

## RECOMANDARE PRIVIND AUTO-REGLEMENTAREA RELATIILOR PROFESIONALE DINTRE PATRONII DIN MASS-MEDIA, EDITORI SI JURNALISTI

### PREAMBUL

Avand in vedere:

- Importanta libertatii de exprimare in exercitarea profesiei de jurnalist, ca preconditionie primordiala a unei prese independente;
- Dorinta reprezentantilor patronilor din mass-media, editorilor de presa si jurnalistilor de a agreea asupra unui set comun de norme care sa poata fi aplicate in relatiile profesionale dintre acestia;
- normele statuate prin documentele internationale referitoare la activitatea jurnalistica, cum ar fi Conventia Europeana a Drepturilor Omului, Rezolutia Parlamentara a Consiliului Europei 1003/1993, principiile garantarii independentei editoriale elaborate de OSCE in 2001, declaratia Comitetului de Ministri ai Uniunii Europene asupra libertatilor de expresie si informare adoptata in 1982, recomandarile ONU si UNESCO privind libertatea de expresie;
- prevederile Constitutiei Romaniei privind libertatea de exprimare si activitatea din domeniul mass-media;
- normele cuprinse in Codurile Deontologice adoptate de organisme de auto-reglementare a profesiei de jurnalist;

Documentul de fata isi propune sa se constituie intr-un set de norme cu titlu de recomandare care sa poata fi aplicate de institutiile mass media in activitatea de zi cu zi.

Normele sunt expresia unor negocieri tripartite intre patronii de institutii media, editorii de continut si practicantii meseriei de jurnalist, asa cum sunt definiti in cele ce urmeaza.

Semnatarii prezentului document inteleg sa reprezinte de buna credinta partile in numele carora au negociat prezentele norme de recomandare. Semnatarii mai consimt sa precizeze prin semnaturile de la sfarsitul documentului, interesul carei parti dintre ele trei mentionate mai sus au inteles sa-l reprezinte prin implicarea la aceste negocieri.

### DEFINITII:

Patron - persoana fizica, persoana juridica sau grupul de persoane care actioneaza impreuna si care detine direct sau indirect o participatie reprezentand dreptul de vot, de control si de decizie al unei societati, ori o participatie care permite exercitarea unei influente semnificative asupra luarii deciziilor in adunarea generala sau in consiliul de administratie, dupa caz;

Management - reprezentantii legali care administreaza societatile de massmedia;

Editor - reprezentantul desemnat care administreaza continutul produsului de mass-media, indeplinind functia de redactor sef, editor sef etc.;

Jurnalist - persoana care exercita dreptul la libera exprimare si a carei sursa principala de venituri este obtinuta din realizarea de produse jurnalistice - fie ca angajat, fie independent;

Politica Editoriala - ansamblul normelor specifice care reglementeaza raporturile dintre patron, management, editori si jurnalisti in cadrul unei societati de mass-media, cu privire la continutul produselor de mass-media.

### 1. Societatile din mass-media

Societatile cu obiect de activitate mass-media vor fi considerate societati socio-economice specializate. Aceste societati fac posibila exercitarea dreptului fundamental al

cetatenilor de a primi informatii. In societatile de mass-media, obiectivele de afaceri ale patronilor vor fi subsumate obiectivului de a servi interesul public.

## 2. Proprietatea

Societatile de mass-media vor oferi transparenta in ceea ce priveste proprietatea si managementul acestora.

In calitatea lor de instrumente ale interesului public, societatile de mass-media semnatare trebuie sa respecte transparenta proprietatii de media, punind la dispozitia publicului datele relevante in aceasta privinta.

## 3. Structura societatilor de mass-media

Structura societatilor de mass-media va fi stabilita conform ierarhiilor patron, management, editor si jurnalisti, atributiile acestora fiind strict delimitate prin Politica Editoriala a fiecarei societati de mass-media.

## 4. Politica Editoriala

Patronul va elabora Politica Editoriala a societatilor de mass-media pe care le detine si o va prezenta jurnalistilor.

Schimbarea Politicii Editoriale este o prerogativa a patronului. Acesta are obligatia sa faca publica schimbarea Politicii Editoriale, atunci cand acest lucru se intampla.

## 5. Aplicarea politicii editoriale

Responsabilitatea aplicarii Politicii Editoriale revine editorilor.

Patronul si managementul societatii nu vor interveni asupra modului in care editorii gestioneaza activitatea profesionala, sub conditia respectarii Politicii Editoriale de catre acestia.

In situatia in care societatea prezinta rezultate negative sau interese de alta natura o impun, patronul, prin managementul sau, va putea opera modificari in Politica Editoriala sau va putea proceda la schimbarea editorului.

## 6. Drepturi fundamentale in mass-media

Patronii vor garanta atat editorilor, cat si jurnalistilor libertatea de exprimare, clauza de constiinta (libertatea de a refuza sa iti tradezi propriile convigeri) si secretul profesional fata de sursele confidentiale. Patronii nu pot interzice publicarea materialelor pe care editorii intentioneaza sa le dea publicitatii, in contextul in care selectia informatiei s-a realizat respectandu-se Politica Editoriala si normele deontologice.

Jurnalistul se poate adresa managementului societatii in cazul in care editorul a intervenit fara a-i cere acordul in materialul semnat de el, conform procedurilor stabilite prin Politica Editoriala.

Patronii au dreptul sa prezinte propriile puncte de vedere asupra unor chestiuni de interes pentru ei. In acest caz materialele publicate vor mentiona explicit ca reprezinta opinia patronilor sau a reprezentantilor acestora.

#### 7. Restrictii fundamentale in mass-media

Patronii nu pot impune editorilor sau jurnalistilor incalcarea normelor etice ale profesiei. La randul lor, editorii nu pot impune jurnalistilor incalcarea acelorasi norme.

Patronii nu pot impune editorilor sa sustina campanii de presa impotriva unor adversari politici, de afaceri sau de orice alta natura, prin distorsionarea realitatii, prin ocultarea adevarului, prin introducerea unor argumentatii mincinoase.

Patronii nu pot impune editorilor sa raspunda disproportionat, eventual chiar prin mai multe vehicule mass-media ce apartin aceluiasi proprietar, la materiale critice, solid argumentate si de interes public, facute publice prin alte mijloace de informare in masa, Patronii nu se vor folosi de jurnalisti in incercarea de a schimba structurile redactionale sau persoanele desemnate.

Aceleasi obligatii le incumba managementului si editorilor.

Patronii nu pot impune sau tolera implicarea jurnalistilor in negocieri privind vanzarea de spatiu publicitar.

Adoptat astazi, 28 iunie 2006, la Bucuresti.

Modificat astazi, 15 noiembrie 2007, la Bucuresti.

Semnatarii prezentei recomandari sunt :

Clubul Roman de Presa,  
Cristian Tudor Popescu,  
Presedinte

Agentia de Monitorizare a Presei,  
Mircea Toma,  
Director

Asociatia Patronala a Editorilor Locali din Romania- APEL,  
Marius Stoianovici,  
Presedinte

Centrul pentru Jurnalism Independent,  
Ioana Avadani,  
Director Executiv

Uniunea Sindicala MediaSind,  
Cristi Godinac,  
Presedinte