



DEPUTAT ÎN PARLAMENTUL REPUBLICII MOLDOVA

MD-2073, Chișinău, bd. Ștefan cel Mare nr.105

www.parlament.md

29 februarie 2012

FPD₂ Nr. 7

Biroul Permanent al Parlamentului Republicii Moldova

În conformitate cu dispozițiile art.73 din Constituția Republicii Moldova și prevederile art.47 din Regulamentul Parlamentului se înaintează cu titlu de inițiativă legislativă proiectul de lege pentru modificarea și completarea Legii nr.1227-XII din 27 iunie 1997 cu privire la publicitate și a Legii nr.5 din 09.02.2006 cu privire la asigurarea egalității de șanse între femei și bărbați.

Anexe:

1. Proiectul de lege pentru modificarea și completarea Legii nr.1227-XII din 27 iunie 1997 cu privire la publicitate și a Legii nr.5 din 09.02.2006 cu privire la asigurarea egalității de șanse între femei și bărbați
2. Notă explicativă la proiectul de lege nominalizat.

Deputat în Parlament:

Valentina Stratan

V. Stratan

SECRETARIATUL PARLAMENTULUI REPUBLICII MOLDOVA	
D.D.P. Nr.	427
29	2012
Ora	

PARLAMENTUL REPUBLICII MOLDOVA

LEGE

pentru modificarea și completarea Legii nr.1227-XII din 27 iunie 1997 cu privire la publicitate și a Legii nr.5 din 09.02.2006 cu privire la asigurarea egalității de șanse între femei și bărbați

Parlamentul adopta prezenta lege organica.

Art. 1. Legea cu privire la publicitate nr. 1227_XII din 27 iunie 1997 (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1997, nr. 67-68, art. 555) cu modificările ulterioare, se completează după cum urmează:

1. În articolul 1, în definiția noțiunii "publicitate neadecvată", după cuvântul "amorală" se introduce cuvântul "sexistă".
2. Articolul 8 alineatul (11) se completează cu litera f) cu următorul cuprins:
" f) să reproducă prejudecăți sau stereotipuri eronate despre un gen sau sex "
3. După articolul 11 se introduce Articolul 11¹ cu următorul cuprins:
"Articolul 11¹. Publicitatea sexistă
(1) Se consideră sexistă publicitatea care:
 - a) reproduce, ilustrează sau promovează în orice fel o atitudine sau un comportament despre un gen sau sex ca fiind inferior, sau mai puțin competent, sau mai puțin valoros decît celălalt gen sau sex;
 - b) face uz de prejudecăți sau stereotipuri în prezentarea eronată a imaginii femeii sau a bărbatului, sau a aspectul social al relațiilor dintre femei și bărbați, sau a masculinității sau feminității;
(2) Publicitatea sexistă este interzisă."

Art. 2. Legea cu privire la asigurarea egalității de șanse între femei și bărbați nr. 5 din 09.02.2006 (Monitorul Oficial al Republicii Moldova din 24.03.2006 nr. 47-50 art. Nr. 200) cu modificările ulterioare, se completează după cum urmează:

1. În articolul 2, după definiția noțiunii "sex", se introduce noțiunea cuvântului "sexism" cu următorul conținut:

"sexism - o formă de discriminare în bază de sex exprimată prin comportament, atitudine sau condiții despre un gen sau sex ca fiind inferior, sau mai puțin competent, sau mai puțin valoros decît celălalt gen sau sex, sau care face uz de prejudecăți sau stereotipuri în prezentarea eronată a imaginii femeii sau a bărbatului, sau a aspectului social al relațiilor dintre femei și bărbați, sau a masculinității sau feminității."

NOTA INFORMATIVĂ

la proiectul de Lege pentru completarea Legii nr. 1227-XII din 27 iunie 1997 cu privire la publicitate și a Legii nr. 5 din 09.02.2006 cu privire la asigurarea egalității de șanse între femei și bărbați

Programului Național de asigurare a egalității de gen pe anii 2010 – 2015, adoptat prin hotărârea de Guvern nr. 933 din 31.12.2009, publicat în M.O. nr. 5-7 din 19.01.2010 art. Nr 27, având drept scop *identificarea și asigurarea oportunităților, condițiilor și modalităților de realizare eficientă a egalității de gen în Republica Moldova*, indică la art. 51 următoarele obiective specifice în sfera creșterii nivelului de conștientizare publică: a) stimularea prezentării imaginilor pozitive a femeilor și bărbaților și a statutului, responsabilităților egale în sfera publică și privată; **b) combaterea imaginii sexiste în spoturile publicitare și mijloacele de informare în masă**; c) creșterea gradului de conștientizare în rândurile femeilor și bărbaților, fetelor și băieților privind drepturile omului.

Pentru atingerea acestor obiective se propune: a) **inițierea și revizuirea cadrului legislativ de reglementare în domeniul mass-media prin prisma de gen**, luând în considerare bunele practici la nivel internațional; d) implicarea bărbaților în promovarea principiului de șanse egale pentru femei și bărbați.

Aceste prevederi au fost incluse în **Programul Național** reieșind din dispozițiile **Convenției ONU** pentru eliminarea tuturor formelor de discriminare față de femei (CEDAW) la care a aderat Republica Moldova prin Hotărârea Parlamentului nr. 87 – XIII din 28 aprilie 1994. Și anume, art. 2 lit a) – g) a Convenției impune obligații pozitive asupra Republicii Moldova de a lua toate măsurile, inclusiv legislative, pentru prevenirea, oprirea și preîntâmpinarea practicilor discriminatorii față de femei.

Art. 5 lit a) a Convenției în mod expres stipulează obligația Republicii Moldova de a modifica atitudinile social-culturale a femeilor și a bărbaților în scopul eliminării prejudecăților, tradițiilor și a oricărui practici care au la bază ideea de inferioritate sau superioritate a unuia din sexe sau roluri stereotipizate pentru bărbați și femei.

În 2006 Republica Moldova a prezentat Comitetului specializat ONU Raportul său periodic național asupra implementării prevederilor Convenției ONU pentru eliminarea tuturor formelor de discriminare față de femei (CEDAW). După examinarea amănunțită a acestuia, Comitetul a exprimat o profundă îngrijorare pentru persistența atitudinilor patriarhale și a stereotipurilor adânc înrădăcinate privind rolurile și responsabilitățile femeilor și a bărbaților în familie și în societate în Republica Moldova. Această stare de lucruri afectează situația femeilor, în particular pe piața ocupării forței de muncă și cu privire la participarea lor în viața politică și publică. În acest context, Comitetul a recomandat Guvernului Republicii Moldova să

”încurajeze mass-media să utilizeze imagini pozitive a femeilor, a statutului și responsabilităților egale ale femeilor și bărbaților în sferele publică și private”.

Astfel, analiza cadrului legislativ național din Republica Moldova, în contextul normelor de drept internațional și drept constituțional, permit constatarea că **legislația nu reglementează eficient raporturile juridice ce apar în procesul producerii, amplasării și difuzării materialelor publicitare în care femeile și bărbații apar în poze umilitoare, semi nude, cu exploatarea nudității și a sexualității umane în promovarea unor produse și servicii care adeseori nu au nici o relevanță cu femeile sau bărbații.**

Dispozițiile legale la ziua de azi nu pot stopa avalanșa crescândă și abuzivă din ultimii ani a unor astfel de material publicitare, împânzind întreaga capitală și celelalte localități, și răspândite prin absoluta majoritate a mijloacelor de informare în masă (televiziune, publicitate stradală, internet, presa scrisă, flyere, broșuri, afișe, etc.). Acestea încalcă normele unanim acceptate ale moralității în societate, având de regulă un impact negativ asupra copiilor și a tineretului care cresc cu înțelegerea eronată a ceea ce înseamnă feminitate, rolul femeii și a bărbatului în societate, replicând stereotipuri și prejudecăți în relațiile sale cu semenii săi.

Consumatorii de publicitate s-au arătat indignați deseori de faptul că autoritățile publice locale permit afișarea publicității stradale ofensatoare la adresa femeilor sau a bărbaților, de faptul că de pe ecranele de televizor în plină zi și în ore de maxima audiență se difuzează spoturi publicitare în care se exploatează sexualitatea feminină sau corpuri seminude pentru a promova anumite produse sau servicii.

Se constată că în legislație nu există norme de drept care să impună anumite obligații asupra producătorilor, difuzorilor și distribuitorilor de publicitate dar și dreptul consumatorului de publicitate de a solicita interdicția unor astfel de material publicitare ofensatoare și repararea prejudiciului adus.

În prezent, Instanțele judiciare se confruntă cu dificultatea de a da apreciere imaginilor publicitare în condițiile lipsei normelor de drept care să definească termenul ”sexism” și în lipsa unei clare interdicții asupra publicității sexiste.

Programul Național de asigurare a egalității de gen pe anii 2010 – 2015 folosește termenul ”sexism” însă fără definirea acestuia. **Sexism** este o formă de discriminare în bază de *sex* exprimată prin comportament, atitudine sau condiții care reîntăresc stereotipurile de gen existente în societate. Pentru că acest termen este strâns legat de politicile statutului în vederea asigurării egalității de gen, pentru realizarea scopurilor Planului Național se cere introducerea noțiunii termenului ”**sexism**” în Legea nr. 5 cu privire la asigurarea egalității de șanse între femei și bărbați care va face posibilă identificarea publicității sexiste de către autoritățile publice abilitate conform Legii nr.1227 cu privire la publicitate.

Legea cu privire la publicitate nr. 1227 și Codul Contravențional, au deja un mecanism de identificare și expertizare a publicității cu aplicarea sancțiunilor contravenționale atunci când se constată încălcări.

Agencia Națională de Protecție a Concurenței (în continuarea ANPC), instituită prin Legea nr. 1103-XIV din 30 iunie 2000 cu privire la protecția concurenței, astăzi exercită expertizarea publicității în baza art. 28 al Legii nr. 1227 și Legea nr. 1103 prin Comisia de Experți în domeniul publicității pe lângă ANPC și adoptă decizii de sancționare când este relevant. Art. 364 din Codul Contravențional recunoaște drept contravenție încălcarea legislației privind publicitatea și oferă competență atât ANPC-ului cât și organelor afacerilor interne de a constata încălcarea legislației cu privire la publicitate prin încheierea proceselor-verbale care se remit instanței de judecată pentru examinare în fond.

Mecanismul existent la ziua de azi are capacitatea de a identifica publicitatea neadecvată și a sancționa furnizorii, producătorii și difuzorii de publicitate care încalcă legislația în domeniu. **Odată cu completarea Legii nr. 1227 cu prevederi care interzic publicitatea sexistă, după cum se propune prin acest proiect, ANPC-ul și organele afacerilor interne, vor avea posibilitatea reală de a sancționa publicitatea sexistă pentru care azi nu există răspundere. Totodată, oricare persoană ofensată de publicitate va putea sesiza autoritățile publice dar și depune cereri în judecată pentru repararea prejudiciului adus cu expertizarea publicității la ANPC.**

În lumina celor remarcate aici, s-a conturat necesitatea de a stopa și a preveni pe cale legislativă a practicii de a utiliza/exploata în mod deschis ori voalat a sexualității corpului feminin sau masculin, sau a părților corpului, în scopuri publicitare – se propune spre examinare și adoptare de către Parlament a proiectului de lege pentru completarea Legii cu privire la publicitate nr. 127 din 27 iunie 1997 și a Legii cu privire la asigurarea egalității de șanse între femei și bărbați nr. 5 din 09 februarie 2006.

Este necesar de remarcat, că adoptarea proiectului de lege nominalizat și implementarea acestuia nu va necesita alocarea mijloacelor financiare suplimentare din contul bugetului de stat.

**Deputat în Parlament:
Valentina STRATAN**

V. Stratan