

CODUL DE REGLEMENTARE A CONȚINUTULUI AUDIOVIZUAL din 3 aprilie 2006

(DECIZIE nr. 187/2006)

EMITENT • **CONSILIUL NAȚIONAL AL AUDIOVIZUALULUI**

Publicat în **MONITORUL OFICIAL nr. 338 din 14 aprilie 2006**

Data intrării în vigoare 14-04-2006

Abrogat de Articolul 145, Titlul IX din DECIZIE nr. 220 din 24 februarie 2011 la data 11-03-2011

Având în vedere dubla calitate a Consiliului Național al Audiovizualului, de garant al interesului public și de unică autoritate de reglementare în domeniul programelor audiovizuale, convinși că libertatea de exprimare și asigurarea accesului neîngrădit la orice informație de interes public constituie fundamente esențiale ale unei societăți democratice, ținând seama de faptul că exercitarea dreptului la libera exprimare comportă îndatoriri și responsabilități, convinși că libertatea de exprimare constituie unul dintre fundamentele esențiale ale unei societăți democratice, motiv pentru care presa audiovizuală trebuie să beneficieze de o protecție deosebită, convinși, totodată, că libertatea de exprimare nu poate prejudicia demnitatea, onoarea, viața particulară a persoanei și nici dreptul la propria imagine, ținând cont de obligațiile care revin prin lege Consiliului Național al Audiovizualului de a stabili norme de reglementare cu privire la protecția copiilor, apărarea demnității umane, exercitarea dreptului la replică, asigurarea informării corecte și a pluralismului, responsabilitățile culturale ale radiodifuzorilor, precum și la publicitate, sponsorizare și teleshopping, ținând cont de responsabilitatea atribuită prin lege Consiliului Național al Audiovizualului de a asigura, în programele audiovizuale, protecție dezvoltării fizice, mentale și morale a copiilor, interesați în cel mai înalt grad de creșterea și educația copilului în spiritul valorilor și al idealurilor democratice, proclamate de Convenția Organizației Națiunilor Unite cu privire la drepturile copilului și de Convenția europeană a drepturilor omului, conștienți de necesitatea pregătirii copilului pentru o integrare armonioasă în viața socială, având în vedere obligațiile care revin Consiliului Național al Audiovizualului și radiodifuzorilor în protejarea drepturilor și libertăților fundamentale ale omului, în general, și faptul că încălcarea acestora poate aduce prejudicii interesului public, ținând cont de necesitatea respectării principiilor liberei concurențe, protecției vieții, sănătății, securității și intereselor economice ale consumatorilor, precum și a mediului, având în vedere obligația radiodifuzorilor de a informa publicul prin prezentarea corectă și imparțială a faptelor și a evenimentelor, ca și obligația Consiliului Național al Audiovizualului de a asigura respectarea exprimării pluraliste de idei și opinii, precum și pluralismul surselor de informare a publicului, ținând cont de necesitatea reglementării publicității și a teleshoppingului la produsele medicamentoase, tratamentele medicale și suplimentele nutritive, ținând cont de faptul că publicitatea la produsele medicamentoase trebuie să se supună unor condiții stricte și unui control efectiv, ținând cont de efectele nocive ale consumului de droguri și alcool asupra minorilor, în special, dar și asupra societății, în general, de faptul că aceasta este o problemă de interes public, în temeiul art. 3 alin. (1) și (2), al art. 10 alin. (3) lit. a), e) și f), al art. 17 alin. (1) lit d) și al [art. 39 și 40 din Legea audiovizualului nr. 504/2002](#), cu modificările și completările ulterioare, membrii Consiliului Național al Audiovizualului adoptă următoarea decizie:

Titlul I

Protecția copilului

Capitolul I

Protecția drepturilor copilului

Articolul 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.

Articolul 2

Ori de câte ori copilul este subiect al emisiunilor audiovizuale, radiodifuzorii au obligația să respecte principiul interesului superior al acestuia.

Articolul 3

Copilul are dreptul la protejarea imaginii sale publice și a vieții sale intime, private și familiale.

Articolul 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 al părinților, al persoanei în grija căreia se află copilul ori, după caz, al reprezentantului legal al copilului.

(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 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 copilului.

Articolul 5

(1) Copilul în vârstă de până la 14 ani nu poate fi prezent în emisiuni audiovizuale care reconstituie infracțiuni, abuzuri sau evenimente dramatice.

(2) Radiodifuzorii nu pot difuza interviuri, declarații sau relatări luate în mod nemijlocit copilului în vârstă de până la 14 ani în legătură cu evenimente dramatice, din comunitate sau din familie, la care acesta a asistat.

Articolul 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) existența prealabilă a consimțământului părinților, al persoanei în grija căreia se află copilul sau al reprezentantului legal, în formă scrisă;
- c) asistarea pe parcursul transmisiei sau al înregistrării de către un părinte ori de către 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.

Articolul 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 emisiuni audiovizuale este posibilă numai cu consimțământul scris al acestuia și al părinților sau, după caz, al altui reprezentant legal.

Articolul 8

Este interzisă, în cadrul programelor de știri, al dezbaterilor sau al reportajelor, difuzarea de imagini ori de fotografii ale copilului care s-a sinucis.

Articolul 9

(1) Este interzisă difuzarea de emisiuni al căror scop principal este exploatarea aspectului fizic al copilului sau expunerea acestuia în ipostaze nepotrivite vârstei.

(2) 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.

(3) După ora 22,00 este interzisă difuzarea de emisiuni realizate în direct de către radiodifuzori licențiați în România, la care participă copii în vârstă de până la 14 ani.

Articolul 10

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 la probleme intime de familie sau pentru a-i fi cerute opinii în chestiuni care depășesc puterea lui de judecată.

Articolul 11

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.

Articolul 12

Este interzisă orice referire peiorativă sau discriminatorie la originea etnică, naționalitatea, rasa ori religia copilului, precum și la un eventual handicap al acestuia.

Capitolul II

Serviciile de programe și protecția copilului

Articolul 13

Pentru a permite părinților sau reprezentanților legali ai copiilor să facă alegerea potrivită, toți radiodifuzorii au obligația să pună la dispoziția publicului informații suficiente privind intervalul orar de difuzare, recomandările și 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.

Articolul 14

Sunt interzise, în cadrul emisiunilor audiovizuale destinate copiilor, fumatul și consumul băuturilor alcoolice, comportamentul violent, trivial, limbajul violent, vulgar ori licențios, aluziile sexuale, ridiculizarea defectelor fizice și a handicapurilor.

Articolul 15

- (1) În intervalul orar 6,00-20,00 radiodifuzorii 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 emisiuni care conțin:
 - a) detalii sau metode de sinucidere ori de automutilare;
 - b) demonstrații sau detalii importante privind tehnici criminale;
 - c) demonstrații sau detalii importante privind exorcismul, practici oculte, fenomene sau practici paranormale.

Articolul 16

- (1) Criteriile în funcție de care se apreciază producțiile difuzate în serviciile de programe au drept scop asigurarea protecției copilului și informarea publicului cu privire la conținutul acestora.
- (2) Responsabilitatea clasificării producțiilor audiovizuale revine titularilor de licență audiovizuală.
- (3) Criteriile generale de care titularii de licență audiovizuală vor ține cont în clasificarea producțiilor audiovizuale sunt următoarele:
 - a) numărul și natura scenelor violente, precum și caracterul gratuit sau indispensabil al acestora, raportat la genul și subiectul producției audiovizuale;
 - 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 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 producțiilor audiovizuale.

Articolul 17

În clasificarea filmelor radiodifuzorii se vor ghida și după clasificarea stabilită de producător.

Articolul 18

Categoriile în care se încadrează producțiile audiovizuale în funcție de criteriile precizate la art. 16 alin. (3) sunt următoarele:

- a) producții audiovizuale accesibile tuturor categoriilor de public, fără restricții sau semne de avertizare;
- b) producții audiovizuale care pot fi vizionate de copii în vârstă de până la 12 ani numai cu acordul sau împreună cu părinții ori familia;
- c) producții audiovizuale interzise copiilor sub 12 ani;

- d)** producții audiovizuale interzise copiilor sub 15 ani;
- e)** producții audiovizuale 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)** producții audiovizuale 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 emisiuni audiovizuale în care se prezintă un act sexual real, indiferent de modalitatea de filmare.

Articolul 19

- (1)** Producțiile 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.
- (3)** Semnul de avertizare va fi expus timp de 10 minute la începutul difuzării.

Articolul 20

- (1)** Producțiile audiovizuale 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.
- (3)** Semnul de avertizare va fi expus timp de 15 minute la începutul difuzării și timp de 3 minute după fiecare pauză publicitară.

Articolul 21

- (1)** Producțiile audiovizuale 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.
- (2)** Dimensiunea semnului de avertizare va fi de 30 de pixeli.
- (3)** Fac excepție de la prevederile alin. (1) referitoare la intervalul de difuzare următoarele producții audiovizuale care pot fi difuzate numai în intervalul orar 23,00-6,00:
 - a)** filme horror, erotice, de o violență extremă sau inspirate din sporturi extreme;
 - b)** divertismentul în care se abuzează de limbajul vulgar sau licențios;
 - c)** competiții full-contact;
 - d)** reality-show pe teme sexuale, cu conotații sexuale sau cu un grad mare de violență fizică ori psihică;
 - e)** emisiuni audiovizuale sponsorizate de producătorii de băuturi spirtoase.

Articolul 22

- (1)** Producțiile audiovizuale 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.

Articolul 23

- (1)** Producțiile audiovizuale prevăzute la art. 18 lit. f) nu vor fi difuzate sau retransmise de radiodifuzori aflați sub jurisdicția României.
- (2)** Retransmisia de către distribuitorii de servicii a producțiilor 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.
- (3)** Producțiile audiovizuale prevăzute la art. 18 lit. f) pot fi retransmise analogic numai în intervalul orar 1,00-5,00, codat și în cadrul pachetelor opționale,
- (4)** Producțiile audiovizuale prevăzute la art. 18 lit. f) pot fi retransmise digital numai în intervalul orar 21,00-5,00, cu respectarea următoarelor condiții tehnice și de informare a abonatului:
 - a)** 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;
 - b)** 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 fie vizibile pe ecran în momentul tastării;
 - c)** sistemul de control parental trebuie 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, distribuitorul 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 păstrarea confidențialității acestuia;

e) în momentul punerii în funcțiune a sistemului de recepție, distribuitorul de servicii are obligația să stabilească, împreună cu abonatul, codul personal de acces pentru fiecare dintre serviciile de programe 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-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.

Articolul 24

(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.

(2) Distribuitorii de servicii nu pot difuza anunțuri promoționale pentru producțiile audiovizuale prevăzute la art. 18 lit. f).

Articolul 25

(1) Emisiunile erotice interactive, publicitatea și teleshoppingul pentru convorbirile telefonice erotice, precum și pentru produse și servicii cu destinație sexuală se difuzează numai în intervalul orar 1,00-5,00 și vor fi însoțite permanent de semnul de avertizare prevăzut la art. 22.

(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 publicitate sau de promovare la produse cu caracter pornografic.

Articolul 26

(1) Radiodifuzorii au obligația de a informa sonor și vizual publicul, înainte de începerea difuzării, cu privire la genul producției audiovizuale 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 marcasele prevăzute în prezentul cod.

Capitolul III

Programele de știri și protecția copiilor

Articolul 27

(1) Programele de știri și de actualități se supun cerințelor de protecție a copiilor și vizionării în familie.

(2) Avertizarea verbală a publicului, în cazul difuzării unor scene de violență sau cu posibil impact emoțional negativ, este obligatorie; 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 și în conformitate cu deontologia jurnalistică.

(4) 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 copii.

(5) Este interzisă ilustrarea unei informații cu imagini de natură pornografică.

Capitolul IV

Programele muzicale și protecția copiilor

Articolul 28

(1) Producțiile 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.

(2) Este interzisă difuzarea producțiilor și a videoclipurilor muzicale care încurajează consumul de droguri sau care sugerează că drogurile ar constitui un mijloc de rezolvare a problemelor de viață.

Articolul 29

Publicitatea și teleshoppingul se supun cerințelor și criteriilor de protecție a copiilor.

Titlul II

Protecția demnității umane și a dreptului la propria imagine

Articolul 30

Radiodifuzorii au obligația să respecte drepturile și libertățile fundamentale ale omului și să nu profite de ignoranța sau de buna-credință a persoanelor.

Articolul 31

În sensul prezentului cod, sunt considerate a fi de interes public justificat orice probleme, fapte sau evenimente locale ori naționale, cu semnificație pentru viața comunității.

Articolul 32

- (1) Nu orice interes al publicului trebuie satisfăcut, iar invocarea dreptului la informare nu poate justifica invadarea vieții private.
- (2) Dreptul la propria imagine nu trebuie să împiedice aflarea adevărului în probleme de interes public justificat.

Articolul 33

- (1) Este interzisă difuzarea de imagini sau de înregistrări ale persoanelor reținute pentru cercetări, arestate ori aflate în detenție, fără acordul scris al acestora.
- (2) Fac excepție de la prevederile alin. (1) situațiile în care filmarea sau înregistrarea este realizată în locuri publice.

Articolul 34

- (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 cauze penale.

Articolul 35

- (1) Nu pot fi difuzate materiale audiovizuale realizate și puse la dispoziția radiodifuzorilor 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, prevăzute la titlul II cap. III din Partea specială a Codului penal; se exceptează situațiile în care victimele și-au dat acordul scris.

Articolul 36

- (1) Orice persoană are dreptul la respectarea vieții sale private și de familie, a domiciliului și a corespondenței sale.
- (2) Este interzisă difuzarea de știri, dezbateri, anchete sau de reportaje audiovizuale privind 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 pot fi dezvăluite fără permisiunea acestora.

Articolul 37

- (1) Este interzisă difuzarea de imagini ale persoanei, filmate în propria locuință sau în orice alte locuri private, fără consimțământul acesteia.
- (2) Este interzisă difuzarea de imagini care prezintă interioare ale unei proprietăți private, fără acordul proprietarului.
- (3) Fac excepție de la prevederile alin. (1) și (2) situațiile în care imaginile difuzate:
 - a) pot preveni săvârșirea unei infracțiuni;
 - b) surprind sau pot proba săvârșirea unei infracțiuni;
 - c) protejează sănătatea publică;
 - d) surprind fapte care prezintă un interes public justificat.

Articolul 38

Este interzisă difuzarea de imagini și sunete înregistrate cu microfoane și camere de luat vederi ascunse, cu excepția situației în care materialele audiovizuale astfel obținute nu puteau fi realizate în condiții normale, iar conținutul lor prezintă un interes justificat pentru public.

Articolul 39

- (1) Înregistrările audio și/sau video destinate emisiunilor 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.

Articolul 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.

Articolul 41

În cazul excepțiilor 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 trebuie să precizeze acest fapt.

Articolul 42

- (1)** Orice persoană are dreptul la propria imagine.
- (2)** În cazul în care în emisiunile 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 radiodifuzor, acesta trebuie să respecte principiul audiatur et altera pars.
- (3)** Realizatorii emisiunilor 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.
- (4)** Realizatorii emisiunilor au obligația să nu permită invitaților să folosească un limbaj injurios sau să instige la violență împotriva altor persoane.
- (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.

Articolul 43

- (1)** Radiodifuzorii 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;
 - 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.

Articolul 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, radiodifuzorii au obligația de a nu se amesteca nejustificat în viața privată.

Articolul 45

- (1)** Difuzarea materialelor 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)** Radiodifuzorii au obligația de a respecta demnitatea și anonimatul persoanelor cu tulburări psihice.
- (3)** Fac excepție de la prevederile alin. (1) situații de interes public justificat în care difuzarea materialului audiovizual are drept scop:
 - a)** prevenirea săvârșirii unor fapte penale ori înlăturarea urmărilor prejudiciabile ale unor asemenea fapte;
 - b)** probarea comiterii unei infracțiuni.

Articolul 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.

Articolul 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 emisiunile audiovizuale.

(2) 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.

Titlul III

Dreptul la replică și la rectificare

Capitolul I

Dispoziții generale

Articolul 48

Orice persoană fizică sau juridică, indiferent de naționalitate, 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.

Articolul 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) în cazul unui acord scris încheiat de radiodifuzor cu persoana lezată.

(2) Respectarea principiului audiatur et altera pars presupune condiții nediscriminatorii de exprimare în cadrul aceluiași program.

Articolul 50

(1) Orice persoană fizică sau juridică, indiferent de naționalitate, ale cărei drepturi sau interese legitime au fost lezate prin prezentarea în cadrul unui program audiovizual a unor informații inexacte beneficiază de dreptul la rectificare.

(2) Rectificarea nu poate fi solicitată în cazul în care inexactitatea informațiilor nu este semnificativă și clară și nici în cazul unui acord scris încheiat de radiodifuzor cu persoana lezată.

Articolul 51

(1) 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.

(2) 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.

(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 părinți ori de reprezentantul legal; pentru minorii cu vârste între 14 și 18 ani, cererea va fi semnată de aceștia și de părinți sau de reprezentantul legal.

(5) Minorii vor fi asistați la revizionări sau la reaudieri de părinți ori de reprezentantul legal.

Capitolul II

Procedura exercitării dreptului la replică

Articolul 52

(1) Persoanele ale căror drepturi sau interese legitime au fost lezate prin prezentarea unor fapte neadevărate și care doresc să beneficieze de dreptul la replică 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 care a difuzat emisiunea în care s-a produs lezarea, data și ora difuzării, denumirea emisiunii;

c) faptele neadevărate pentru care se solicită dreptul la replică;

d) motivarea cererii;

e) textul replicii.

(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.

Articolul 53

Textul replicii trebuie să se refere numai la faptele neadevărate contestate, să fie exprimat în limitele decenței și să nu conțină amenințări sau comentarii marginale.

Articolul 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.

Articolul 55

Termenul de transmitere a cererii este de cel mult 20 de zile de la data difuzării emisiunii în care s-a produs lezarea.

Articolul 56

Radiodifuzorul poate refuza dreptul la replică în următoarele situații:

a) cererea nu a fost trimisă în termenul prevăzut la art. 55;

b) textul replicii nu întrunește condițiile stabilite la art. 52;

c) lungimea textului depășește cu mult necesarul dreptului la replică, iar persoana lezată nu acceptă scurtarea textului;

d) persoana care solicită dreptul la replică nu respectă condițiile prevăzute la art. 54;

e) radiodifuzorul deține dovezi care probează adevărul faptelor prezentate.

Articolul 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) 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.

(3) 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.

(4) În refuzul motivat se vor mai comunica solicitantului următoarele:

a) posibilitatea, în cazul în care acesta este nemulțumit de decizia radiodifuzorului, de a se adresa Consiliului Național al Audiovizualului;

b) termenul de 15 zile de la data primirii refuzului motivat, în care solicitantul se poate adresa Consiliului Național al Audiovizualului;

c) adresa Consiliului Național al Audiovizualului și un număr de telefon la care solicitantul poate contacta Consiliul pentru a obține informațiile necesare.

Articolul 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 aceluiași 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.

Articolul 59

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.

Capitolul III Procedura rectificării

Articolul 60

(1) Persoanele ale căror drepturi sau interese legitime au fost lezate prin prezentarea unor fapte inexacte 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.

Articolul 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 programului care a produs lezarea.

Articolul 62

Termenul de transmitere a cererii este de cel mult 20 de zile de la data difuzării emisiunii în care s-a produs lezarea.

Articolul 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).

Articolul 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 material realizat de radiodifuzor, prin care acesta corectează, în spiritul adevărului, informațiile inexacte care au produs lezarea.

(2) Radiodifuzorul este obligat să precizeze emisiunea în care au fost prezentate informațiile inexacte și data difuzării ei.

(3) Radiodifuzorul nu poate difuza rectificarea fără acordul prealabil al persoanei lezate.

Articolul 65

Rectificarea poate fi refuzată de radiodifuzor în următoarele condiții:

- a) solicitarea a depășit termenul prevăzut la art. 55;
- b) solicitarea nu îndeplinește condițiile stabilite la art. 50 alin. (2) și la art. 60.

Capitolul IV

Sesizarea Consiliului Național al Audiovizualului

Articolul 66

(1) 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 careia 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.

(2) 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 de la data difuzării programului care a produs lezarea.

Articolul 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.

Articolul 68

Consiliul Național al Audiovizualului este obligat să se pronunțe asupra sesizării în termen de cel mult 7 zile de la data înregistrării ei.

Articolul 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.

Articolul 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

Articolul 71

(1) În programele de știri și dezbateri informarea în probleme 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 problemele sunt în dezbateri publice;
- 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 solicitați refuză să își precizeze punctul de vedere, acest fapt se menționează pe post.

Articolul 72

Principiile enunțate la art. 71 alin. (1) nu exclud posibilitatea radiodifuzorului de a-și exprima opinia în legătură cu subiectul prezentat.

Articolul 73

În vederea respectării și garantării prevederilor art. 3 alin. (1) și (2) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și 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 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.

Articolul 74

(1) În programele de știri radiodifuzorii aflați sub jurisdicția României vor respecta regula celor trei părți, după cum urmează:

- a) o treime din timpul total destinat exprimării reprezentanților puterii și opoziției va fi alocată opoziției parlamentare (senatori, deputați, persoane cu funcții de conducere în partide, primari, consilieri locali și județeni);
- b) o treime din timpul total destinat exprimării reprezentanților puterii și opoziției va fi alocată reprezentanților autorității publice centrale (primul-ministru, miniștri, secretari de stat, prefecți și purtători de cuvânt ai acestora);
- c) o treime din timpul total destinat exprimării reprezentanților puterii și opoziției va fi alocată partidelor care formează majoritatea parlamentară (senatori, deputați, persoane cu funcții de conducere în partide, primari, consilieri locali și județeni).

(2) Se exceptează de la regula celor trei părți:

- 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.

(3) Monitorizarea respectării regulii celor trei părți se realizează pe perioade glisante de două luni consecutive; în cazul constatării unui dezechilibru evident, Consiliul Național al Audiovizualului va solicita radiodifuzorului să restabilească echilibrul în luna ce urmează perioadei monitorizate.

Articolul 75

Numărul reprezentanților puterii și ai opoziției, participanți la alte emisiuni decât cele de știri, va fi egal; respectarea acestei reguli se monitorizează în conformitate cu dispozițiile art. 74 alin. (3).

Articolul 76

În cadrul programelor de știri și dezbateri care abordează probleme de interes public privind minoritățile etnice, religioase sau sexuale se va prezenta și un punct de vedere al acestora.

Articolul 77

Radiodifuzorii trebuie să precizeze calitatea politică a persoanelor care își exprimă punctele de vedere în cadrul emisiunilor informative sau de dezbateri.

Articolul 78

În cadrul emisiunilor cu caracter informativ și al dezbaterilor 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;
- c)** să asigure o distincție clară între reconstituirea faptului cu ajutorul altor persoane și imaginile și/sau sunetul înregistrate la evenimentul real;
- d)** în cazul prezentării de materiale audiovizuale provenind din surse externe redacției, să se precizeze acest lucru; fac excepție materialele audiovizuale provenite de la agențiile de presă;
- e)** în enunțarea unor ipoteze sau a unor relații de cauzalitate privind producerea unor eventuale catastrofe, să se solicite și un punct de vedere al unei persoane cu competență în domeniu;
- f)** sondajele de opinie prezentate să fie însoțite de următoarele informații:
 - denumirea instituției care a realizat sondajul;
 - data sau intervalul în care a fost efectuat sondajul și metodologia utilizată;
 - dimensiunea eșantionului și eroarea maximă de eșantionare;
 - solicitantul sondajului;
- g)** televotul sau anchetele făcute pe stradă să nu fie prezentate ca fiind reprezentative pentru opinia publică sau pentru un anumit grup social ori etnic;
- h)** să se precizeze numărul mesajelor primite prin orice mijloace de comunicare, atunci când se prezintă opiniile publicului;
- i)** difuzarea de mesaje în timpul emisiunilor, primite prin orice mijloace de comunicare, este posibilă numai în situația în care radiodifuzorii asigură un mod de verificare publică a acestora.

Articolul 79

În cazurile de răpiri sau deturnări, radiodifuzorii trebuie să se asigure că materialele audiovizuale difuzate nu aduc prejudicii eforturilor depuse pentru soluționarea lor și nu pun în pericol viețile persoanelor în cauză.

Articolul 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.

Articolul 81

- (1)** 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.
- (2)** 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.
- (3)** Nu se vor preciza numele victimelor până la comunicarea sau confirmarea oficială a acestora.

Articolul 82

- (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 aducă la cunoștință publicului, în mod repetat, informațiile, prognozele generale și avertizările meteorologice referitoare la fenomenele meteorologice periculoase, furnizate de Centrul meteorologic național.

Articolul 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 obligatoriu și informația provenită de la sursa autorizată legal, cu menționarea acesteia.

Articolul 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) 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.
- (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.

Articolul 85

- (1) Prezența siglei serviciului de programe de televiziune pe întreaga durată a difuzării, cu excepția timpului afectat publicității, este obligatorie.
- (2) Afișarea pe ecran a informațiilor ce se impun pentru precizarea caracterului transmisiei este obligatorie în următoarele cazuri:
 - a) la transmiterea în direct a unor emisiuni, evenimente sau manifestări, cu excepția buletinelor de știri, se va face mențiunea "Transmisie în direct" sau "Direct" pe întreaga durată a emisiunii ori transmisiei;
 - b) la difuzarea în reluare a emisiunilor informative, politice, social-economice, sportive, culturale, religioase și de divertisment, se va face mențiunea "Reluare" sau "În reluare" pe întreaga durată a difuzării acestora.

Articolul 86

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.

Articolul 87

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.

Titlul V Responsabilități culturale

Articolul 88

Radiodifuzorii au obligația de a asigura respectarea normelor ortografice, ortoepice și morfologice ale limbii române, stabilite de Academia Română.

Articolul 89

Programele oferite publicului de posturile de radio și de televiziune trebuie să răspundă standardelor editoriale elaborate în cadrul mecanismelor de autoreglementare, cu respectarea normelor europene și a legislației naționale în materie, să reflecte diversitatea culturală, în respectul identității naționale și europene.

Articolul 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.

Articolul 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 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.

Articolul 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.

Articolul 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.

Articolul 94

Începând cu data de 1 ianuarie 2007, 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 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.

Articolul 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.

Articolul 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 și seriale pentru televiziune;
- c) conținutul serviciului de programe este exclusiv de interes local.

(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:

- a) nu difuzează filme artistice de lung metraj și seriale pentru televiziune;
- b) conținutul serviciului de programe este exclusiv de interes local.

Articolul 97

Consiliul Național al Audiovizualului va monitoriza îndeplinirea dispozițiilor art. 94 și 95, prin evaluarea și autorizarea programelor audiovizuale difuzate.

Articolul 98

Începând cu data de 1 ianuarie 2007, radiodifuzorii vor prezenta trimestrial Consiliului Național al Audiovizualului un raport, conform modelului prezentat în anexa nr. 2 care face parte integrantă din prezentul cod.

Titlul VI Jocuri și concursuri

Articolul 99

(1) Jocurile și concursurile trebuie să se desfășoare în mod corect, premiile trebuie să fie prezentate cu exactitate, iar regulile trebuie să fie clare și aduse la cunoștință în mod corespunzător.

(2) Este interzisă descrierea calității produselor sau a serviciilor oferite ca premii în emisiunile-concurs, cu excepția mărcii și a prețului.

(3) Fac excepție de la prevederile alin. (2) produsele sau serviciile culturale.

Articolul 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.

Articolul 101

(1) Comunicarea în cadrul unei emisiuni sau al unui program a numerelor de apel ale serviciilor de telefonie, în scopul invitării publicului de a participa la un concurs cu premii sau televot ori pentru a-și exprima opiniile, 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 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 afişare 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 afişării 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.

Titlul VII

Sponsorizare, publicitate, teleshopping

Capitolul I

Sponsorizare

Articolul 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 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.

(5) Atunci când un anunț promoțional conține o referire la sponsorul programului, aceasta trebuie să fie scurtă și secundară.

(6) În anunțul sponsorului nu trebuie să existe nici o conexiune cu publicitatea difuzată referitoare la produsele sau serviciile sponsorului.

Articolul 103

(1) Nu pot fi sponsorizate emisiuni de știri și dezbateri pe teme politice; nu poate fi sponsorizat întregul serviciu de programe.

(2) Emisiunile/programele audiovizuale nu pot fi sponsorizate de către persoane fizice ori juridice care au ca obiect principal de activitate fabricarea sau vânzarea de produse ori furnizarea de servicii a căror publicitate este interzisă.

(3) Sponsorizarea programelor de către persoane fizice sau juridice ale căror activități includ fabricarea ori comercializarea produselor medicale sau a tratamentelor medicale se poate face numai prin promovarea numelui sau a imaginii persoanei respective.

Articolul 104

Este interzisă difuzarea în intervalul orar 6,00-23,00 a emisiunilor sponsorizate de companiile al căror nume sau marcă este identică cu numele ori marca unei băuturi alcoolice.

Articolul 105

(1) În cazul emisiunilor destinate copiilor 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.

Articolul 106

(1) Ori de câte ori o emisiune 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 emisiunilor/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 cu o durată de până la 30 de minute, timpul maxim de difuzare este de 30 de secunde.

Capitolul II **Publicitate și teleshopping**

Secțiunea 1 **Dispoziții generale**

Articolul 107

Publicitatea și teleshoppingul vor respecta regulile unei competiții corecte și transparente, care trebuie să servească, în primul rând, interesele publicului.

Articolul 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, pe motivul că acestea din urmă devin inutile sau improprii folosinței.

Articolul 109

Este interzisă orice formă de publicitate care sugerează publicului să renunțe la fructele și la alimentele naturale de bază.

Articolul 110

Publicitatea comparativă este posibilă numai în cazul în care respectă prevederile [Legii nr. 148/2000](#) privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare.

Articolul 111

Durata publicității și a teleshoppingului nu constituie un motiv care să justifice înlăturarea obligațiilor de informare corectă a publicului în legătură cu bunurile sau serviciile promovate.

Articolul 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.

Articolul 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.

Articolul 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, 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.
- (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.

Articolul 115

Publicitatea sau teleshoppingul care se referă la o ofertă specială trebuie să indice, în mod clar și neechivoc, data la care încetează oferta sau, dacă este cazul, faptul că oferta specială se referă la stocul de bunuri ori de servicii disponibil, iar dacă oferta specială nu a început încă, data de începere a perioadei în care se aplică prețul special sau alte condiții specifice.

Articolul 116

- (1)** Este interzisă difuzarea de publicitate și de teleshopping în care apar 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.

Articolul 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 anunțuri promoționale.

(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".

Articolul 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;
- 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.

Articolul 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.

Articolul 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.

Articolul 121

(1) În mod excepțional, în cadrul serviciilor de programe de televiziune se pot difuza, în intervalul orar 20,00-22,00, 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.

Articolul 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.

Articolul 123

Societatea Română de Televiziune poate difuza în timpul transmisiilor sportive minispoturi publicitare, spoturi difuzate izolat și logouri, cu respectarea condițiilor precizate la art. 118-120.

Articolul 124

În cazul transmisiilor în direct, publicitatea nu trebuie să afecteze integritatea programelor respective.

Articolul 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;
- 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

Articolul 126

(1) În cadrul serviciilor de programe de televiziune este interzisă, în intervalul orar 6,00-22,00, orice formă de publicitate la băuturi spirtoase.

(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.

Articolul 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.

Articolul 128

Este interzisă difuzarea de publicitate la băuturi alcoolice, prin care se promovează comportamente sau atitudini violente, agresive ori antisociale.

Articolul 129

Este interzisă difuzarea de spoturi publicitare la alcool, în care apar minori.

Articolul 130

Este interzisă difuzarea anunțurilor promoționale 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.

Articolul 131

Transmisiile sportive sponsorizate de producătorii de băuturi spirtoase pot fi difuzate numai în intervalul orar 23,00-6,00.

Articolul 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.

Articolul 133

În publicitatea pentru băuturi spirtoase este interzisă folosirea de personaje, de decoruri sau situații din emisiunile difuzate.

Articolul 134

Calupurile publicitare în care se promovează băuturi spirtoase se vor încheia cu avertismentul sonor și vizual: "Consumul excesiv de alcool dăunează grav sănătății."

Secțiunea a 3-a Publicitate la alimente

Articolul 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, "Ajută la o digestie sănătoasă") se vor baza pe fapte științifice solide și nu vor crea impresii înșelătoare privind beneficii nutriționale sau de sănătate ale alimentului respectiv.

Articolul 136

Ilustrarea cu fructe și/sau cu porțiuni vegetale nu este permisă decât în cazul în care fructele (sau părți de fruct - suc de fructe, pulpă de fruct) și/sau porțiunile vegetale sunt înscrise pe eticheta produsului și se regăsesc în conținutul său în proporție de minimum 4%.

Articolul 137

În cazul utilizării la fabricarea alimentelor numai a aromelor, se interzic ilustrarea, desenarea sau orice alte forme de reprezentare a fructelor și/sau a porțiunilor vegetale.

Articolul 138

Nu se vor atribui alimentelor proprietăți de prevenire, tratare sau vindecare a bolilor și nu se vor face referiri la astfel de proprietăți; sunt exceptate de la această interdicție apele minerale naturale care sunt utilizate ca medicamente sau în scopuri curative în stațiunile balneare.

Secțiunea a 4-a

Publicitate la produse medicamentoase

Articolul 139

Prin publicitate audiovizuală pentru produse medicamentoase și tratamente medicale se înțelege orice formă de promovare, efectuată în cadrul serviciilor de programe, destinată să stimuleze distribuirea, consumul sau vânzarea acestora.

Articolul 140

(1) Publicitatea și teleshoppingul sunt permise numai în cazul produselor medicamentoase și al tratamentelor medicale care nu necesită prescripție medicală.

(2) Reclama va avertiza publicul dacă produsele eliberate fără prescripție medicală conțin substanțe ce pot dăuna sănătății.

Articolul 141

Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul la produsele medicamentoase care conțin substanțe psihotrope sau narcotice, în sensul convențiilor internaționale.

Articolul 142

Publicitatea pentru produsele medicamentoase trebuie să susțină folosirea rațională a acestora, să le prezinte în mod obiectiv, fără a le exagera calitățile terapeutice.

Articolul 143

(1) Promovarea produselor medicamentoase în serviciile de programe 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: "Acest produs se poate elibera fără prescripție medicală. Se recomandă citirea cu atenție a prospectului. Dacă apar manifestări neplăcute, adresați-vă medicului sau farmacistului."

(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.

Articolul 144

(1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru produse medicamentoase, vitamine, suplimente alimentare, nutrienți, suplimente nutritive 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, produse medicamentoase, tratamente medicale, vitamine, suplimente alimentare, nutrienți sau suplimente nutritive.

(3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru produse alimentare destinate copiilor, produse medicamentoase, vitamine, suplimente alimentare, nutrienți, suplimente nutritive și tratamente medicale, dacă prezentările conțin recomandări sau avize ale asociațiilor medicale.

Articolul 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 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 produse medicamentoase, vitamine, suplimente alimentare, nutrienți, suplimente nutritive și tratamente medicale nu pot sponsoriza programele sau emisiunile destinate copiilor.

(4) Publicitatea și teleshoppingul la produse și tratamente pentru disfuncții sexuale sau probleme de natură sexuală ori pentru creșterea sânilor nu pot fi difuzate decât în intervalul orar 22,00-6,00 și trebuie însoțite de avertizarea că aceste produse nu sunt destinate copiilor.

Articolul 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 al căror cost este compensat.

(2) 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.

Articolul 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 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 medicamentoase asupra organismului uman sau a unor părți ale acestuia;
- j)** să evidențieze că respectivul produs medicamentos este autorizat de Agenția Națională a Medicamentului.

Articolul 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)** "Produs neatestat medical";
- b)** "Metodă neatestată medical".

(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.

Articolul 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.

Articolul 150

Este interzisă difuzarea de emisiuni sau teleshopping în care sunt prezentate 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 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.

Articolul 151

(1) 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 ori mentale care în mod normal sunt bune.

(2) Promovarea în serviciile de programe audiovizuale de radio și de televiziune a suplimentelor alimentare, suplimentelor nutritive, vitaminelor și nutrienților va 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.

Articolul 152

Emisiunile audiovizuale, publicitatea și teleshoppingul destinate produselor sau tratamentelor pentru slăbit și pentru menținerea greutății corporale, fără indicații terapeutice, vor respecta următoarele condiții:

a) să existe dovezi medicale, de încredere, pentru fiecare afirmație, privind efectele benefice ale produselor sau tratamentelor;

b) să indice, când se afirmă că greutatea unei persoane a scăzut cu o anumită valoare, perioada în care s-a realizat această scădere;

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;

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 calorile/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 "substitut alimentar complet pentru slăbit" sau "substitut alimentar parțial pentru slăbit";

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.

Articolul 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: "Consultați medicul înainte de a urma dieta"; dieta trebuie prezentată sau promovată ca o măsură pe termen scurt.

(2) Sunt interzise mărturiile sau relatările unor cazuri particulare care să justifice urmarea dietei respective.

Articolul 154

Publicitatea și teleshoppingul pentru orice fel de produs sau tratament pentru slăbit ori pentru menținerea greutății corporale vor respecta următoarele condiții:

a) nu se vor adresa persoanelor sub 18 ani și vor avertiza publicul asupra acestui aspect printr-un insert scris și/sau sonor;

b) nu pot fi difuzate în emisiunile pentru copii sau în pauzele publicitare care precedă ori urmează unor astfel de emisiuni;

c) nu se vor adresa în mod direct persoanelor obeze, nu vor 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) nu vor sugera sau nu vor afirma că a fi subponderal este adecvat sau de dorit.

Secțiunea a 5-a

Publicitatea politică și publicitatea referitoare la exercitarea unor profesii

Articolul 155

(1) În sensul prezentului cod, constituie publicitate politică clipurile publicitare care promovează un partid, un om politic sau un mesaj politic.

(2) Publicitatea politică este interzisă, cu excepția perioadelor de campanie electorală.

Articolul 156

- (1) Este interzisă publicitatea la cabinetele notariale și la orice formă de exercitare a profesiei de avocat.
- (2) Este interzisă publicitatea care promovează executori judecătorești și experți judiciari.

Articolul 157

- (1) Membrii activi ai barourilor de avocați nu pot realiza sau modera emisiuni în care se dezbat cazuri aflate în cercetare ori pe rolul instanțelor de judecată.
- (2) Participarea și intervențiile avocaților în emisiunile audiovizuale în care se dezbat cazuri aflate în cercetare sau pe rolul instanțelor și în care aceștia sunt angajați vor respecta normele deontologice ale profesiei de avocat.

Articolul 158

- (1) Este interzisă orice formă de publicitate pentru furnizarea de servicii medicale publice, de stat și private.
- (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.

Secțiunea a 6-a Emisiuni de teleshopping

Articolul 159

- (1) Emisiunea de teleshopping constă în difuzarea către public a unor oferte de comercializare directă privind furnizarea contra cost a unor bunuri, inclusiv imobiliare și necorporale, sau, după caz, prezentarea unor servicii, disponibile printr-un contract la distanță.
- (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](#).

Articolul 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.

Articolul 161

Dispozițiile art. 160 nu se aplică serviciilor de programe dedicate exclusiv teleshoppingului.

Titlul VIII Sanțiuni și dispoziții finale

Articolul 162

- (1) Nerespectarea prevederilor art. 23, 25 și ale art. 28 alin. (2), art. 43, 44 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;
 - d) durata emisiunii;
 - e) audiența înregistrată.
- (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.

Articolul 163

La data intrării în vigoare a prezentei decizii se abrogă [Decizia Consiliului Național al Audiovizualului nr. 130/2006](#) privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 250 din 20 martie 2006, cu modificările ulterioare.

Președintele Consiliului Național al Audiovizualului,

Ralu Filip

București, 3 aprilie 2006.

Nr. 187.

Anexa 1

MARCAJ CAMERA ASCUNSĂ



Anexa 2

RAPORT

privind procentul rezervat operelor europene în perioada

Denumirea radiodifuzorului (titularul licenței audiovizuale):

Denumirea serviciului de programe/Licența audiovizuală nr.	Procent din timpul de difuzare rezervat operelor europene	Opere europene create de producători independenți		Observații
		Procent din timpul de difuzare sau din bugetul de programe	Opere recente, procent din col. 3	
1	2	3	4	5