



CONSILIUL NAȚIONAL PENTRU COMBATEREA DISCRIMINĂRII
Autoritate de stat autonomă

Operator de date cu caracter personal nr. 11375

HOTĂRÂREA NR. 119
din data de 10.02.2016

Dosar nr. 587/2015

Petiția nr. 6408/05.09.2015

Petent:

Reclamat: Mediafem–Blockbuster Media Metav Business Park

Obiect:.difuzarea unui spot publicitar în mass-media, care poate crea o discriminare de gen.

I. Numele, domiciliul sau reședința părților

I.1. Numele, domiciliul, reședința sau sediul petenților.

I.1.1.....

I.1.2 Numele, domiciliul, reședința sau sediul reclamatului

I.1.3 Mediafem–Blockbuster Media Metav Business Park, loc. București, str. Biharia, nr.67-77, sector 1.

II. Obiectul sesizării și descrierea presupusei fapte de discriminare

2.1 Petentul susține că a fost difuzat un spot publicitar, cu o țintă clară, și anume “racolarea exclusivă a persoanelor de gen feminin, în vederea efectuării de cursuri de recalificare și reconversie profesională în domeniul televiziunii și radioului, sub sloganul *egalității de șanse și de gen*”.

III. Procedura de citare

3.1 Prin adresa înregistrată cu nr.6408.02.11.2015, a fost citat domnulîn calitate de petent, pentru data de 03.12.2015. Procedură legal îndeplinită.

3.2 Prin adresa înregistrată cu nr.7014.02.11.2015, a fost citat *Mediafem Școala Națională de Jurnalism –Blockbuster Media Metav Business Park*, în calitate de reclamat, pentru data de 03.12.2015. Procedură legal îndeplinită.

3.3 Prin adresa înregistrată cu nr.7406.20.11.2015, i s-a cerut un punct de vedere *Consiliului Național al Audiovizualului*, cu privire la obiectul petiției.

IV. Susținerile părților

Susținerile petentului

4.1 Petentul susține că partea reclamată, care poate fi găsită și pe blogul <http://www.mediafem.ro/contact/>, racolează exclusiv persoane de gen feminin în vederea efectuării de cursuri de recalificare și reconversie profesională în domeniul televiziunii și radioului, sub sloganul *egalității de șanse și de gen*. Ca urmare a acestor lucruri, petentul se întreabă retoric: "...unde este egalitatea de șanse și de gen dacă participanții sunt exclusiv femei?, pornindu-se de la premiza nedovedită că femeile sunt discriminate în România. Iar pentru a compensa această situație, trebuie inițiate acțiuni vindicative de discriminare a bărbaților prin nepermiterea accesului acestora la cursurile de recalificare profesională și nicidecum sesizarea către instituțiile abilitate ale pretinselor cazuri de discriminare, chiar dacă statul român a implementat o legislație în acest sens, discriminarea de orice fel fiind interzisă. De asemenea, instituția în cauză utilizează spoturi publicitare defăimătoare la adresa anumitor categorii sociale prin aluzii discriminatorii generalizatoare și prin declarații false menite să incite la ură și la învrăjpire socială pe criterii de gen ca de exemplu: *ei te vor seducătoare, nu competentă*".

4.2 Petentul se arată nedumerit și nu înțelege ce categorie de oameni este vizată prin spotul publicitar reclamat: "care ei? bărbații? care bărbați? toți bărbații? inclusiv președintele țării? pe cine anume vor seducătoare și nu competentă? seducția exclude competența? competența exclude capacitatea de seducție? competentă în ce domeniu?. Spotul publicitar a fost difuzat pe mai multe posturi de televiziune naționale, precum Antena 1 și 3, PRO TV. Spotul a putut fi vizionat la adresa: <https://www.youtube.com/watch?v=otKvdPpk2qw>. În plus, pe blogul găzduit de site-ul mediafem, o persoană afișează un discurs extremist prin care încearcă să își impună propriile concepții, recurgând la injurii și invective implicite față de persoanele care nu subscriu punctului dumneai de vedere. Aceasta afirmă, citez: *toți oamenii normali ar trebui să fie feminisți*". "Deci, dacă nu subscriu la mentalitatea dânzei asta înseamnă că nu sunt normal? Ce autoritate are această persoană să legifereze ce este normal și ce nu?. Articolul complet îl puteți găsi la <http://www.mediafem.ro/blog/laura-leonte-toti-Qamenii-normali-ar-trebuie-sa-fie-feministi/>. Totodată trebuie precizat că site-ul respectiv este finanțat cu bani europeni, prin Fondul Social European, prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013, ceea ce ridică serioase semne de întrebare cu privire modul de folosire al banilor".

Susținerile părții reclamate

4.3 Partea reclamată susține că spotul publicitar face parte dintr-un proiect finanțat prin POSDRU 2007 - 2013 și se adresează numai femeilor și experților mass-media, aceasta fiind o condiție cuprinsă atât în Apelul de proiecte 144, lansat de AM POSDRU, cât și în Documentul Cadru de Implementare al POSDRU. "Proiectul are ca obiectiv general consolidarea principiului egalității de șanse și de gen în cadrul comunității mass-media, atât prin instruirea membrilor activi, cât și prin calificarea și recalificarea celor activi sau a celor care doresc să intre în această comunitate, pentru conștientizarea drepturilor egale, depășirea stereotipurilor culturale și creșterea incluziunii femeilor și a grupurilor vulnerabile. Proiectul are, de asemenea, ca obiective specifice:

1. Creșterea nivelului de competențe profesionale a 852 de femei și experți mass-media în domeniul serviciilor mass-media și conexe, competențe ce le vor propulsa pe cursante pe piața regională, națională și europeană de profil. Acestea se vor realiza prin organizarea de cursuri de formare profesională pentru calificări profesionale acreditate de către Autoritatea Națională pentru Calificări.

2. Informarea a peste 1.000.000 de persoane cu privire la beneficiile formării profesionale continue și avantajele mobilității ocupaționale, sectoriale și geografice a forței de muncă, printr-o campanie de informare.

3. Promovarea principiului egalității de șanse și de gen în cadrul societății civile și a participării la procese de învățare continuă, inclusiv prin instruirea în domeniul egalității de șanse a 140 de experți mass-media.

4.4 Partea reclamată menționează că “la baza ideii de la care s-a plecat în realizarea spotului au stat concluziile unui studiu de sondare a opiniei publice elaborat de INSOMAR, prin care se confirmau stereotipurile în ceea ce privește încadrarea femeilor pe piața muncii. În urma cercetării a rezultat că discriminarea nu are o dimensiune unanim masculină. *Ei reprezintă membrii societății nesegregați pe gen*”. “Având în vedere contextul în care spotul a fost realizat, precum și scopul acestuia, afirmațiile potrivit cărora *se dorește racolarea unor persoane de gen exclusiv feminin în vederea efectuării unor cursuri de recalificare profesională în domeniul televiziunii, ceea ce constituie segregare pe criterii de gen*, sunt neîntemeiate. Proiectul în sine se adresează femeilor considerate persoane defavorizate în exercițiul 2007-2013”. Astfel că, Școala Națională Media FEM își propune să spargă tiparele și să le dea femeilor oportunitatea de a fi recunoscute pentru competențele pe care le au. În continuare, numărul femeilor care apar la TV, în talk-show-uri este mai mic decât cel al bărbaților. Balanța se echilibrează mai mult în cazul emisiunilor de divertisment, dar acolo, accentul cade mai mult pe viața personală a invitaților, nu pe competențele profesionale ale acestora. Studiile arată că, în România, în continuare, bărbații sunt cei care practică meserii care confirmă prestigiul și statutul social, în vreme ce femeile invitate la emisiuni TV provin cel mai adesea din domenii de activitate superficiale, care au legătură cu divertismentul și modellingul. Discriminarea înăbușă oportunități și blochează manifestarea creativității și a competențelor sociale. Femeile sunt la fel de competente și de bune profesioniste ca și bărbații. Acesta este motivul pentru care Școala Națională de Jurnalism Media FEM a ales pentru spotul de promovare o abordare care poate părea controversată, dar care se dorește a fi, de fapt, un semnal de alarmă tras asupra tendinței generale de reprezentare a femeii ca obiect. De la gospodină la obiect sexual, spațiul audiovizual este în continuare impregnat cu stereotipuri tradiționaliste și sexiste ale femeii. Școala Națională de Jurnalism Media FEM înființată în cadrul proiectului își propune să înlăture această percepție prin cursurile care vor califica femeii în profesii media.

4.5 Ca urmare a acestei analize, partea reclamată arată că, în fapt, sloganul întregii campanii este: *fii ce vrei tu, nu ce vor ei!*, în sensul în care, femeile sunt încurajate să își aleagă profesia și domeniul în care vor activa, fără să țină cont de stereotipii și idei preconcepute. “Așadar, susținerea potrivit căreia spotul vizat ar fi *defăimător la adresa anumitor categorii sociale prin aluzii discriminatorii generalizatoare și prin declarații false menite să incite la ură și la învrăjbită socială pe criterii de gen*, nu este întemeiată”. “Difuzarea spoturilor la televiziunile menționate, din perioada 14.09.2015 - 13.10.2015, s-a făcut sub formă de solo spot, o singură dată pe zi, în slotul 21:00-23:00, exclusiv de către postul România TV. În al doilea rând, varianta de spot anexată sesizării nu este cea difuzată în perioada menționată, ci o variantă anterioară (variantă folosită în flight-urile 1 și 2 ale campaniei, respectiv în perioadele februarie-martie și aprilie-mai). În perioada menționată a fost difuzată o variantă diferită a spotului, în care textul „Ei te vor seducătoare, nu competentă (text care face parte din obiectul sesizării) nici măcar nu mai este spus de Voice-over. În al treilea rând, spotul anexat sesizării (care are aplicată sigla CNA) înaintate și RAC, sub forma de fișier ,wmv, nu a fost niciodată difuzat în data și la ora conținute în denumirea fișierului, respectiv, 30.09,2015 ora 21.21, conform fișierelor martor din emisie ale România TV de la acea dată”.

V. Motivele de fapt și de drept

5.1 Colegiul CNCD reține că, petiția așa cum a fost formulată relevă o situație în care, petentul reclamă mesajul transmis prin intermediul spotului publicitar menționat în obiectul petiției. Acesta racolează exclusiv persoane de gen feminin, în vederea efectuării de cursuri de recalificare și reconversie profesională în domeniul televiziunii și radioului, sub sloganul "egalității de șanse și de gen".

5.2 Prin adresa înregistrată cu nr.7406.20.11.2015, i s-a cerut un punct de vedere *Consiliului Național al Audiovizualului*, cu privire la obiectul petiției. Prin răspunsul comunicat Colegiului director, declară că au vizionat spotul și au luat notă de punctul de vedere al Consiliului Român pentru Publicitate RAC, instituție cu care colaborează potrivit obiectului de activitate și din punctul lor de vedere nu s-au constatat încălcări ale prevederilor legislației audiovizualului.

Coroborat actului normativ care reglementează prevenirea și combaterea tuturor formelor de discriminare precum și atribuțiile și domeniul de activitate al Consiliului Național pentru Combaterea Discriminării, Colegiul trebuie să analizeze în ce măsură obiectul petiției este de natură să cadă sub incidența prevederilor O.G. nr.137/2000, republicată, cu modificările și completările ulterioare. Astfel, Colegiul analizează în strânsă legătură, în ce măsură obiectul unei petiții întrunește, în prima instanță, elementele art.2 al O.G. nr.137/2000, republicată, cuprins în Capitolul I Principii și definiții al Ordonanței și subsecvent, elementele faptelor prevăzute și sancționate contravențional în Capitolul II Dispoziții Speciale, Secțiunea I-VI din Ordonanță. În măsura în care se reține întrunirea elementelor discriminării, așa cum este definită în art. 2, comportamentul în speță atrage răspunderea contravențională, după caz, în condițiile în care sunt întrunite elementele constitutive ale faptelor contravenționale prevăzute și sancționate de O.G. nr. 137/2000, republicată.

Din acest punct de vedere, Colegiul constată că, în esență, petentul invocă vătămarea drepturilor sale potrivit difuzării unui spot publicitar în mass-media TV, care are ca drept țintă doar persoanele de gen feminin în vederea efectuării unor cursuri de recalificare și reconversie profesională în domeniul televiziunii și radioului, sub sloganul *egalității de șanse și de gen*.

Ca atare, petentul se întreabă: "...unde este egalitatea de șanse și gen dacă participanții sunt exclusiv femeii?" Spotul publicitar a fost difuzat pe mai multe posturi de televiziune naționale, ca de exemplu Antena1 și Antena3, PRO TV. Spotul a putut fi vizionat la adresa: <https://www.youtube.com/watch?v=otKvdPpk2qw>.

5.2 Ca atare, Colegiul este chemat a se pronunța asupra unei situații de fapt din care decurge un drept subiectiv al petentului, în raport cu dreptul său vătămat ca persoană de gen masculin. Respectiv, dreptul petentului la o posibilă reconversie profesională în domeniul televiziunii și radioului, încălcat prin intermediul unui spot publicitar, care promovează doar persoanele de gen feminin sub sloganul "egalității de șanse și de gen".

Astfel că, Colegiul director în speța de față este de opinie că, CNCD ca autoritate de stat autonomă, nu poate analiza mesajul transmis prin intermediul unui spot publicitar, Consiliul Național al Audiovizualului fiind competent în acest sens.

Față de cele de mai sus, în temeiul art. 20 alin. (2) din **O.G. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare**, republicată, cu unanimitatea de voturi ale membrilor prezenți la ședință.

**COLEGIUL DIRECTOR
HOTĂRĂȘTE:**

1. Nu pot fi reținute aspecte care intră sub incidența O.G. nr.137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare, republicată. Colegiul director, nu poate analiza mesajul transmis prin intermediul unui spot publicitar, Consiliul Național al Audiovizualului, fiind competent în acest sens

2. Se va răspunde părților în sensul celor hotărâte.

3 O copie a hotărârii se va transmite părților.

a).....

b) Mediafem Școala Națională de journalism –Blockbuster Media Metav Business Park, loc. București, str. Biharia, nr.67-77, sector 1.

VI. Modalitatea de plată a amenzii

Nu este cazul

VII. Călea de atac și termenul în care se poate exercita

Prezenta hotărâre poate fi atacată la instanța de contencios administrativ, în termen de 15 zile de la data primirii, potrivit **O.G. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea faptelor de discriminare, republicată și Legii nr. 554/2004 a contenciosului administrativ.**

Membrii Colegiului Director prezenți la ședință:

BERTZI THEODORA – Membru

DINCĂ ILIE – Membru

GHEORGHIU LUMINIȚA – Membru

ISTVAN HALLER – Membru

LAZĂR MARIA – Membru

JURA CRISTIAN – Membru

POPA CLAUDIA SORINA – Membru

Întocmit Rodina Olimpiu, Consilier SACD

Notă: prezenta Hotărâre emisă potrivit prevederilor legii și care nu este atacată în termenul legal, potrivit **OG 137/2000 privind prevenirea și sancționarea faptelor de discriminare și Legii 554/2004 a contenciosului administrativ, constituie de drept titlu executoriu.**

Verificat SCSRP