența acordului de sponsorizare a unui program audiovizual, trebuie să fie în mod clar separate de publicitate, să prezinte numai numele, marca, imaginea, activitatea sau produsele sponsorului și să nu încurajeze în mod direct cumpărarea sau închirierea de produse ori servicii, mai ales prin mențiuni exprese cu caracter promoțional la produsele sau serviciile sponsorului sau ale unui terț.</u> (3) <u>Anunțul de sponsorizare poate fi făcut prin:</u> a) <u>referire verbală și/sau scrisă;</u> b) <u>insert grafic;</u> c) <u>ecran partajat.</u> (4) <u>Prin insert grafic se înțelege reprezentarea, statică sau în mișcare, cu sau fără sunet, a mărcii, astfel cum aceasta este definită potrivit legii, a siglei sau a altui simbol prin care se identifică sponsorul ori imaginea unui produs</u>	Legea av.
---	--	------------------

(5) Atunci când un anunț promoțional conține o referire la sponsorul programului, <u>aceasta trebuie să fie scurtă și secundară.</u> (6) În anunțul sponsorului nu trebuie să existe nici o conexiune cu publicitatea difuzată referitoare la produsele sau serviciile sponsorului.	<u>reprezentativ al acestuia.</u> (5) <u>Insertul grafic sau ecranul partajat pot fi folosite în interiorul programului audiovizual sponsorizat numai o singură dată.</u> (6) <u>Inserturile grafice și ecranul partajat nu trebuie să afecteze integritatea editorială a programului; ecranul partajat va include mențiunea “Sponsor”/”Sponsori” pe întreaga durată a difuzării acestuia.</u> (7) <u>Anunțul cu privire la sponsor difuzat în interiorul programului nu vor putea depăși 30 de secunde pentru fiecare perioadă de 30 de minute a duratei programate.</u> (8) <u>În situația prezenței în programul audiovizual sponsorizat a reprezentanților sponsorilor, referirile la sponsori nu trebuie să depășească 30 de secunde pentru fiecare sponsor.</u> (9) <u>În situația în care un program audiovizual este sponsorizat de mai mulți sponsori, radiodifuzorul trebuie să anunțe toți sponsorii cel puțin la sfârșitul programului.</u> (10) În anunțul sponsorului nu trebuie să existe nici o conexiune cu publicitatea difuzată <u>ori cu plasarea de produse</u> referitoare la produsele sau serviciile sponsorului. (11) Atunci când <u>autopromovarea</u> conține o referire la sponsorul programului	<i>Se propune eliminarea</i>
---	--	-------------------------------------

<u>copiilor</u> nu trebuie să fie percepută nici o conexiune între numele, marca sau imaginea sponsorului și denumirea emisiunii. (2) Emisiunile destinate copiilor nu pot fi sponsorizate de către persoane fizice sau juridice ale căror activități includ fabricarea ori comercializarea produselor medicale, a tratamentelor medicale sau a suplimentelor alimentare. (3) Emisiunile destinate copiilor nu pot fi sponsorizate de către persoane fizice ori juridice care organizează jocuri și concursuri interzise copiilor.	(1) Nu trebuie să fie percepută nici o conexiune între numele, marca sau imaginea sponsorului și denumirea emisiunii. (2) Emisiunile destinate copiilor nu pot fi sponsorizate de către persoane fizice sau juridice ale căror activități includ fabricarea ori comercializarea <u>băuturilor spirtoase</u>, a produselor medicale, a tratamentelor medicale sau a suplimentelor alimentare precum și de către cele care organizează jocuri și concursuri interzise copiilor.	<i>Alin. (2) și (3) au fost reunite și s-a preluat teza alin.(2) de la art. 25.</i>
ART. 106 - (1) Ori de câte ori o <u>emisiune</u> este sponsorizată, acest lucru trebuie să poată fi clar identificat ca atare de către public în cadrul genericului de la începutul și/sau de la sfârșitul emisiunii. (2) În cadrul <u>emisiunilor</u>/programelor sponsorizate cu o durată mai mare de 30 de minute, cu excepția transmisiunilor sportive, numele, sigla comercială sau logoul sponsorului ori numele sau imaginea unui produs reprezentativ se difuzează timp de maximum 60 de secunde pe întreaga durată a acestora, fără a se face nici un fel de referire comercială sau de conexiune cu publicitatea difuzată la produsele ori serviciile sponsorului; în cazul emisiunilor	<i>Se abrogă</i>	<i>Alin. (1) s-a mutat la art. 102 alin. (1)</i> <i>De căutat sursa alin. (2)</i>

cu o durată de până la 30 de minute, timpul maxim de difuzare este de 30 de secunde.		
CAP. 2 - Publicitate și teleshopping SECȚIUNEA 1 - Dispoziții generale		
ART. 108 - Este interzisă orice formă de promovare a unor produse sau a unor servicii care sugerează publicului ori îl instigă să renunțe la alte produse sau servicii similare ori asemănătoare, <u>pe motivul că acestea din urmă devin inutile sau improprii folosinței.</u>	ART. 108 Este interzisă orice formă de promovare a unor produse sau a unor servicii care sugerează publicului ori îl instigă să renunțe la alte produse sau servicii similare ori asemănătoare <u>identificabile.</u>	
ART. 109 - (1) Este interzisă publicitatea care sugerează publicului să renunțe la consumul de fructe, legume sau la alimentele naturale. (2) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul pentru produse de larg consum care invocă avize sau recomandări medicale; fac excepție produsele destinate igienei. (3) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul la produsele de igienă în care apar medici și cabinete medicale a căror identitate este menționată sau poate fi recunoscută.	<i>Alin. (3) se abrogă</i>	<i>De mutat la secțiunea 3 – publicitate la alimente De mutat la secțiunea 4 – publicitate la produse medicamentoase Codul de deontologie medicală art. 125² (3) și art. 125⁶ (3)</i>
ART. 110 - Publicitatea comparativă este posibilă numai în cazul în care respectă prevederile <u>Legii nr. 148/2000 privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare.</u>	ART. 110 Publicitatea comparativă este posibilă numai în cazul în care respectă prevederile <u>Legii nr. 158 din 18 iulie 2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă.</u>	
ART. 111 - Durata publicității și a	<i>Se abrogă</i>	

teleshoppingului nu constituie un motiv care să justifice înlăturarea obligațiilor de informare corectă a publicului în legătură cu bunurile sau serviciile promovate.		
ART. 112 - (1) Este interzisă difuzarea de emisiuni, altele decât emisiunile de teleshopping, în care sunt prezentate bunuri sau servicii individualizate care pot fi identificate de public prin marcă, producător ori prin modalități de comercializare; aceste restricții nu se referă la denumirea companiilor producătoare de bunuri sau prestatoare de servicii. (2) Fac excepție de la prevederile alin. (1) produsele și serviciile culturale sau cele destinate învățământului. (3) Fac excepție de la prevederile alin. (1) produsele IT și auto, cu condiția prezentării în scop informativ, în cadrul aceleiași emisiuni, a mai multor produse de același gen sau clasă.	ART. 112 (1) Este interzisă difuzarea de emisiuni, altele decât emisiunile de teleshopping, în care sunt prezentate bunuri sau servicii individualizate care pot fi identificate de public prin marcă, producător ori prin modalități de comercializare. (2) Aceste restricții nu se referă la denumirea companiilor producătoare de bunuri sau prestatoare de servicii precum și la produsele și serviciile culturale. <i>Alin. (3) se abrogă</i>	<i>De preluat la capitolul de comunicări de interes public</i>
	SECȚIUNEA 1¹ – Plasarea de produse	
	ART. 112¹ Articol nou introdus (1) <u>Plasarea de produse, în sensul art. 1 pct. 21 al Legii audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, este permisă numai în condițiile prevăzute la art. 31 din aceasta.</u> (2) <u>Plasarea de produse se semnalează, la începutul și la sfârșitul programului precum și la</u>	

	<u>reluarea după fiecare pauză publicitară, prin mențiunea „acest program conține / a conținut plasare de produse” precum și de simbolul „PP” de culoare albă pe fond negru, afișate lizibil, cu o dimensiune de 30 de pixeli și pe o durată de minimum 5 secunde.</u> <u>(3) Mențiunea scrisă prevăzută la alin. (2) va fi eliminată după o perioadă de 6 luni de la intrarea în vigoare a prezentului cod.</u> <u>(4) Plasarea de produse nu exclude sponsorizarea și/sau difuzarea de publicitate pentru aceleași produse sau servicii, în cadrul aceluiași program, în măsura în care se asigură respectarea dispozițiilor art. 102 alin. (10), precum și a celorlalte condiții impuse de lege.</u>	<i>De trecut eventual la capitolul de dispoziții tranzitorii și finale</i>
ART. 113 - (1) Este interzisă descrierea calității produselor sau serviciilor oferite ca premii în emisiunile-concurs, cu excepția mărcii și a prețului. (2) Fac excepție de la prevederile alin. (1) produsele sau serviciile culturale.	<i>Se abrogă</i>	
	SECȚIUNEA 1² – Reguli speciale	??????
ART. 114 - (1) Informațiile prezentate în spoturi publicitare sau în emisiuni de teleshopping nu trebuie să inducă în eroare publicul, direct ori prin omisiune, în privința: a) caracteristicilor produsului și, în special, a naturii, identității, proprietăților,	ART. 114 <u>Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul în care se utilizează practici comerciale înșelătoare sau practici comerciale agresive, așa cum sunt definite în Legea nr. 363 din 21 decembrie 2007 privind combaterea practicilor</u>	

compoziției, cantității, durabilității, originii sau provenienței, precum și a metodelor de fabricație ori de producție; b) atribuirii de efecte sau de proprietăți pe care produsul nu le posedă; c) prețului sau a tarifelor; acestea vor fi prezentate integral, incluzând taxa pe valoarea adăugată și toate taxele suplimentare; d) condițiilor în care sunt distribuite produsele sau sunt prestate serviciile; e) sugerării că produsul are caracteristici speciale, atunci când în realitate toate produsele similare au astfel de caracteristici. (2) Orice informație sau avertizare difuzată sub formă de videotext va fi prezentată static, lizibil și pe o durată suficientă, astfel încât să fie clar percepută de telespectatori.	<u>consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor.</u> <i>Alin. (2) se abrogă</i>	<i>Mutat la art. 102⁴</i>
ART. 115 – Publicitatea sau teleshoppingul care se referă la o ofertă specială trebuie să indice, în mod clar și neechivoc, <u>data la care încetează oferta</u> sau, dacă este cazul, faptul că oferta specială se referă la stocul de bunuri ori de servicii disponibil, iar dacă oferta specială nu a <u>început încă, data de începere a perioadei în care se aplică prețul special sau alte condiții specifice.</u>	ART. 115 Publicitatea sau teleshoppingul care se referă la o ofertă specială trebuie să indice, în mod clar și neechivoc, <u>perioada de valabilitate a ofertei în care se aplică prețul special sau alte condiții specifice</u> sau, dacă este cazul, faptul că oferta specială se referă la stocul de bunuri ori de servicii disponibil.	
ART. 116 - (1) Este interzisă difuzarea de publicitate și de teleshopping în care apar	<i>Se abrogă</i>	<i>Propus la art. 117 alin.(1) lit. c)</i>

prezentatori ai emisiunilor de știri. (2) Este interzisă difuzarea anunțurilor de interes public și a apelurilor în scopuri caritabile prin care se promovează produse sau servicii.	(2) <u>În cadrul mesajelor și anunțurilor cu caracter noncomercial este interzisă difuzarea oricărei mențiuni privitoare la produse, servicii sau elemente de identificare ale sponsorilor.</u>	art. 35 din Legea 504/2002 a fost modificat. <i>La comunicări publice</i>
ART. 117 - (1) Calupurile publicitare trebuie separate clar, sonor și vizual, de programele audiovizuale, prin coperte neutre. (2) În cadrul unui calup publicitar poate fi difuzat un singur grupaj de <u>anunțuri promoționale</u>. (3) În cazul în care în spoturile publicitare sunt folosite personaje, decoruri sau situații din emisiunile difuzate, pe lângă condițiile de separare prevăzute la alin. (1) se va insera pe întreaga durată a difuzării mențiunea "Publicitate".	ART. 117 (1) Calupurile publicitare trebuie separate clar, sonor și vizual, de programele audiovizuale, prin coperte neutre. (2) În cadrul unui calup publicitar poate fi difuzat un singur grupaj de <u>autopromovare</u>. (3) <u>Pentru asigurarea condițiilor de identificare și separare, precizate la alineatul (1), spoturile publicitare și de teleshopping se difuzează cu respectarea următoarelor reguli:</u> a) calupurile publicitare trebuie separate clar, sonor și vizual, de programele audiovizuale, prin coperte neutre, <u>cu mențiunea "Publicitate"</u>; b) în cazul în care în spoturile publicitare, altele decât cele de autopromovare, sunt folosite personaje, decoruri sau situații din emisiunile difuzate, se va insera pe întreaga durată a difuzării mențiunea "Publicitate"; c) <u>telepromovarea trebuie semnalată clar, sonor și vizual, și însoțită pe întreaga durată de difuzare de mențiunea „Publicitate”.</u> d) <u>se interzice difuzarea de publicitate și de teleshopping în care apar prezentatori ai emisiunilor de știri.</u>	<i>Alin. (3) trece la lit. b)</i> ???????

	SECȚIUNEA 1³ – Ecranul partajat ART. 117¹ Articol nou introdus <u>(1) Publicitatea pe ecran partajat se difuzează cu respectarea următoarelor condiții cumulative:</u> a) <u>să fie clar separată de conținutul editorial printr-o divizare a suprafeței ecranului, obținută prin afișarea spoturilor publicitare într-o fereastră publicitară distinctă de fereastra editorială; pentru a nu altera programul principal nu trebuie modificat raportul de aspect al imaginii acestuia, iar suprafața ferestrei publicitare nu trebuie să depășească suprafața ferestrei editoriale;</u> b) <u>să fie ușor de identificat prin afișarea mențiunii “Publicitate”, pe toată durata difuzării acesteia;</u> c) <u>este interzisă difuzarea de publicitate în mod simultan pe două sau mai multe ecrane partajate;</u> d) <u>este interzisă utilizarea benzii defilante (crawl) pentru publicitate.</u> <u>(2) Este interzisă difuzarea publicității pe ecran partajat în următoarele categorii de programe audiovizuale:</u> a) <u>programe destinate copiilor;</u> b) <u>programe de știri;</u> c) <u>filme documentare și de ficțiune.</u> <u>(3) Timpul de difuzare a publicității pe ecran</u>	
--	--	--

	partajat se încadrează în prevederile art. 35 al Legii audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare.	
	SECȚIUNEA 1⁴ – Publicitatea virtuală	
	ART. 117² Articol nou introdus <u>(1) Publicitatea virtuală se poate difuza numai în cadrul transmisiunii unor evenimente sportive sau culturale, cu respectarea următoarelor condiții cumulative:</u> a) <u>să existe acordul organizatorului evenimentului respectiv și a titularilor de drepturi;</u> b) <u>să nu aducă atingere integrității, valorii și/sau specificului evenimentului în care este plasată;</u> c) <u>telespectatorii să fie informați asupra utilizării acestui procedeu publicitar, la începutul transmisiei evenimentului și după fiecare pauză, prin mențiunea „acest program conține publicitate virtuală”, afișată lizibil pe o durată de minimum 5 secunde;</u> d) <u>să nu fie stridentă și obositoare din punct de vedere vizual;</u> e) <u>să fie plasată, în cazul evenimentelor sportive, pe suprafața de joc, înainte de începutul jocului, a reluării acestuia și după sfârșitul său;</u> <u>(2) Prin excepție de la dispozițiile alin.(1)</u>	

	lit. e), publicitatea virtuală poate fi plasată și în timpul desfășurării jocului, dacă pe aria acoperită nu este prezent vreun jucător, precum și în spațiile situate în afara suprafeței de joc destinate de către organizatorul competiției plasării de panouri publicitare.	
	SECȚIUNEA 1⁵ – Excepții – Spoturi izolate	
ART. 118	<i>Se abrogă</i>	<i>Se mută la art. 120²</i>
ART. 119 - Radiodifuzorii pot difuza în timpul transmisiei unei competiții sportive logouri, cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții: a) logoul poate fi inserat numai în momentul în care se anunță înlocuirea unui jucător sau când se anunță scorul; b) durata unui insert să nu depășească 10 secunde, iar durata totală de difuzare pe întreaga transmisie să nu depășească două minute; c) logoul să fie plasat deasupra sau sub zona de difuzare a informației precizate la lit. a) și să nu depășească dimensiunile acesteia.	ART. 119 (1) Radiodifuzorii pot difuza în timpul transmisiei unei competiții sportive logouri, cu respectarea următoarelor condiții cumulative: a) logoul <u>să fie inserat</u> numai în momentul în care se anunță înlocuirea unui jucător sau când se anunță scorul; b) durata unui insert să nu depășească 10 secunde, iar durata totală de difuzare pe întreaga transmisie să nu depășească două minute; c) logoul să fie plasat deasupra sau sub zona de difuzare a informației precizate la lit. a) și să nu depășească dimensiunile acesteia; (2) <u>Dimensiunea casetei grafice a logoului, gradul acesteia de transparență și zona în care aceasta se plasează pe ecran, se vor alege astfel încât să nu se aducă atingere integrității sau valorii competiției spotive în care este plasată.</u>	<i>Preluare de la art. 122</i>
ART. 120 - În cadrul serviciilor de programe de		????????

televiziune se pot difuza spoturi publicitare izolate numai dacă pauzele disponibile pentru inserarea spoturilor între părțile unui program, cum ar fi pauzele dintre rundele unui meci de box sau de tenis, sunt foarte scurte.		
ART. 122 - Spotul publicitar difuzat izolat trebuie să respecte următoarele condiții: a) durata spotului să nu depășească 30 de secunde; b) să fie însoțit pe toată durata difuzării de un marcaj cât mai vizibil, constând în majuscula "P" încadrată într-un cerc cu suprafața transparentă, amplasat în partea din dreapta jos a ecranului.	ART. 120¹ <u>În cadrul programelor audiovizuale, altele decât cele de știri, reportaje, documentare, dedicate copiilor sau transmisiunile serviciilor religioase, se pot difuza cel mult două spoturi publicitare izolate în intervalul orar 19.00 – 6.00, în următoarele condiții cumulative:</u> a) durata spotului să nu depășească 30 de secunde; b) să fie însoțit pe toată durata difuzării de un marcaj cât mai vizibil, constând în majuscula "P" încadrată într-un cerc cu suprafața transparentă, <u>cu dimensiunea de minimum 30 de puncte (pixeli)</u>, amplasat în partea din dreapta jos a ecranului.	<i>Preia art. 122</i> <i>VARIANTĂ de la filme: un cerc de culoare albă, iar în interiorul acestuia, pe fond transparent, majuscula „P” de culoare albă</i>
ART. 118 - Radiodifuzorii pot difuza în timpul transmisiunilor sportive minispoturi de publicitate, cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții: a) durata minispotului să nu depășească 10 secunde; b) să fie maximum două minispoturi pe repriză;	ART. 120² - Radiodifuzorii pot difuza în timpul transmisiunilor sportive minispoturi de publicitate, cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții: a) durata minispotului să nu depășească 10 secunde; b) să fie maximum două minispoturi pe repriză;	<i>Preia art. 118</i>

c) să fie inserate în momentele de întrerupere naturală a jocului; d) să fie însoțite pe toată durata difuzării de un marcaj cât mai vizibil, constând în majuscula "P" încadrată într-un cerc cu suprafața transparentă, amplasat în partea din dreapta jos a ecranului.	c) să fie inserate în momentele de întrerupere naturală a jocului; d) să fie însoțite pe toată durata difuzării de un marcaj cât mai vizibil, constând în majuscula "P" încadrată într-un cerc cu suprafața transparentă, <u>cu dimensiunea de minimum 30 de puncte (pixeli)</u>, amplasat în partea din dreapta jos a ecranului.	
ART. 121- (1) În mod excepțional, în cadrul serviciilor de programe de televiziune se pot difuza, în intervalul orar 20,00 - 6,00, în alte situații decât cele precizate la art. 120, două spoturi publicitare izolate. (2) În cazul publicității pentru băuturi spirtoase, spotul publicitar izolat va fi difuzat numai în intervalul orar 23,00 - 6,00.	<i>Se abrogă</i>	<i>Alin. (1) se elimină (acoperit de prevederile art. 120¹), iar alin. (2) se regăsește în art. 126; se propune și păstrarea orei 23,00</i>
ART. 122	<i>Se abrogă.</i>	<i>Preluat la art. 120</i>
ART. 123 *** Abrogat		
ART. 124 - În cazul transmisiilor în direct, publicitatea nu trebuie să afecteze integritatea programelor respective.		
ART. 125 - Plasarea de produse/servicii în programele audiovizuale este permisă numai în filme și seriale pentru televiziune și cu respectarea următoarelor condiții: a) să se încadreze în mod natural în desfășurarea producției audiovizuale;	<i>Se abrogă.</i>	Prevederi cuprinse în Legea audiovizualului la art. 31

b) să nu fie acordată o vizibilitate exagerată produsului/serviciului, cum ar fi menționarea mărcii unui produs sau prezentarea unui produs în prim-plan ori dintr-un unghi care să permită evidențierea mărcii.		
SECȚIUNEA a 2-a Publicitate la alcool		
ART. 126 - (1) <u>În cadrul serviciilor de programe de televiziune este interzisă, în intervalul orar 6,00 - 22,00, orice formă de publicitate la băuturi spirtoase.</u> (2) În cadrul serviciilor de programe de radiodifuziune sonoră este interzisă orice formă de publicitate la băuturi spirtoase în următoarele intervale orare: a) 6,00 - 8,00 și 10,00 - 22,00, în zilele de luni până vineri; b) 6,00 - 22,00, sâmbăta și duminica.	ART. 126 (1) În intervalul orar 6,00 - 22,00 este interzisă orice formă de publicitate la băuturi spirtoase. (2) În sensul prezentului cod, băuturile spirtoase sunt cele definite în <u>Regulamentul (CE) NR. 110/2008 din 15 ianuarie 2008 privind definirea, desemnarea, prezentarea, etichetarea și protecția indicațiilor geografice ale băuturilor spirtoase și de abrogare a Regulamentului (CEE) nr. 1576/89 al Consiliului.</u>	<i>Alin. (2) din forma inițială se abrogă</i> <i>Alin. (2) preia art. 127</i>
ART. 127 - În sensul prezentului cod, băuturile spirtoase sunt cele definite în Ordinul ministrului agriculturii, alimentației și pădurilor, al ministrului sănătății și familiei și al președintelui Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor nr. 268/441/117/2003, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 573 din 11 august 2003, cu modificările ulterioare.	<i>Se abrogă.</i>	<i>Se duce la art. 126</i>

ART. 128 - Este interzisă difuzarea de publicitate la băuturi alcoolice, prin care se promovează comportamente sau atitudini violente, agresive ori antisociale.	<i>Se abrogă.</i>	Art. 29 din Legea audiovizualului
ART. 129 - Este interzisă difuzarea de spoturi publicitare la alcool, în care apar minori.		
ART. 130 - Este interzisă difuzarea <u>anunțurilor promoționale</u> și a concursurilor care conțin referiri la numele sau la marca unei băuturi spirtoase; în cadrul concursurilor nu se pot oferi premii sponsorizate de firme producătoare de astfel de băuturi.	ART. 130 Este interzisă difuzarea <u>spoturilor de autopromovare</u> și a concursurilor care conțin referiri la numele sau la marca unei băuturi spirtoase; în cadrul concursurilor nu se pot oferi premii sponsorizate de firme producătoare de astfel de băuturi.	
ART. 131 - Transmisiile sportive sponsorizate de producătorii de băuturi spirtoase pot fi difuzate numai în intervalul orar <u>23,00</u> - 6,00.	<i>Se abrogă.</i>	<i>Acoperit de art. 104</i>
ART. 132 - Evenimentele sportive desfășurate pe teritoriul României care nu respectă dispozițiile Legii nr. 148/2000, cu modificările și completările ulterioare, cu privire la produsele din tutun și la băuturile spirtoase, nu pot fi difuzate de radiodifuzori licențiați în România.	ART. 132 Evenimentele sportive desfășurate pe teritoriul României care nu respectă dispozițiile Legii nr. 148/2000, cu modificările și completările ulterioare, cu privire la produsele din tutun și la băuturile spirtoase, <u>precum și ale Legii nr. 457 din 1 noiembrie 2004 privind publicitatea și sponsorizarea pentru produsele din tutun</u> nu pot fi difuzate de radiodifuzori licențiați în România.	<u>ART. 13^{^1}</u> (2) <i>Difuzarea de publicitate la băuturile spirtoase în programele audiovizuale se realizează conform dispozițiilor Deciziei Consiliului Național al Audiovizualului nr. 254/2004 privind publicitatea,</i>

		<i>sponsorizarea și teleshoppingul, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 668 din 26 iulie 2004.</i>
ART. 133 - În publicitatea pentru băuturi spirtoase este interzisă folosirea de personaje, de decoruri sau situații din emisiunile difuzate.	<i>Se abrogă.</i>	
ART. 134 - Calupurile publicitare în care se promovează băuturi spirtoase se vor încheia cu avertismentul sonor și vizual: " <i>Consumul excesiv de alcool dăunează grav sănătății.</i> "		
SECȚIUNEA a 3-a Publicitate la alimente		
ART. 135 - Publicitatea la produsele alimentare va respecta următoarele condiții: a) nu va încuraja consumul excesiv de alimente; b) afirmațiile precise privind nutriția (de exemplu, efectele vitaminei C) ori afirmațiile legate de sănătate (de exemplu, " <i>Ajută la o digestie sănătoasă</i> ") se vor baza pe fapte științifice solide și nu vor crea impresii înșelătoare privind beneficii nutriționale sau de sănătate ale alimentului respectiv.	ART. 135 - Publicitatea la produsele alimentare va respecta următoarele condiții: a) nu va încuraja consumul excesiv de alimente; b) <u>mențiunile de sănătate și cele privind nutriția asociate alimentelor și produselor destinate consumului uman trebuie să respecte dispozițiile Regulamentului (CE) nr. 1924/2006 din 20 decembrie 2006 privind mențiunile nutriționale și de sănătate înscrise pe produsele alimentare, precum și dispozițiile legislației naționale în vigoare.</u>	Fără a aduce atingere tratatului, în special articolelor 28 și 30, statele membre nu pot restricționa sau interzice comerțul cu sau publicitatea privind produsele alimentare care sunt conforme cu prezentul regulament prin aplicarea dispozițiilor de drept

		intern nearmonizate care reglementează mențiunile privind anumite produse alimentare sau produsele alimentare în general.
ART. 136 - În cazul în care publicitatea pentru sucuri și băuturi răcoritoare este ilustrată cu fructe și/sau legume, se va preciza în procente cantitatea de fructe și/sau legume.	<i>Se abrogă</i>	<i>S-a mutat la art. 137 (2)</i>
ART. 137 - (1) În cazul utilizării la fabricarea produselor alimentare numai a aromelor de fructe și legume, se interzice ilustrarea, desenarea sau orice altă formă de reprezentare a fructelor și a porțiunilor vegetale. (2) În cazul utilizării exclusive a aromelor, acest fapt va fi menționat în spoturile de publicitate, scris și verbal, prin sintagma "cu gust de ..." sau, după caz, "cu aromă de ...".	ART. 137 (1) <u>Ilustrarea de fructe, legume sau orice alte ingrediente în publicitatea la alimente este permisă în condițiile prevăzute de Hotărârea Guvernului României nr. 106/2002 privind etichetarea alimentelor, cu modificările și completările ulterioare.</u> (2) În cazul în care publicitatea pentru sucuri și băuturi răcoritoare este ilustrată cu fructe și/sau legume, se va preciza în procente cantitatea de fructe și/sau legume <u>conținută</u> .	
ART. 138 - (1) Nu se vor atribui alimentelor și suplimentelor alimentare proprietăți de prevenire, tratare sau de vindecare a bolilor și nu se vor face referiri la astfel de proprietăți. (2) Nu se vor atribui alimentelor proprietăți pe care acestea nu le posedă.	ART. 138 (1) Nu se vor atribui alimentelor și suplimentelor alimentare proprietăți de prevenire, tratare sau de vindecare a bolilor și nu se vor face referiri la astfel de proprietăți. (2) Nu se vor atribui alimentelor proprietăți	

(3) În publicitatea adresată copiilor în vârstă de până la 12 ani, referitoare la alimente, este interzisă folosirea celebrităților, personalităților sau medicilor; <u>se exceptează publicitatea la alimentele naturale.</u> (4) În publicitatea adresată copiilor în vârstă de până la 12 ani, pentru produse alimentare, este permisă asocierea acestora cu alte produse nealimentare destinate copiilor, cum ar fi jucării, abtîbilduri și altele asemenea, <u>cu condiția menționării, sub formă scrisă sau prin imagini, a unor caracteristici ale produsului alimentar ori ale mărcii. Prezentarea trebuie să pună accent pe calitățile produsului alimentar.</u> (5) În scopul asigurării educației pentru sănătate și o alimentație sănătoasă a populației, radiodifuzorii vor difuza următoarele mesaje de avertizare: a) "Pentru o viață sănătoasă, consumați zilnic fructe și legume."; b) "Pentru o viață sănătoasă, faceți mișcare cel puțin 30 de minute în fiecare zi."; c) "Pentru o viață sănătoasă, consumați zilnic minimum 2 litri de lichide."; d) "Pentru o viață sănătoasă, respectați mesele principale ale zilei."; e) "Pentru sănătatea dumneavoastră evitați excesul de sare, zahăr și grăsimi.".	pe care acestea nu le posedă. (3) În publicitatea adresată minorilor referitoare la alimente, este interzisă folosirea celebrităților, personalităților sau medicilor. <i>Alin. (4) se abrogă</i> (5) În cadrul calupurilor publicitare ce <u>promovează produse cu conținut ridicat de sare, zahăr sau grăsimi radiodifuzorii vor difuza alternativ unul dintre următoarele mesaje de avertizare:</u> a) <u>"Pentru o viață sănătoasă, consumați zilnic fructe și legume.";</u> b) <u>"Pentru o viață sănătoasă, faceți mișcare cel puțin 30 de minute în fiecare zi."</u> c) <u>"Pentru o viață sănătoasă, consumați zilnic minimum 2 litri de lichide."</u> d) <u>"Pentru o viață sănătoasă, respectați mesele principale ale zilei";</u> e) <u>"Pentru sănătatea dumneavoastră</u>	Conform Art. 42 din Legea 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății:„(1)Campaniile de informare, educare și comunicare cu privire la teme care privesc sănătatea publică trebuie să fie avizate de Ministerul Sănătății Publice.”
--	---	--

(5¹) Mesajele de avertizare prevăzute la alin. (5) <u>lit. a) - d)</u> se difuzează alternativ pe parcursul unei zile, câte un mesaj inserat la sfârșitul unuia dintre calupurile publicitare din cadrul fiecărei ore date din intervalul orar 6,00 - 22,00. (5²) Mesajul de avertizare prevăzut la alin. (5) lit. e) se inserează la sfârșitul fiecărui calup publicitar difuzat în cadrul programelor dedicate copiilor. (6) În sensul prezentului cod, prin publicitate adresată copiilor în vârstă de până la 12 ani se înțelege publicitatea difuzată în cadrul unui program cu o audiență formată din minimum 70% copii în vârstă de până la 12 ani.	<u>evitați excesul de sare, zahăr și grăsimi."</u> (5¹) Toate mesajele de avertizare prevăzute la alin. (5) se difuzează alternativ pe parcursul unei zile, câte un mesaj inserat la sfârșitul unuia dintre calupurile publicitare din cadrul fiecărei ore date din intervalul orar 6,00 - 22,00. <i>Alin. (5²) și (6) se abrogă.</i>	<i>variantă: obligativitatea să se refere numai la televiziunea publică</i>
SECȚIUNEA a 4-a Publicitate la produse medicamentose		
ART. 139 - Prin publicitate audiovizuală pentru produse medicamentose și tratamente medicale se înțelege orice formă de promovare, efectuată în cadrul serviciilor de programe, destinată să stimuleze distribuirea, consumul sau vânzarea acestora.	<i>Se abrogă.</i>	
ART. 140 - (1) Publicitatea și teleshoppingul <u>sunt permise</u> numai în cazul produselor medicamentose și al tratamentelor medicale care <u>nu</u> necesită prescripție medicală. (2) <u>Reclama va avertiza publicul dacă</u>	ART. 140 (1) <u>Sunt interzise</u> publicitatea și teleshoppingul <u>pentru</u> produsele și tratamentele medicale care necesită prescripție medicală. (2) <u>Produsele promovate trebuie să fie</u>	<u>Legea nr. 95/2006</u>

<u>produsele eliberate fără prescripție medicală conțin substanțe ce pot dăuna sănătății.</u>	<u>identificate în mod clar ca medicamente.</u> <u>(3) Pot fi difuzate numai materialele publicitare avizate de Agenția Națională a Medicamentului, în conformitate cu dispozițiile cuprinse în cap. 8 “Publicitatea” și cap. 9 “Informarea publicului” ale Legii nr. 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății.</u>	Art. 797 - Art. 811
ART. 141 - Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul la produsele <u>medicamentoase</u> care conțin substanțe psihotrope sau narcotice, în sensul convențiilor internaționale.	ART. 141 Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul la produsele care conțin substanțe psihotrope sau narcotice, în sensul convențiilor internaționale.	art. 799 - formă preluată din Ordinul MSF 263/2003, <u>ABROGAT!!</u>
ART. 142 – Publicitatea pentru produsele medicamentoase trebuie să susțină folosirea rațională a acestora, să le prezinte în mod obiectiv, fără a le exagera calitățile terapeutice.	<i>Se abrogă.</i>	art. 798
ART. 143 - (1) Promovarea produselor medicamentoase în serviciile <u>de programe</u> audiovizuale va include în mod obligatoriu următoarele: a) denumirea produsului; b) denumirea comună, dacă produsul conține un singur ingredient activ; c) indicația terapeutică (afecțiunile pentru care se folosește produsul medicamentos); d) avertizarea "<u>Acest medicament se eliberează fără prescripție medicală. Citiți cu atenție prospectul.</u>"	ART. 143 (1) Promovarea produselor medicamentoase în serviciile <u>media</u> audiovizuale va include în mod obligatoriu următoarele: a) denumirea produsului; b) denumirea comună, dacă produsul conține un singur ingredient activ; c) indicația terapeutică (afecțiunile pentru care se folosește produsul medicamentos); d) <u>avertizarea sonoră „Acesta este un medicament. Citiți cu atenție prospectul.”</u> e) avertizarea scrisă prevăzută la art. 800 din	art. 800

(2) Prin derogare de la prevederile alin. (1) lit. d), publicitatea pentru produsele medicamentoase, difuzată într-o formă prescurtată (reminder), va include avertizarea: "Se recomandă citirea cu atenție a prospectului." (3) În sensul prezentei decizii, prin reminder se înțelege clipul publicitar care îndeplinește cumulativ următoarele condiții: a) este o parte, o continuare și/sau o completare a aceleiași campanii publicitare la un anumit produs medicamentos, realizată în cadrul aceluiasi serviciu de programe; b) reamintește publicului elemente din mesajul difuzat în spotul principal al campaniei publicitare; c) are o durată ce nu depășește 10 secunde. (4) Avertizările menționate la alin. (1) lit. d) și la alin. (2) se vor difuza în următoarele condiții: a) în cazul spotului principal, textul va fi prezentat la sfârșitul spotului publicitar, sonor și vizual, timp de minimum 6 secunde; b) în cazul reminderului, textul va fi prezentat pe parcursul difuzării spotului publicitar, în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului.	<u>Legea nr. 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății, afișată în condițiile art. 101⁴ pe toată durata difuzării.</u> (2) Prin derogare de la prevederile alin. (1), publicitatea în formă prescurtată (reminder), va include cel puțin avertizarea prevăzută la alin. (1) lit. d), sub formă scrisă. (3) Avertizările menționate la alin. (1) lit. d) se vor difuza în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, <u>printr-o pronunțare normală, neaccelerată.</u> (4) <u>Avertizările menționate la alin. (1) lit. e) și la alin. (2) se vor difuza în condițiile prevăzute la art. 101⁴.</u>	<i>Alin. (3) original se duce la art. 101⁵</i>
--	--	--

ART. 144 - (1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru produse <u>medicamentoase</u>, <u>vitamine</u>, <u>suplimente alimentare</u>, <u>nutrienți</u>, <u>suplimente nutritive</u> și tratamente medicale, prezentate sau recomandate de personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori de alte persoane, care, datorită celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau tratamente. (2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care personal medical sau farmaciști recomandă ori avizează produse alimentare destinate copiilor, <u>produse medicamentoase</u>, <u>tratamente medicale</u>, <u>vitamine</u>, <u>suplimente alimentare</u>, <u>nutrienți</u> sau <u>suplimente nutritive</u>. (3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru <u>produse medicamentoase</u>, <u>vitamine</u>, <u>suplimente alimentare</u>, <u>nutrienți</u>, <u>suplimente nutritive</u> și <u>tratamente medicale</u>, dacă prezentările conțin recomandări sau avize ale asociațiilor medicale.	ART. 144 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru produse și tratamente medicale sau suplimente alimentare prezentate sau recomandate de personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori de alte persoane, care, datorită celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau tratamente. (2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care personal medical sau farmaciști recomandă ori avizează produse alimentare destinate copiilor pentru produse și tratamente medicale sau suplimente alimentare. (3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping <u>pentru produse și tratamente medicale sau suplimente alimentare</u>, dacă prezentările conțin recomandări sau avize ale asociațiilor medicale.	<u>Legea nr. 95/2006</u> art. 801, lit. f) <u>DECIZIA Colegiului</u> <u>Medicilor din România</u> <u>nr. 3/ 2005</u> ART. 125⁶: 3) <u>Adresa de internet nu poate cuprinde nicio intercalare cu caracter de reclamă sau mențiune publicitară pentru un produs sau serviciu diferit de activitățile pe care are dreptul să le furnizeze medicul sau respectiva formă de exercitare a profesiei.</u>
ART. 145 - (1) Nici un fel de mesaj publicitar pentru produse medicamentoase sau tratamente medicale nu poate fi adresat persoanelor care au vârsta mai mică de 16 ani. (2) Este interzisă difuzarea de publicitate	ART. 145 <i>Alin. (1) se abrogă</i> (2) Este interzisă difuzarea de publicitate	<i>Se regăsește la art. 147 lit. e)</i> <u>Legea nr. 95/2006</u> art. 801, lit. e): <i>“e) să se adreseze exclusiv sau în</i>

pentru produse medicamentoase, vitamine, suplimente alimentare, nutrienți, suplimente nutritive și tratamente medicale în emisiuni pentru copii sau în pauzele publicitare care precedă ori urmează unor astfel de emisiuni. (3) Producătorii și distribuitorii de <u>produse medicamentoase, vitamine, suplimente alimentare, nutrienți, suplimente nutritive și tratamente medicale</u> nu pot sponsoriza programele sau emisiunile destinate copiilor. (4) Publicitatea și teleshoppingul la produse și tratamente pentru <u>disfuncții sexuale sau probleme de natură sexuală ori pentru creșterea sânilor</u> nu pot fi difuzate decât în intervalul orar 22,00 - 6,00 și trebuie însoțite de avertizarea că aceste produse nu sunt destinate copiilor.	pentru produse și tratamente medicale sau suplimente alimentare în emisiuni pentru copii sau în pauzele publicitare care precedă ori urmează unor astfel de emisiuni. (3) Producătorii și distribuitorii de <u>produse și tratamente medicale sau suplimente alimentare</u> nu pot sponsoriza programele sau emisiunile destinate copiilor. (4) Publicitatea și teleshoppingul la produse și tratamente pentru probleme de natură sexuală ori pentru creșterea sânilor nu pot fi difuzate decât în intervalul orar 22,00 - 06,00.	<i>special copiilor;”</i>
ART. 146 - (1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping: a) la produse pentru tratarea alcoolismului; b) la tratamente clinice împotriva căderii părului; c) pentru hipnoză, terapie prin hipnoză, psihologie, psihanaliză sau psihiatrie; d) la produsele medicamentoase <u>al căror cost este compensat.</u> (2) Este interzisă menționarea în	ART. 146 Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping: a) la servicii (<i>VARIANTĂ:</i> tratamente) <u>medicale care necesită prescripție medicală;</u> b) la produsele medicamentoase <u>prescrise și eliberate în sistemul asigurărilor de sănătate.</u> <i>Alin. (2) se abrogă</i>	<i>Se regăsește la art. 140</i> Legea nr. 95/2006: Art. 799 alin. (3) “<i>Este interzisă pe teritoriul României publicitatea destinată publicului larg pentru medicamentele <u>prescrise și eliberate în sistemul asigurărilor de sănătate.</u></i>” NOTĂ: Vechea formulare era preluată din Ordinul MSF 263/2003, <u>abrogat!!!</u> <i>Se mută la art. 146¹</i>

publicitate sau în teleshopping a unor indicații terapeutice referitoare la boli precum: a) tuberculoză; b) bolile cu transmisie sexuală; c) alte boli infecțioase grave; d) cancer și alte boli tumorale; e) insomnia cronică; f) diabet și alte boli metabolice.		
	ART 146¹ Este interzisă menționarea în publicitate sau în teleshopping a unor indicații terapeutice referitoare la boli precum: a) tuberculoză; b) bolile cu transmisie sexuală; c) alte boli infecțioase grave; d) cancer și alte boli tumorale; e) insomnia cronică; f) diabet și alte boli metabolice.	NOTĂ: Preluat din Ordinul MSF 263/2003, <u>abrogat</u>.
ART. 147 - Publicitatea la produsele medicamentoase nu trebuie să conțină nici o mențiune care: a) să dea impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară, în special prin oferirea unor sugestii de diagnostic ori de tratament la distanță; b) să sugereze că efectul tratamentului cu produsul medicamentos respectiv este garantat, nu este însoțit de efecte secundare sau este mai	ART. 147 Publicitatea la produsele medicamentoase nu trebuie să conțină nici o mențiune care: a) să dea impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară, în special prin oferirea unor sugestii de diagnostic sau de tratament la distanță; b) să sugereze că efectul tratamentului cu <u>medicamentul</u> respectiv este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai	ART. 801 NOTĂ: - Vechea formulare era preluată din Ordinul MSF 263/2003 (<u>abrogat</u>). - Intr-o noua formulare se regaseste la art. 801 din Legea 263/2003 <i>Reproduce art. 801 din Legea 95/2006</i>

bun decât ori echivalent cu cel al altui tratament sau produs medicamentos; c) să sugereze că starea de sănătate normală a publicului ar putea fi îmbunătățită prin consumul respectivului produs; d) să sugereze că starea de sănătate normală a publicului ar putea fi afectată dacă nu consumă produsul respectiv; această interdicție nu se aplică campaniilor de vaccinare susținute de industria farmaceutică și aprobate de Ministerul Sănătății; e) să sugereze că respectivul produs medicamentos este un aliment, produs cosmetic sau alt bun de larg consum; f) să sugereze că siguranța sau eficiența produsului medicamentos se datorează faptului că este natural; g) să sugereze că ar putea, prin descrierea sau reprezentarea detaliată a unor simptome ori a unor cazuri clinice, să ducă la un autodiagnostic eronat; h) să se refere, în termeni improprii sau incorecți, la vindecare; i) să folosească în termeni improprii, alarmanți sau incorecți imagini, scheme ori fotografii care să arate modificări ale organismului uman provocate de boli sau leziuni ori de acțiunea produselor	bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi îmbunătățită prin utilizarea medicamentului respectiv; d) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi afectată dacă nu <u>se utilizează medicamentul</u>; această interdicție nu se aplică campaniilor de vaccinare <u>prevăzute la art. 799 alin. (4) din Legea nr. 95/2006, cu modificările ulterioare</u>; e) <u>să se adreseze exclusiv sau în special minorilor</u>; f) <u>se elimină</u> g) să sugereze că <u>medicamentul</u> este un aliment, produs cosmetic sau alt produs de consum; h) să sugereze că siguranța sau eficacitatea medicamentului este datorată faptului că acesta este natural; i) <u>să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată</u>; j) <u>să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea</u>; k) <u>să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de</u>	<i>Suplinește art. 145 (1)</i> <i>Se elimină, fiind preluat la art. 144 (1)</i>
---	---	---

medicamentoase asupra organismului uman sau a unor părți ale acestuia; j) să evidențieze că respectivul produs medicamentos este autorizat de Agenția Națională a Medicamentului.	boli sau leziuni ori de acțiuni ale medicamentelor asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia.	
ART. 148 - (1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping la produse și tratamente naturiste, care, după caz, nu sunt însoțite de avertizarea, sonoră și scrisă: a) " <i>Produs neatestat medical</i> "; b) " <i>Metodă neatestată medical</i> ". (2) În cazul în care produsele și tratamentele naturiste au fost verificate din punct de vedere medical, acest lucru va fi atestat de Colegiul Medicilor din România. (3) Avertizarea prevăzută la alin. (1) se va face la finalul mesajului publicitar.	<i>Se abrogă</i>	Produs naturist? - În Legea 95/2006, art. 695: - medicament din plante medicinale cu utilizare tradițională - medicament din plante - preparate din plante - medicament homeopat
ART. 149 - Publicitatea și teleshoppingul pentru produse și tratamente homeopate sunt permise numai pentru produsele și tratamentele avizate de Ministerul Sănătății sau de Colegiul Medicilor din România.	ART. 149 – (1) Publicitatea și teleshoppingul pentru produse și tratamente homeopate <u>sau naturiste</u> sunt permise numai pentru produsele și tratamentele <u>care dețin autorizație de punere pe piață a medicamentului obținută într-un stat membru al Uniunii Europene</u> . (2) <u>Publicitatea și teleshoppingul pentru produse și tratamente homeopate sau naturiste trebuie să fie conforme cu dispozițiile Legii nr. 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății, cu modificările și completările ulterioare.</u>	Legea 95/2006, art. 702; ART. 811: (1) Publicitatea pentru medicamentele homeopate la care se face referire la art. 711 alin. (1) face obiectul prevederilor prezentului capitol; în cazul acestor produse nu se aplică prevederile art. 798 alin. (1). (2) Cu toate acestea, numai informațiile specificate la art. 779 pot fi utilizate pentru publicitatea la aceste medicamente. - Art. 779: - " medicament

		homeopat fără indicații terapeutice aprobate"
ART. 150 - Este interzisă difuzarea de <u>emisiuni sau teleshopping</u> în care sunt <u>prezentate</u> cazuri de vindecare a unor boli grave cu ajutorul tratamentelor convenționale sau neconvenționale, dacă diagnosticul și actele medicale care îl atestă nu au fost certificate de Colegiul Medicilor din România <u>ori dacă în emisiune sau în teleshopping nu este prezent și un reprezentant al Colegiului Medicilor din România, care să certifice din punct de vedere medical rezultatele obținute. ori dacă în emisiune sau în teleshopping nu este prezent și un reprezentant al Colegiului Medicilor din România, care să certifice din punct de vedere medical rezultatele obținute.</u>	ART. 150 Este interzisă difuzarea de <u>producții audiovizuale</u> în care sunt <u>promovate</u> cazuri de vindecare a unor boli grave cu ajutorul tratamentelor convenționale sau neconvenționale, dacă diagnosticul și actele medicale care îl atestă nu au fost certificate de Colegiul Medicilor din România. <i>De avut în vedere la informarea corectă!</i>	Decizia CMR 3/2005 ART. 23 Medicul poate utiliza numai <u>aparate de diagnostic sau tratament autorizate</u> și pentru mânăuirea cărora are pregătire ori suficientă practică. ART. 34 În folosirea unor <u>metode terapeutice noi</u> trebuie să primeze interesul pacientului, iar acestea nu pot fi utilizate decât după evaluarea raportului risc-beneficiu. ART. 88 Cercetarea medicală pe subiecți umani se face cu respectarea prevederilor convențiilor și declarațiilor internaționale la care România este parte semnatară. ART. 107 Publicarea rezultatelor unei cercetări medicale pe subiecți umani se va face cu respectarea acurateței datelor și numai în condițiile în care sunt respectate normele etice naționale și internaționale care guvernează cercetarea medicală pe subiecți umani.
ART. 151 - (1) <u>Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care se sugerează că este necesar ca oricine să își suplimenteze dieta cu vitamine și minerale sau că astfel de suplimente pot să îmbunătățească funcții fizice</u>	ART. 151 (1) <u>Publicitatea și teleshoppingul la suplimentele alimentare trebuie să fie conforme cu dispozițiile Ordinului Ministerului Sănătății Publice nr. 1069 /2007 pentru aprobarea</u>	ORDIN MSP Nr. 1069 /2007 pentru aprobarea Normelor privind suplimentele alimentare ART. 6 (1) Conform prevederilor Hotărârii Guvernului nr. 106/2002 privind etichetarea alimentelor, cu

<u>ori mentale care în mod normal sunt bune.</u> (2) <u>Promovarea în serviciile de programe audiovizuale de radio și de televiziune a suplimentelor alimentare, suplimentelor nutritive, vitaminelor și nutrienților</u> va include în mod obligatoriu avertizarea: "<i>Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul.</i>" (3) Durata avertizării menționate la alin. (2) va fi de minimum 3 secunde și aceasta va fi difuzată la sfârșitul spotului publicitar; pe posturile de televiziune avertizarea va fi prezentată atât sonor, cât și vizual. (4) În cazul reminderului, textul precizat la alin. (2) va fi prezentat pe parcursul difuzării spotului publicitar, în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului.	<u>Normelor privind suplimentele alimentare.</u> (2) <u>Publicitatea și teleshoppingul la suplimentele alimentare</u> vor include în mod obligatoriu avertizarea: "Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul." (3) Durata avertizării menționate la alin. (2) va fi de minimum 3 secunde și aceasta va fi difuzată la sfârșitul spotului publicitar; pe posturile de televiziune avertizarea va fi prezentată atât sonor, cât și vizual. (4) În cazul reminderului, textul precizat la alin. (2) va fi prezentat pe parcursul difuzării spotului publicitar, în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, conform dispozițiilor art. 101³.	modificările și completările ulterioare, numele sub care sunt vândute produsele specificate în prezentele norme este acela de "supliment alimentar". (2) Etichetarea, prezentarea și reclama nu trebuie să atribuie suplimentelor alimentare proprietatea de prevenire, tratare sau vindecare a unei boli umane ori să facă referire la asemenea proprietăți. (3) Fără a prejudicia prevederile Hotărârii Guvernului nr. 106/2002, cu modificările și completările ulterioare, etichetarea trebuie să conțină următoarele mențiuni: a) numele categoriilor de nutrienți sau de substanțe ce caracterizează produsul ori o indicație a naturii acestor nutrienți sau substanțe; b) porția din produs care este recomandată pentru consumul zilnic; c) un avertisment de a nu se depăși doza zilnică recomandată; d) o atenționare că suplimentele alimentare nu trebuie să înlocuiască un regim alimentar variat și echilibrat; e) o atenționare că produsele nu trebuie să fie lăsate la îndemâna copiilor mici. ART. 7 Etichetarea, prezentarea și reclama suplimentelor alimentare nu trebuie să includă afirmații
--	--	---

		directe sau care să inducă ideea că un regim alimentar variat și echilibrat nu poate asigura cantități adecvate de nutrienți în general.
	ART. 151¹ Articol nou introdus <u>Publicitatea suplimentelor alimentare este permisă numai după avizarea conținutului materialului publicitar de către Autoritatea de Sănătate Publică din cadrul Ministerului Sănătății Publice și nu poate face referiri la tratamente, prevenție, afecțiuni.</u>	
ART. 152 - <u>Emisiunile audiovizuale, publicitatea și teleshoppingul destinate produselor sau tratamentelor pentru slăbit și pentru menținerea greutateii corporale, fără indicații terapeutice, vor respecta următoarele condiții:</u> <u>a) să existe dovezi medicale, de încredere, pentru fiecare afirmație, privind efectele benefice ale produselor sau tratamentelor;</u> <u>b) să indice, când se afirmă că greutatea unei persoane a scăzut cu o anumită valoare, perioada în care s-a realizat această scădere;</u> <u>c) greutatea pierdută și perioada în care aceasta s-a obținut trebuie să fie compatibile cu practicile medicale și de dietă general acceptate și să nu semnifice calități nereprezentative ale produsului sau serviciului medical oferit;</u>	ART. 152 (1) <u>Publicitatea și teleshoppingul la alimentele cu destinație nutrițională specială trebuie să respecte dispozițiile cuprinse în Ordinul Ministerul Sănătății și Familiei nr. 387/251 din 30 mai 2002 pentru aprobarea Normelor privind alimentele cu destinație nutrițională specială, cu modificările și completările ulterioare.</u> (2) <u>Publicitatea și teleshoppingul la alimentele cu destinație nutrițională specială nu trebuie să atribuie acestor produse proprietăți legate de prevenirea, tratamentul sau vindecarea bolilor.</u> (3) <u>Publicitatea și teleshoppingul la alimentele utilizate în dietele cu valoare energetică redusă pentru scăderea greutateii nu</u>	ART. 4 (1) Etichetarea și metodele de etichetare utilizate, prezentarea și publicitatea produselor menționate la art. 1 nu vor atribui acestor produse proprietăți legate de prevenirea, tratamentul sau vindecarea bolilor umane ori nu vor implica existența acestor proprietăți. ART. 5 (1) Reglementările naționale privind etichetarea, prezentarea și publicitatea pentru alimente se aplică și produselor la care se face referire în prezentele norme. (2) Denumirea sub care este vândut produsul va fi însoțită de o indicație a proprietăților sale nutritive speciale; în cazul produselor menționate la art. 1 alin. (3) lit. c), această indicație se înlocuiește de o precizare a scopului cărui fi sunt destinate

d) în cazul alimentelor și al băuturilor cu cantități calorice scăzute, dacă sunt prezentate ca o parte a regimului de slăbire, se va indica faptul că produsul respectiv poate conduce la pierderea de greutate numai ca parte a unei diete ce controlează kaloriile/energia; e) în cazul produselor special elaborate pentru a fi utilizate în diete cu restricții calorice, care, conform instrucțiunilor producătorului, înlocuiesc în totalitate sau în parte aportul alimentar zilnic, acestea trebuie promovate sub numele de "<i>substitut alimentar complet pentru slăbit</i>" sau "<i>substitut alimentar parțial pentru slăbit</i>"; f) în cazul produselor alimentare și al băuturilor cu cantități calorice scăzute nu se vor face referiri la rata ori la mărimea scăderii în greutate ca rezultat al utilizării respectivelor produse sau la reducerea senzației de foame ori la creșterea senzației de sațietate.	trebuie să facă nicio referire la ritmul sau la pierderea în greutate sau la reducerea senzației de foame ori la creșterea senzației de sațietate determinate de utilizarea lor. (4) În cazul alimentelor și al băuturilor cu cantități calorice scăzute, dacă sunt prezentate ca o parte a regimului de slăbire, se va indica faptul că produsul respectiv poate conduce la pierderea de greutate numai ca parte a unei diete ce controlează kaloriile/energia. (5) În cazul produselor special elaborate pentru a fi utilizate în diete cu restricții calorice, care, conform instrucțiunilor producătorului, înlocuiesc în totalitate sau în parte aportul alimentar zilnic, acestea trebuie promovate sub numele de "substitut alimentar complet pentru slăbit" sau "substitut alimentar parțial pentru slăbit".	aceste produse. Art. 30-(3) Etichetarea, publicitatea și prezentarea produselor în cauză nu trebuie să facă nicio referire la ritmul sau la pierderea în greutate determinată de utilizarea lor.
ART. 153 - (1) Promovarea sau prezentarea produselor și tratamentelor pentru slăbit ori pentru menținerea greutății corporale trebuie să includă avertizarea, sonoră și scrisă, cu o durată de minimum 5 secunde: "<i>Consultați medicul înainte de a urma dieta</i>"; <u>dieta trebuie prezentată sau promovată ca o măsură pe termen scurt.</u>	ART. 153 Publicitatea și teleshoppingul la produsele și tratamentele pentru slăbit ori pentru menținerea greutății corporale trebuie să includă avertizarea, sonoră și scrisă, cu o durată de minimum 5 secunde: "Consultați medicul înainte de a urma dieta."	

(2) Sunt interzise mărturiile sau relatarea unor cazuri particulare care să justifice urmarea dietei respective.	<i>Alin. (2) se abrogă</i>	
ART. 154 - Publicitatea și teleshoppingul pentru orice fel de produs sau tratament pentru slăbit ori pentru menținerea greutateii corporale <u>vor</u> respecta următoarele condiții: a) <u>nu se vor adresa persoanelor sub 18 ani</u> și vor avertiza publicul <u>asupra acestui aspect</u> printr-un insert scris și/sau sonor; b) <u>nu pot fi difuzate</u> în emisiunile pentru copii sau în pauzele publicitare care precedă ori urmează unor astfel de emisiuni; c) <u>nu se vor</u> adresa în mod direct persoanelor obeze, <u>nu vor</u> include exemple în care vorbesc sau apar persoane care ar fi fost obeze înainte de a utiliza produsele ori serviciul cărora li se face publicitate; d) <u>nu vor sugera sau nu vor afirma că a fi subponderal este adecvat sau de dorit.</u>	ART. 154 Publicitatea și teleshoppingul pentru orice fel de produs sau tratament pentru slăbit ori pentru menținerea greutateii corporale <u>trebuie să</u> respecte următoarele condiții: a) să avertizeze publicul printr-un insert scris și/sau sonor <u>că produsul nu se adresează copiilor</u>; b) <u>să nu fie difuzate</u> în emisiunile pentru copii sau în pauzele publicitare care precedă ori urmează unor astfel de emisiuni; c) <u>să nu se adreseze</u> în mod direct persoanelor obeze <u>și să nu</u> includă exemple în care vorbesc sau apar persoane care ar fi fost obeze înainte de a utiliza produsele ori serviciul cărora li se face publicitate. <i>Lit. d) se abrogă</i>	
SECȚIUNEA a 6-a Emisiuni de teleshopping	SECȚIUNEA 4¹ Emisiuni de teleshopping	<i>Adus de la sfârșit înaintea publ. politice</i>
ART. 159 (1) Emisiunea de teleshopping constă în difuzarea către public a unor oferte de comercializare directă privind furnizarea contra cost a unor bunuri care pot fi dobândite numai printr-un contract la distanță.	<u>ART. 154¹</u>	

(2) În sensul prezentului cod, prin contract la distanță se înțelege contractul de furnizare de produse sau servicii, încheiat între un comerciant și un consumator, în cadrul unui sistem de vânzare organizat de către comerciant, care utilizează în mod exclusiv, înainte și la încheierea acestui contract, una sau mai multe tehnici de comunicație la distanță. (3) Ofertele difuzate trebuie să respecte prevederile Ordonanței Guvernului nr. 130/2000 privind regimul juridic al contractelor la distanță, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 51/2003, și ale Ordonanței Guvernului nr. 85/2004 privind protecția consumatorilor, la încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare, aprobată prin Legea nr. 399/2004.		
	<u>ART. 154²</u> Articol nou introdus Este interzisă adresarea directă către copii a ofertelor comerciale.	
ART. 160 (1) Emisiunea de teleshopping trebuie identificată ca atare și separată clar de programele audiovizuale, sonor și vizual, prin coperte neutre. (2) Emisiunea de teleshopping nu poate conține și nu poate fi întreruptă pentru difuzarea de spoturi publicitare.	<u>ART. 154³</u>	

ART. 161 Dispozițiile art. 160 nu se aplică serviciilor de programe dedicate exclusiv teleshoppingului.	ART. 154 ⁴	
SECȚIUNEA a 5-a Publicitatea politică și publicitatea referitoare la exercitarea unor profesii	SECȚIUNEA a 5-a Publicitatea politică	
ART. 155 - (1) În sensul prezentului cod, constituie publicitate politică clipurile <u>publicitare</u> care promovează un partid, un om politic sau un mesaj politic. (2) Publicitatea politică este interzisă, cu excepția perioadelor de campanie electorală.	ART. 155 Publicitatea politică, pozitivă sau negativă, este interzisă, cu excepția perioadelor de campanie electorală.	<i>Alin. (1) se duce la art. 155¹</i>
	ART. 155 ¹ În sensul prezentului cod, constituie publicitate politică clipurile publicitare care promovează un partid, un om politic sau un mesaj politic.	<i>Preia alin. (1) de la art 155</i>
	ART. 155 ² (1) Radiodifuzorii pot insera spoturi publicitare electorale numai în calupuri separate și marcate corespunzător. (2) Spoturile publicitare electorale trebuie să fie asumate în mod explicit, prin prezentare ori conținut, de către candidați sau de competitorii electorali.	
	SECȚIUNEA 5¹ Publicitatea pentru profesiile liberale	

ART. 156 - (1) Este interzisă publicitatea la cabinetele notariale și la orice formă de <u>exercitare a profesiei de avocat.</u> <u>(2) Este interzisă publicitatea care promovează executori judecătorești și experți judiciari.</u>	ART. 156 Este interzisă publicitatea la orice formă de exercitare <u>a unei profesii libérale care nu este conformă cu dispozițiile legale în vigoare care reglementează profesia respectivă, precum și cu normele stabilite prin conduri de conduită adoptate de către organisme profesionale, de drept public, cu responsabilități delegate prin lege de autoritatea de stat.</u> <i>Alin. (2) se abrogă</i>	Legea nr. 51/95, ART. 46 (1) Este interzis avocatului ca, în mod nemijlocit sau prin persoane interpuse, să folosească procedee incompatibile cu demnitatea profesiei în scopul dobândirii clientelei. (2) De asemenea, este interzis avocatului să folosească mijloace de reclamă sau de publicitate în același scop. Statutul stabilește cazurile și măsura în care avocatul poate informa publicul cu privire la exercitarea profesiei sale. STATUT profesiei de avocat din 25 septembrie 2004 Sectiunea a 3a -. Publicitatea formelor de exercitare a profesiei
ART. 157 - (1) Membrii activi ai barourilor de avocați <u>nu pot realiza sau modera emisiuni</u> în care se dezbate cazuri aflate în cercetare ori pe rolul instanțelor de judecată. (2) Participarea și intervențiile avocaților în emisiunile audiovizuale în care se dezbate cazuri aflate în cercetare sau pe rolul instanțelor și în care aceștia sunt angajați vor respecta normele deontologice ale profesiei de avocat.	ART. 157 (1) <u>Radiodifuzorii nu pot difuza emisiuni realizate sau moderate de către membri activi ai barourilor de avocați</u> în care se dezbate cazuri aflate în cercetare ori pe rolul instanțelor de judecată. (2) Participarea și intervențiile avocaților în emisiunile audiovizuale în care se dezbate cazuri aflate în cercetare sau pe rolul instanțelor și în care aceștia sunt angajați vor respecta normele deontologice ale profesiei de avocat.	
ART. 158 - (1) Este interzisă orice formă de publicitate pentru furnizarea de servicii medicale publice, de stat și private.	ART. 158 (1) <u>Publicitatea pentru activități medicale sau activități medico-dentare trebuie să fie conformă</u>	Legea nr. 95/2006 ART. 96 ART. 157 ART. 406

(2) Participarea și intervenția medicilor în emisiuni sau în programe pe teme medicale vor respecta principiile deontologice înscrise în Codul de deontologie medicală adoptat de Colegiul Medicilor din România. (3) În emisiunile audiovizuale pe teme medicale nu se vor recomanda medicamente, identificate prin marcă sau denumire comercială, tratamente medicale și cabinete medicale furnizoare de servicii publice, de stat și private.	cu dispozițiile legale în vigoare care reglementează profesiile respective, precum și cu normele stabilite prin conduri de conduită adoptate de către organisme profesionale, de drept public, cu responsabilități delegate prin lege de autoritatea de stat. <i>VARIANTĂ:</i> (1) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru serviciile medicale care necesită recomandare sau prescripție medicală. (3) În programele audiovizuale pe teme medicale nu se pot recomanda medicamente identificate prin marcă sau denumire comercială, farmacii, tratamente medicale și cabinete medicale furnizoare de activități medicale sau activități medico-dentare, indiferent de forma lor de organizare.	(1) Colegiul Medicilor din România are următoarele atribuții: h) stabilește și reglementează regimul de publicitate a activităților medicale; ART. 502 (1) Colegiul Medicilor Dentiști din România are următoarele atribuții generale: j) stabilește și reglementează regimul de publicitate a activităților medico-dentare; <u>Codul deontologic: nu va putea folosi acest prilej pentru a-si face reclamă pentru sine sau pentru orice altă firmă implicată în producția de medicamente sau dispozitive medicale.</u>
	SECȚIUNEA 5² Campanii noncomerciale	
	ART 158¹ Articole nou introduse În scopul prezentului articol, sunt considerate mesaje noncomerciale: a) anunțul de interes public asumat de către o instituție sau autoritate publică, în cadrul unei acțiuni de alertă, avertizare și informare a publicului derulată în condițiile legii speciale, și care nu promovează propria imagine a	

	instituției; b) campania socială derulată de către o asociație sau fundație legal constituită, în cadrul unei acțiuni cu caracter exclusiv social, necomercial, adresată societății sau comunității; c) apelul în scop caritabil derulat în cadrul unei activități filantropice cu caracter umanitar, în scopul sprijinirii unor persoane aflate în dificultate; apelul trebuie să precizeze persoana sub responsabilitatea căreia se colectează și se utilizează bunurile și fondurile bănești donate.	
	ART 158² Mesajele noncomerciale nu se includ în calculul duratei legale alocate publicității și trebuie să respecte următoarele condiții cumulative: a) difuzarea mesajelor să fie gratuită, fără obligație de contrapartidă directă sau indirectă; b) mesajele să fie grupate și separate de alte mesaje publicitare și identificate între coperti cu mențiunea “Mesaj/mesaje de interes public”; c) mesajele să nu conțină nicio referire de natură comercială; siglele sponsorilor pot fi prezentate numai în apeluri caritabile la sfârșitul spotului și nu trebuie să depășească durata cumulată de 3 secunde.	
	ART 158³ Emisiunile teledon trebuie să precizeze la	

	începutul și sfârșitul acestora persoana sub responsabilitatea căreia se colectează și se utilizează bunurile și fondurile bănești donate, precum și datele de contact ale acesteia.	
TITLUL VIII Sanctiuni și dispoziții finale		<i>Art. 159-161 au fost mutate la secțiunea 4¹</i>
ART. 162 (1) Nerespectarea prevederilor art. 23, 25, ale art. 28 alin. (2), ale art. 46, 47 și 132, precum și refuzul ducerii la îndeplinire a dispozițiilor referitoare la acordarea dreptului la replică se sancționează conform dispozițiilor art. 90 alin. (2) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare. (2) Nerespectarea prevederilor celorlalte articole ale prezentei decizii, precum și refuzul ducerii la îndeplinire a dispozițiilor referitoare la acordarea rectificării se sancționează conform dispozițiilor art. 91 din Legea nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare. (3) În individualizarea sancțiunii Consiliul Național al Audiovizualului va ține cont, după caz, de următoarele aspecte: a) gravitatea faptei și efectele acesteia; b) sancțiunile primite anterior, pe o perioadă de cel mult un an; c) ziua din săptămână și intervalul de difuzare a emisiunii în cauză;	ART. 162 (1) Nerespectarea prevederilor <u>art. 23, 25, ale art. 28 alin. (2), ale art. 46, 47 și 132, precum și refuzul ducerii la îndeplinire a dispozițiilor</u> referitoare la acordarea dreptului la replică se sancționează conform dispozițiilor art. 90 alin. (2) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare. (2) Nerespectarea prevederilor celorlalte articole ale prezentei decizii, precum și refuzul ducerii la îndeplinire a dispozițiilor referitoare la acordarea rectificării se sancționează conform dispozițiilor art. 91 din Legea nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare. (3) În individualizarea sancțiunii Consiliul Național al Audiovizualului va ține cont, după caz, de următoarele aspecte: a) gravitatea faptei și efectele acesteia; b) sancțiunile primite anterior, pe o perioadă de cel mult un an <u>și modul în care furnizorul de servicii s-a raportat la acestea;</u> c) ziua din săptămână și intervalul de difuzare	<i>De coordonat la sfârșitul redactării</i>

d) durata emisiunii; e) audiența înregistrată. <u>(4) În cazul nerespectării dispozițiilor art. 157 alin. (2) și ale art. 158 alin. (2), Consiliul Național al Audiovizualului va sesiza Uniunea Națională a Barourilor din România sau Colegiul Medicilor din România, solicitându-le să analizeze în ce măsură au fost respectate principiile deontologice stabilite de acestea și să sancționeze conduitele necorespunzătoare, în conformitate cu prevederile statutare.</u>	a emisiunii în cauză; d) durata emisiunii; e) audiența înregistrată; f) <u>existența unui cod deontologic asumat public de furnizorul de servicii media și măsurile luate de acesta în consecința faptei.</u> <i>Alin. (4) se abrogă</i>	
ART. 163 La data intrării în vigoare a prezentei decizii se abrogă Decizia Consiliului Național al Audiovizualului nr. <u>130/2006</u> privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. <u>250</u> din 20 martie 2006, cu modificările ulterioare.	ART. 163 La data intrării în vigoare a prezentei decizii se abrogă Decizia Consiliului Național al Audiovizualului nr. <u>187/2006</u> privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. <u>338</u> din 14 aprilie 2006, cu modificările ulterioare.	