

**Gabriel ANDREESCU**

## **Spotul revistei *Academia Cațavencu* în lectura CNA și CNCD. Combaterea discriminării ca politică publică**

### **I. Faptele**

Între 25 și 28 mai 2010, postul *Realitatea TV* a difuzat un spot publicitar al revistei *Academia Cațavencu* cu textul următor: „În secolul IX, ungurii au năvălit în Europa prin zona Munților Urali. Organizați în hoarde și folosind o tactică de luptă specifică popoarelor de stepă, acești cotropitori au știut să-i îngrozească pe contemporani și să obțină multe victorii asupra lor. Ultima victorie datează din teribilul an 2010, când ungurii au reușit să domine un popor leneș din sud-estul Europei care le-a predat fără luptă Ministerul Culturii. Cultura sub ocupație maghiară. Citește miercuri în *Academia Cațavencu*”.

În clip s-a folosit genericul sonor al emisiunii *Teleenciclopedia*, „Divertisment pentru Pian și Orchestră” de Nicolae Kirulescu. Imaginile însoțitoare descriau „cotropirea”: reprezentări istorice cu orașe în flăcări, lupte, după care apăreau Marko Bela la Cotroceni și Kelemen Hunor, la depunerea jurământului ca ministru al Culturii.

În urma difuzării spotului, Consiliul Național al Audiovizualului a primit trei reclamații ale unor cetățeni nemulțumiți de „denigrarea” maghiarilor prin prezentarea lor drept „cotropitori ai poporului român” și respectiv, a românilor, descriși ca „un popor leneș din sud-estul Europei”. Iată un pasaj dintr-una din sesizări:

„Sunt expert contabil liber profesionist, muncesc între 12-14 ore pe zi și mă consider grav jignită și insultată de acea reclamă care aduce ofensă întregului popor român. Cred, în plus, că reclama instigă la ură între cele două popoare doar de dragul „prostesc” de a anunța că Ministerul Culturii este condus de „un cetățean român de etnie ungară”. Contabila a cerut intervenția CNA, stoparea reclamei și „să sancționați drastic discriminarea între etnii și insultele aduse întregului popor român”.

În dezbaterea CNA din ședința din ziua de marți 1 iunie, Roxana Niculescu, directorul de programe al *Realitatea TV*, a susținut că este vorba despre „un spot publicitar în care se prezenta numărul de săptămâna trecută al *Academiei Cațavencu* (...) Spotul este făcut de *Academia Cațavencu* și este difuzat ca orice alt spot publicitar pe *Realitatea TV*”. Iată și câteva opinii ale unor membri ai CNA:

Domnul Attila Szasz, membru al CNA:

„Dacă ne referim strict la ce a apărut în *Academia Cațavencu*, în acea așa-zisă anchetă aceștia nu au făcut decât să ia niște informații de pe un site și să prezinte numărul consilierilor maghiari din Ministerul Culturii. Pe de altă parte, sunt interzise listele pe bază de etnie, nevorbind de stereotipurile amplificate din spot, dar ne-am obișnuit ca în astfel de perioade agitate subiectele de genul acesta să prindă”<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> (<http://www.paginademedi.ro/2010/06/spotul-academiei-catavencu-cu-%E2%80%9C-cotropirea-maghiara%E2%80%9D-a-aprins-spirile-la-cna/>)

Doamna Narcisa Iorga, membră a CNA, a ridicat problema folosirii de imagini ale unor persoane în spoturile publicitare, comerciale, fără acordul lor și a prejudicierii imaginii colective: „Eu văd o ofensă adusă demnității poporului ungar și poporului român, eu nu văd nicio ironie. Contemporanii noștri sunt cei care îngrozesc. S-ar putea să nu am simțul umorului, dar nu pot să înțeleg așa spotul”<sup>2</sup>. Spotul, a susținut domnia sa, ar intra în conflict cu art. 29 alin. (1) lit. c) din Legea audiovizualului, potrivit căruia „1) Comunicările comerciale audiovizuale difuzate de furnizorii de servicii media audiovizuale trebuie să respecte următoarele condiții: c) să nu prejudicieze demnitatea umană (...)”.

Opinia muzicianului Dan Grigore, membru al CNA: „Este un spot șovin. Nu am găsit ironia și nici măcar sarcasmul”.

Opinia domnului Gelu Trandafir, membru al CNA: „Eu nu cred că putem să vorbim de șovinism și xenofobie, e vorba și de puțină ironie. Nu are încărcătura unor acțiuni xenofobe sau șovine, putem să discutăm de alte aspecte”<sup>3</sup>.

Membrul CNA, Christian Mititelu: „Nu cred că trebuie să privim atât de serios o reclamă în bășcălie la o revistă care se ocupă cu treaba asta. În privința folosirii acelor imagini lucrurile sunt mai clare”<sup>4</sup>.

În timpul dezbaterilor, domnul Attila Szasz a propus aplicarea unei somații publice postului Realitatea TV, care a difuzat spotul Academia Cațavencu, iar Ioan Onisei, vicepreședintele CNA, a cerut amendarea postului Realitatea TV cu 10.000 de lei.

Propunerile de sancționare nu au întrunit, niciuna, șase voturi, numărul minim pentru a putea fi aplicată. Regulamentul CNA prevede ca votul să fie reluat în ședința următoare a CNA. În acest context, CNA a decis să ceară și puncte de vedere de la Consiliul Național pentru Combaterea Discriminării (CNCD) și de la Consiliul Român pentru Publicitate cu privire la spotul publicitar al publicației Academia Cațavencu.

## II. Punctul de vedere al CNCD

Cităm din Punctul de vedere al Consiliului Național pentru Combaterea Discriminării adoptat de Colegiul director al CNCD la 2 iunie 2010:

„În fapt, săptămânalul Academia Cațavencu și-a promovat numărul apărut în data de 26 mai 2010 printr-un spot publicitar denumit «Cultura sub ocupația maghiară». Spotul publicitar a fost postat pe site-ul de internet al cotidianului, respectiv a fost difuzat în săptămâna premergătoare apariției numărului pe postul de televiziune Realitatea TV.

Videoclipul supus analizei utilizează elemente de identificare ale unei emisiunii de televiziune de notorietate, Teleenciclopedia. Astfel, atât muzica de fundal, cât și vocea persoanei care prezintă mesajul spotului publicitar, sunt împrumutate de la emisiunea Teleenciclopedia, care în mentalul telespectatorilor are imaginea unui program obiectiv, științific și credibil privind conținutul informațiilor transmise. În acest sens, conceptul emisiunii în cauză este contrariul materialelor care se înscriu în

---

<sup>2</sup> Ibidem.

<sup>3</sup> Ibidem.

<sup>4</sup> Ibidem.

categoria satirei, adică ceea ce se dorește a fi videoclipul «Cultura sub ocupația maghiară».

Sub aspectul conținutului, pornind de la un moment istoric al poporului maghiar din secolului al IX-lea, se extrapolează la o situație politică din zilele noastre: conducerea Ministerului Culturii de către un ministru cetățean român de etnie maghiară. Trecerea bruscă de la un plan istoric la altul cu păstrarea caracteristicilor celui din trecut poate crea confuzie în rândul receptorilor de mesaj. Astfel, maghiarii apar în prezent cu o imagine a unei comunități organizate în hoarde, «cotropitoare», care reușește «să îngrozească» contemporanii și a cărei ultimă victorie este obținută fără luptă, prin dominarea unui «popor leneș din sud-estul Europei». Rezultatul acestei «lupte» a condus la «ocupația maghiară» a culturii din România.

Autorul videoclipului utilizează prejudecăți și stereotipuri negative ca tehnică de vânzare a unui produs media. Astfel, prin caracterizarea comunității maghiare și prin utilizarea expresiei de «ocupație maghiară» se sugerează receptorului de mesaj existența iminentă a unui «pericol maghiar», stereotip negativ utilizat frecvent în România. În cazul românilor se utilizează atributul de «popor leneș», care constituie un stereotip exprimând un complex de inferioritate, cu efect negativ. Așezarea celor două comunități pe poziții diferite, de învingător și învins, victorios și leneș, luptător și necombatant, periculos și de bună-credință, este de natură să creeze o atmosferă ostilă, degradantă, umilitoare la adresa membrilor ambelor comunități și nu contribuie la menținerea unor relații de respect și de încredere reciprocă între români și maghiari.

Canalul prin care s-a transmis clipul publicitar, Realitatea TV, reprezintă un canal de știri cu o cotă importantă de credibilitate și de vizionare.

Pentru a formula un punct de vedere concludent în speța de față, trebuie să analizăm și caracteristicile produsului media promovat prin videoclip. Astfel, Academia Cațavencu este un săptămânal de «moravuri grele» care utilizează satira și pamfletul. Academia Cațavencu și-a format o comunitate de cititori specifici, care știu să facă distincție între satiră și manipulare, care au în mare parte capacitatea de a interpreta mesajele transmise prin acest săptămânal. De altfel, Academia Cațavencu se promovează prin sloganul: «Cititorii noștri sunt mai inteligenți decât ai lor».

Din acest punct de vedere apelarea la satiră în promovarea unui produs media de «moravuri grele» este justificat, în măsura în care nu se folosesc exclusiv și în mod excesiv prejudecăți și stereotipuri negative, respectiv dacă se arată expres că suntem în prezența unei satire sau a unui pamflet sau se poate ajunge la această interpretare din construcția mesajului. *În cazul de față, raportat la concepția produsului publicitar, nu reiese că suntem în prezența unei satire, iar telespectatorului nu i se oferă niciun instrument de interpretare în acest sens.*

Totuși, dacă cititorii *Academiei Cațavencu* sunt mai «inteligenți» decât cei ai altor produse de media, acest mod de promovare nu conduce la concluzia că toți telespectatorii *Realitatea TV* sunt la fel de «inteligenți» ca cititorii *Academiei Cațavencu*.

Există o diferență în a promova un astfel de produs publicitar pe site-ul *Academiei Cațavencu* față de promovarea pe televiziunea *Realitatea TV*. Publicul la care ajunge mesajul este diferit și are capacitate diferită de a face interpretarea corectă a acestui produs publicitar”.

După mai multe considerații cu privire la libertatea de exprimare și jurisprudența Curții Europene a Drepturilor Omului, Punctul de vedere al CNCD continuă:

„Nu facem nicio apreciere cu privire la conținutul articolului de presă din numărul Academiei Cațavencu promovat prin spotul publicitar supus analizei. Față de cele de mai sus, considerăm că spotul publicitar denumit „Cultura sub ocupație maghiară” este, în esență, construit pe baza unor prejudecăți și stereotipuri negative, ce pot da naștere unor efecte discriminatorii de natură a aduce atingere demnității membrilor comunităților române și maghiare. Astfel, prin concepția produsului media, a conținutului acestuia, în speță prin inducerea unei aparențe de neutralitate (plasarea într-un anumit context istoric, cultural și socio-politic), se inserează informații lipsite de obiectivitate, constituind generalizări echivoce și stereotipe la adresa unor comunități de persoane, pentru vânzarea unui produs de presă, fără a se indica cel puțin repere de delimitare pentru public.

Din acest punct de vedere, mesajul per ansamblu al spotului publicitar, deși aparent obiectiv, se fundamentează pe stereotipuri și poate fi interpretat a fi de natură a crea o atmosferă ostilă, degradantă ori umilitoare la adresa membrilor celor două comunități. De asemenea, utilizarea unor astfel de tehnici de vânzare a unui produs media pe timp de criză economică comportă riscuri asupra evoluției relațiilor sociale și așa destul de tensionate.

Cu privire la responsabilitatea săptămânalului Academia Cațavencu, apreciem că acest produs de presă a promovat pe parcursul existenței sale egalitatea de șanse și nediscriminarea, respectiv constituie un reper important în asigurarea pluralității de idei și de opinii în spațiul public din România. Considerăm că mesajul spotului publicitar de față poate fi interpretat ca un derapaj în politica de promovare a unui produs comercial, prin utilizarea derogatorie a tehnicilor de vânzare a unui produs media cu potențial de interferență asupra dreptului la demnitate personală a unor comunități de persoane. Construcția și diseminarea mesajelor bazate pe stereotipuri și prejudecăți nu sunt de natură a contribui la nicio formă de dezbatere capabilă de a duce la un progres al relațiilor umane, ci este de natură a produce efecte nedorite, în mod gratuit, asupra unei persoane sau unui grup de persoane ori comunități. Recomandăm ca eventualele sancțiuni care urmează a fi stabilite de către Consiliul Național al Audiovizualului să urmeze un just echilibru între libertatea de exprimare și dreptul la nediscriminare, respectiv dreptul la demnitatea persoanei.

Prezentul punct de vedere are caracter consultativ, constatarea și sancționarea unei eventuale fapte de discriminare în domeniul audio-vizualului este de competența exclusivă a Consiliului Național al Audiovizualului, potrivit jurisprudenței instanțelor de judecată”.

### **III. Semnificația punctului de vedere al CNA**

În ședința din data de joi, 10 iunie 2010, tema sancționării postului Realitatea TV prin somații publice a fost pusă din nou pe ordinea de zi. Nici atunci, nici ulterior nu s-a obținut numărul de voturi necesar unei măsuri punitive. Totuși, felul în care unii membri ai CNA și-au exprimat opiniile cu privire la sancționarea postului Realitatea TV pentru difuzarea clipului în discuție este relevant în sine. Pozițiile lor au constat într-un amestec de calificări și raportări subiective de genul: ne-am obișnuit ca în astfel de perioade agitate stereotipurile de genul acesta să prindă (A.S.); reprezintă o

ofensă adusă demnității poporului ungar și poporului român/ s-ar putea să nu am simțul umorului (N.I.); nu cred că putem să vorbim de șovinism și xenofobie, e și puțină ironie (G.T.); nu trebuie să privim atât de serios o reclamă în bășcălie (C.M.). Eventual se face trimitere la articole ale legii specifice<sup>5</sup>. Sunt, deci, discuții cu caracter expeditiv asupra unei măsuri atât de importante precum restrângerea exercițiului libertății de exprimare.

Or, Legea audiovizualului exclude aplicarea ei prin astfel de „mijloace”. Ea conține prevederi ce se controlează reciproc, menite să apere atât autonomia mijloacelor de presă electronică și libertatea ziariștilor, cât și necesitatea restrângerilor acestor libertăți. În timp ce art. 6 interzice cenzura de orice fel asupra comunicării audiovizuale, afirmă independența editorială a radiodifuzorilor și ingerințele de orice fel în conținutul, forma sau modalitățile de prezentare a elementelor serviciilor de programe, art. 10 statuează grija pentru protejarea demnității umane și a minorilor, art. 17 autorizează Consiliul să ia măsuri pentru asigurarea informării corecte a opiniei publice, pentru eliminarea politicilor nediscriminatorii cu privire la rasă, sex, naționalitate, religie, convingeri politice și orientări sexuale, iar art. 29 cere ca publicitatea să nu afecteze dezvoltarea fizică, psihică sau morală a minorilor, să nu aducă ofensă convingerilor religioase sau politice ale telespectatorilor și radioascultătorilor, să nu stimuleze comportamente dăunătoare sănătății sau siguranței populației, comportamente dăunătoare mediului, indecente sau imorale, să nu promoveze, direct sau indirect, practici oculte și, din nou, obligațiile de a nu prejudicia demnitatea umană și a nu include forme de discriminare. Articolul 40 are o formulă imperativă: interzice difuzarea de programe care conțin orice formă de incitare la ură pe considerente de rasă, religie, naționalitate, sex sau orientare sexuală.

Ar merita o discuție elaborată calitatea formulărilor din Legea audiovizualului. Nu o vom deschide aici. Având în vedere atât textul, cât și contextul, este limpede că intervenții ale CNA de genul celei determinate de spotul publicitar al revistei satirice Academia Cațavencu se supun regulilor generale privitoare la ingerința legitimă în libertatea de exprimare a persoanei protejată de art. 10 al Convenției europene a drepturilor omului. Mai precis, sunt de luat în considerare prevederile Legii audiovizualului și mai general, ale întregii legislații antidiscriminatorii<sup>6</sup>, garanțiile constituționale ale drepturilor și libertăților interpretate în lumina tratatelor din domeniul drepturilor omului ratificate de România, în particular, de CEDO. Dincolo de o mai mică sau mai mare marjă de apreciere în raport cu jurisprudența Curții Europene pentru Drepturile Omului (CEDO), activitatea Consiliului CNA este, la nivel principial, obligată să urmeze procedura impusă de CEDO: este restrângerea prevăzută de lege?; are ea un scop legitim?; este ea necesară într-o societate democratică, este proporțională și rezonabilă etc.?

Și acest caz, ca și activitatea anterioară a CNA sugerează că membrii Consiliului nu percep, nu realizează miza și sensibilitatea intervenției în domeniul lor de competență. Este chiar ciudat că în ciuda nenumăratelor intervenții în normarea activităților

<sup>5</sup> A se vedea art. 29 alin. (1) lit. c).

<sup>6</sup> *Csaba Asztalos Ferenc*, Analiza diagnostic a cadrului legal și instituțional în domeniul egalității de șanse și de gen în România, în *Noua Revistă de Drepturile Omului*, vol. 6, nr. 1/2010, p. 61-107.

editoriale din presa electronică sunt relativ puține contestații care să fi ajuns în justiție or, eventual, la CEDO. Având în vedere felul în care s-a abordat în cadrul Consiliului CNA tema sancționării sau nu a clipului publicitar al Academiei Cațavencu, nu avem de elaborat o analiză a vreunui raționament de legitimare a ingerinței CNA.

#### IV. Semnificația punctului de vedere al CNCD

Lucrurile stau diferit în ce privește Punctul de vedere al Colegiului CNCD, ce se sprijină pe cu totul altă istorie și jurisprudență. Perspectiva Colegiului asupra cazului dat poate fi structurată în patru chestiuni-argumente ce oferă un b cadru analizei. Le enunțăm: a) are sau nu spotul publicitar al Academiei Cațavencu un caracter satiric sau nu?; b) sunt spectatorii postului Realitatea TV în măsură să înțeleagă sensul satiric al spotului publicitar așa cum sigur se întâmplă în cazul cititorilor săptămânalului Academia Cațavencu?; c) introduce sau nu videoclipul prejudecăți și stereotipuri negative referitoare la români și maghiari?; d) prezintă acest videoclip un risc asupra evoluției relațiilor sociale și așa destul de tensionate? Le vom analiza pe rând.

a) Jurisprudența CEDO confirmă importanța situării unei producții artistice în categoria manifestărilor satirice sau pamfletare. O cauză relevantă pentru felul cum au interpretat judecătorii europeni problema satirei și întrucât a existat o opinie divergentă este *Vereinigung Bildender Künstler c. Austria*<sup>7</sup>.

*Vereinigung Bildender Künstler Wiener Secession* este o asociație de artiști având ca scop cultivarea unei deschideri către experiment în artă. Cu ocazia aniversării a 100 de ani de la înființare, în anul 1998, asociația a organizat la Viena o expoziție, între lucrările prezentate aflându-se și pictura „Apocalipsa”. Pictura înfățișa câteva figuri publice, printre care se aflau Maica Tereza, cardinalul austriac Hermann Groer, Domnul Jörg Haider, fost președinte al Partidului Liberal Austriac (FPÖ), Domnul Meischberger, membru al Adunării Naționale și fost secretar general al FPÖ. Personajele tabloului erau înfățișate în diverse ipostaze sexuale, trupurile erau pictate, chipurile redade prin decupaje din ziare, iar câteva dintre ele aveau ochii mascați de o bandă neagră.

După un incident ce a dus la vopsirea cu roșu a imaginii Domnului Meischberger, acesta a intentat un proces împotriva asociației *Vereinigung Bildender Künstler Wiener Secession*, iar în final, instanța supremă a Austriei a hotărât interzicerea expunerii tabloului și acordarea unor despăgubiri în favoarea reclamantului.

Asociația vieneză a câștigat în schimb confruntarea finală de la Strasbourg. Între argumentele Curții Europene a Drepturilor Omului s-a aflat și acela că în cazul unui tablou expus spre vizionare publicului larg că autorul „a folosit doar fotografii ale chipurilor persoanelor implicate, că ochii acestora erau acoperiți de o bandă neagră, iar trupurile erau pictate de o manieră nerealistă și exagerată. Instanțele interne au reținut în toate etapele jurisdicționale faptul că, în mod evident, pictura nu urmărea reflectarea sau sugestia realității. Curtea a apreciat că o asemenea portretizare reprezintă o caricatură cu elemente satirice, iar satira este o formă de expresie artistică și

<sup>7</sup> Diana Olar, Decizii recente ale Curții Europene a Drepturilor Omului, în Noua Revistă de Drepturile Omului, vol. 3, nr. 1/2007, p. 121-137.

*comentariu social* (s.n.)<sup>8</sup>. Și iată concluzia: „Prin trăsăturile sale inerente, ale exagerării și distorsionării realității, satira urmărește în mod firesc să provoace. Ca atare, orice ingerință în dreptul unui artist la o asemenea formă de expresie trebuie examinată cu o atenție specială”<sup>9</sup>.

În acest sens, Punctul de vedere al CNCD are calitatea să aducă în discuție un aspect esențial al cauzei „spotul publicitar al revistei *Academia Cațavencu*”. Cât de adecvat a fost tratat acest aspect?

b) Aminteam că în cauza *Vereinigung Bildender Künstler c. Austria*, unde artistului i s-a recunoscut încălcarea exercițiului libertății de exprimare, a existat o opinie divergentă, relevantă pentru al doilea argument din Punctul de vedere al CNCD. Judecătorul Loucaides a făcut distincția dintre natura, sensul și efectul unei creații artistice pe care pictorul a intenționat să le transmită și efectul concret al operei asupra privitorului. O imagine nu devine satirică decât dacă privitorul percepe mesajul critic sau ofensiv. În plus, nu se poate asimila artei orice act de expresie artistică: așa cum insulta este exclusă din libertatea de a vorbi, la fel trebuie exclusă din libertate de expresie a artiștilor picturile insultătoare care subminează reputația sau demnitatea altora. „Nimeni nu se poate prevala de faptul că este artist spre a se sustrage răspunderii pentru insultarea altora. Instanțele austriece interne au apreciat în mod corect faptul că protejarea drepturilor altor persoane justifică ingerința în libertatea de expresie”<sup>10</sup>.

Poziția exprimată de Colegiul CNCD intersectează opinia judecătorului Loucaides, în sensul necesității de a distinge între ceea ce autorul dorește să transmită și efectul creației sale asupra receptorului. Cum spuneam, această poziție a rămas în minoritate, judecătorul nu și-a putut convinge colegii, iar lipsa sa de influență poate fi argumentată în mai multe feluri.

Una privește statutul pe care agenții oficiali îl pot asuma, în numele autorității publice, în raport cu alți cetățeni. Ei nu au competența să dea verdicte asupra maturității sau lipsei de maturitate a adulților care privesc un obiect de artă sau, în cazul nostru, un clip de televiziune. Ei nu sunt chemați să pună persoanele în categoria de inteligente, cultivate ori lipsite de bun simț<sup>11</sup>. Atunci când apar distincții, acestea sunt deja asumate juridic: între majori și minori, persoane fără discernământ etc. Nu este în competența membrilor Colegiului CNCD să se sprijine pe supoziții asupra incapacității spectatorilor de a recepta mesajul satiric al unui clip satiric. Ne aflăm într-un context normativ care uneori poate să facă abstracție și de realitatea de fapt.

Chiar și în cazul în care vrem să aducem argumentul realității de fapt, nu e deloc sigur că opinia Colegiului CNCD s-ar verifica la o investigație pe teren. Chiar să fie spectatorii postului Realitatea TV neinformați cu privire la natura săptămânalului *Academia Cațavencu*? Chiar să nu sesizeze saltul logic – prin natura lui ironic – de la o povestire istorică la „desantul” unui ministru de origine maghiară la Ministerul Culturii? Dacă spectatorii nu au competența să distingă între scenariu și realitate,

<sup>8</sup> Idem, p. 123-124.

<sup>9</sup> Idem, p. 124.

<sup>10</sup> Idem, p. 125.

<sup>11</sup> Pe o astfel de logică, judecătorii ar putea să renunțe la sancționarea unor delictvenți întrucât legea corespunzătoare ar fi prea complicată pentru vinovați.

atunci o parte considerabilă din creațiile televizate ar trebui interzise de CNA. Într-adevăr, folosirea armelor de către actori ar putea fi interpretată drept incitare la comiterea de delikte, venirea extratereștrilor, ca dezinformare în masă, certurile de pe ecran i-ar face pe telespectatori să dea telefoane disperate atenționând pericolul escaladării conflictului ș.a.m.d.

Problema distincției dintre realitate și ficțiune intervine și în al treilea argument al Colegiului CNCD.

c) Atât membrii Consiliului CNA, cât și ai Colegiului CNCD, au invocat stereotipurile pe care le pune în valoare clipul Academiei Cașavencu. E de notat că folosirea ideii de stereotip exclusiv negativ este la rândul ei (...) un stereotip. Când, de fapt, cercetările care au punctat dimensiunea funcțională a stereotipurilor au atins astăzi o vârstă venerabilă<sup>12</sup>. La nivel individual, stereotipurile asigură economia cognitivă și protecția sinelui, iar în colectivitate, permit consensul comunității, legitimează relațiile dintre diferitele grupări și le diferențiază pozitiv. E la fel de adevărat că, cel puțin cu privire la identitățile colective, forța de influență a stereotipurilor se lovește de o foarte slabă calitate teoretică<sup>13</sup>. Dar nu aceasta este competența Consiliului CNA și nici a Colegiului CNCD: să evalueze stereotipurile în confruntarea lor cu judecata adecvată. Statul, pe care îl reprezintă cele două instituții nu este calificat să facă judecăți istorice, estetice, biologice ori teologice. O spune tot jurisprudența CEDO, iar pentru demonstrație o să luăm o speță care ni se pare remarcabilă: cauza *Léhideux și Isorni c. Franța* (1998).

Léhideux și Isorni sunt doi cetățeni francezi care promovaseră în ziarul *Le Monde* un grupaj publicitar dedicat interpretării pozitive a unor acțiuni ale mareșalului Philippe Pétain. Făcuseră, pentru „francezii care au memorie scurtă”, o listă de fapte considerate de ei favorabile vechiului șef al guvernului de la Vichy. Această înșiruire de date și evaluări a fost contestată de instanțele franceze în ce privește atât acuratețea faptelor, cât și a interpretărilor. Or, analizând plângerea petenților Léhideux și Isorni, Curtea a stabilit că „nu îi revine ei sarcina să rezolve această chestiune

<sup>12</sup> A se vedea, printre altele: *Hasel R. Markus, Robert B. Zajonc*, The cognitive perspective in social psychology, în *G. Lindzey, E. Aronson (eds.)*, Handbook of Social Psychology, vol. 1 (3<sup>rd</sup> ed.), New York, Random House, 1985, p. 509-566; *C. Stangor, T. Ford*, Accuracy and expectancy-confirming processing orientations and the development of stereotypes and prejudice, *European Review of Social Psychology* 3, 1992, p. 57-89; *M. Rothbart, M. Taylor*, Category labels and social reality: Do we view social categories as natural kinds?, în *G. Semin, K. Fiedler (eds.)*, Language, Interaction and Social Cognition, London: Sage, 1992, p. 11-36; *C. Stangor, J. Lange*, Mental representations of social groups: Advances in understanding stereotypes and stereotyping, *Advances in Experimental Social Psychology* 26, 1994, p. 357-416; *D.A. Redelmeier, A. Tversky*, On the belief that arthritis pain is related to the weather, *Proceedings of the National Academy of Science* 93.7, 1996, p. 2895-2896; *V. Yzerbyt, G. Schadrion*, Stéréotypes et jugement social, în *Richard Y. Bourhis, Jacques-Philippe Leyens (eds.)*, Stéréotypes, discrimination et relations intergroupes (2<sup>ème</sup> édition), Liège, Mardaga Editions, 1999.

<sup>13</sup> *Gabriel Andreescu*, The Paradox of National Identity: Its Cultural-Political Power vs. Theoretical Poverty”, în *Vasile Boari, Sergiu Gherghina (eds.)*, Weighting Differences: Romanian Identity in the Wider European Context, Cambridge Scholars Publishing, Newcastle, p. 150-168.



[privind rolul lui Pétain], care ține de o dezbateră în curs între istorici asupra desfășurării și interpretării evenimentelor despre care este vorba. Din acest punct de vedere, ea iese din categoria faptelor istorice clar stabilite – precum Holocaustul – a cărui negare sau revizuire ar cădea sub prevederile art. 17 privind protejerea art. 10 [libertatea de expresie]”. Curtea Europeană a Drepturilor Omului a condamnat Franța pentru încălcarea art. 10 prin luarea unei măsuri disproporționate și necesare.

Afirmația că nu îi revine CEDO sarcina să rezolve probleme istorice are și sensul mai general, că nu îi incumbă statului să decidă în chestiuni de conținut<sup>14</sup>. Dezbateră istorică și publică în această materie trebuie să fie liberă, și nu tranșată prin deciziile unui tribunal. Nici CNA, nici CNCD nu au competența să dezvolte teorii asupra caracterului de stereotip sau prejudecată ale mesajelor transmise în spațiul public. Să invoci „informații lipsite de obiectivitate” care „constituie generalizări echivoce” înseamnă să arogi expertize în domenii de specialitate. Având în vedere tentația politicianilor și regimurilor politice de a manipula istoria, acest tip de derive normative în interpretarea trecutului și prezentului este chiar periculos<sup>15</sup>.

## V. Concluzie: necesitatea unor schimbări legislative

Dacă CNA și CNCD nu au competența să ofere expertiză în privința stereotipurilor și prejudecăților, care este atunci rolul lor când evaluează impactul acestora în manifestările publice? Cele două noțiuni sunt de invocat de instituții, desigur, dar atunci când acestea se află în fața unor manifestări ce primejduiesc grav relațiile din societate – principiu ce pare implicat de Punctul de vedere al CNCD, de vreme ce Colegiul urmează analiza sa până când atrage atenția asupra „riscurilor (pe care le comportă un asemenea clip) asupra evoluției relațiilor sociale”.

„Riscurile” pe care le comportă anumite idei și opinii („stereotipuri” și „prejudecăți”) sunt până la un punct standardizate de jurisprudența CEDO. Astfel, diseminarea, incitarea, promovarea sau justificarea urii bazată pe intoleranță, atacurile vehemente împotriva grupurilor religioase sau etnice, negarea Holocaustului nu sunt protejate de garanțiile art. 10 al Convenției privind libertatea de exprimare. O.G. nr. 137/2000 pune și ea în relief pericolul instigării la ură rasială sau națională. Apare însă fenomenul compromiterii termenilor care privesc atributele urii și instigării prin diluarea lor prin interpretări oarecare<sup>16</sup>. Asumarea de către CNA și CNCD, în mod

---

<sup>14</sup> Autoritățile unei democrații militante fac, desigur, o minimă incursiune în conținutul opiniilor și semnificația manifestărilor raportându-le la valorile constituționale. Acest tip de analiză depășește însă problematica pe care o discutăm aici.

<sup>15</sup> Un volum remarcabil pentru nevoia unei reflexii deschise asupra istoriei este *Tony Judt, Reappraisals. Reflections on the Forgotten Twentieth Century*, Penguin Books, London, 2008.

<sup>16</sup> A se vedea, în acest sens, Freedom of expression and incitement to racial or religious hatred: Joint statement by Mr. Githu Muigai, Special Rapporteur on contemporary forms of racism, racial discrimination, xenophobia and related intolerance; Ms. Asma Jahangir, Special Rapporteur on freedom of religion or belief; and Mr. Frank La Rue, Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression/ OHCHR side event during the Durban Review Conference, Geneva, 22 aprilie 2009 (<http://www2.ohchr.org/English/issues/religion/docs/SRjointstatement22april09.pdf>).

substanțial, a principiilor privind interzicerea cenzurii, independența editorială și respingerea ingerințelor de orice fel în conținutul, forma sau modalitățile de prezentare a programelor sau a conținutului alin. (8) al art. 2 din O.G. nr. 137/2000 („Prevederile prezentei ordonanțe nu pot fi interpretate în sensul restrângerii dreptului la libera exprimare, a dreptului la opinie și a dreptului la informație”) ar oferi un echilibru în evaluarea „riscurilor” anunțate. Până în acest moment, considerăm că în dialogul valorilor demnității și libertății, libertatea de exprimare (asociere etc.) este marele perdant.

Situația creată nu ține doar de viziunea subiectivă a membrilor Consiliului Național al Audiovizualului ori ai Colegiului CNCD asupra valorilor și doctrinei în domeniul în care decid; cât și de complicațiile reale ale legislației asupra căreia ne-am mai exprimat<sup>17</sup>: extinderea largă a domeniului criteriilor discriminării care duce la lipsă de proporționalitate și predictibilitate în luarea deciziilor; transformarea unei valori, demnitatea personală, într-un drept, cu toate consecințele acestei operații. Drumul „pantei alunecoase” urmat de practica combaterii discriminării arată că astăzi există o nevoie imperioasă de schimbare de fond a perspectivei și, deci, a normelor. O astfel de evoluție implică să dăm combaterii discriminării o dimensiune de „politică publică” cu pondere mai mare și mai bine marcată în raport cu dimensiunea sancționatorie. În particular, experiența unor state precum Marea Britanie și distincția clară între „faptele de discriminare rasială” și „incitățile rasiste”, de natura discursurilor, ar oferi un reper relevant<sup>18</sup>.

---

<sup>17</sup> *Gabriel Andreescu*, Libertatea de exprimare și legislația de combatere a discriminării, în *Noua Revistă de Drepturile Omului*, vol. 1, nr. 1/2005, p. 5-32; *Gabriel Andreescu*, De la gafa președintelui Traian Băsescu la problematica discriminării, în *Noua Revistă de Drepturile Omului* nr. 3/2007, p. 21-34.

<sup>18</sup> *Anne Twomey*, Laws Against Incitement to Racial Hatred in the United Kingdom, 1994 *AUJLHRights* 15; (1994) 1(1) *Australian Journal of Human Rights* 235.