

FreeEx Digest

- ediția nr. 4

**PARTIDELE, BANII ȘI PRESA
- O RELAȚIE TOXICĂ**



Kingdom of the Netherlands

Proiectul FreeEx Digest este finanțat de Ambasada Regatului Țărilor de Jos. Opiniile și informațiile transmise în cadrul proiectului nu reprezintă poziția Ambasadei Regatului Țărilor de Jos. Responsabilitatea privind acuratețea informațiilor și deciziile editoriale sunt sub controlul exclusiv al Asociației ActiveWatch.

„Nu există suficientă transparență cu privire la difuzarea în audiovizual a conținutului plătit de partidele politice în afara campaniilor electorale, iar accesul la informații al jurnaliștilor rămâne deficitar. (...) Transparența finanțării partidelor politice și aplicarea normelor aferente sunt limitate.”

Raportul Comisiei Europene privind statul de drept în România 2022

„Libertatea și pluralismul mass-media trebuie consolidate. În special, utilizarea fondurilor publice de către partidele politice pentru a finanța mass-media și a influența conținutul acestora pe baza unor contracte secrete este de maximă o îngrijorare. Ea are potențialul de a submina principiul libertății media și buna funcționare a instituțiilor democratice. (...) Drept urmare, Adunarea Parlamentară cere autorităților române (...) în domeniul media: să asigure o implementare potrivită a legislației privind accesul la informații; (...) să asigure garanții specifice pentru independența editorială și să introducă cerințe legale pentru divulgarea contractelor secrete dintre partidele politice și mass-media, care implică transferul de fonduri publice către aceasta din urmă.”

Rezoluția Adunării Parlamentare a Consiliului Europei referitoare la România 2022

CUPRINS

Finanțarea partidelor politice și a campaniilor electorale_____	4
Cheltuielile partidelor politice cu publicitatea politică, în afara campaniilor electorale, nu trebuie să fie subvenționate din bani publici_____	6
Ce cred jurnaliștii despre finanțarea presei de către partidele politice_____	13
Proiectul PSD de modificare a Legii privind finanțarea partidelor. Criticile societății civile _____	22
Regimul subvențiilor în foste state comuniste_____	31

Finanțarea partidelor politice și a campaniilor electorale

Pe agenda Senatului se află, zilele acestea, o propunere de modificare a Legii privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale (Legea nr. 334/2006). Proiectul de lege ([L313/2023](#)) a fost depus în Parlament, în luna mai a acestui an, de un grup de parlamentari PSD și preia - nu în integralitate - [proiectul Autorității Electorale Permanente](#) (AEP), care rămăsese blocat în sertarele Guvernului de la finalul anului trecut.

Proiectul aduce o serie de îmbunătățiri în câteva privințe, cum ar fi nivelul sumelor pe care partidele și candidații le pot investi în cheltuieli de publicitate, nivelul donațiilor, al împrumuturilor și al contribuțiilor pe care le poate primi un partid politic sau un candidat și cerințele de transparență în rapoartele pe care partidele le întocmesc pentru AEP (informații mai detaliate), dar, în ansamblu, rămâne profund deficitar în ceea ce privește probleme esențiale. După cum au arătat [Centrul pentru Inovare publică](#) și [Expert Forum](#), proiectul nu rezolvă [lipsa de transparență](#) a modului în care partidele politice investesc bani în mass-media și păstrează [un nivel ridicat al subvențiilor](#) pe care le pot primi partidele de la bugetul de stat, în timp ce partidele mici, de la nivel local, sunt discriminate în accesul la aceste subvenții. În plus, AEP nu primește suficiente instrumente de control și nici nu sunt garantate independența și profesionalismul angajaților instituției. Spre exemplu, condiția de neutralitate politică pe care trebuie să o îndeplinească directorul general al Departamentului de control al finanțării partidelor politice și a campaniilor electorale din AEP este eliminată prin proiectul de lege propus. Toate acestea în timp ce conducerea AEP a rămas, cu concursul partidelor din arcul guvernamental, una profund criticabilă, președintele (numit în funcție anul acesta) și secretarul general (recent demisionar din funcția de președinte) având amândoi [probleme de integritate](#).

Sunt șanse aproape nule ca Parlamentul să adopte, în actuala formulă politică, prevederi legislative care să vizeze, în mod real, respectarea unor principii fundamentale - ca legalitatea, egalitatea de șanse, transparența veniturilor și a cheltuielilor, independența partidelor politice și a candidaților față de finanțatori, integritatea competiției politice și electorale - pe care Legea privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale le enunță.

Aceasta în ciuda faptului că organisme și organizații europene și internaționale solicită României să îmbunătățească atât conținutul legii, cât și aplicarea ei, [insistând în privința transparentizării finanțării mass-media de către partidele politice](#). La rândul lor, o parte a presei din România și organizații ale societății civile fac eforturi pentru a îndepărta cortina așezată peste informațiile care privesc fondurile partidelor politice.

Legea va trebui să fie discutată pe repede înainte în Senat, în condițiile în care termenul de adoptare tacită urmează să se împlinească după vacanța parlamentară, la 5 zile de la reluarea sesiunii parlamentare.

Finanțarea netransparentă a mass-media de către unele partide politice distorsionează agenda publică, iar cetățeanul plătește taxe pentru a fi înșelat, prezentându-i-se drept jurnalism un conținut sponsorizat netransparent de partidele politice. Mai mult, există suspiciuni serioase că unele partide plătesc campanii de denigrare a unor oponenți mascate drept conținut jurnalistic. Din acest motiv, mai mulți dintre jurnaliștii care au urmărit subiectul finanțării presei de către unele partide politice consideră că subvențiile din bani publici nu trebuie să mai acopere cheltuielile partidelor cu presa (cu excepția campaniilor electorale), poziție la care aderă și ActiveWatch. Unii dintre acești jurnaliști cred, însă, că banii publici pot fi folosiți pentru publicitate politică și în afara campaniilor electorale, dacă există transparență completă a contractelor cu presa și un control real al acestor contracte din partea AEP, dacă experții care au contracte cu partidele sunt prezentați către public ca atare, iar conținutul plătit de partide este marcat clar pentru public. De asemenea, subvențiile alocate partidelor pentru publicitate ar trebui să scadă, iar legea accesului la informații să nu mai fie încălcată de partide.

Cheltuielile partidelor politice cu publicitatea politică, în afara campaniilor electorale, nu trebuie să fie subvenționate din bani publici

Dezvăluirile făcute de presă și ONG-uri, în ultimii ani, în ceea ce privește cheltuirea de către partidele politice a subvențiilor din bani publici pentru “presă și propagandă” relevă existența unor mecanisme atât de opace încât par imposibil de eradicat. Expunerea cetățeanului la conținut subvenționat de partide și prezentat drept jurnalism nu reprezintă doar o lipsă de respect față de etica mass-media, ci și față de principii constituționale consacrate: alegeri libere și corecte, dreptul la informație, dreptul la libertatea de exprimare.

În procesul de redactare a acestei sinteze, mai mulți dintre jurnaliștii cu care ne-am consultat au ajuns la concluzia că folosirea subvențiilor pentru “presă și propagandă”, în afara campaniilor electorale, trebuie oprită neîntârziat.

În opinia ActiveWatch, chiar și în campaniile electorale, aceste subvenții ar trebui să poată fi utilizate pentru promovarea candidaților și a partidelor strict sub formă de publicitate politică (spoturi, afișe electorale), marcată ca atare. Emisiunile electorale din audiovizual, pentru care partidele plătesc acces, dar care au format editorial, oferind publicului falsa impresie că ar fi conținut jurnalistic, nu mai trebuie să fie permise.

Iată câteva argumente pentru care considerăm că aceste mecanisme de finanțare a presei de către partidele politice sunt profund viciate și trebuie corectate până în 2024, an cu patru runde de alegeri:

Partidele politice refuză să dezvăluie informații legate de modul în care investesc bani în presă

Deși partidele politice folosesc bani publici și deși au obligația de a raporta către AEP modul în care cheltuiesc acești bani, se prevalează constant de clauzele de confidențialitate ale contractelor comerciale pe care le încheie cu companiile intermediare sau direct cu companiile de media, pentru a ascunde modul și scopul în care direcționează bani către presă.

Chiar și atunci când pierd [procese pe legea accesului la informații de interes public](#) (vezi [procese câștigate](#) de [Centrul pentru Inovare Publică](#) și [Centrul de Investigații](#)

[Media](#)), partidele refuză executarea hotărârilor judecătorești. Situația este valabilă și în cazul [organizațiilor minorităților naționale](#), care sunt, de asemenea, subvenționate de la bugetul de stat. Sancțiunile prevăzute de legea accesului la informații de interes public sunt minore, deci motivația (și obligația) partidelor în a răspunde la cererile formulate pe baza acestei legi este practic nulă. Mai mult, conform proiectului PSD de amendare a legii finanțării partidelor, amenziile ar putea fi plătite tot din bani publici. De altfel, proiectul de modificare prevede contravenții care variază de la 35.000 de lei (prag minim) la 55.000 de lei (prag maxim), contravenții ce ar putea fi considerate pur simbolice raportat la volumul subvențiilor de la bugetul de stat. Prin urmare, viitorul cadru normativ prevede instrumente ineficiente de corectare a unor abateri legate de activitatea și transparența partidelor politice.

Din numeroasele articole pe care le-a publicat jurnalistul Cristian Andrei ([Europa Liberă România/Libertatea](#)) – care în ultimii ani a urmărit cu perseverență subiectul finanțării partidelor politice – reiese că, în loc să devină mai transparente în detalierea cheltuielilor pe care le fac, aceste partide devin tot mai opace. Opacitatea pare să crească direct proporțional cu bugetele publice pe care PSD și PNL le investesc în media.

Presă este cumpărată prin contracte mascate

În septembrie 2022, Recorder a arătat cum firma Vertigo, prin care PSD direcționează bani către presă, plătește către firma RTV Properties Management, care deține site-ul România TV, facturi pentru “servicii online”. “O exprimare suficient de vagă pentru a putea ascunde orice”, comentează jurnaliștii Recorder.

Tot jurnaliștii Recorder au intrat, datorită unei surse anonime, și în posesia unui contract încheiat între firma Stalex PR, angajată de PNL, și firma Ridzone Creative, parte a trustului România TV. Contractul s-a derulat în august-septembrie 2019, în perioada premergătoare campaniei electorale pentru alegerile prezidențiale, și avea ca obiect producția a 13 clipuri video cu discursurile unor lideri PNL de la un congres al partidului și de la alte două întruniri de partid. Fiecare clip a costat 5.000 de euro, contractul total fiind de 65.000 de euro fără TVA. Conform Recorder, însă, PNL a realizat propriile filmări de la aceste evenimente, pe care le-a transmis live pe internet pentru a fi preluate gratuit de orice redacție de presă. “E genul de suspiciune care ar trebui să intre și în sfera de interes a procurorilor. Sunt sute de astfel de contracte între partide și trusturi de presă, care învârt milioane de euro din bani publici, și despre care nu se știe ce tip de servicii conțin. Adică ce s-a prestat concret în schimbul banilor”, susțin jurnaliștii Recorder în reportajul [“Prețul tăcerii. O investigație în contabilitatea presei de partid”](#), considerat [unul dintre cele mai bune materiale jurnalistice ale anului 2022](#).

Aceste două exemple de contracte sunt dintre puținele care au ajuns la cunoștința opiniei publice. Ele ne arată că demontarea și destructurarea acestui modus operandi opac, în relația dintre partide și presă, par aproape imposibile.

În campania electorală, partidele și candidații plătesc pentru accesul în emisiuni care au aparența de conținut jurnalistic asumat editorial

Tot [Recorder](#) a publicat, în 2022, conținutul unui contract încheiat în 2019, în campania electorală pentru alegerile prezidențiale. Din acest contract reiese că PSD a plătit până la 3.000 de euro pe minut, preț fără TVA, pentru emisiuni de promovare electorală. O astfel de emisiune, moderată de Victor Ciutacu (România TV), o prezintă pe candidata la prezidențiale, din partea PSD, Viorica Dăncilă. Emisiunea a costat 100.000 de euro, proveniți din bani publici. "Mulți oameni se uită la astfel de emisiuni și habar nu au că partidul a plătit pentru acel spațiu de emisie, iar moderatorul nu se află în poziția unui jurnalist liber de orice constrângere, ci în postura unui amfitrion care trebuie să-l pună într-o lumină favorabilă pe clientul care a plătit emisiunea", au explicat jurnaliștii Recorder. Mai mult, în cadrul aceluiași contract, PSD a plătit 69.000 de euro fără TVA pentru transmiterea unei conferințe de presă susținute de Viorica Dăncilă. "Marcajul dezbateri electorală a apărut și la alte televiziuni care au difuzat conferința de presă, ceea ce sugerează că nu doar România TV a încasat bani de la partid pentru difuzarea acestui moment", mai explică jurnaliștii Recorder.

Conform datelor obținute și publicate de Europa Liberă la câteva luni după încheierea campaniei pentru prezidențiale din 2019, [PSD a plătit la RTV aproximativ 640.000 de euro](#) pentru promovarea în timpul campaniei. Alți 410.000 de euro au fost plătiți către Antena 3, conform aceleiași surse. Europa Liberă remarca la acel moment că RTV a încasat cea mai mare sumă – aproape 1.500.000 de euro, adică aproape jumătate din [banii cheltuiți pentru promovare televizată de candidații la prezidențiale din partea PSD și PNL](#). De remarcat, doar cu titlu de exemplu, că, în 2019, conform publicației Forbes, [Ridzone Computers, firma care deținea licența România TV, a raportat o cifră afaceri de 12,9 milioane de euro, în creștere cu 81% față de 2018, și un profit net de 5,7 milioane de euro](#). Rezultă că doar banii proveniți de la PSD și PNL, în campania pentru prezidențiale, au reprezentat, în acel an, 12% din cifra de afaceri a RTV. Dacă am raporta această sumă doar la profitul net, ea ar reprezenta 26% din acesta. RTV a fost urmată la mare distanță de Antena 3, care a obținut în timpul campaniei electorale, de la cele două partide, aproximativ 550.000 de euro, cea mai mare sumă venind de la PSD. Cifrele anuale care intră în bugetele acestor instituții media sunt însă dificil de cuantificat, din cauza păienjenişului de firme care sunt implicate în aceste contracte. Sistemul a fost menținut și [în campania pentru parlamentare, din noiembrie 2020, în care sumele cerute de televiziuni ajungeau la peste 100.000 de euro pentru o oră de emisiune electorală la care participa un candidat](#).

În același timp, chiar în timpul respectivei campanii electorale, [doi membri CNA recunoșteau pentru Europa Liberă că nici ei nu știau dacă o emisiune TV este gratuită sau contra cost](#). "Televiziunile nu ne spun pentru ce emisiuni s-a plătit. Nu știm chiar tot ce se întâmplă în negocierea dintre televiziune și partide. Este nevoie de modificări în viitoarea lege ca să fie lucrurile mai clare", a declarat Dorina Rusu, membră CNA, pentru Europa Liberă.

„Dacă nu există obligația, nu putem verifica ce emisiuni sunt plătite. Legea spune că această campanie este contra cost. În momentul când cunoști legea, știi că fiecare candidat care apare în această postură plătește. Oamenii vor afla dacă le spuneți dumneavoastră și alții. Mai mult de atât, nu este problema CNA-ului. În momentul de față nu este o astfel de obligație legală să anunți că s-a plătit pentru acea emisiune. Poate într-o viitoare campanie, se va gândi cineva și la asta”, a adăugat Răsvan Popescu, membru CNA, pentru Europa Liberă.

Ovidiu Voicu, director executiv al Centrului pentru Inovare Publică, a declarat atunci, pentru aceeași publicație: „Cât cere televiziunea e treaba ei. De doi ani, partidele au dreptul să folosească în campanie banii din subvenție, este o sumă uriașă. Toată ideea de echitate este anulată și e un lucru foarte rău pentru democrație. Lucrul acesta ar trebuie să înceteze dacă nu vrem să evităm să ajungem într-o oligarhie în care câteva partide monopolizează puterea. Există o legătură între subvenție și banii dați televiziunilor. Sunt câțiva clienți care își permit să plătească sume uriașe și televiziunile cer asta”.

Conținutul media plătit de partide nu este marcat ca atare

Unul dintre aspectele finanțării presei de către partidele politice, pe care l-a urmărit jurnalistul Cristian Andrei (Europa Liberă/Libertatea), este cel al marcării conținutului media plătit de partide. Din numeroasele interviuri și discuții pe care jurnalistul le-a avut cu oameni din conducerea PSD și PNL reiese că aceste partide nu doresc ca acest tip de conținut să fie marcat ca fiind sponsorizat de partide. Fostul secretar general al PNL (septembrie 2021 - aprilie 2022), Dan Vîlceanu, care s-a ocupat, din această funcție, de contractele media ale partidului, a afirmat pentru Europa Liberă că [articolele plătite de partid nu erau marcate în vreun fel distinct pe site-urile unde erau publicate](#) și conțineau doar poziția reprezentantului PNL sau a partidului. Mai mult, el a afirmat că aceste articole nu erau redactate de partid. La rândul lui, [trezorerul PSD, Marius Iancu, a afirmat într-o discuție cu Europa Liberă că nu crede că publicul ar trebui să își dea seama când un articol este plătit de PSD](#). De asemenea, liderul grupului PSD din Camera Deputaților (în prezent președinte interimar al Camerei Deputaților), [Alfred Simonis, a afirmat, tot pentru Europa Liberă](#), că susține transparentizarea cheltuielilor din fondurilor publice, dar că transparentizarea nu ar trebui să ducă la situația în care concurenții politici ar afla strategia de comunicare a unui partid și, de aceea, marcarea articolelor plătite de partid ar trebui să se facă doar la 30 de zile după publicare.

Mecanismul acesta funcționează cu deplina complicitate a presei. Un simplu exemplu ilustrativ este cel al lui [Laurențiu Ciocăzanu, actual șef al știrilor postului public de televiziune TVR, care nu consideră că este lipsit de etică ca un ziarist să redacteze articole plătite de un partid politic și, mai mult, ca aceste articole să nu fie marcate ca publicitate plătită](#), după cum a arătat ziarul Libertatea. Comentariile lui Ciocăzanu au venit după ce Libertatea a dezvăluit că acesta scrisese, în 2021, articole pentru site-ul ziaristii.com, care au făcut parte dintr-un contract cu PNL, iar materialele au fost publicate fără a fi marcate ca publicitate politică. Laurențiu

Ciocăzanu era, la acel moment, jurnalist și acționar la societatea care deține publicația respectivă. Valoarea totală a contractului a fost de peste 30.000 de euro

Chiar dacă proiectul AEP, asumat de PSD și aflat pe agenda Senatului, conține prevederi referitoare la marcarea publicității (detalii în secțiunea următoare), rămâne de văzut în ce măsură aceste prevederi vor fi menținute în forma finală a proiectului de lege.

La nivelul Uniunii Europene va fi implementat, în curând, un regulament privind publicitatea politică pe rețelele de socializare, precum și în media tradițională. Printre altele, conform viitorului regulament, [reclamele politice vor trebui să fie etichetate ca atare pentru a le distinge de conținutul editorial](#) și vor fi însoțite de o notificare de transparență, care va menționa identitatea sponsorului, datele de contact ale acestuia, perioada de publicare, sumele cheltuite și sursele acestora. În prezent, regulamentul se află în faza de [negociere](#) între poziția [Parlamentului European](#) și cea a [Consiliului European](#).

Există suspiciunea rezonabilă că partidele investesc bani în campanii de defăimare a oponentilor

Publicația Misreport a arătat anul acesta că firme conectate cu PNL și PSD plătesc campanii de discreditare în mediul online. [O astfel de campanie](#) a fost desfășurată de Green Pixel Interactive, în ianuarie 2023, și a vizat-o pe jurnalista Emilia Șercan. Articolele publicate pe site-uri fantomă, care aveau aparența unor publicații jurnalistice, o discreditau pe Emilia Șercan, după ce aceasta dezvăluise plagiatul ministrului liberal Lucian Bode. În paralel, aceleași site-uri amplificau mesajele ministrului Bode, prin care se apăra de acuzația de plagiat. Campania nu făcea altceva decât să contribuie la [acțiunea de kompromat începută anul trecut împotriva Emiliei Șercan](#). După ce ziaristii de la Misreport au contactat, pe parcursul documentării, Green Pixel Interactive, cele două site-uri fantomă au fost dezactivate, iar paginile lor de Facebook au fost șterse. PNL a refuzat să răspundă cererilor de informații formulate de ActiveWatch și Reporterii fără Frontiere, respectiv de Emilia Șercan, în care partidul era întrebat despre contractele sale cu Green Pixel Interactive. După ce a fost dat în judecată de Șercan, PNL i-a răspuns doar că nu a încheiat contracte din bani publici cu această agenție de publicitate, fără să nege că ar fi plătit pentru acea campanie și fără să ofere informațiile solicitate.

Green Pixel Interactive a avut contract și cu PSD, după cum reiese dintr-o ordonanță DNA din 2019, publicată pe pagina de Facebook a Captura și preluată de [Libertatea](#). Conform acestei ordonanțe, DNA investighează modul în care PSD a cheltuit subvențiile acordate din bugetul de stat în anul 2019 (an electoral).

De asemenea, PressOne a arătat în 2020 cum [două firme care aveau contracte cu PSD foloseau 9 site-uri pretins jurnalistice pentru a promova pe Facebook articole favorabile acestui partid. Aceeași rețetă a fost folosită zilele acestea, în timpul grevei profesorilor](#), când o parte dintre aceste nouă site-uri au promovat articole critice la

adresa revendicărilor profesorilor și a unui lider de sindicat, după cum au arătat ziaristii de la Misreport.

Sumele investite în presă distorsionează piața media

În 2022, [piața totală de publicitate](#) (TV, radio, online, print, outdoor, cinema) a fost de 642 de milioane de euro, după estimările Initiative Media. Tot în 2022, PSD și PNL au cheltuit, împreună, 18,8 milioane de euro pentru presă și propagandă (PSD - 54 de milioane de lei, reprezentând 58% din cheltuielile totale ale acestui partid, PNL - 39 de milioane de lei, reprezentând 70% din cheltuieli), conform datelor cumulate de Expert Forum și publicate în mai 2023 într-un [raport detaliat privind finanțarea partidelor politice](#). Poate părea o sumă mică, în comparație cu piața totală de publicitate media, dar, de fapt, bugetul este unul uriaș, mai ales având în vedere faptul că aceste fonduri au ca beneficiari anumite instituții media, [cu cifre de afaceri nu foarte mari](#).

Din păcate, un calcul detaliat al procentelor cu care aceste partide contribuie la cifrele de afaceri ale unor instituții de presă este imposibil de realizat din cauza [opacității](#) în cheltuirea acestor fonduri.

În plus, de cele mai multe ori, [banii sunt direcționați către site-urile televiziunilor](#), pentru că plata directă către televiziuni, în afara campaniilor electorale, ar ridica suspiciuni, cumpărarea conținutului editorial fiind interzisă de legea audiovizualului.

Conform datelor la care au avut acces [Europa Liberă](#) și [Recorder](#), pe parcursul anului 2021, site-urile mai multor televiziuni de știri au primit, prin intermediari, din partea PNL, lunar, sume fixe de ordinul zecilor de mii de euro. La acestea s-au adăugat site-uri de presă online, care au primit, în ultimii ani, [sume de ordinul miilor de euro](#), plățile făcându-se, uneori, lunar. De exemplu, Recorder a avut acces la documente contractuale între PNL și site-urile România TV și Economica (ambele deținute de același trust) care arată că [PNL a plătit câte 1.000 de euro pentru publicarea a 120 de știri pozitive despre activitatea sa. Știrile plătite nu erau marcate ca fiind advertoriale](#). Dacă respectivul contract, cu o valoare totală de 120.000 de euro, a fost, într-adevăr, plătit de PNL, el a reprezentat 7,5% din cifra de afaceri cumulată a companiilor care dețineau site-urile România TV și Economica sau 30% din profitul cumulat al acestor companii.¹

Deși această sinteză se concentrează pe comportamentul principalelor partide parlamentare în relația cu presa, subliniem că aceste relații comerciale nu ar fi posibile fără participarea activă a instituțiilor de presă care își induc în eroare propriile audiențe. Coabitarea dintre presă și politic este de lungă durată, iar în istoria recentă a presei există numeroase episoade în care unele instituții de presă s-au transformat în simple agenții de PR sau de marketing politic și au fost

¹ Calculele sunt doar orientative, pentru că ne lipsesc detaliile exacte despre executarea acestui contract; compania care deține site-ul economica.net a raportat venituri totale/ cifră de afaceri 0, fiind pe pierdere în 2021.

instrumentalizate pentru a servi intereselor partinice, în detrimentul interesului public. Odată cu oficializarea acestor parteneriate din fonduri publice, care sunt cheltuite netransparent, nu putem să nu remarcăm că presa care prestează și pe banii publici ai partidelor este mai mult decât un partener comercial (de afaceri). Este un complice în folosirea acestor bani publici împotriva intereselor cetățeanului care îi plătește.

Am listat mai sus câteva dintre motivele pentru care considerăm că folosirea banilor publici de către partidele politice pentru activități de “presă și propagandă” este toxică și nu servește interesului public. Desigur, există și contraargumente. Subvenționarea partidelor politice cu bani publici are drept scop, printre altele, tocmai reducerea corupției. Istoria post-decembristă a relațiilor dintre politicieni, oameni de afaceri și mass-media e plină de astfel de mecanisme corupte: sacoșele cu bani aduse la partid în schimbul [contractelor avantajoase din bani publici](#), folosirea organelor de presă ca instrument de negociere politică pentru protejarea intereselor patronilor de presă (inclusiv ca scut de protecție împotriva justiției), propulsarea în Parlament și la guvernare a unor partide de buzunar care aveau drept unic atu media din dotare, amestecul serviciilor de informații în mass-media, în scopuri obscure, un mecanism general de alimentare a presei cu bani publici, sub forma taxelor neplătite la stat sau a contractelor de publicitate publică cu dedicație și alte mecanisme de același tip. Ele încă există, dar subvenționarea din bani publici a partidelor politice nu rezolvă problema acestor mecanisme corupte, după cum o arată câteva exemple de mai sus, ci doar o perpetuează .

Paradoxul devine și mai acut dacă ne raportăm la PSD și PNL, care în ultimii ani au investit cele mai mari sume în presă și propagandă, deși, de mai bine de 18 luni, cele două partide sunt într-o coaliție de guvernare. Bunul simț elementar nu poate explica nevoia de promovare a unor partide aflate la guvernare, dat fiind faptul că activitatea lor este implicit de interes public general.

În opinia noastră, modificarea legii privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale nu va duce la îmbunătățirea acestor mecanisme dacă amendamentele propuse de organizațiile societății civile (pe care le detaliem mai jos) nu vor fi adoptate.

Singura speranță de însănătoșire, lentă, a acestor mecanisme vine tot de la Bruxelles. Viitorul Regulament privind publicitatea politică ar trebui să ducă la mai multă transparență în comunicarea publică.

Ce cred jurnaliștii despre finanțarea presei de către partidele politice

I-am întrebat pe câțiva dintre jurnaliștii care au urmărit în ultimii ani subiectul finanțării presei de către partidele politice ce cred despre acest mecanism și cum consideră că le afectează munca sau relația cu publicul consumator de media. Răspunsurile lor ne dau, încă o dată, certitudinea că jurnalismul independent, în interes public, va rezista, în ciuda acestor practici neloiale, și va continua să facă lumină în cheltuirea banilor publici.

ActiveWatch: Cum percepi mecanismul de finanțare a presei din bugetele partidelor politice?

Dan Tapalagă, jurnalist [G4Media](#):

Principiul finanțării partidelor de la bugetul de stat este corect, dar el a fost distorsionat prin direcționarea subvențiilor către presă cu scopul de a-i cumpăra tăcerea.

Cristian Andrei, reporter:

Mecanismul de finanțare a presei din bugetele partidelor politice este lipsit de transparență, în special când ne referim la marile partide – PSD și PNL. Un sistem caracterizat prin secretomanie, toxic, în care banii circulă fără să știm destinatarii, adică numele site-urilor.

Investitori secreți, președinții partidelor, au un singur interes: un control cât mai mare al informației. Și dacă s-ar putea, să nu ofere niciodată explicații despre cui au dat banii sau pentru ce. Problema majoră este că am ajuns în situația în care câinele de pază al democrației este hrănit direct de la vistieria de partid. În secret.

Relația a dus la cenzură sau autocenzură, mai direct, la întoarcerea capului de la subiectele care deranjează. Constatăm o alterare puternică a ideii de informare corectă pentru că o parte a presei scrie articole la comandă. Este un regres evident față de principiile enunțate în 2015, când s-a votat noua lege privind finanțarea partidelor.

Există o concurență neloială între site-urile care încasează pe ascuns bani de la partide și cele care nu au achiesat la acest sistem. Cred că este rolul nostru să scoatem la lumină această încrengătură, să știm cine scrie pentru bani și cine scrie pentru public.

Codruța Simina, jurnalistă Misreport:

Mi se pare greșit atât moral cât și principial să folosim orice sume din bani publici spre orice tip de folos obținut de un partid politic. Nu este un mecanism de finanțare a presei, ci unul de cenzură și mituire.

Ovidiu Vanghele, jurnalist Centrul de Investigații Media:

Îl consider absolutamente distructiv. Pentru că practic apare o formă nouă de finanțare a presei care este complet ocultă. Ajungi prin acest mecanism să eviți sistemul normal de funcționare a presei: presa vinde informație și este plătită pe baza audiențelor, din reclamă. Când tu ajungi să ai acest mecanism de finanțare, practic nici nu mai contează audiențele. Cel mai bun exemplu este cazul Iulia Marin și boicotul față de RTV. În mod normal dacă tu boicotezi și spui "nu mai dați reclamă acolo", ei ar trebui să resimtă consecințele. Numai că lor puțin le pasă pentru că mecanismul lor de finanțare nu mai este cel normal. Asta e drama.

Mihai Voinea, jurnalist Recorder:

Cred că lucrul pe care nu trebuie să obosim să îl spunem este că această relație financiară nocivă dintre presă și partide este o amenințare pentru democrație. Când spun asta îmi dau seama că sună ca un clișeu, dar tocmai acesta este lucrul foarte grav, că o asemenea afirmație a ajuns un clișeu și aproape nimeni nu o mai bagă în seamă. Însă este un lucru foarte foarte grav, pentru că libertatea și democrația se pierd în pași mărunți, nu se pierd peste noapte și trebuie să fim conștienți de gravitatea acestei situații și de gravitatea acestei relații foarte nocive dintre presă și partide. Este de datoria fiecăruia să încercăm să schimbăm ceva la asta pentru că oricât ar suna de exagerat chiar este vorba despre libertatea noastră. O societate nu poate fi liberă fără o presă liberă.

Victor Ilie, reporter:

E coruptibil și netransparent. Este o super-birocrație a banilor publici care înainte i se cuveneau doar TVR-ului, dar acum se cuvin oricui are un site și vrea să ia niște bani de la partid, să facă nițică propagandă. Am găsit, pentru un material pe care l-am publicat la Recorder anul trecut, o firmă în care Partidul Social Democrat aduna toți banii pe care îi avea pentru presă și de acolo nu știa nimeni cum plecau mai departe, până nu am arătat noi. Practic această firmă avea încasări exclusiv de la PSD. Firma nu avea o activitate, cum se lăuda ea, de producție publicitară, de publicitate. Era o firmă de apartament cu doi angajați. Iar toți banii care veneau de la PSD plecau mai departe către presa din toată țara, cei mai mulți către televiziunile centrale. Și nu știa nimeni de banii ăștia. Președintele partidului, când l-am întrebat de transparentă, spunea ca el trebuie să vorbească cu avocații ca să poată descretiza banii ăștia, că sunt contracte comerciale iar contractele comerciale sunt peste contractul cu publicul.

Cristian Delcea, jurnalist Recorder:

Am petrecut atât de mult timp în jurul subiectului încât constat că s-a mai erodat furia față de acest uriaș afront adus societății românești. Am ajuns să așezăm

fenomenul într-un dosar tocit: "Bani politici pentru presă". Mi se reaprend instinctele și îmi dau seama de adevărata gravitate de fiecare dată când îi povestesc despre această practică vreunui jurnalist străin, iar reacția este invariabil aceeași: "Is this legal? [Este asta legal?]", Cu întrebarea asta aș rămâne în minte: cum am ajuns să considerăm normal și legal să fim manipulați de politicieni pe banii noștri?

ActiveWatch: Ce impact crezi că are relația financiară dintre partidele politice și presă asupra publicului/electoratului?

Dan Tapalagă, jurnalist [G4Media](#):

A cumpăra presă, conținut editorial, în afara campaniilor electorale înseamnă a minți publicul, fie prin omisiune, fie prin manipularea adevărului pe care presa ar trebui să-l expună. A cumpăra presă din bani publici înseamnă a minți publicul pe banii lui. Adică publicul plătește taxe și impozite ca să fie mințit pe banii lui? A cumpăra presă înseamnă a slăbi grav o instituție esențială pentru sănătatea democratică a unei țări.

Cristian Andrei, reporter:

Pentru a măsura un impact real ar trebui să avem acces la informație. Un articol marcat cu semnul P sau susținut de X/Y partid ar mai avea același succes? Publicul a început să perceapă în ultimii ani, după dezvăluirile din presă, că relația între banii partidelor și o parte a presei nu este corectă.

În același timp, putem observa că subiectul banilor de la partide către presă nu a fost deloc dezbătut sau într-o măsură foarte redusă de principalele posturi de știri. Nu există o dezbatere reală, o presiune asupra politicienilor să schimbe sistemul.

Cetățeanul are dreptul să știe când citește un articol scris după norme jurnalistice și când are în față un articol parte a unui contract cu un partid. Este esențial să fie informat corect.

În anul electoral 2024, informația plătită poate distorsiona votul. Vom asista astfel la un interes ridicat din partea partidelor pentru a-și promova mesajele plătite.

Codruța Simina, jurnalistă [Misreport](#):

Practic cetățenii sunt mințiți pe banii lor, ceea ce, trebuie să admitem, e o performanță.

Ovidiu Vanghele, jurnalist [Centrul de Investigații Media](#):

Este distructiv, catastrofal. Nu mai înțelege nimeni nimic. Publicul nu mai poate înțelege ceva când tot ce i se transmite este filtrat de niște interese care nu au nicio legătură cu interesul public, ci cu interese private sau de grup politic. Care sunt, la rândul lor, tot interese private în raport cu interesul public, sunt tot în contradicție cu acesta, chiar dacă sunt în interesul unui partid.

În acest moment ei folosesc banii mei ca să mă mintă pe mine. Eu îți distug creierii folosindu-mă de banii tăi, de resursele tale. Cum să primești 80.000 de euro ca să difuzezi conferința de presă a candidatului Viorica Dăncilă din turul 2 la prezidențiale? Când tu ești televiziune de știri? Ce e mai de interes public decât asta? Cum să stipendiezi asta? Cum să ajungi să ți se pară normal, logic și rațional să plătească un partid bani pentru așa ceva? Aștia sunt bani plătiți pentru altceva.

Mihai Voinea, jurnalist Recorder:

Publicul este bulversat, este confuz. Pentru că, atunci când televiziunile iau bani de la partide, unele dintre ele dezinformează, altele pur și simplu ocolesc știri, altele creează o perdea de fum care amestecă frânturi de adevăr cu informații false. În felul ăsta o parte considerabilă din electorat nu mai înțelege nimic din deciziile politicianilor, pentru că fie nu le află, fie îi sunt prezentate distorsionat. Și dacă nu înțelege mare lucru din aceste decizii, nu poate nici să le conteste.

Victor Ilie, reporter:

Oamenii sunt practic spălați pe creier cu proprii bani. Nu mai au grijă de interesele lor personale, care sunt de cele mai multe ori foarte pragmatice: valoarea facturilor, asfaltul de pe strada din fața casei, dacă au sau nu canalizare. Deci practic în asta investesc partidele bani, în spălare pe creier.

Dacă te uiți în contabilitatea unei televiziuni cum e RTV, de exemplu, observi ca ea nu ar supraviețui într-o piață liberă, în care ai reporterii în redacție, dar ai și un departament comercial care aleargă de colo colo să facă rost de contracte de publicitate ca să susțină ce fac reporterii. Nu, la RTV ai sub 10 la suta contracte comerciale de la marile companii care investesc în publicitate. În rest sunt bani politici, fie că sunt direct de la partide, fie că sunt din vechile mecanisme în care un contractor ia de la o instituție condusă de un partid politic și dă mai departe televiziunii partea. De exemplu, la RTV poți să vezi niște contracte spectaculoase de la companii care construiesc autostrăzi, companii care, în general, nu au de ce să își facă publicitate la televizor. Am făcut această estimare aproximativă cum că la RTV nu ar fi nici 10 la sută bani din publicitate comercială. Am putut să fac acest calcul pentru că la RTV am avut acces la documente din contabilitatea unei pânze de companii. Pentru că RTV nu înseamnă doar societatea comercială care a fost licențiată de CNA. RTV înseamnă un grup de firme pe numele unor angajați sau oameni de încredere ai patronatului, în cazul de față Sebastian Ghiță. După cum Antena 3 nu înseamnă doar Intact Media Grup sau Antena 3 SA, ci un grup de societăți comerciale controlate de fiicele lui Dan Voiculescu - firme de cercetare sociologică, companii de publicitate. Or, nu poți să îți dai seama de totalul banilor politici decât dacă ai acces la contabilitatea mai multor firme dintr-un grup de acest fel. Pentru că în momentul în care tu calculezi procente din cifra de afaceri trebuie să te gândești că firmele rulează mulți bani publici între ele. Degeaba te uiți la firma care are licență, pentru ca ea îndeplinește doar o formalitate birocratică, cea de a deține o licență.

Cristian Delcea, jurnalist Recorder:

Manipularea are două tăişuri. Pentru majoritatea publicului, târguiala dintre partide și presă aduce somnolența civică. Câți români știu astăzi că în urmă cu câteva luni ministrul Justiției a anunțat public o sentință care nu fusese încă dată de judecători? (Apropo, sentința pe care a anunțat-o, avant la lettre, ministrul era cea pe care au dat-o și judecătorii: individul în cauză a fost achitat post mortem). Suspiciunea de a avea acces la un dosar pe rol ar fi spulberat din funcție orice ministru dintr-o democrație cât de cât funcțională. Presa mainstream din România s-a făcut că nu vede acest subiect, a fost liniște, lumea n-a știut că un ministru a dezvăluit o sentință, lui Cătălin Predoiu nu i-a fugit pământul de sub picioare, iar azi e ministru de Interne.

Al doilea tăiș este în tabăra oamenilor care percep manipularea și se îndepărtează în mod conștient de mijloacele de informare convenționale. Un studiu al companiei de cercetare YouGov în colaborare cu Institutul Reuters arată că 69% dintre românii cu acces la internet evită în mod intenționat știrile. Am vorbit astăzi cu un tânăr care a sesizat schimbarea de atitudine a unui post de știri față de un primar de sector, din motive care țin de prosperitatea respectivului trust media. Tânărul a scos postul de pe lista publicațiilor în care are încredere. L-am întrebat de unde se mai informează și a răspuns "de pe Instagram".

ActiveWatch: Toate controversele din spațiul public legate de acest mecanism de "coabitare" financiară dintre unele instituții de presă și partide politice te-au afectat sau te afectează în activitatea ta jurnalistică?**Dan Tapalagă, jurnalist G4Media:**

Milioanele de euro pompate de marile partide în presă au distorsionat grav atât piața, cât și comportamentul jurnaliștilor, care practică pe scară largă autocenzura. Salariile jurnaliștilor au crescut artificial, pentru ca jurnaliștii să NU își facă meseria, NU pentru a fi mai performanți.

Cristian Andrei, reporter:

Am avut șansa să lucrez în redacții unde nu am avut vreo presiune din partea patronatului în privința alegerii subiectelor. Europa Liberă și Libertatea sunt redacții în care se poate aborda deschis orice subiect.

Mi-e teamă însă că nu există aceeași libertate în toate redacțiile. Observ, din munca pe teren, cum reporterii se autocenzurează când descoperă anumite subiecte sau trebuie să relateze despre ele și intervine justificarea "redacția nu este interesată".

În relația strict personală, politicienii au devenit mai reticenți din momentul în care au fost întrebați despre banii plătiți către mass-media și s-a putut observa o anumită ostilitate din cauza subiectului.

Codruța Simina, jurnalistă Misreport:

Cred că întotdeauna un sistem politic care lasă să se înțeleagă că plătește netransparent presa face, implicit, un mare rău presei, și îl face pe termen lung. Resimt acest rău de fiecare dată când ies pe teren și mi se spune fie că sunt parte din presa mincinoasă - propaganda AUR - fie presa plătită. Publicul își pierde încrederea în sursa de informare, și asta e o pierdere dificil de recuperat și pe termen lung, cum spuneam.

Ovidiu Vanghele, jurnalist Centrul de Investigații Media:

Presa alternativă este dependentă de presa mainstream, pentru că noi publicăm, dar avem nevoie ca ceea ce noi publicăm să fie preluat. Pentru că nu avem acces la același public larg ca presa mainstream. Și în momentul în care presa mainstream este îngropată în bani abjecți, ea nu își mai îndeplinește această funcție de informare. Se închide ușa accesului produselor noastre la publicul larg. Vezi, de exemplu, subiectul plagiatelor.

Mihai Voinea, jurnalist Recorder:

Ne afectează pe toți cei care încercăm să ne facem meseria, să respectăm niște principii elementare ale jurnalismului: nu te poți numi jurnalist liber dacă accepți ca salariul tău să fie plătit din banii celor pe care trebuie să îi critici, să le sancționezi deciziile.

Un alt mod în care ne afectează este că atunci când noi, la Recorder, producem o investigație, impactul ei este mai redus. Pentru că rolul reporterilor de televiziune și al reporterilor de știri e foarte important: e acela de a pune presiune pe decidenți pe anumite teme. Acum câțiva ani, dacă publicam o investigație, poate că reporterii întrebau politicienii despre acel subiect și le cereau opinii. Acum nimeni nu mai întreabă pentru că nu prea mai e voie. Și cum să fie voie dacă banii cu care sunt plătite salariile reporterilor vin de la partid? Poți să publici o investigație, să pui în spațiul public informații foarte grave, care stârnesc furia multor oameni, dar pentru care politicienii nu mai dau explicații pentru că nimeni nu îi mai întreabă.

Victor Ilie, reporter:

Da, mă afectează. O să dau un exemplu de o problemă care este veche și care acum, cu banii partidelor, se parafează. Publici o investigație despre un om politic și Antena 3 sau RTV nu o preia, pentru că nu o găsește ca fiind de interes public. Dar dacă dai o investigație despre concurența lor, despre cei cu care ei sunt în lupte politice, atunci ei o preiau: "Ce tare a dat Rise Project. Ce tare a dat Recorder!". Dar mai este acesta jurnalism în interes public? Nu, nu mai este niciun interes public, e un interes de business, un interes politic, ideologic".

Cristian Delcea, jurnalist Recorder:

Afectează piața media în general pentru că formează generații de jurnaliști cu simțuri adormite. Nu li se cere performanță, cu atât mai puțin verticalitate. Mulți dintre oamenii care se formează acum în aceste redacții "cumpărate" vor vicia pe

termen lung întreaga breaslă. Pe termen scurt, avem de-a face cu o imensă infuzie de capital care destabilizează ierarhia veniturilor din presă. Jurnaliști seniori, altfel combativi și dedicați meseriei, pot fi ușor atrași în aceste sanatorii de presă, unde nu li se cere decât să tacă pentru a încasa la final de lună sume importante de bani, în totală disonanță cu valoarea muncii lor.

ActiveWatch: Ce soluții crezi că există pentru a reglementa relația financiară dintre presă și partidele politice?

Dan Tapalagă, jurnalist [G4Media](#):

Banii din subvenție ar trebui utilizați de către partidele politice strict pentru funcționarea lor (chirii, sedii, angajați, utilități etc, clar definite în lege). Interdicție totală pentru cheltuieli cu propaganda din bani publici în afara campaniilor electorale.

Cristian Andrei, reporter:

Ca reporter politic am în vedere câteva soluții care s-ar putea realiza rapid și ar îmbunătăți climatul. Poate nu sunt pașii finali, dar ar fi, cu siguranță, pași înainte. Pe toate le-am prezentat în materiale publicate.

Partidele să prezinte lunar sumele plătite site-urilor cu care au contracte direct sau indirect, numele site-urilor, tipul articolelor și pentru ce s-a făcut plata. Măsura ar trebui să fie obligatorie chiar dacă plata se face printr-un intermediar, doi sau zece. Este important să aflăm destinatarul final al banilor publici.

Toate articolele parte a unui contract cu un site să fie marcate în mod distinct cu semnul P, de la publicitate, sau articol susținut de partidul X/Y. Încălcarea legii și nemarcarea articolelor să fie sancționată de Autoritatea Electorală Permanentă, cea care controlează finanțele partidelor.

Suma alocată pentru promovarea în presă trebuie să scadă. PSD și PNL au folosit aproape 100 de milioane de lei în 2022, bani publici, pentru promovarea în presă și propagandă politică.

Autoritatea Electorală Permanentă trebuie să verifice în mod distinct contractele cu mass-media pentru a verifica dacă există o relație de cauzalitate între temele abordate și contractele încheiate.

CNA ar trebui să oblige posturile TV să precizeze dacă analiștii politici /sociologii invitați în direct sau înregistrat au în derulare contracte cu vreun partid prin intermediul site-urilor pe care le conduc.

Pe aceste îmbunătățiri care ar putea fi aduse, partidele trebuie să respecte legea 544/2001. Procesele câștigate de jurnaliști demonstrează că legea accesului la informații de interes public este des încălcată de liderii partidelor.

Codruța Simina, jurnalistă Misreport:

Soluția cea mai bună ar fi ca partidele să nu mai primească bani publici. Dacă chiar e necesar, să justifice public cheltuirea lor până la ultimul bănuț, obligați de lege.

Ovidiu Vanghele, jurnalist Centrul de Investigații Media:

Soluția este să dispară posibilitatea folosirii acestui mecanism. Care este absolut ticălos și distructiv. Oamenii au impresia că sunt în fața unui act jurnalistic, care este făcut în interes public. Dar acum presa nu mai este făcută în interes public. Iar lucrul ăsta nu se știe, nu e cunoscut nu e asumat: "Noi acum lucrăm pentru PNL, lucrăm pentru Bode"... Oamenii află pe la colțul gardului că Bode a plagiat, că Ciucă însuși a plagiat și încearcă să își acopere plagiatul. Oamenii dacă nu aud la televizor nu cred. Deci această presă ajunge să răstoarne realitatea, să o altereze cu totul, să devină fals ceea ce este adevărat.

Mihai Voinea, jurnalist Recorder:

Eu nu știu dacă mai există vreo țară din lumea civilizată în care partidele să dea bani către presă în afara campaniei electorale. Și în România vorbim de sume foarte mari, plătite în mod constant. Cred că această practică ar trebui pur și simplu interzisă: partidele să nu mai aibă voie să dea bani către televiziuni, site-uri, ziare sau orice organizație de presă, cu excepția perioadelor de campanie electorală.

La Recorder am abordat acest subiect și din reacțiile pe care le-am avut pe acest subiect ne-a fost foarte clar că societatea e revoltată și nu e de acord cu această practică. Într-un interviu pe care Marcel Ciolacu l-a acordat pentru Recorder pe acest subiect, a fost nevoit să admită că partidele politice încasează sume prea mari de bani din subvențiile venite de la bugetul statului și chiar a promis – fără să se țină de cuvânt – că va lansa o dezbatere în acest sens. Dacă ne uităm pe felul în care partidele folosesc banii din subvenție, o să vedem că o parte mare se duce către presă, iar o altă parte consistentă rămâne necheltuită. Practic, sensul acestor subvenții, care au fost gândite pentru a ajuta partidele să funcționeze ca organizații, să își plătească utilitățile și alte cheltuieli de bază, a fost complet schimbat. Și cred că ar trebui să ne gândim dacă aceste subvenții mai au rost, odată ce ele au acum un cu totul alt scop decât cel pentru care au fost gândite.

Victor Ilie, reporter:

Distrus tot și refăcut din nou. Nu cred că există nicio soluție. Acum câțiva ani eram mai optimist, dar acum sunt demoralizat, nu mai cred că există nicio soluție. Am crezut că dacă dăm bani publici partidelor putem astfel să îi facem mai transparent și să vedem toți ce se întâmplă cu ei. Dar nu interesează pe nimeni că a luat Antena 3 un milion de euro de la PSD, că a luat RTV 2 milioane de la PNL și PSD. Asta mi se pare că e părerea generală a oamenilor care nu fac nicio diferență între mine și Ciutacu și așa mai departe. Ba chiar ei sunt mult mai tari, pentru că îi vezi în fiecare seară la televizor și pare că se luptă pentru interesul public, nu pentru interesul patronului sau al politicianului care a făcut plata. Cum a spus Victor Ciutacu când l-am întrebat dacă nu crede că publicul e interesat să afle câți bani au băgat partidele în RTV și mi-a răspuns: "Poate pe publicul dvs.!". Or, despre asta e vorba.

Bulele nu există doar pe internet, au fost dintotdeauna iar personaje ca Victor Ciutacu sau politicieni ca Marcel Ciolacu îi țin pe oameni într-o "hazna" a ideilor.

Cristian Delcea, jurnalist Recorder:

Modificarea Legii privind finanțarea partidelor politice. Articolul 25: "Veniturile care provin din subvenții de la bugetul de stat pot avea următoarele destinații".
Eliminarea literei C: "cheltuieli pentru presă și propagandă".

Proiectul PSD de modificare a Legii privind finanțarea partidelor.

Criticile societății civile

Detaliem, în cele ce urmează, principalele prevederi introduse de proiectul de lege asumat de parlamentarii PSD, precum și amendamentele foarte importante propuse de două organizații ale societății civile: [Centrul pentru Inovare Publică](#) și [Expert Forum](#). Susținem amendamentele colegilor noștri. Reiterăm poziția ActiveWatch – bazată pe documentarea noastră și pe opiniile unora dintre jurnaliștii care au urmărit subiectul finanțării presei de către partide – că banii publici nu trebuie să fie folosiți pentru cheltuielile legate de presă și propagandă în afara campaniilor electorale și, chiar și atunci, în condiții stricte, inclusiv de transparență, pentru a se evita cumpărarea de spațiu editorial de către partide și candidați.

1. NIVELUL SUBVENȚIILOR

Nivelul subvențiilor primite de partidele politice de la bugetul de stat este menținut - Prevedere criticată

Proiectul AEP asumat de PSD menține nivelul actual al sumei alocate anual partidelor politice de la bugetul de stat la cel puțin 0,01% și cel mult 0,04% din produsul intern brut. Atât Expert Forum, cât și Centrul pentru Inovare Publică solicită reducerea acestui plafon. Centrul pentru Inovare Publică arată că suma ar trebui să fie de cel puțin 0,01% și cel mult 0,04% din bugetul de stat. “În condițiile creșterii produsului intern brut, valoarea absolută a subvențiilor pentru partide a crescut foarte mult, mult peste posibilitățile partidelor de a cheltui relevant banii respectivi. Pentru că gradul de colectare a veniturilor la bugetul de stat nu a crescut corespunzător, ponderea subvențiilor pentru partide, care are ca referință PIB, a crescut masiv. Această situație ridică serioase probleme etice și subminează încrederea cetățenilor în partide și democrație. Recomandăm revenirea la referința «bugetul de stat» și scăderea pragurilor minim și maxim pentru subvențiile acordate partidelor”, afirmă Centrul pentru Inovare Publică (art. 18).

La rândul său, Expert Forum solicită ca AEP să nu poată iniția propuneri de rectificări bugetare fără a exista cereri prealabile și fără ca partidele politice să fi cheltuit sumele primite deja și să aibă obligația de a publica, în procedura de elaborare a bugetului anual, justificarea calculului privind stabilirea sumei anuale pentru subvenții. În 2022, Expert Forum a înaintat spre partidele parlamentare și AEP o [scrisoare](#) susținută de 15.000 de persoane prin care a solicitat creșterea transparenței și a responsabilității în aprobarea, alocarea și cheltuirea fondurilor.

Nivelul subvențiilor primite de partidele cu rezultate la alegerile de la nivel local este menținut - Prevedere criticată

Atât Expert Forum, cât și Centrul pentru Inovare Publică critică excluderea de la subvențiile publice a partidelor care au obținut doar mandate de consilier local sau primar.

De asemenea, Centrul pentru Inovare Publică solicită creșterea ponderii bugetului alocat partidelor politice cu rezultate la alegerile de la nivel local (creștere de la 25% la 40% - art. 20). Prin corelare, subvențiile alocate partidelor parlamentare ar trebui să scadă de la 75% la 60% (art. 19).

2. PUBLICITATEA POLITICĂ

Marjele pentru cheltuielile cu publicitatea politică și campaniile electorale, efectuate din subvenții - Prevedere criticată

Proiectul PSD prevede o formulă de distribuție a cheltuielilor efectuate din subvenții, formulă care nu există în legea în vigoare. Astfel, doar 30% din valoarea totală a subvențiilor de la bugetul de stat din anul fiscal respectiv ar putea fi folosită pentru cheltuieli cu publicitatea politică, maximum 40% urmând a merge către finanțarea campaniilor electorale. Centrul pentru Inovare Publică solicită reducerea la 20% a cheltuielilor pentru campanie cu scopul de a crește echitatea competiției electorale. Atât Centrul pentru Inovare Publică, cât și Expert Forum cer ca subvențiile necheltuite în termen de 3 ani de la recepționare să fie returnate la bugetul de stat (art. 25).

Definiția publicității politice - modificări

Proiectul asumat de PSD comasează cheltuielile de presă și propagandă și cheltuielile privind organizarea de activități cu caracter politic într-o singură categorie: cheltuieli de publicitate politică.

Art. 25, alin. 1 (legea în vigoare):

(1) Veniturile care provin din subvenții de la bugetul de stat pot avea următoarele destinații:

(...)

c) cheltuieli pentru presă și propagandă;

d) cheltuieli privind organizarea de activități cu caracter politic;

(...)

Art. 25, alin. 1 (proiect PSD):

(1) Veniturile care provin din subvenții de la bugetul de stat au următoarele destinații:

a) cheltuieli necesare funcționării partidelor politice;

b) cheltuieli de personal ale partidelor politice și cheltuieli aferente plății drepturilor de proprietate intelectuală;

c) cheltuieli pentru publicitate politică;

d) cheltuielile partidelor politice pentru finanțarea campaniilor electorale și a campaniilor pentru referendum, în condițiile prezentei legi.

Art. 25. alin. 4 (proiect PSD):

Cheltuielile de publicitate politică includ:

“a) cheltuieli de presă și propagandă;

b) cheltuieli privind organizarea de activități cu caracter politic”.

Proiectul introduce și o definiție a cheltuielilor pentru publicitate politică, inexistentă în legea în vigoare (art. 45 indice 2, alin. 4). Conform unei noi prevederi propuse de proiectul AEP asumat de PSD, publicitatea politică trebuie marcată distinct în condițiile stabilite prin hotărâre a Autorității Electorale Permanente (art. 45 indice 2, alin. 5).

Art. 45 indice 2, alin 4 (proiect PSD):

“(…) prin cheltuieli pentru publicitate politică se înțelege cheltuieli de orice natură pentru pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea sau difuzarea, prin orice mijloace a mesajelor partidelor politice sau ale oricărui altor persoane fizice sau juridice care le reprezintă, acționează în numele acestora sau promovează obiectivele politice ale acestora, indiferent de mediul de difuzare utilizat.”

Definirea propagandei electorale este, de asemenea, o noutate introdusă de proiectul asumat de PSD.

Art. 36, alin. 7 (proiect PSD):

“Este considerat material de propagandă electorală orice material scris, online, audio sau video utilizat în campania electorală, care îndeamnă alegătorii, în mod direct sau indirect, să voteze sau să nu voteze, în cadrul unor alegeri, pentru un candidat sau partid politic, clar identificat.”

Expert Forum critică această formulare afirmând că “nu ține cont de acele campanii în care se promovează subiectele susținute unui partid, dar în care nu figurează o persoană anume sau numele unui partid. Lipsa de reglementare a acestei situații ar putea conduce la elaborarea de materiale de propaganda generale, care să nu fie contabilizate ca materiale de propagandă electorală, deși ele contribuie la campanie. De asemenea, această definiție nu ia în considerare terții (third parties) care pot contribui la campanie”.

Nivelul cheltuielilor cu propaganda electorală, în campania electorală, este modificat - Prevedere criticată

Dacă legea în vigoare prevede că cheltuielile pentru producția și difuzarea materialelor de propagandă electorală la radio, televiziune și în presa scrisă se pot face în cuantum de maximum 40% din totalul cheltuielilor care pot fi efectuate în campania electorală, proiectul asumat de PSD modifică aceste procente după cum urmează: la radio - 10%, la televiziune - 25%, în presa scrisă - 20%, online - 25% (art. 38, alin 4).

Centrul de Inovare Publică consideră că procentele propuse sunt restrictive, limitând din libertatea partidelor de a-și alege metodele de promovare, și propune ca, pentru fiecare categorie, marja să fie de 30%, permițându-le partidelor să își definească cel mai bun mix de comunicare și, în același timp, evitându-se folosirea unui singur canal.

3. TRANSPARENȚA CHELTUIELILOR

Raportarea detaliată a cheltuielilor din subvenție. Transparența către public - Prevedere criticată

Proiectul asumat de PSD prevede ca partidele să comunice AEP, lunar, situația defalcată a cheltuielilor efectuate din subvenții de la bugetul de stat, dar raportarea nu este prevăzută a se face în detaliu, ci pe categorii mari de cheltuieli (art. 271), prevedere criticată de Centrul pentru Inovare Publică.

Centrul pentru Inovare Publică solicită, de asemenea, ca partidele politice să publice pe paginile proprii de internet, lunar, centralizatorul contractelor de achiziții de bunuri și servicii cu valoare mai mare de 5.000 euro, care vizează cheltuielile necesare funcționării partidelor politice și cheltuielile pentru publicitatea politică (obiectul contractului; furnizor/prestator/executant - numele complet pentru persoanele juridice sau precizarea „persoană fizică” pentru persoanele fizice; valoarea contractului și modificările ulterioare; perioada; situația contractului - finalizat sau în execuție).

Centrul pentru Inovare Publică arată că lipsa transparenței cheltuirii banilor publici de către partidele politice este una dintre problemele semnalate repetat atât de societatea civilă, cât și de instituțiile internaționale – printre care și [Comisia Europeană \(Raportul privind Statul de Drept\)](#), GRECO sau [Adunarea Parlamentară a Consiliului Europei](#). Prevederile propuse mai sus ar fi similare cu regulile de transparență pentru instituțiile publice și alți beneficiari ai fondurilor publice.

De asemenea, Centrul pentru Inovare Publică solicită ca partidele politice să publice pe paginile proprii de internet, lunar, centralizatorul plăților de servicii de publicitate către organisme mass-media, presă tipărită, audiovizual sau online. Centralizatorul ar trebui să includă: numele canalului mass-media (ziar, post de radio, post de televiziune, site etc.), beneficiarul final al plății; numele persoanei juridice către care s-a făcut plata; dacă plata a fost făcută direct sau printr-o terță parte, spre exemplu o agenție de publicitate; suma plătită; data plății; informații despre plățile directe, cât și cele efectuate prin terțe părți.

Centrul pentru Inovare Publică subliniază că transparența relației dintre partidele politice și mass-media este una dintre îngrijorările majore ale jurnaliștilor, ale societății civile și ale organismelor internaționale. Și Expert Forum susține principiul publicării listei beneficiarilor finali care prestează servicii și nu doar a companiilor intermediare care primesc banii.

Raportarea detaliată a cheltuielilor privind publicitatea politică

Proiectul asumat de PSD introduce o prevedere nouă referitoare la transparentizarea cheltuielilor privind publicitatea politică. Astfel, Autoritatea Electorală Permanentă publică pe pagina de internet proprie, în termen de 45 de zile de la efectuarea controalelor anuale (pentru partidele politice beneficiare de subvenții) și bienale (în cazul partidelor care nu sunt beneficiare de subvenții), rapoarte sumare care cuprind cel puțin următoarele informații:

- a) principalele constatări cu privire la veniturile și cheltuielile realizate în perioada controlată;
- b) lista furnizorilor de servicii de publicitate politică utilizați, serviciile prestate, valoarea plăților efectuate, precum și mențiuni cu privire la sursele publice sau private de finanțare utilizate;
- c) abaterile cu caracter contravențional constatate, precum și sancțiunile aplicate;
- d) măsurile dispuse și termenele de punere în aplicare;
- e) recomandări.” (art. 44, alin. 5)

De asemenea, conform proiectului, partidele politice, alianțele politice, alianțele electorale și candidații independenți au obligația de a depune la Autoritatea Electorală Permanentă rapoarte trimestriale privind finanțarea publicității politice, potrivit modelului aprobat prin hotărâre de această instituție. Rapoartele cuprind “toate informațiile privind cheltuielile efectuate pentru publicitate politică, precum și persoanele fizice și juridice implicate în finanțarea, pregătirea, amplasarea și distribuția de publicitate politică”. Prevederile se aplică, în mod corespunzător, alianțelor politice, alianțelor electorale și candidaților independenți (alianțele electorale și candidații independenți depun raportul în termen de 30 de zile de la data încheierii campaniei electorale aferentă scrutinului la care au participat). Rapoartele sunt publicate de către AEP în termen de 30 de zile de la primirea lor (art. 45 indice 2).

Nu reiese din aceste două noi prevederi în ce măsură accesul la informațiile despre destinatarul final al plăților efectuate pentru servicii de publicitate politică va fi dezvăluit, atât timp cât textul de lege nu specifică clar această obligație (vezi mai sus propunerile Centrului pentru Inovare Publică de introducere a unor prevederi clare în sensul transparentizării beneficiarului final al plății - art. 27 indice 2 și 3). Expert Forum solicită ca în cazul contractelor de servicii de publicitate politică unde există terți care execută serviciile, să fie publicate și informațiile despre aceștia: “De exemplu, dacă un portal online primește bani printr-un intermediar, ar trebui ca numele beneficiarului final (portalul online) să fie publicat, alături de detalii legate de sumele primite, data plăților și lista serviciilor prestate”.

Transparentizarea informațiilor despre propaganda online în timpul campaniilor electorale

Conform legii în vigoare, în termen de 30 de zile de la data încheierii campaniei electorale, competitorii electorali au obligația de a transmite Autorității Electorale Permanente o declarație cuprinzând informații privind descrierea materialelor de propagandă electorală online, producția, perioada și spațiul de difuzare a acestora (art. 36, alin. 3 indice 2). Proiectul asumat de PSD introduce obligația ca AEP să publice aceste rapoarte în termen de 30 de zile de la primirea lor. Centrul pentru Inovare Publică solicită ca termenul să fie redus la 5 zile.

4. COTIZAȚII, DONAȚII, ÎMPRUMUTURI

Transparentizarea cotizațiilor depuse de membri

Nivelul cotizațiilor pe care le poate face anual un membru al unui partid politic este menținut la 48 de salarii minime de economie, dar potrivit proiectului asumat de PSD, cotizațiile a căror valoare individuală depășește 3 salarii de bază minime brute pe țară se vor încasa numai prin conturi bancare. De asemenea, cotizațiile membrilor pot proveni doar din venituri proprii ale acestora (art. 5).

Nivelul donațiilor care pot fi primite dintr-o singură sursă scade

Donațiile maxime care pot fi primite de la o persoană fizică într-un an scad de la 200 de salarii de bază minime brute pe țară la 100. Donațiile primite de la o persoană juridică într-un an scad de la 500 de salarii de bază minime brute pe țară la 300. Donațiile pot proveni doar din veniturile proprii ale donatorului (art. 6, alin. 2,3).

Transparentizarea donațiilor depuse de membri

Donațiile a căror valoare individuală depășește 3 salarii de bază minime brute pe țară se vor încasa numai prin conturi bancare (art. 9). De asemenea, posibilitatea de a păstra confidențialitatea numelui unor donatori dispare, teoretic, dar Expert Forum și Centrul pentru Inovare Publică solicită să se clarifice acest aspect în proiectul de lege (art. 11, 12, 13).

Accesul publicului la informațiile legate de cotizații, donații, împrumuturi - Prevedere criticată

Partidele politice au obligația de a publica în Monitorul Oficial al României, Partea I, precum și de a comunica Autorității Electorale Permanente, lista persoanelor fizice și juridice care au făcut în anul fiscal precedent:

- donații a căror valoare cumulată depășește 3 salarii de bază minime brute pe țară (art. 13)
- lista persoanelor fizice și juridice care au acordat împrumuturi a căror valoare depășește 100 de salarii de bază minime brute pe țară (art. 13)
- suma totală a împrumuturilor cu o valoare de sub 100 de salarii de bază

- minime pe țară primite (art. 13)
- venituri realizate din activități proprii (art. 16)

Aceste informații sunt publicate pe site-ul AEP. Pentru informarea corectă a cetățenilor, Centrul pentru Inovare Publică solicită ca partidele să publice aceste informații și pe site-urile proprii.

Crește termenul de restituire al împrumuturilor pe care le poate face un partid politic - Prevedere criticată

Nivelul actual al împrumuturilor permise este menținut, pe perioada unui an fiscal, la maximum 0,025% din veniturile prevăzute în bugetul de stat pe anul respectiv, dar termenul de restituire prevăzut crește de la 3 la 5 ani. Centrul pentru Inovare Publică și Expert Forum consideră că nu este justificată extinderea termenului de restituire a împrumutului, existând un risc ca împrumuturile să se transforme în donații mascate (art. 7, alin. 3).

Nivelul admis al împrumuturilor pe care le poate face un partid politic este menținut - Prevedere criticată

Centrul pentru Inovare Publică cere ca nivelul admis al împrumuturilor să nu depășească plafonul de 0,025% din veniturile prevăzute în bugetul de stat, la orice moment, nu doar pe parcursul unui an fiscal. Centrul pentru Inovare Publică arată că plafonul de împrumut pentru anul 2023, de exemplu, ar fi de 690 de milioane de lei (140 de milioane de euro). Conform textului propus, un partid s-ar putea împrumuta anual în limita acestui plafon, ceea ce înseamnă că, la un ciclu electoral de 4 ani, plafonul cumulat ar ajunge la peste 500 de milioane de euro (art. 7, alin. 6).

Nivelul împrumuturilor care pot fi primite dintr-o singură sursă scade

Împrumuturile primite de la o persoană fizică într-un an scad de la 200 de salarii de bază minime brute pe țară la 100. Împrumuturile primite de la o persoană juridică într-un an scad de la 500 de salarii de bază minime brute pe țară la 300 (art. 7, alin. 7,8).

Împrumuturile nu sunt transparentizate

Pentru a preveni potențialele conflicte de interese, prin asigurarea unei transparențe corespunzătoare a datoriilor înregistrate de partidele politice, Centrul pentru Inovare Publică solicită în amendamentele depuse ca partidele politice să transmită anual către AEP și să publice pe pagina proprie de internet situația împrumuturilor contractate în anul precedent și a împrumuturilor aflate în derulare, incluzând următoarele informații despre persoana fizică sau juridică de la care a fost contractat împrumutul: suma totală împrumutată, suma ce mai trebuie restituită (art. 7, alin. 14).

Contractele de împrumut de folosință având ca obiect bunuri imobile cu destinația de sedii nu sunt transparentizate

Centrul pentru Inovare Publică propune ca legea să prevadă că aceste contracte reprezintă informații de interes public, care trebuie să fie publicate pe pagina proprie de internet a partidului politic și care nu pot conține clauze confidențiale (art. 7, alin. 5, 15).

Reducerile de preț acordate partidelor și candidaților nu mai sunt considerate donații

Proiectul PSD nu mai prevede că reducerile de preț care depășesc 20% din valoarea bunurilor sau a serviciilor oferite partidelor politice și candidaților independenți sunt considerate donații (art. 10).

Regimul contribuțiilor/donațiilor/imprumuturilor pentru campania electorală se modifică - Prevedere criticată

În proiectul PSD, quantumul admis al contribuțiilor candidaților pentru campania electorală (provenit din donații și împrumuturi) este parțial modificat față de legea în vigoare. Plafonul este menținut pentru majoritatea funcțiilor sau redus, în general, într-un mic quantum. Doar pentru câteva funcții, contribuțiile sunt reduse semnificativ. Astfel, pentru candidatul la funcția de Președinte al României, contribuția maximă admisă este de 10.000 de salarii de bază minime brute pe țară, față de 20.000 cum prevede legea în vigoare (art. 28).

În schimb, proiectul prevede dublarea acestor sume de către partidele care susțin candidații (art. 30 și art. 30, indice 1). Expert Forum și Centrul pentru Inovare Publică critică prevederea – deoarece se dublează plafonul de finanțare, însumând contribuțiile candidaților cu cele ale partidelor – și cer eliminarea acesteia.

În plus, AEP nu publică informații despre contribuțiile electorale decât în termen de 30 de zile de la încheierea campaniei, prevedere criticată atât de Expert Forum, cât și Centrul pentru Inovare Publică (art. 28, alin. 17). Expert Forum explică în observațiile formulate că prevederea propusă încalcă dreptul la informare și nu respectă recomandări ale Comisiei de la Veneția și ODIHR.

5. ACHIZIȚIILE

Legea privind achizițiile publice nu se aplică partidelor politice sau alianțelor politice

Proiectul PSD prevede că Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice, cu modificările și completările ulterioare, nu se aplică partidelor politice sau alianțelor politice, pentru achiziționarea de bunuri, servicii sau lucrări necesare activității acestora (art. 25, alin. 18).

6. MECANISME DE CONTROL ȘI SANCTIUNE

Criteriile de numire a directorului general al Departamentului de control al finanțării partidelor politice și a campaniilor electorale - Prevedere criticată

Proiectul depus de PSD vizează și modificări ale procesului de numire a directorului general al Departamentului de control al finanțării partidelor politice și a campaniilor electorale al AEP (art. 42, alin. 6). Sunt eliminate dintre criteriile de numire obligativitatea de a nu fi fost membru al unui partid politic în ultimii 5 ani și obligativitatea de a respecta câteva condiții menționate în Legea nr. 7/2006 privind statutul funcționarului public parlamentar (persoana nu a fost condamnată definitiv pentru săvârșirea unei infracțiuni, care o face nedemnă pentru exercitarea unei funcții publice, nu a desfășurat activitate de poliție politică, astfel cum este definită de lege, și nu a fost destituită dintr-o funcție publică în ultimii 7 ani).

De asemenea, proiectul PSD introduce prevederea ca directorul general al departamentului să aibă o vechime în funcția publică cu atribuții de control din cadrul Autorității Electorale Permanente de cel puțin 10 ani. Centrul pentru Inovare Publică consideră că propunerea limitează în mod nejustificat selecția directorului general la un număr restrâns de angajați ai AEP, anume cei cu o astfel de vechime. În această privință, CIP avertizează că reglementarea respectivă poate crea abuzuri: de pildă, pentru a manipula concursul de selecție, directorul în funcție al departamentului poate înlătura eventuala concurență prin eliminarea subordonaților care se apropie de pragul de 10 ani de experiență. Mai mult, criticând modificările legii, CIP subliniază că "nu există nicio justificare pentru eliminarea condiției de neutralitate politică" a directorului general al departamentului.

Regimul subvențiilor în foste state comuniste

Pentru acest dosar tematic ne-am propus să identificăm cât de extinsă este, la nivel european, practica partidelor politice (parlamentare sau neparlamentare) de a direcționa în media fonduri publice din subvențiile de funcționare. În acest demers, am utilizat informații din raportul [Finanțarea structurilor politice în statele membre UE](#) (2021), elaborat de Parlamentul European, [rapoartele de țară privind statul de drept](#) (2022), întocmite de Comisia Europeană, "[Ghidul de bune practici privind finanțarea partidelor politice](#)" (2020), publicat de Autoritatea Electorală Permanentă (AEP), precum și profilele de țară produse de Reporterii fără Frontiere, în ediția [Indexului Libertății Presei](#) (2023).

În mod particular, am extras informații detaliate despre state membre UE din Europa Centrală și de Est care au o tradiție democratică mai recentă și care au făcut parte din fostul bloc comunist.

Astfel, am încercat să surprindem în ce măsură ingerințele și controlul financiar exercitat de puterea politică sau de stat asupra mass-media sunt excepții sau comportamente recurente. Pe baza surselor menționate, analiza comparativă a regimului subvențiilor pentru partide și a rolului acestora în influențarea comportamentului mass-media ne arată că, în unele dintre aceste state din fostul bloc comunist, există constrângeri și mecanisme de verificare robuste pentru formațiunile politice, iar presa nu poate fi controlată editorial prin finanțare directă.

Deși piața media europeană se confruntă cu numeroase provocări de ordin economic, iar discuția despre transparentizarea relațiilor comerciale dintre stat și presă este încă deschisă în majoritatea țărilor UE, în documentarea noastră nu am identificat niciun stat în care partidele politice să finanțeze media privată într-o manieră similară actualului model românesc, în perioade fără miză electorală.

Poate nu întâmplător, această realitate se reflectă parțial și în locurile pe care aceste state le ocupă în clasamentul global al Libertății Presei, realizat de organizația Reporterii fără Frontiere.

Zoom out - Regimul subvențiilor pentru partide la nivelul UE

Conform raportului [Finanțarea structurilor politice în statele membre UE](#) (2021), realizat de Parlamentul European, în majoritatea țărilor în care partidele politice primesc resurse din partea statului, sprijinul este atât financiar, cât și non-financiar. Cele mai întâlnite forme de sprijin non-financiar oferit de stat sunt asigurarea sediilor (în 14 state membre) și cea a personalului (în 8 state membre).

De regulă, numărul de parlamentari ai unui partid constituie principalul criteriu de alocare a subvențiilor. În Cehia, Germania și Ungaria, coeficientul prin care se calculează subvențiile este mai mare pentru partidele care nu fac parte din coaliții sau alianțe de guvernare².

Zoom in – Regimul subvențiilor pentru partide în fostele state comuniste

Bulgaria (locul 71/180 în Indexul RSF)

Populație (2021): 6,8 milioane

În Bulgaria, pentru a beneficia de subvenții de la stat, partidele politice trebuie să fi obținut cel puțin 1% din totalul voturilor la alegerile precedente.

Toate donațiile sunt raportate autorităților și declarate public. Sunt interzise donațiile anonime și cele care provin din străinătate. De asemenea, instituțiilor religioase nu le este permisă finanțarea partidelor pentru campaniile electorale. Pentru încălcarea legislației bulgare există următoarele sancțiuni: amenzi, pierderea finanțării publice sau a funcției politice câștigate, confiscarea și reînregistrarea partidului. Cu toate acestea, Grupul Statelor împotriva Corupției (GRECO), un organism al Consiliului European, [a afirmat](#) că sancțiunile sunt prea blânde și inadecvate în raport cu gravitatea faptelor ilegale din domeniul finanțării partidelor.

În campaniile electorale pentru alegeri parlamentare și prezidențiale, cheltuielile cu promovarea în media sunt decontate în limita a 20.000 de euro.

În ceea ce privește regimul general al finanțării către presă, raportul RSF 2023 consemnează faptul că publicitatea de stat are o pondere semnificativă în veniturile instituțiilor de presă. Mai grav, autorii raportului semnalează că Guvernul distribuie fonduri publice din surse naționale sau europene într-o manieră total netransparentă, cu scopul de a beneficia de o imagine favorabilă în presă.

Cehia (locul 14/180 în Indexul RSF)

Populație (2021): 10,5 milioane

În Cehia, partidele politice primesc subvenții de la stat dacă îndeplinesc simultan următoarele condiții: obțin minim 1,5% din voturi la ultimele alegeri pentru Camera Deputaților și publică cel mai recent raport financiar anual. De asemenea, partidele care participă la alegeri au la dispoziție intervale egale de timp pentru promovarea campaniei electorale la televiziunea publică cehă. În afara acestor perioade, care sunt gratuite, promovarea politică la televizor este interzisă. În plus, sunt interzise donațiile anonime, precum și donațiile de la surse străine, entități deținute integral

² Autorii raportului menționează că datele privind schema de alocare din Belgia și Portugalia nu au fost disponibile.

sau parțial de stat, institute politice (fundații de partid) și entități juridice de utilitate publică, cum ar fi ONG-urile.

Toate donațiile sunt raportate autorităților și declarate public. Legea cere obligă partidele politice să permită cetățenilor accesul online la orice tranzacție efectuată prin conturile bancare unde sunt depuse atât subvenții de la bugetul de stat, cât și donații. Mai mult, partidele și candidații sunt obligați să deschidă conturi speciale dedicate exclusiv tranzacțiilor pentru campaniile electorale. Astfel, oricare tranzacție, fie din subvenții, fie din donații, este publică și poate fi verificată [online](#). Formațiunile politice care nu respectă aceste reglementări riscă amenzi, pierderea finanțării publice și suspendarea partidului.

Croația (locul 42/180 în Indexul RSF)

Populație (2021): 3,8 milioane

În Croația, atât partidele politice care au un reprezentant în Parlament, cât și membrii independenți ai Parlamentului primesc drept finanțare publică o sumă ce constituie 0,075% din totalul veniturilor fiscale realizate de stat în anul precedent, care este distribuită în mod egal. Sunt interzise donațiile anonime, cele din străinătate, cele provenite de la sindicate sau entități care au încheiat contracte cu statul. De asemenea, legea interzice donațiile efectuate de organizații religioase, umanitare, non-profit și/sau cu datorii. Partidele politice trebuie să raporteze public atât donațiile, cât și identitatea donatorilor la fiecare șase luni, pe propriile site-uri. Printre sancțiunile pentru nerespectarea legislației se numără amenzi, pierderea finanțării publice și confiscarea.

ODIHR (OSCE Office for Democratic Institutions and Human Rights) [a analizat](#) adoptarea în 2019 a unei noi legi croate cu privire la finanțarea partidelor și a campaniilor politice. ODIHR a lăudat măsuri recent introduse, precum obligația de a publica online rapoarte referitoare la donații și cheltuielile de campanie și obligația de a încheia contracte în cazul în care o donație depășește 660 de euro. Instituția a criticat, însă, lipsa de transparență a împrumuturilor pentru finanțarea campaniilor, de vreme ce legea nu reglementează această situație.

Ediția 2023 a Indexului RSF semnalează faptul că, în ultimii ani, a devenit o tradiție ca marile publicații să se asocieze cu Guvernul în organizarea de evenimente publice. Acest fenomen, în opinia autorilor, ridică semne de întrebare legate de independența editorială a respectivelor instituții de media.

Estonia (locul 8/180 în Indexul RSF)

Populație (2021): 1,3 milioane

Partidele estone primesc subvenții de la stat dacă obțin cel puțin 2% din totalul voturilor în cadrul alegerilor. Donațiile anonime, precum și cele din surse sau de la persoane juridice străine sunt interzise. Toate donațiile sunt raportate autorităților și

declarate public. Formațiunile politice nu au voie să folosească resurse publice pentru finanțarea campaniilor. Cele care încalcă legea estonă riscă sancțiuni sub formă de amenzi.

În 2013, Comitetul de Supraveghere a Finanțării Partidelor Politice (ERJK) a lansat un sistem prin care publicul poate accesa rapoartele financiare ale formațiunilor politice, ale candidaților independenți și ale coalițiilor electorale. Cu toate acestea, în urma alegerilor parlamentare din 2019, ODIHR [a reiterat](#) mai multe recomandări, precum clarificarea prevederilor referitoare la folosirea fondurilor publice în timpul campaniilor, introducerea obligației de a raporta cheltuielile terților în perioada alegerilor și asigurarea independenței membrilor din ERJK.

Letonia (locul 16/180 în Indexul RSF)

Populație (2021): 1,8 milioane

În Letonia, fiecare partid care obține minim 2% la alegerile parlamentare beneficiază de o subvenție de 4,5 euro/vot, iar cele care trec pragul de 5% primesc o sumă suplimentară de 100.000 de euro. Începând cu 2020, volumul subvențiilor pentru partide a crescut dramatic față de anul precedent. Astfel, dacă Guvernul alocase subvenții de nici 600.000 de euro pentru toate formațiunile politice în 2019, suma alocată s-a ridicat la 4,5 milioane de euro în 2020.

Regimul donațiilor pentru partide este extrem de strict, fiind interzise donațiile anonime, cele din partea unor persoane juridice sau a unor entități din afara țării, precum și din partea unor entități deținute parțial ori integral de stat. Donațiile în numerar nu puteau depăși, în 2018, echivalentul a 430 de euro. De asemenea, partidele nu pot folosi subvențiile în scopuri electorale, cu excepția demersurilor din timpul campaniilor electorale. Anual, conturile partidelor și identitatea donatorilor trebuie făcute publice.

Pentru nerespectarea legislației letone, sancțiunile includ amenzi, pierderea finanțării publice, suspendarea sau desființarea partidului și sancțiuni de drept penal. În ciuda numeroaselor filtre și constrângeri în regimul finanțării publice, Indexul RSF din 2023 arată că piața și independența media sunt distorsionate de publicații deținute și controlate de autorități publice locale.

Lituania (locul 7/180 în Indexul RSF)

Populație (2021): 2,8 milioane

În Lituania, partidele eligibile pentru subvenții trebuie să atingă pragul minim de 2% din voturi, iar suma este calculată cu un coeficient de 0,54 euro pentru fiecare vot. În anul 2020, Guvernul a alocat tuturor partidelor eligibile subvenții în valoare de 5,7 milioane de euro. Legea lituaniană nu face distincție între cheltuielile de funcționare și cheltuielile pentru desfășurarea campaniilor electorale, Guvernul nedecontând suplimentar cheltuieli pentru derularea campaniilor electorale.

Regimul donațiilor pentru partide este bine reglementat, existând restricții legate de anonimitate, surse externe și de regim juridic. Pragul maxim al unei donații nu poate depăși echivalentul a 10 salarii medii lunare. În timpul campaniilor electorale, organizațiile private de media sunt obligate să acorde condiții egale pentru promovare plătită tuturor competitorilor.

Sanctiunile pentru încălcarea legislației lituaniene includ amenzi, pierderea finanțării publice sau a drepturilor politice, sancțiuni penale și suspendarea partidului.

Polonia (locul 57/180 în Indexul RSF)

Populație (2021): 37,7 milioane

În Polonia, partidele care obțin minim 3% la alegerile pentru Camera Deputaților sau alianțele electorale care ating pragul de 6% sunt eligibile pentru subvenții de la bugetul de stat. Cu cât procentul din alegeri al unei formațiuni sau al unei alianțe este mai mare, cu atât scade suma alocată per vot. Între 2015 și 2019, media anuală a subvențiilor pentru toate partidele a fost de circa 13 milioane de euro.

O persoană particulară nu poate dona mai mult de 8.500 de euro către un partid, iar un candidat nu poate depăși pragul de 25.000 de euro. Sunt interzise donațiile anonime și cele de la entități sau persoane juridice străine. Partidele care încalcă legislația polonă pot primi următoarele sancțiuni: amenzi, pierderea finanțării publice sau a drepturilor politice, confiscarea, anularea înregistrării partidului și sancțiuni de drept penal.

Publicitatea politică este reglementată strict pentru perioadele electorale, când serviciile publice de media sunt obligate să acorde gratuit timp de antenă tuturor competitorilor, iar operatorii privați sunt obligați să ofere condiții egale pentru toți competitorii care cumpără spațiu de promovare.

Atât Raportul privind Statul de Drept (2022), cât și Indexul Libertății Presei (2023) menționează că principalul mecanism de influență și de control al presei îl constituie regimul publicității de stat, care este atribuită discreționar publicațiilor și platformelor media pro-guvernamentale.

Slovacia (locul 17/180 în Indexul RSF)

Populație (2021): 5,4 milioane

În Slovacia, partidele care obțin peste 3% din voturile valabil exprimate la alegerile parlamentare beneficiază de o contribuție electorală unică pe durata întregului mandat. Pentru fiecare vot valabil este aplicat un coeficient egal cu 1% din salariul mediu lunar din Slovacia. Suplimentar, în fiecare an primesc o subvenție de funcționare, echivalentă contribuției electorale, precum și o subvenție pentru fiecare mandat eligibil. Astfel, până la pragul de 20 de mandate, fiecare mandat

parlamentar este finanțat cu echivalentul a 30 de salarii medii lunare. Mandatele suplimentare, ce depășesc pragul de 20, beneficiază de o subvenție echivalentă cu 20 de salarii medii. În 2020, an electoral, partidele au beneficiat de subvenții în valoare de peste 35 de milioane de euro, incluzând și contribuția electorală. În schimb, în 2021, an non-electoral, subvențiile de funcționare și de mandat s-au situat la circa 12 milioane de euro.

Regimul donațiilor și cotizațiilor este extrem de strict, existând o multitudine de restricții. Spre exemplu, contribuția unui membru nu poate depăși pragul de 10.000 de euro. În schimb, pragul contribuțiilor în natură poate ajunge până la valoarea de 300.000 de euro din partea unui singur donator. Sunt interzise donațiile anonime și cele de la entități străine. Cheltuielile partidelor în contexte electorale nu pot depăși 3 milioane de euro, iar publicitatea politică este interzisă în afara campaniilor electorale. Cei care nu respectă reglementările legislative riscă sancțiuni sub formă de amenzi.

Slovenia (locul 50/180 în Indexul RSF)

Populație (2021): 2,1 milioane

În Slovenia este cel mai scăzut prag de eligibilitate pentru a beneficia de subvenții de funcționare, pragul fiind de minim 1%. Coeficientul de calcul al subvențiilor variază de la 0,12 euro până la 0,33 per vot exprimat, iar în cazul partidelor minorităților italiene și maghiare se aplică o formulă de calcul inclusiv pe cele două circumscripții electorale ale reprezentanților minorităților.

Sunt interzise donațiile anonime, precum și cele din zona sindicală sau din partea unor companii care au contracte cu statul. Contribuțiile individuale nu pot depăși limita a 10 salarii medii lunare.

De asemenea, în campaniile electorale nu pot fi utilizate fonduri publice sau care provin din companii la care statul are o participație mai mare de 25%.

Deși Slovenia a înăsprit în 2013 lista interdicțiilor privind regimul finanțării partidelor, OSCE recomandă în 2018 un cadru de sancționare mai previzibil pentru eventuale abateri de la norme. Partidele politice care încalcă legislația slovenă riscă amenzi și pierderea finanțării publice.

Ungaria (locul 72/180 în Indexul RSF)

Populație (2021): 9,7 milioane

Ungaria a început să ofere partidelor subvenții publice imediat după căderea comunismului, 25% din acestea fiind distribuite în mod egal partidelor reprezentate în Parlament, iar 75% mergând către toate formațiunile politice care au participat la alegeri și au obținut minim 1% din voturi. Între 1990 și 2012, subvențiile au reprezentat aproape 80% din veniturile partidelor. În 2013, donațiile anonime și cele

provenind de la persoane juridice ori din afara granițelor au fost interzise. Totuși, nu a fost introdus un prag maxim al donațiilor primite de la persoane fizice. În 2020, Guvernul maghiar a redus cu 50% finanțarea publică anuală, alocând luptei împotriva pandemiei jumătate din subvențiile de stat. Parlamentul European a avertizat că această măsură ridică îngrijorări serioase cu privire la pluralismul politic.

Partidele din Ungaria beneficiază de intervale egale de timp pentru promovarea campaniei la televiziunea publică maghiară.

Declararea oficială a unor sume mult mai mici decât cele cheltuite în realitate, lipsa comunicării complete a donatorilor și absența sancționării partidelor reprezintă câțiva factori care pun în pericol transparența activității partidelor politice.

Sancțiunile pentru partidele care nu respectă legislația includ amenzi, pierderea finanțării publice și confiscarea.

Potrivit unui [raport](#) al Comisiei Europene, chiar dacă mecanismele independente de control intern sunt nesatisfăcătoare, iar procesul de finanțare a partidelor și a campaniilor creează suspiciuni, implementarea majorității măsurilor din cadrul strategiei anticorupție 2020-2022 a fost amânată. De asemenea, RSF a afirmat că alocarea publicității de stat este discriminatorie, în beneficiul presei pro-guvernamentale.

FreeEx Digest este un proiect editorial al Asociației ActiveWatch, realizat de echipa ActiveWatch și colaboratorii săi și susținut financiar de Ambasada Regatului Țărilor de Jos.

În următoarele luni vom produce periodic sinteze ale principalelor subiecte care pot influența negativ dreptul la informare corectă și libertatea de expresie în România.

Vom vorbi despre cazurilor unor jurnaliști care nu sunt lăsați să-și desfășoare activitatea în interes public, vom expune practici și instituții care restrâng libertatea de expresie și vom încerca să oferim recomandări și soluții pentru cetățenii copleșiți de fluxul uriaș de informații contradictorii sau înșelătoare care ne alimentează anxietatea și ne împiedică să luăm decizii în cunoștință de cauză.

Proiectul FreeEx Digest este inspirat de munca de peste 20 de ani dedicată monitorizării libertății presei și cuprinsă în [rapoartele anuale privind libertatea de exprimare în România](#).

FreeEx Digest nr. 1 „Siguranța jurnaliștilor. Linșaj public și kompromat” poate fi citit [aici](#).

FreeEx Digest Nr. 2 „Controlul și cenzura comunicațiilor digitale” poate fi citit [aici](#).

FreeEx Digest nr. 3 „Breaking news democracy” poate fi citit [aici](#).

Echipa

Ionuț Codreanu / ActiveWatch

Liana Ganea/ ActiveWatch

Ioana Popa / ActiveWatch

Șerban Barbu / ActiveWatch

Licență

Creative Commons CC-BY 4.0 (Attribution)

București,
Iunie 2023