



CENTRUL PENTRU  
**JURNALISM  
INDEPENDENT**

# Jurnalismul în 2021: o cursă cu obstacole și cu tot mai puțini câștigători

Starea mass-media în România

2021

Raport



**Autor: Cristina Lupu**



**FRIEDRICH NAUMANN  
FOUNDATION** For Freedom.  
Romania



**FRIEDRICH NAUMANN  
FOUNDATION** For Freedom.

Romania



CENTRUL PENTRU  
**JURNALISM  
INDEPENDENT**

**© 2021 Centrul pentru Jurnalism Independent**  
**Jurnalismul în 2021: o cursă cu obstacole și cu tot mai puțini câștigători**

**Autor: Cristina Lupu**

**Editor: Ioana Avădani**

Realizarea raportului „Jurnalismul în 2021: o cursă cu obstacole și cu tot mai puțini câștigători” a fost coordonată de către Centrul pentru Jurnalism Independent. Lucrarea a fost publicată cu sprijinul financiar al Fundației Friedrich Naumann pentru Libertate România.

Fundația Friedrich Naumann pentru Libertate nu este responsabilă pentru conținutul materialului. Opiniile exprimate în această publicație sunt exclusiv ale autorilor. Acestea nu le reflectă obligatoriu pe cele ale Fundației Friedrich Naumann pentru Libertate. Această publicație poate fi reprodusă, stocată sau transmisă sub orice formă sau prin orice mijloace doar cu permisiunea scrisă a editorului.



# CUPRINS

Introducere .....	5
1. La vale, pe tobogan.....	6
1.1. 2020 - Informațiile publice sub asediu.....	7
2. Criza financiară care n-a mai fost. Sau a fost, dar doar pentru unii .....	17
2.1. Bani de la Guvern - gură de oxigen sau cal troian? .....	18
2.2. Publicitatea din bani publici.....	23
3. Campaniile electorale s-au văzut în bugete, nu și în interesul public.....	28
4. Intrarea într-un grup „select”. Statele care nu-și (mai) protejează jurnaliștii .....	30
4.1. Libertatea de exprimare în justiție .....	33
Concluzii .....	36



*„Acolo unde guvernării se sperie, și instituțiile se sperie și încep să te privească ostil. Nu e nicio diferență între cum s-a comportat Guvernul PNL și guvernării în general, până la Iohannis, în cazul cu Ianculescu, de la Apele Române, față de cum se petreceau lucrurile pe timpul PSD. Nu e nicio diferență.”*

Răzvan Ionescu, publisher Recorder



## Introducere

În ultimele 18 luni, România a pierdut multe și a câștigat puține. Am pierdut nuanțele, conversațiile reducându-se la injurii pe Facebook, în tabere polarizate. Am pierdut uneori încrederea în autorități, am pierdut ani de victorii mici, de la transparența actului de guvernare până la măsuri echitabile privind finanțarea mass-media.

Presa, în ansamblul ei, se află și ea pe lista perdanților. Obosită, în depresie, atacată de oameni politici, dar și de public, hărțuită prin procese de unii, acuzată de alții că e „trompeta” Guvernului, media din România încearcă să își adune puterile pentru a merge mai departe. Pentru că, dacă pandemia ne-a învățat ceva, chiar dacă nu suntem pregătiți încă să ne asumăm lecția, este că avem nevoie de jurnalism, avem nevoie de informații, avem nevoie de oameni care să pună întrebări în numele nostru și să tragă la răspundere autoritățile.

Criza prin care trecem ne-a arătat că suntem mult prea vulnerabili pentru a risca să trăim în întuneric. Și că oricât de patetic, american sau hollywoodian sună, jurnalismul bine făcut aduce lumina aceea atât de necesară într-o societate. Fără jurnaliști și jurnalism nu am fi aflat despre dezastrul din spitalul de la Suceava. Nu am fi aflat despre „tunurile” date de unii primari, despre bătaia de joc pe bani publici de la Unifarm, nu am fi văzut tragediile din ATI și am fi rămas să fim țara lui „avem de toate”.

În primele momente ale crizei, oamenii s-au reîntors la jurnalism. Au căutat informații și au vrut să știe. Iar instituțiile media au fost prinse între nevoia de a informa, de a-și îndeplini mandatul, și teama că ziua de mâine e mai puțin sigură ca oricând. Anul 2020 a împărțit mass-media românească în două - cei care s-au chinuit și cei care s-au îmbogățit; cei care au informat și cei care au transformat o criză medicală într-un spectacol grotesc. La mijloc, au rămas interesul public și noi, publicul.

În ultimul an și jumătate, soluțiile salvatoare au continuat să fie personale sau, în cel mai bun caz, instituționale. << *Eu îmi văd de bucățica mea. Nu pot să-mi bat capul și cu alții. Eu respect standardele* >>. Iar „salvarea” guvernamentală a mai amânat sfârșitul unora, i-a îmbogățit pe alții și, din păcate, a ros credibilitatea întregii industrii, dând argumente celor care își doresc o presă slabă și vulnerabilă.

*„Eu cred că, în perioada asta de un an și trei luni, și jurnaliștii au avut ocazia să arate că sunt utili. De vreo 10 ani avem informații cât nu putem cuprinde, problema e că nu știm care sunt adevărate și care sunt false. În pandemie, presa a avut ocazia să arate de ce sunt buni jurnaliștii, de ce au oamenii nevoie de jurnaliști. Presa și-a pierdut credibilitatea în ultimii ani. Însă acum a avut ocazia să recâștige publicul. Nu știu dacă am și reușit, dar am avut ocazia”,* consideră Adelin Petrișor, jurnalist TVR.

## Deci, cum au fost ultimele 18 luni pentru media din România?

## 1. La vale, pe tobogan

Să faci jurnalism în România nu a fost deloc ușor în ultimii ani. Dar anul ce a trecut pare că este exemplul perfect al expresiei „la omul sărac nici boii nu trag”.

Scriam în ediția din martie 2020 a acestui raport<sup>1</sup> că redacțiile nu și-au mai revenit niciodată după criza care le-a lovit în 2008-2009. Deși piața de publicitate era în creștere, banii erau oricum puțini și se duceau în special către televiziunile centrale. Previziunile optimiste din 2019 nu au avut cum să ia în calcul criza indusă de pandemia de COVID-19. În martie 2020, piața de publicitate a înghețat, marii jucători din piață au pus pe hold contractele de publicitate sau le-au redus substanțial. Piața de publicitate s-a redus cu 39% în aprilie 2020, comparativ cu aceeași lună a anului 2019<sup>2</sup>. O parte a industriei urma să își revină rapid, cu ajutorul publicității comerciale, dar și datorită banilor publici oferiți de Guvern.

Topul celor mai loviți a fost deschis de presa locală, deoarece intrarea în starea de urgență și restricțiile de circulație au închis majoritatea micilor afaceri, care și-au tăiat imediat costurile cu publicitatea, și au făcut ca vânzările directe de ziare să scadă aproape de zero. Cum criza economică a afectat afacerile mici, în local, încasările din publicitatea comercială nu și-au revenit încă.

Fără presă locală relevantă suntem toți mai săraci. Am văzut asta și atunci când căutam informații în primele zile ale stării de urgență, când presa locală s-a mobilizat exemplar. Am văzut-o și în timpul campaniilor electorale, când, obosită și gândindu-se la supraviețuire, a rămas la suprafața discuțiilor publice. În timp ce în America se discută transformarea ei în infrastructură critică națională, în România pandemia a acționat precum hârtia de turnesol, arătând toate motivele pentru care jurnalismul local o duce rău: competiția cu mediul public, care oferă salarii incomparabil mai mari și viață liniștită; banii negri sau gri, competiția cu site-urile care produc pseudo-știri pe bandă rulantă; lipsa publicității comerciale și dependența de publicitatea din zona politică, ce vine deseori cu un preț editorial.

Pierderea cititorilor plătitori apare constant menționată în interviurile cu managerii din presa locală:

*„În starea de urgență, am pierdut niște cititori pe care nu i-am mai recuperat, pentru că efectiv oamenii n-au avut voie să iasă din casă. A fost un paradox, pentru că, pe de o parte, autoritățile ne cereau să popularizăm măsurile și să informăm populația. Pe de altă parte, noi nu aveam cum să ajungem efectiv la populație, pentru că, cu excepția lucrătorilor esențiali, restul lumii nu avea voie să iasă din casă decât într-un interval foarte scurt de timp, când toată lumea își lua pâine mai degrabă decât presă. Și atunci și vânzările la liber au scăzut foarte mult.”*

Anca Spânu, redactor-șef adjunct la cotidianul Viața liberă.

<sup>1</sup> [https://cji.ro/wp-content/uploads/2020/04/STUDIU-PRESA-2020\\_roBT-rev-01.pdf](https://cji.ro/wp-content/uploads/2020/04/STUDIU-PRESA-2020_roBT-rev-01.pdf)

<sup>2</sup> Petrișor Obae, „Agenția Publicis, greșeală de estimare. Acum, online-ul e pe plus și piața TV a scăzut de zece ori mai mult decât au dat inițial”, *Pagina de medii* (19 May 2020), <https://www.paginademedia.ro/2020/05/piata-publicitate-scadere-tv-online>

În plus, această problemă a fost dublată de lipsa oamenilor care să vândă ziarele la chioșcuri: „*Multe dintre doamnele de la chioșcuri erau deja pensionare și mai în vârstă, și în momentul în care au început oamenii să moară e de înțeles că n-au mai vrut să lucreze. Și e greu să găsești oameni în loc*”, continuă Spânu. Aceeași situație a fost întâlnită și la Iași, „*vânzarea la chioșcuri a fost destul de afectată pentru că la chioșcurile acestea vând pensionari și ei nu aveau cum să mai vândă, căci nu aveau voie să iasă din case. În plus, oamenii care stăteau în suburbiile Iașului nu mai aveau cum să ajungă la chioșcurile din centru, să vândă, pentru că transportul public era disponibil dimineața doar pentru muncitorii esențiali, iar ei nu se încadrau în categoria asta*”, spune Toni Hrițac, redactor-șef Ziarul de Iași.

La aceasta s-a adăugat și faptul că abonamentele livrate de Poșta Română au ajuns cu întârziere - uneori o dată pe săptămână în cazul cotidienele. În unele cazuri, perioada de izolare generală s-a suprapus cu perioada de prelungire a abonamentelor, iar deplasarea redusă a factorilor poștali a

făcut ca numărul de abonamente noi sau prelungite să scadă puternic. Rând pe rând, majoritatea săptămânalelor tipărite cu acoperire națională și-au suspendat edițiile pe hârtie, iar multe dintre cotidienele tipărite din local și-au redus numărul de pagini, pentru a ține costurile sub control. Editorii din presa locală cu care am discutat au spus că, în martie-aprilie, încasările lor au scăzut cu 70-90%.

*„Profesia s-a mobilizat. A fost probabil cea mai bună mobilizare pentru căutarea de informație. A fost vizibilă în primul rând la nivelul presei locale, care a fost admirabilă, cel puțin la început, pe parcursul stării de urgență, când informațiile ajungeau greu la București, ei și-au făcut foarte bine treaba. Partea mai puțin bună cred că a fost că s-a relatat de multe ori fără responsabilitate, aplicându-se matricea de entertainment la care presa este silită să apeleze de către habitatul Google, Facebook, și unor evenimente foarte importante și cruciale pentru sănătatea oamenilor, pentru societate.”*

Cătălin Tolontan  
Directorul editorial Ringier România

Nevoia de informații a fost însă uriașă. Traficul publicațiilor online și audiențele televiziunilor au explodat. Românii erau lipiți de televizoare și luau cu asalt site-uri de informații. Website-ul cu cea mai mare audiență în martie 2020 a fost digi24.ro, cu 16 milioane de vizitatori unici, reprezentând aproape o dublare a traficului din februarie 2020.

## 1.1. 2020 - Informațiile publice sub asediu

Incertitudinea financiară nu a fost singura problemă cu care media din România a trebuit să se confrunte la debutul pandemiei: „*Transparența s-a învinețit și a cam murit anul acesta (n.r. 2020)*”, zice Codruța Simina, jurnalist PressOne. „*Pentru noi, a fost prima dată când am avut în față un zid fățiș care proteja informațiile. Asta venind de la un guvern care s-a poziționat tot timpul ca fiind ăla bun și ăla transparent, și nu ca guvernele dinainte*”, continuă aceasta.

Opinia jurnalistei de la PressOne e întărită de majoritatea celor cu care am discutat din martie 2020 îndoace, fie că au fost manageri sau jurnaliști. Aceștia au considerat că principala problemă cu care presa din România a trebuit să se confrunte a fost lipsa transparenței guvernamentale transformată în politică de stat.

*„Accesul la informații a fost suprimat complet, la început. Iar informațiile cu adevărat valoroase au fost obținute la nivel local de ziaristi prin conexiunile lor, prin sursele lor. Oficial, nu”,* spune și Cătălin Moraru, redactor-șef Monitorul de Botoșani. *„La început, când nu știam absolut nimic, când eram puși în fața unor lucruri care deja ne bulversaseră și ne schimbaseră complet viețile, noi nici nu aveam informații pe care să le folosim la nivel de societate, de comunitate”,* spune jurnalista Emilia Șercan. *„Nu am știut date normale, pe care toată lumea civilizată le-a pus la dispoziția - nu presei neapărat, ci la dispoziția oamenilor, pentru că, în funcție de datele respective, oamenii au știut să-și ia și propriile decizii, să se păzească mai bine pe ei, pe familiile lor. Toată această ermetizare a instituțiilor statului și a acelu grup de comunicare strategică arată că noi încă am rămas cu mentalitățile vechi, de dinainte de 1990, când cenzura era la ordinea zilei”,* continuă jurnalista Emilia Șercan. Iar această blocadă a informațiilor a continuat și după încheierea stării de urgență. A fost diferit gradul de secretizare, dar informații importante au continuat să fie ținute la sertar. Componenta Grupului de Comunicare Strategică a devenit publică doar după ce Emilia Șercan a reușit să o afle pe surse, la un an după declanșarea stării de urgență<sup>3</sup>. *„Nu pot să înțeleg de ce să ții la secret componenta, când acel grup e făcut din oameni care reprezintă birourile de presă, șefii birourilor de presă și purtătorii de cuvânt. Numele lor sunt cunoscute, ei apar în diferite conferințe de presă, ei sunt interfața instituțiilor pe care le reprezintă”,* concluzionează aceasta.

*„În starea de urgență s-au dublat termenele [n.red în care autoritățile sunt obligate să furnizeze informațiile]. Problema cea mai mare era că pierdeai relevanța informației. Adică, chiar dacă o primeam peste 60 de zile, ce relevanță mai aveau capacitățile ATI pentru aprilie sau pentru mai în luna iunie?”,* se întreabă Vlad Stoicescu, jurnalist la publicația online Dela0.ro.

*„Din prima zi a stării de urgență, instituțiile au început să răspundă fie că sunt termenele dublate, (...) fie să ne trimită dintr-o parte în alta. <<Comunicarea este centralizată, duceți-vă la Grupul de Comunicare Strategică (GCS)<sup>1</sup>>>. Sau <<duceți-vă la INSP>><sup>1</sup>. INSP-ul zicea, <<nu noi, duceți-vă la GCS>>. GCS-ul nu știa nimeni cine e. Era o adresă de e-mail”,* continuă Stoicescu.

<sup>3</sup> <https://pressone.ro/secretistan-ii-cine-sunt-membrii-misteriosului-grup-de-comunicare-strategica>



„Acolo unde guvernării se sperie, și instituțiile se sperie și încep să te privească ostil. Nu e nicio diferență între cum s-a comportat Guvernul PNL și guvernării în general, până la Iohannis, în cazul cu Ianculescu, de la Apele Române<sup>4</sup>, față de cum se petreceau lucrurile pe timpul PSD. Nu e nicio diferență. Sigur, declarația pe care a făcut-o Iohannis, smulsă de media, e un pic mai mult decât ce ar fi făcut Dragnea, să zicem, dar în rest, în materie de răspuns al instituțiilor și al celor responsabili și impact e aproape la fel ca pe vremea PSD-ului. Nu s-a schimbat nimic”, consideră și Răzvan Ionescu, publisher-ul Recorder.

„Eu, lucrând la știri, nu am făcut anchete, dar sunt convins că, dacă ai făcut anchete în perioada asta, a fost foarte complicat. Adică inclusiv pentru date normale trebuia să vorbești cu celebrul grup<sup>5</sup>. Eu am lucrat pe social, pe spitale, unde nu am avut astfel de opreliști, deși și acolo ne loveam de manageri. Și au fost manageri cu care lucram mai bine, cum era Beatrice Mahler care vine și îți răspunde, au fost alții de la spitale, tot din București, unde dădeai întâi de trei ori cu capul în perete. În pandemie n-am nevoie să îți dau un mail și tu să răspunzi în 30 de zile. Da, a fost mai complicat și a ținut foarte mult de omul cu care am interacționat din spital”, consideră și Adelin Petrișor, jurnalist la TVR.

Oana Despa, redactor-șef al publicației Buletin de București, spune că perioada guvernării Năstase a pregătit-o pentru perioada asta. „Eu am trăit în epoci în care accesul la informații era mai nasol decât acum și mi-am dezvoltat o capacitate, și cred că sunt mulți cei care și-au dezvoltat această capacitate, de a găsi metode alternative de a ajunge la informație. Adică nu stai să te mai bazezi pe [legea] 544, nu stai să te bazezi pe informația care îți vine prin Biroul de Presă, ci îți găsești alte surse. Dar da, pot spune că, cel puțin legat de contractele de achiziții legate de pandemie, a existat o întârziere în ceea ce privește publicarea rezultatelor pe platforma de achiziții publice, sunt și acum. Noi avem cereri pe 544 de luni de zile la care nu am primit niciun fel de răspuns. Problema este că, în momentul în care ai foarte mult de muncă, mai faci și treburi administrative și încerci să găsești soluții ca să menții cumva povestea în viață, îți vine foarte greu ca să urmărești toate lucrurile acestea”, conchide aceasta.

Blocada informațională a fost dublată de mesaje din partea autorităților care, pe de o parte, transmiteau cetățenilor să se informeze doar din „surse oficiale”, iar pe de altă parte, amenințau jurnaliștii care aveau curajul să publice informații care nu veneau din aceste surse. „Îmi spuneau în starea de urgență că nu scriu din surse oficiale. Am zis că n-am mai auzit așa ceva niciodată. Nu m-a acuzat nimeni că mă dă în judecată fiindcă nu scriu din surse oficiale. Am fost acuzat de multe, dar nu de asta”, zice Cătălin Moraru.

<sup>4</sup> Răzvan Ionescu vorbește despre una dintre investigațiile Recorder, publicată în 23 noiembrie 2020: <https://recorder.ro/singur-impotriva-partidului-copile-nu-te-pune-cu-ei-ca-te-vor-face-praf/>

<sup>5</sup> Grupul de Comunicare Strategică a fost organismul care a controlat comunicarea publică începând cu luna martie 2020.

Lipsa informațiilor oficiale, care să-ți arate cum stau lucrurile de fapt, a încurajat apariția scenariilor bazate pe teorii ale conspirațiilor. Iar jurnaliștii nu au avut cum să le deconstruiască, pentru că aveau nevoie de informații oficiale, care lipseau.

*„Mi se pare că, pe lângă transparență, marele pierzător al acestui an a fost știrea”, consideră Simina.*

*„Asta dacă mergem pe ideea că știrea este altceva decât ceva care vine dintr-un comunicat de presă sau declarații făcute de politicieni la televizor sau cazurile și mai problematice, în care ți se prezintă o opinie ca fiind un material jurnalistic care prezintă un fapt”, explică aceasta.*

*„Cred că, până la urmă, asta este cel mai mare rău pe care l-a făcut Guvernul blocând accesul la informație oficială, informații care puteau să ajute foarte simplu la combaterea dezinformării”, consideră Emilia Șercan.*

Această problemă nu este nouă, o aminteam și în raportul trecut, dar pandemia a accentuat-o. Lipsa oamenilor din redacții, lipsa informațiilor oficiale, lucrul de acasă au făcut ca acest tip de „jurnalism de declarație” să se dezvolte exponențial. Toni Hrițac adaugă: *„Să lucrezi mai mult de acasă înseamnă să lucrezi mai mult cu departamentele de PR, înseamnă să pierzi cumva legătura cu oamenii, cu observația personală, cea care îi transmite cititorului că tu ai fost acolo.”*

Jurnaliștii spun că, în ultimii ani, politicienii par să fi uitat că presa este reprezentantul interesului public, că jurnaliștii pun întrebări în numele cetățenilor. Codruța Simina consideră că *„există o dispoziție tot mai redusă a mediului politic de a răspunde la întrebările jurnaliștilor”,* și că politicienii au învățat că pot comunica pe contururile de Facebook sau se pot duce în niște emisiuni la televizor unde spun ce vor, *„cu niște moderatori care nu sunt jurnaliști și nu fac o muncă jurnalistică, dimpotrivă, sunt acolo pe post de oameni care asistă din partea televiziunii la spectacolul tău și ți se pare că este suficient”.* În trecut mai îndepărtat, *„atunci când scriai despre lucrurile astea, reacția dinspre politic era <<ok, m-ai prins, anulăm licitația>>. Vedeai niște efecte acolo. Acum, ce vezi este antagonizarea asta. Suntem percepuți cumva ca un fel de dușmani ai politicienilor și ai oamenilor din administrație. În momentul asta nu am mai văzut reacția aia - <<ok, trebuie să facem și noi ceva>>. În general ea este <<te dau judecată>> sau scriu că ai scris fake news,”* continuă aceasta.

Cu excepția televiziunilor, cele mai multe redacții s-au mutat în bucătăriile și sufrageriile reporterilor. *„A trebuit să funcționăm fără contact direct, ceea ce e dificil într-o meserie care presupune comunicare interpersonală, creativitate, dezbateri pe subiecte”,* spune Cristi Pantazi, redactorul-șef al publicației online G4Media.ro.

Jurnalismul făcut de acasă, de pe canapea, este frustrant și pentru jurnalist, și pentru redacție, și pentru public. *„Pe noi ne-a dărâmat modificarea Legii 544 la începutul stării de urgență. Adică, pe lângă faptul că oricum nu primeai răspunsuri și trebuia să te cerți 30 de zile și să tragi de niște oameni, dintr-o dată orizontul ăla de 60 de zile, îți spun sincer, pentru unii dintre noi a însemnat <<îmi bag picioarele și nu mai trimit solicitări pe 544>>. Uzura psihică generală a căpătat dintr-o dată o dimensiune din aia, care se apropia de infinit. Adaugă la asta și faptul că nu puteai să ieși, nu puteai să mergi pe teren ca lumea. Este foarte greu să comunici cu niște oameni în timp ce ai mască pe față*

și să scoți de la ei niște lucruri care sunt complicat de obținut chiar și când discuți față în față. Deci toată relația asta între jurnalist și omul de la care trebuie să scoți un subiect s-a modificat foarte mult.”

În primele luni de la debutul pandemiei, relația cu **sursele** a fost o problemă mai ales pentru jurnaliștii de investigație sau cei care încercau să documenteze subiecte referitoare la criza medicală. Oamenilor le era frică pentru viața lor, dar mai ales le era frică pentru joburile lor. Jurnalistul de investigații Victor Ilie spune că, atunci când a documentat problemele de la Spitalul Județean de Urgențe „Sf. Ioan cel Nou” din Suceava, unde a fost declarat cel mai mare focar Covid din România, a discutat cu peste 50 de angajați ai spitalului. Dintre aceștia, doar 10 au vrut să vorbească *on the record* și doi au acceptat, într-un final, să iasă public cu nume și prenume.

„Le era foarte frică, pentru că atunci s-a înțeles greșit ce înseamnă treaba asta cu starea de urgență. Ajungem la tribunalul militar dacă scoatem un proces verbal din instituție. De fapt, încet, încet oamenii și-au dat seama că nu suntem în război și nu vând secrete de stat inamicului”, spune Ilie.

În ciuda presiunii și a amenințărilor cu dosare penale dacă angajații din instituțiile publice din România ofereau informații presei, au existat avertizori de integritate care au vorbit<sup>6</sup>. „Anul ăsta, din toamnă încoace, am avut mult mai multe materiale care s-au bazat pe whistleblowers (n.a. avertizori de integritate), ceea ce ar trebui să dea de gândit Guvernului. Atâta timp cât țin plasa asta pe informațiile publice, nu fac decât să alimenteze niște oameni din interior care vor ieși și vor spune”, consideră Codruța Simina. Același lucru îl spune și Victor Ilie. „Au început să apară mai multe surse. Vorbesc mai mulți oameni din instituții. Înainte, aveai impresia că fiecare inspectorat școlar sau DGSAPC este unitate SRI.”

**Burnout-ul** începe să se simtă abia acum, la un an după debutul pandemiei, pentru că, „atunci, în primele luni, nici n-am avut timp să ne gândim la uzura psihică”, povestește Vlad Stoicescu.

Diana Oncioiu, jurnalistă Dela0.ro, spune că, pentru ea, refuzurile au fost o sursă de motivație suplimentară. „Mi se părea de un tupeu incredibil să refuze să îmi dea niște informații publice pe care nu le ceream pentru mine. Și asta a însemnat să dau peste 30 de telefoane în ziua aia. Pentru un material aveam 30 de numere, nu de apeluri, pentru că la unele numere sunam de mai multe ori. Pe mine asta mă motivează, în sensul că nu scapi de mine, stau ca râia pe capul tău. Dar asta te epuizează foarte mult. Nu vreau să mă plâng, că da, asta e munca noastră. Dar să faci asta zi de zi, timp de trei luni, te uzează.”

Uzura a venit din lupta cu autoritățile, numărul mare de ore muncite, dar și din grozăviile întâlnite pe teren. „Am intrat în spitale într-un an și jumătate cât nu cred că am intrat în 25 de ani de presă”, spune și Adelin Petrișor. Deși sănătatea nu a fost domeniul lui tradițional, scopul meseriei e același - „trebuie

<sup>6</sup> Mai multe informații despre subiectul avertizorilor de integritate în primele luni ale pandemiei COVID-19 în România, găsiți în capitolul 2.1 al raportului *Libertăți fundamentale sub asediu. STĂRILE DE EXCEPȚIE CREEAZĂ ANTECEDENTE PERICULOASE PENTRU PRESA DIN ROMÂNIA*, publicat de CJI în septembrie 2020: [https://cji.ro/wp-content/uploads/2020/09/Raport-libertate-de-exprimare\\_final.pdf](https://cji.ro/wp-content/uploads/2020/09/Raport-libertate-de-exprimare_final.pdf)

să găsești răspunsuri pentru aceleași întrebări”. A căutat să învețe „termeni pe care nu îi stăpâneam, să învăț despre virusuri și boli și să ascult specialiști, să aflu de la ei diverse lucruri”. Mai complicate însă au fost efectele în plan personal. „La un moment dat, mă încărcasem foarte, foarte tare cu tot felul de lucruri urâte pe care le vedeam și chiar am simțit că îmi vine să mă așez într-un loc în fund și să plâng. Vedeam tineri de 30 de ani la terapie intensivă și îmi spuneau doctorii că sigur nu o să trăiască. Și aflam după două zile că muriseră. Când știam că filmez la terapie intensivă, nu dormeam o noapte înainte, deja mă săturasem de durere, de amărăciune, de disperare”, povestește Adelin Petrișor. „Se adăuga și paranoia care te lovea după fiecare ieșire dintr-o zonă roșie, când nu ai cum să nu îți treacă prin cap, <<bun, dar dacă mi-am mișcat masca, dacă mi-am pus mănușa pe ochelari?>>. Aș fi preferat să mă duc în Afganistan, în Irak, să stau un an în Afganistan. Ar fi fost mult mai ușor și mult mai bine. Plus rude ale celor care erau acolo, oameni care nu puteau ajunge în spital. Plus bolnavi cronici despre care știi că mureau pentru că nu aveau acces la spital. O încercătură emoțională foarte, foarte, foarte urâtă și greu de controlat”, adaugă acesta.

La uzura psihică s-au adăugat și **comentariile** din partea publicului. Dintr-o dată, jurnaliștii s-au trezit în poziția de inamici ai poporului, nu doar pentru politicieni, ci chiar pentru cei pentru care scriau.

„Am ajuns să am discuții cu cititori în care să le spun <<dacă nu produci niște dovezi prin care să arate că eu am luat bani ca să scriu așa, te dau în judecată>>. Când au văzut că există consecințe, au plecat, sau n-au mai zis nimic, dar e ne-natural. E publicul meu”, conchide acesta. „Cel puțin în mediul online, reacția a fost majoritar negativă la adresa informațiilor privind COVID-ul și asta a generat o reacție negativă la adresa ziarului, ceea ce este foarte greu de manageriat, pentru că tu îți dorești ca oamenii să vrea să te cumpere, nu să te înjure, chiar permanent”, spune și Anca Spânu, redactor-șef adjunct la cotidianul Viața liberă din Galați.

„Niciodată n-a fost mai rău. Niciodată nu mi-a venit să mă las de meserie, în 25 de ani sau 30, ca în aceste luni, sau ca în aceste zile. Este extrem de greu să discuți, să povestești, să explici oamenilor care au deja păreri formate. Este imposibil, nu extrem de dificil. Oamenii nu vor să fie convinși de ceva. Nu vor să înțeleagă absolut nimic, iar frustrarea asta generală, faptul că ne-am săturat să mai umblăm cu măști, să nu ne vedem, trebuie să aibă un fir de împământare unde să se scurgă. Din păcate, asta a ajuns presa”, spune Cătălin Moraru.

„Reporterii îmi trimit zilnic comentarii care îi afectează profund, după ce ei și-au făcut treaba. Noi facem jurnalismul ăsta pentru comunitate, pe care îl facem de 25 de ani, care nu mai are același efect. Na, sunt și evenimente nemaitrăite și nemaiîntâlnite și mă așteptam cumva la chestia asta, dar nu la un nivel așa de mare de furie”, spune Cătălin Moraru. „Dacă în mod normal, 25 la sută dintre comentariile din 24 de ore erau negative și 75 la sută erau pozitive, acum procentajul a fost cam invers, ceea ce a însemnat că persoana care le moderează a trebuit să citească toate invectivele, inclusiv amenințări cu moartea, <<o să vă omorâm pe toți>>, chiar dacă ele nu au ajuns la public. Impactul asupra celor doi moderatori a fost foarte mare. Bineînțeles că lucrurile astea s-au discutat și între

redactori, pentru că noi le spunem oamenilor ce comentarii sunt, chiar dacă ele nu apar mereu. Este foarte, foarte greu”, spune și Anca Spânu. Adelin Petrișor spune că pe pagina lui de Facebook el le răspunde celor care critică, dar cu care simte că se poate discuta. Dar cu „unul care vine și îți vorbește de <<pandemie>>... pierzi timp doar să citești mesajul”, consideră acesta. În plus, Petrișor consideră că înjurăturile, atacurile și un mediu insalubru în comentarii îi vor descuraja pe oamenii care ar discuta civilizată, pentru că nu vor vrea să se expună.

Cristi Pantazi spune că a simțit și el radicalizarea publicului atunci când a venit vorba de subiectele legate de pandemie și de naționalism. „Odată cu creșterea AUR în sondaje și apropierea de alegerile parlamentare și apoi imediat după alegeri, am simțit o radicalizare care a venit la pachet cu mesaje agresive la adresa noastră. Dar asta nu e o surpriză, pentru că noi ne-am obișnuit să înotăm deseori contra curentului, să punem pe agenda publică subiecte care uneori nu plac publicului nostru, să ridicăm semne de întrebare chiar atunci când știm că o mare parte a publicului nostru gândește altfel decât noi. Ne-am obișnuit cu atitudinea asta, e asumată, o facem tot timpul pentru că asta face parte din ADN-ul nostru de ziariști”.

Cătălin Tolontan spune că jurnaliștii trebuie să își amintească să nu confunde niciodată comentariile cu publicul. „Există studii care ne spun lucrul ăsta și o știm foarte clar. Unul din o mie de cititori comentează. Deci noi tot timpul avem 999 de oameni care nu se exprimă. Prețuim comentariile, dar nu le considerăm ca fiind echivalentul publicului.” „Când sunt sute de comentarii, s-ar putea să te simți copleșit. Dar acum ne-am mai învățat și noi cu fake news-ul, cu manipularea. Și te uiți că sunt conturi false, că sunt unii care și-au dat copy-paste în mesaje. Ele sunt înfricoșătoare, chiar sunt, dar nu mă sperie pentru că nu le generalizez, ca să zic că ele îi reprezintă pe toți cititorii. Și am realizat asta inclusiv vorbind cu oameni care ne citesc și, ei necomentând, ai impresia că oamenii ăștia nu există”, consideră și Diana Oncioiu.

„Sunt cu mult mai rele chestiile care ni se întâmplă în contactul cu autoritățile, în contactul cu oamenii de la care trebuie să scoatem informații, decât în interacțiunile online cu niște anonimi. Ce aș alege, să stau în fața laptopului și să mă înjure unii sau să mă duc până la Huși să mă dea preotul afară din biserică? Pentru psihicul tău e mai ok să stai în fața laptopului decât să te dea unul afară dintr-o biserică, un om la care te-ai dus cu onestitate, încercând să obții un punct de vedere”, spune Vlad Stoicescu. „Sau când te acuză ministrul de fake news. Așa ceva e mai rău decât orice înjurătură”, adaugă și Diana Oncioiu.

Există o diferență între comentariile primite de jurnaliști și de jurnaliste. „Eu cu Vlad, dacă scriem amândoi aceeași chestie, la el nu prea se duce lumea să îl jure. Dar la mine da, pentru că oamenii cred că, dacă sunt femeie, pot să mă înjure. La Vlad nu îndrăznesc, îi zic și lui, dar pe el nu-l fac troacă de porc”. Argumentele, dacă le putem numi așa, sunt misogine, ori vizează performanțele sexuale, gastronomice sau fizice.

„Ești jurnalist și ești femeie. Dacă mă uit la tine pe profil și văd și că ești single, îți trimit și scârboșenii. Am avut inclusiv mesajele primite de la conturi false cu chestii din astea sexuale, viol etc.”, spune și Codruța Simina.

„Mulți dintre comentatori de aia o fac, pentru că speră că te bagă într-un colț, te intimidează. Dacă ți-e frică să mai vorbești, poate te autocenzurezi data viitoare”, zice Vlad Stoicescu.

„În presă există această suprasolicitare care vine din ritmul inegal de lucru, multe instituții de presă funcționează 24 din 24 și asta îți dă o încărcare suplimentară și o tensiune suplimentară. Anul trecut am avut două campanii electorale, am avut pandemie, am avut cădere de guvern, moțiuni de cenzură. E o stare de oboseală la care s-a adăugat și insecuritatea resimțită, cel puțin în prima parte a pandemiei, în multe din redacții. S-au adunat toate, dar nici nu pot să nu văd acum un nou suflu, odată cu revenirea la birou a multor redacții, odată cu scăderea cazurilor și a bilanțurilor negre, simt așa, un suflu nou”, consideră Cristi Pantazi.

Problema **finanțării**, a supraviețuirii afacerii, s-a adăugat și ea situației deja complicate. Organizațiile de media au încercat să își diversifice sursele de finanțare scriind proiecte și intrând în zone care nu le erau foarte familiare. Managementul de proiect „îți ia mult timp, îți consumă multă energie și te scoate din zona de jurnalism și la un moment dat începi să simți lucrul asta”, consideră Oana Despa. Părerea ei este împărtășită și de Cristi Pantazi, care spune că managementul de proiect ajunge uneori să îți ocupe timpul câștigat prin lucrul de acasă, dar și de Cătălin Moraru, care și el a încercat să aplice la granturi internaționale, deși, pentru instituțiile de media locale, este foarte greu să găsească finanțări care chiar să îi ajute: „Uniunea Europeană se va trezi târziu, cum s-a trezit târziu acum, când Europa a fost invadată de populism și naționalism. S-a trezit și Uniunea Europeană că ar trebui să dea niște bani la presă, pe care îi dă prost, greu, birocratic. E o luptă cumplit de inegală. Până se vor lămuri ei, presa va dispărea. Marea mea frică asta este, că în momentul în care eu, ca model de business, nu voi mai funcționa, eu voi închide. Nu am încotro, nu voi face muncă patriotică. Am oameni care trebuie să trăiască.”

Pandemia a accentuat și ea **depopularea** redacțiilor. În primele luni de criză, a crescut volumul de muncă, dar s-au redus salariile și așa mici, uneori cu 30 sau 50%. Mai mult, în unele cazuri, managerii au fost nevoiți chiar să renunțe la reporteri. Pierderea oamenilor buni s-a accentuat. „De la un punct încolo devine atât de obositor și de măcinător, că nu mai poți. Vrei să ai o viață normală, vrei să poți să te liniștești seara, să te uiți la un film. Și asta după ce te agiți o zi întreagă și te enervezi și vezi că ești atât de puțin băgat în seamă, de fapt, și trebuie să duci niște bătălii pentru niște lucruri care acum patru-cinci ani erau firești și normale”, spune Codruța Simina.

Bogdan Marta a fost jurnalist timp de 18 ani. A decis ca în februarie 2021 să renunțe la meserie și să treacă în administrația publică. „Am simțit tot mai puțină satisfacție în ceea ce făceam. Și mi-am dorit o pauză după 18 ani de muncă continuă. Am primit provocarea asta, să trec de la a relata/critica, la a pune umărul.”

Toni Hrițac, de la Ziarul de Iași, spune că resimte foarte mult lipsa resurselor.

„Ca să fii, de exemplu, acum critic la adresa Guvernului îți trebuie oameni de analiză. Îți trebuie stratul acela intermediar, al oamenilor cu experiență. Din păcate, nu îi mai am, pentru că presa a ajuns un concurs de alergătură - cine ajunge primul câștigă”, spune Hrițac.

*„Televiziunea publică ar trebui să fie mult mai puternică, și nu e; e slabă. Breasla, oamenii din țara asta și politicienii ar trebui să se pună de acord și să întărească televiziunea publică, pentru că în momente de genul acesta televiziunea publică puternică ar putea face diferența. TVR-ul slab înseamnă probleme exact în momente de genul acesta, când presa comercială trebuie să vândă pentru că altfel închide televiziunea respectivă. Ori, când televiziunea publică are audiența pe care o are, n-are cum să schimbe lucruri. În momentul acesta la noi, la TVR găsești programe echilibrate, inclusiv la știri. Știrile nu sunt isterice, nu sunt partizane”, spune jurnalistul TVR Adelin Petrișor. „Politicienii ne vor slabi, pentru că suntem acolo undeva, suntem speriați pentru că, la o adică, te scot din priză în secunda doi, că nici măcar nu mai ai abonament, iei bani de la buget. Și doar trebuie să se uite urât la tine și să spună <<vezi că bugetul îl discutăm anul viitor sau peste o lună>>, și atunci televiziunea e la mâna lor”, continuă Petrișor. „Și asta vor politicienii, ca toată presa să fie vulnerabilă și să fie cumpărată, pentru că e mult mai simplu să o ai la degetul mic decât să te lupți cu dezvăluirile despre măștile neconforme, despre banii topiți aiurea în pandemie”, concluzionează acesta.*

Adelin Petrișor spune că în TVR ai mai multă libertate, dacă vrei să o ai, decât în orice altă redacție, amintind că el nu este un jurnalist comod și că au fost momente în care a contestat deciziile șefilor. Dar că asta vine cu un preț, care îți face viața grea în redacție.

*„Mi-a fost foarte greu să mă duc să filmez la Suceava, în premieră într-un ATI Covid, pentru că șefii mei îmi spuneau nu. Și îmi venea să plâng și să îmi doream să fi fost la Voiculescu sau la Sârbu, unde șefii de acolo m-ar fi întrebat ce am nevoie ca să ajung primul acolo și să filmez într-un loc de genul ăla. Iar aici am avut nevoie de diplomație ca să plec să-mi fac treaba. Adică să fiu lăsat să fac ceva ce trebuie să fac.”*

Adelin Petrișor

Contractele de publicitate de la Guvern au contribuit și ele, uneori nejustificat, la scăderea credibilității sau au oferit o nouă armă de atac contestatarilor. *„Când se supărau, pentru că scriem uneori lucruri care pe oameni îi supără sau le deranjează credințele, când ceva îi deranja, asta era prima chestie pe care ne-o spuneau oamenii: <<ați fost plătiți de Guvern să spuneți asta>>. Era prima reacție. Nu conta că nu ai luat. Inclusiv ei postau articole în care vedeai numele celor care au luat bani și tu nu erai acolo. E și acuzația cea mai ușor de folosit”,* spune Diana Oncioiu de la Dela0.ro.

Sebastian Zachmann, jurnalist politic la Prima TV, spune că problema a fost că *„nu ai cum să-i convingi pe niște oameni care oricum nu aveau încredere în tine, că tu reușești în continuare să fii obiectiv. Prin această finanțare, ți s-a tăiat practic, premisa de obiectivitate”.*

*„Lumea știe că luăm bani de la Guvern și în momentul în care Guvernul te plătește, tu ai un motiv să scrii că pandemia este așa cum este, zic ei. Am explicat, am scris articole despre cum se dau bani de la Guvern, despre cum se fac accesările, cum se fac click-bait-uri. Sunt mulți cei care înțeleg, dar, ca de obicei, minoritatea zgomotoasă iese în evidență. Și când vezi că din minoritatea asta zgomotoasă scrie unul <<sunteți niște mincinoși, nemernicilor>> și are la comentariul ăla 300 de like-uri, îți vine să lași totul deoparte. E o luptă extrem de inegală. Guvernul comunică extrem de puțin și de prost. Și brusc eu m-am pomenit că sunt cel care trebuie să explice.”,* zice Cătălin Moraru. Cătălin Tolontan este însă de părere să lucrurile stau un pic diferit. *„Criticile sunt permanente, indiferent ceea ce ai scrie, și fac parte din noua realitate a meseriei de jurnalist. Noi suntem obișnuiți cu foarte multe reproșuri în fiecare zi și încă un set de reproșuri nu l-am simțit în niciun fel. Nu am simțit că ne-a afectat relația cu publicul în mod specific acest contract.”*

Sebastian Zachmann spune că, în ciuda tuturor problemelor, a văzut anchete jurnalistice de cel mai înalt nivel despre pandemie și despre tunurile financiare date în pandemie. *„Ori asta arată că totuși presa a trăit în perioada asta grea, și trăiește, fie că e vorba de război sau pandemie. Reușește să supraviețuiască cumva și asta mi se pare esențial pentru democrație”,* concluzionează el.



## 2. Criza financiară care n-a mai fost. Sau a fost, dar doar pentru unii

Criza sanitară a lovit aproape toate domeniile, iar industria mass-media nu a făcut nici ea excepție, deși nu toate zonele au fost afectate la fel de tare. Dacă presa locală încă încearcă să recupereze pierderile și să își găsească direcția în contextul post-pandemie, televiziunile, cel puțin, au dus-o mai bine ca niciodată. Sprijinul cel mai mare a venit din partea autorităților, prin intermediul banilor publici. „Companiile care operează cele mai mari televiziuni și site-uri de presă din România nu au fost foarte afectate de criză, ci din contră, majoritatea și-au crescut afacerile și profiturile în 2020, față de 2019”, arată jurnalista Elena Deacu într-un articol<sup>7</sup> publicat de EconoMedia.ro la începutul lunii iunie 2021.

Conform informațiilor publicate de EconoMedia.ro, Antena TV Group SA și-a majorat profitul în 2020 la 168 milioane de lei, de la 103 milioane de lei în 2019, iar profitul Antena 3 SA a crescut cu aproape un milion de lei, ajungând în 2020 la 14,3 milioane lei. Profitul Kanal D aproape s-a dublat ajungând la 68 milioane de lei. În 2019, televiziunea Digi 24 a fost mutată pe o altă companie - Campus Media SRL, al cărei profit a fost în acel an de 42.000 lei. În 2020, profitul Digi 24 a crescut la 18 milioane de lei. Adevărul Holding și-a triplat profitul în 2020, ajungând la 2,9 milioane lei. Editura Evenimentul și Capital SRL și-a crescut profitul de la 120.000 de lei în 2019, la 5 milioane de lei în 2020.

În 2020, Pro TV a pierdut 13 milioane de lei, ajungând la un profit de 249 milioane de lei. România TV a avut o scădere de profit de 6 milioane lei, ajungând la 21 milioane de lei în 2020, Europa FM a raportat un profit în scădere puternică, de la 20 la 8,4 milioane de lei. Ringier România, compania care editează ziarul Libertatea, și-a redus la jumătate pierderile ajungând la 2,1 milioane de lei față de 5,3 milioane lei în 2019.

Răzvan Ionescu face și el o analiză a primelor luni de pandemie, din perspectivă economică. „Lucrurile s-au dezghețat cumva, după o perioadă de trei luni în care veniturile au fost evident în scădere, din două motive. Unul, de ordin subiectiv, este legat de pandemie și de sperieturile din piață, când și donațiile, și mici blocaje în piața de comunicare au scăzut veniturile, pentru că nici oamenii nu au mai donat cu aceeași deschidere ca până atunci. Altul, obiectiv, ține de proiectele speciale la Recorder. Piața percepe proiectul Recorder ca fiind o platformă eminamente video, așa că nu a venit cu solicitări în martie-aprilie pentru că își închipuiau că nu se poate filma, pentru că toată lumea era acasă, și nu puteai să aduni oameni la filmare și să filmezi lucruri pe stradă. Din iunie au început să se dezghețe, pentru că, pe de o parte, ne-am reînceput proiectele speciale, iar pe de altă parte, am avut câteva investigații, povești care au generat donații.”

<sup>7</sup> <https://econoMedia.ro/profiturile-televiziunilor-si-site-urilor-de-stiri-au-crescut-spectaculos-in-pandemie-pe-fondul-ajutoarelor-date-de-guvern-in-schimb-sectoare-precum-horeca-nu-si-au-primit-nici-acum-banii.html>

## 2.1. Bani de la Guvern - gură de oxigen sau cal troian?

După două luni în care autoritățile au erodat credibilitatea presei, îndemnând cetățenii să se informeze „doar din surse oficiale” (în speță guvernamentale) și au îngreunat munca jurnaliștilor din toată țara, blocând accesul la informațiile de interes public și amenințând cu dosare penale avertizorii care ar fi vorbit cu presa, Guvernul României a decis că mass-media este importantă pentru buna informare a cetățenilor, deci trebuie sprijinită pentru a supraviețui crizei economice provocată de pandemie.

Centrul pentru Jurnalism Independent a considerat ideea utilizării publicității din bani publici periculoasă atât pentru mass-media, cât și pentru Guvern, în lipsa unor obiective foarte clare de comunicare și a unor criterii stricte de transparență și performanță, considerând fondul, în cel mai bun caz, o subvenție mascată. De asemenea, CJI a solicitat Guvernului să ia în calcul alte mecanisme de sprijin financiar pentru presă, care să țină cont de nevoile reale ale presei și care să ajute cu preponderență sectoarele care au fost cel mai puternic lovite (presa scrisă, presa locală).

Ajutorul, venit în urma negocierilor cu unele asociații ale industriei, la care au participat și instituții media locale, s-a concretizat sub forma unui fond de publicitate în valoare de 200.000.000 lei, care să finanțeze campanii de informare în mass-media privind măsurile de protecție împotriva Covid-19 pe o durată estimată de patru luni (mai - septembrie 2020). Ordonanța de Urgență 63/2020 a fost publicată în Monitorul Oficial în data de 8 mai 2020 și a fost modificată în luna iulie de Parlamentul României, care, printre altele, a crescut suma la aproximativ 240.000.000 lei (50 milioane euro) și a extins perioada campaniei până la finalul anului 2020, cu posibilitatea de prelungire.

Primită ca o gură de oxigen pentru industrie, decizia a fost îmbrățișată fără obiecții de majoritatea instituțiilor de media. Contestatarii deciziei, printre care și CJI<sup>8</sup>, au fost puțini.

Luna iulie arăta deja că o parte a industriei își revenise și că banii pierduți începuseră să se întoarcă. „Ajutorul mascat dat de Guvern pentru presă a venit într-un moment în care devenise deja clar că cea mai mare parte a presei centrale nu înregistra pierderile prognozate la începutul pandemiei și de care s-a speriat toată lumea. Mai mult decât atât, contractele au fost încheiate într-un moment în care se apropiau cele două campanii electorale și devenea evident că, pe lângă creșterea de audiență generalizată, cel puțin în prima parte a pandemiei, care a atras și sume considerabile din publicitate, au venit și cele două campanii electorale și ele cu bani”, spune Cristi Pantazi. G4Media a fost una dintre instituțiile media care au refuzat să participe la programul de publicitate media oferit de guvern. „Noi am susținut că trebuia făcută o analiză rapidă, dar clară, a impactului pe care deciziile guvernamentale de a impune măsuri restrictive pentru mediul de afaceri l-a avut asupra presei locale versus presei centrale și ca Guvernul să acționeze exact acolo unde era problema.”

<sup>8</sup> <https://cji.ro/fondul-de-publicitate-pentru-mass-media-naste-suspiciuni/>

*„La nivel central, unele întreprinderi de presă au înregistrat anul trecut profituri, de multe ori mai mari decât cele din 2019, ceea ce arată că n-a fost o problemă reală de cash flow, de monetizare. La nivel local, în schimb, multe publicații, radiouri, televiziuni locale au fost foarte, foarte dur lovite pe durata pandemiei, și încă mai sunt, pentru că ele, în mare majoritate, trăiesc din reclamă, făcută exact de businessurile afectate direct de guvern în pandemie prin măsurile restrictive”, explică Cristi Pantazi. Acesta completează că banii de la Guvern au sprijinit o concurență neloială:*

*„Cum să pleci de la o linie egală de start, când tu cheltuiești doar ce produci prin eforturile tale, împotriva unuia care, pe lângă eforturile lui, primește o subvenție? Este situația clasică întâlnită de când există economie și de când există statul. Cel cu subvenția are, pe scurt, cel puțin un avantaj competitiv și asta duce la o distorsionare a pieței.”*

Una dintre criticile aduse acestei inițiative a guvernului a fost cea referitoare la modul în care relația contractuală ar putea să fie abuzată de autorități, iar instituțiile media să se cenzureze sau să se autocenzureze, de frica pierderii banilor. De-a lungul anilor, publicitatea din bani publici a venit, de foarte multe ori, și cu constrângeri editoriale - directe, prin cenzură și condiții implicite la semnarea contractelor, sau indirecte - prin autocenzură, din teama de a nu pierde contractele în caz de „critică”<sup>9</sup>.

Managerii cu care am discutat spun că, în acest caz, nu asta a fost problema. Cătălin Tolontan consideră că „această sumă de bani venită de la Guvern nu a afectat prestația, pentru că ceva ce nu este privilegiat, ceva ce pot primi toți, nu afectează. Contractele care privilegiază sunt cele care aduc atitudinea influențată sau uneori chiar cumpărată. De exemplu, când dau foarte mulți bani cu țintă primăriile, când dau foarte mulți bani cu țintă oameni politici care conduc anumite ministere sau instituții publice. Acești bani creează dezechilibre.”

*„Știi cum se pune problema local? Guvernul e departe. Nu ne interesează Guvernul. Guvernul e departe și o să facă ce o să facă, au dat legea, trebuie să dea banii. Ei, prin forma legii, au stricat calitatea presei. Nu au ajutat-o deloc, nu au ajutat niciodată ziaristii prin legea asta. Nu este autocenzură. Autocenzura apare la nivel local pentru a obține bani locali, nu bani de la guvern”, spune Cătălin Moraru. Acelasi lucru este întărit și de Toni Hrițac, de la Ziarul de Iași: „Nu au ce să îți facă, dacă eu scriu, nu mă poate scoate din campanie, legea e clară. Am atâta tiraj, am atâtea afișări. Ei poate că s-au gândit că așa câștigă bunăvoința, dar nu au nicio pârghie legală prin care să poată face asta.”*

Una dintre problemele acestei măsuri a fost că nu a avut o gândire strategică, pe termen lung. A rezolvat o problemă de moment - a unei părți a presei și una a Guvernului - dar discuția e mai complicată, consideră Simina. „Ce înseamnă asta pentru mine, ca țară? O să fie bine peste cinci ani dacă gradul de încredere în presă scade? Că până la urmă tot la presă o să ajungi, ca politician. Nu o să îți ții conferințele de presă pe Facebook, nu o să poți, o să vezi, că ura pe care o trimiți în online se întoarce la un moment dat ca un bumerang.”

<sup>9</sup> Vezi capitolele Vulnerabilitatea economică și Capturarea mass-media din raportul *STAREA MASS-MEDIA ÎN ROMÂNIA 2020*, publicat de CJI în martie 2020: [https://cji.ro/wp-content/uploads/2020/04/STUDIUL-PRESA-2020\\_roBT-rev-01.pdf](https://cji.ro/wp-content/uploads/2020/04/STUDIUL-PRESA-2020_roBT-rev-01.pdf)

„Am primit un cal troian, asta am primit. Și bineînțeles că patronatele l-au luat așa. Dar trebuia să ai niște criterii, cum să spun? Băi, ok, ajutăm pe cine are probleme. Ajutăm o misiune”, consideră Codruța Simina.

Pe lângă problemele pe termen lung, Toni Hrițac consideră că a fost problematic și faptul că „sunt zone în care se face jurnalism de calitate și în care ordonanța asta - și nicio altă decizie de-a Guvernului - nu a ajutat. Și atunci nu e ok”. În plus, „vezi că tot felul de alte site-uri care nu fac jurnalism beneficiază de sume foarte mari. Trebuie să te gândești care e scopul campaniei acesteia. Eu am crezut că scopul este să ajute jurnalismul și chiar să își promoveze mesajele lor. Poate că de promovat mesajele lor, își promovează, dar de ajutat jurnalismul, într-adevăr sunt zone în care nu e suficient”, conchide managerul de la Ziarul de Iași.

„Prin acest demers, Guvernul a sprijinit, de fapt, acele zone din presă care, ori aveau suficient de mulți bani cât să treacă cu bine singure peste criza din pandemie, ori instituțiile de presă din zona gri, care nu fac, de fapt, jurnalism. „De bine, de rău, primești bani. Dar metoda este greșită, modul de acordare a banilor, totul este greșit. Nu ajută presa, ci dimpotrivă. Ajută pe termen scurt și presa zice mersi. Presa locală, mai ales, zice mersi la orice. Problema e că presa locală serioasă va dispărea pe termen mediu. Asta este rezultatul. Nu vor dispărea ziarele, ci va dispărea presa de calitate. Nu va mai exista. Vom zice <<presa a dispărut, asta e>>. Ziare vor mai exista, jurnalism la genunchiul broaștei va exista mult și bine. Dar noi zicem: <<Domnule, o să vezi când nu va mai fi presă ce se întâmplă>>. Ce se va întâmpla? Nu se va întâmpla nimic. Lumea va lua drept presă orice informație care vine”, avertizează Cătălin Moraru.

Deoarece banii de la Guvern au fost alocați în funcție de audiențe, trafic sau tiraj, organizațiile media au fost stimulate să adune public, uneori cu orice preț. „Cred că nu le-a influențat politica editorială celor mai mulți, nu tuturor, să fie clar. Unora da. Dar ce cred eu că a fost greșit fundamental nu a fost că s-au dat bani. Problema este că nu ai cum să crezi criterii. Dacă pe mine m-ai pune acum să fac criterii pentru a împărți banii în presa online, n-aș ști ce să fac și asta nu e vina Guvernului, e vina breslei, că nu se auto reglementează și nu găsește minime instrumente pentru a-i scoate în afara presei pe cei care încalcă toate regulile și spun în continuare jurnalism la ce fac ei”, consideră Răzvan Ionescu. Iar cei de bună credință care au luat bani acum s-au bucurat, dar nu au realizat că, în competiția asta, ceilalți au luat mai mult, iar banii ăia sunt folosiți inclusiv împotriva lor și că, „de fapt, au pierdut în final. Asta e marea problemă”, consideră Ionescu.

Cum traficul și audiența sunt aduse de scandal, click-bait, teorii ale conspirațiilor și declarații inflamatoare, presa a intrat într-un joc periculos, care uneori a fost împotriva informării corecte, dorită, cel puțin pe hârtie, de autorități. Am putut observa în unele cazuri o legătură între conținutul de calitate proastă, ba chiar conținutul de gen teoria conspirației, și modul de alocare a banilor de la Guvern. „Pentru că acest tip de conținut are tracțiune, site-urile îl iau, îl publică și îl și promovează pe Facebook pentru a-și face cota [n.e: de audiență declarată Guvernului]”, spune Toni Hrițac.

Vlad Stoicescu și publicația media Dela0.ro nu au luat în considerare, ca opțiune, banii de la Guvern din multe motive. Au considerat că erau oricum prea mici, prea de nișă, prea neadecvați criteriilor impuse de Guvern, care luau traficul în considerare. „Un mecanism de a ajuta presa într-o perioadă cum e o pandemie nu e greșit - sau poate să nu fie greșit. Intră în calcul o mulțime de criterii, multe dintre ele subiective. O redacție de câțiva oameni nu se bagă la așa ceva. O redacție de 200 de oameni sau de 100 de oameni are nevoie să se bage în așa ceva, pentru că o ajută să se susțină. Acolo, cel mai important criteriu cu care trebuie să lucrezi nu e faptul că au luat banii - ci este cultura organizației. Dacă cultura organizației este o cultură sănătoasă, cum e, de exemplu, în cazul Tolontan - Libertatea, atunci, iată, barca poate fi ținută pe linie. Dacă omul acela din redacție care poate fi contactat, pentru că e perceput ca cel care o conduce, funcționează ca o barieră împotriva acestor ingerințe, atunci lucrurile funcționează. Dacă tu îți lași reporterul în bătaia puștii, să-l sune politicianul și să negocieze cu el, ai pierdut.”

„Economic vorbind, va fi complicat. Eu, personal, nu văd motive de optimism pentru presa locală, până când nu se schimbă abordarea guvernamentală vizavi de presa locală. Nu avem timp să așteptăm să avem ziaristi mai buni din senin, să avem un public mai informat sau mai citit sau mai școlit în digital sau în media literacy din senin. Astea sunt procese care țin ani de zile. Și atunci va fi târziu. Trenul deja va fi plecat”, consideră Cătălin Moraru.

“Campania de ajutorare a presei, mascată într-o campanie de informare, a făcut ca multe dintre vocile critice la adresa actului de guvernare, în general, să fie mult mai liniștite pe perioada campaniilor electorale, trecând sub tăcere anchete care priveau suspiciuni de corupție sau cel puțin decizii ciudate luate de autoritățile guvernamentale”, consideră Cristi Pantazi.

Guvernul României, prin Secretariatul General al Guvernului (SGG), avea obligația legală de a comunica lunar informații despre contractele semnate cu mass-media și modul de derulare al acestor contacte. În ciuda solicitărilor repetate ale jurnaliștilor și ale organizațiilor societății civile, printre care și CJI, SGG nu a făcut publice aceste informații decât la final de februarie 2021. La numeroasele solicitări făcute de CJI, angajații guvernamentali au declarat că Autoritatea pentru Digitalizarea României nu dă Guvernului datele (autoritate aflată în subordinea Guvernului) și în momentul în care CJI a făcut o reclamație administrativă adresată Primului Ministru și Secretarului General al Guvernului, am fost anunțați că informațiile au fost publicate.

Din informațiile publicate pe site-ul SGG<sup>10</sup>, reiese că, din cele peste 181,6 milioane lei contractate de Guvern, **până la finalul anului 2020, fuseseră plătite către instituțiile mass-media facturi în valoare de aproximativ 86,5 milioane de lei**, urmând ca diferența să fie plătită în următoarea perioadă.

**Principalii beneficiari ai sumelor acordate de la Guvern au fost marii jucători din piața de media. Radiourile, televiziunile naționale și produsele online aferente au totalizat facturi în valoare 50 milioane lei.** Antena 1, Antena 3 și radio Zu au primit împreună, până la final de 2020, 14,86 milioane de lei. Pro TV a primit 9,2 milioane, Kanal D - 7,6 milioane de lei, România TV 3,5 milioane, trustul Digi24 - 3,1 milioane. Kiss FM, Magic FM și Rock FM au primit aprox. 4,2 milioane, în timp ce Europa Fm a primit aprox. 2,8 milioane lei.

**Pe locul 2, în ansamblul beneficiarilor s-au aflat televiziunile și radiourile locale, fără audiență măsurată care au primit, în total, 12,85 milioane de lei.** Aceasta ar fi putut să fie o veste bună, având în vedere că spuneam că presa locală a fost puternic lovită de pandemie. Cu toate acestea, multe dintre aceste instituții sunt controlate politic, direct sau prin interpuși. De exemplu, trustul local aflat pe locul doi la valoarea încasărilor de la Guvern (aprox. 450.000 lei) este Galaxy SRL, controlat de fostul deputat PSD Eugen Nicolicea.

În 2014, organizația nonguvernamentală ActiveWatch publica un raport<sup>11</sup> despre controlul politic al televiziunilor locale. Acesta arăta că „*există îngrijorător de multe cazuri în care televiziunea locală este o armă de luptă politică și economică sponsorizată din bani publici, direct sau indirect. Astfel, aproape jumătate din cele 56 de televiziuni incluse în cercetare sunt influențate direct sau indirect de politicieni. Mai mult, aproape jumătate dintre aceste televiziuni au putut fi documentate ca fiind beneficiare directe ale sponsorizărilor din bani publici, dar, cel mai probabil, numărul acestora este mult mai mare.*”

Din discuțiile avute cu jurnaliștii pentru realizarea acestei analize, cât și a raportului publicat în martie 2020, reiese că lucrurile nu s-au schimbat foarte tare. În continuare, deși a crescut predilecția politicianilor locali pentru crearea de publicații online, televiziunea rămâne un instrument important.

**Presă tipărită (locală și centrală), împreună cu diviziile lor online, au primit undeva la 10 milioane de lei.** Dintre aceștia, o treime au mers către principalele publicații centrale. Instituțiile media care aveau, de fapt, nevoie de cel mai mare sprijin au primit ajutorul cel mai mic. Publicațiile online, fără divizii de print sau tv/radio au primit în total 6,7 milioane de lei.

Concluzia acestui exercițiu de sprijinire a presei realizat de Guvernul României este că, deși a fost unul necesar, el a avut loc târziu, a sprijinit instituții de media care nu aveau nevoie și, cel mai rău, a accentuat goana după trafic și senzațional, într-un moment de criză. Televiziuni sau publicații online care primeau bani pentru a sprijini campania de informare privind pandemia au desfășurat în același

<sup>10</sup> <https://sgg.gov.ro/1/wp-content/uploads/2016/04/Contracte-media-CAMPANIE-INFORMARE.pdf>

<sup>11</sup> <https://activewatch.ro/Assets/Upload/files/Harta%20politica%20a%20televiziunilor%20localeFINE.pdf>

timp campanii de dezinformare, au promovat informații false și au fost o platformă pentru promotorii ai teoriilor conspirațiilor.

Nu este treaba Guvernului să decidă ce conținut este „de calitate”. Nu intră în mandatul lui și nici nu ne dorim asta. Dar este nevoie ca instituțiile statului care au obligația legală să asigure, calitatea și legalitatea conținutului audiovizual să funcționeze. Consiliul Național al Audiovizualului a fost inexistent și în anul care a trecut. Fără un CNA puternic, sau măcar funcțional, întreg spațiul public este poluat. Semnalul dat de televiziunile și posturile de radio care pot să încalce legile fără a fi sancționate este puternic și reprezintă un precedent periculos.

## 2.2. Publicitatea din bani publici

G4Media.ro a arătat că, în cei patru ani de mandat, Primăria Generală a Bucureștiului, condusă de Gabriela Firea, și instituțiile subordonate, au cheltuit pentru servicii de publicitate peste 49 milioane de lei<sup>12</sup>. Doar în campania electorală pentru alegerile locale, Primăria București a plătit din bani publici reclame în valoare de 1,85 milioane de lei, conform Libertatea<sup>13</sup>: *„În perioada 31 august – 6 septembrie, 635 de difuzări de spoturi, de câte 40 de secunde, care promovează activitatea Primăriei Capitalei, au umplut 635 de spații de reclamă, pe Antena 3, B1TV, Digi 24, Realitatea Plus și România TV”*. PMB a refuzat însă să dezvăluie sumele primite de fiecare instituție mass-media în parte, invocând confidențialitatea contractelor, deși erau încheiate pe bani publici.

Gabriela Firea nu a fost singura care a cumpărat publicitate. Europa Liberă a arătat<sup>14</sup> cum fostul primar al sectorului 1, Dan Tudorache, a cheltuit, prin Compania de Investiții și Dezvoltare în Sănătate a consiliului local sector 1, 300.000 euro pentru promovarea unui clip care prezenta o machetă de spital, care, la televizor, apărea ca fiind funcțional. *„Cea mai mare sumă a primit-o postul de televiziune B1TV, care a primit 100.050 Euro pentru 667 spoturi, urmează Realitatea Tv cu 100.000 de euro, site-ul Luju.ro a primit 50.000 de euro, Luis Lazarus Live a primit 30.000 de euro pentru promovare, Romania TV și Digi24 câte 69.000 de lei pentru 75 de spoturi”*, se arată în materialul Europa Liberă.

Primarul Emil Boc de la Cluj a investit și el în publicitate în anul electoral 2020, conform informațiilor publicate de Ziar de Cluj<sup>15</sup>. În timp ce presa locală a primit contracte de 250 - 300 de lei, cu o excepție notabilă - postul de radio Napoca FM care a primit un contract în valoare de 24.000 lei, contractele mai mari au fost alocate televiziunilor naționale: Digi 24 - 35.000 lei, România TV - 29.000 lei, B1 Tv - 23.093 lei, Antena 3 - 14.397 lei. În 2021,

<sup>12</sup> <https://www.g4media.ro/document-administratia-firea-a-inundat-piata-media-cu-pestes-10-de-milioane-de-euro-pentru-publicitate-doua-companii-ale-primariei-refuza-sa-spuna-ce-televiziuni-si-publicatii-au-primit-bani-publici.html>

<sup>13</sup> <https://www.libertatea.ro/stiri/campanie-electorala-gabriela-firea-spoturi-televiziune-aep-3117107>

<sup>14</sup> <https://romania.europalibera.org/a/prim%C4%83ria-lui-tudorache-a-dat-televiziunilor-300-000-de-euro-pentru-reclam%C4%83-la-o-machet%C4%83-de-spital/30938239.html>

<sup>15</sup> <https://www.ziardecluj.ro/cat-ii-costa-pe-clujeni-pr-ul-lui-emil-boc-cati-bani-au-primit-firmele-de-casa-care-il-promoveaza-pe-edilul-clujului>

contractele pentru presa locală sunt mai mari, fruntaș fiind tot Napoca Fm, cu un contract în valoare de 46.000 lei. Urmează alte cinci instituții media, care au primit contracte de 10 - 11 ori mai mici (2.800 - 3.332 lei). Emil Boc este cunoscut la nivel național pentru realizările sale de la Cluj. Ce se știe mai puțin este atitudinea pe care o are acesta la adresa jurnaliștilor. În raportul din 2020, Remus Florescu, președintele de la acel moment al Asociației Profesioniștilor din Presa Cluj (APPC), spunea că primarul Emil Boc nu mai organizează conferințe de presă, deși sunt obligatorii conform legii liberului acces la informațiile de interes public. Primarul Emil Boc s-a apărut zicând că el participă la anumite **emisiuni de la radio** și că folosește „mijloacele online” (adică rețeaua socială Facebook) pentru a prezenta activitatea instituției.

Centrul pentru Jurnalism Independent a monitorizat alocările directe de publicitate prin platforma e-licitatie.ro, prin Sistemul Electronic de Achiziții Publice, după o serie de 19 CPV-uri. Conform acestei monitorizări, în perioada 2 martie - 6 decembrie 2020 au fost alocate peste 5.500 contracte, cu o valoare totală de aproximativ 19 milioane lei (3,93 milioane euro). **Aproape jumătate au fost atribuite în perioada martie-aprilie și au însumat 8.6 milioane lei (1,8 milioane euro)**. Au fost alocate și peste 700 contracte prin atribuire offline și publicate în perioada martie - iulie 2020, cu termen de finalizare în perioada martie - decembrie 2020. Valoarea acestora este de aprox. 2,4 milioane de lei (500.000 euro). Menționăm că niciunul dintre contractele amintite anterior nu se regăsește alocat prin platforma de achiziții publice, deci nu a fost luat la socoteală.

Din această monitorizare se desprind câteva concluzii principale, relevante atât pentru atitudinea instituțiilor care oferă publicitate, cât și pentru instituțiile media care o primesc.

**1. Prin contractele de publicitate sau abonamentele de ziar nu se cumpără doar reclama sau exemplare de ziar pentru difuzare, ci acces la conținutul editorial: participare la emisiuni în direct sau înregistrate sau chiar realizarea de întregi emisiuni de promovare, știri, interviuri, precum și distribuirea acestora pe paginile publicațiilor din rețelele sociale sau pe grupurile locale gestionate de aceste publicații.** Practica este aproape generalizată în rândul instituțiilor care achiziționează servicii de promovare în media. În acest fel, publicul este indus în eroare că primește conținut jurnalistic, în timp ce i se servesc știri comandate și emisiuni radio, tv sau online cu dedicație.

De exemplu, comuna Florești din județul Cluj se află pe locul trei în topul instituțiilor publice care au achiziționat servicii de promovare media în această perioadă, cu un număr de 15 contracte, în valoare totală de 262.401,24 lei + TVA. Opt dintre acestea prevăd expres cumpărarea de articole în print și online, distribuirea acestora pe paginile de Facebook ale publicațiilor, participarea la emisiuni radio sau tv, realizarea de interviuri etc. Treisprezece dintre contracte au fost încheiate în luna martie 2020.

Consiliul Județean Hunedoara se numără și el printre cei mai mari cumpărători de publicitate, aflându-se pe locul cinci, cu servicii de publicitate în valoare de 215.885,00 lei + TVA plătite în cadrul a 16 contracte, 15 dintre acestea semnate în preajma declanșării stării de urgență. Șapte dintre acestea presupun și crearea de materiale informative, știri, reportaje și interviuri. Două dintre contracte, în valoare totală de 85.000 lei presupun, printre altele, producție și difuzare de știri și emisiuni, în ore de maximă audiență.



**2. În perioada decembrie 2020 au fost cerute oferte pentru publicații realizate la comanda instituțiilor publice locale, în special primării, care sunt împachetate ca produse jurnalistice. Acest tip de achiziție arată că instituțiile publice nu se mulțumesc cu achiziționarea de spațiu editorial în cadrul unor produse media deja existente, ci simt nevoia să își producă propriile „canale media”.** Practica nu este nouă, dar este importantă, mai ales în contextul în care aceste publicații au apărut în perioada aprilie - decembrie 2020 - perioadă ce cuprinde două tururi electorale, dintre care unul chiar pentru administrația publică locală.

Suma cea mai mare a fost alocată de Primăria Sectorului 1, București, care a oferit în 30 iulie 2020 un contract în valoare de 123.000 lei + TVA (25.625 euro) companiei CHELGATE LTD UK care se ocupă cu „Reputational and Relationship Management” pentru realizarea „Buletinului Informativ al Sectorului 1, într-un tiraj de 100.000 exemplare”. Descrierea achiziției menționează, printre altele, că *„Lipsa de informare a cetățenilor este încă o problemă semnificativă, lăsând loc diseminării și amplificării unor fake news, iar furnizarea de informații clare și relevante cu privire la elemente utile publicului larg asigură transparență în ceea ce privește relația dintre instituțiile publice și cetățeni sau între companii și publicul lor. (...) Toate propunerile de materiale pentru numerele viitoare vor fi supuse aprobării Autorității Contractante. (...) Subiectele alese vor fi abordate sub forma mai multor specii ale stilului jurnalist, pentru a capta atenția cititorului și a-i stimula interesul.”*

Administrația Piețelor Sector 6 a comandat, în mai 2020, printr-un contract de 40.000 lei, producerea Ziarului INFO SECTOR 6, care avea 16 pagini și un tiraj lunar de 3.000 de exemplare/8 luni, pentru *„Promovarea activităților instituțiilor publice, informații de interes public, informații utile agenților economici, informații utile cetățenilor, articole și interviuri”.*

Pe sume mai mici, practica este întâlnită la nivel de comune și orașe mici, unde autoritățile locale comandă astfel de publicații lunare, ce urmează să fie distribuite gratuit în câte 1000 - 2000 de exemplare. În lipsa unei prese locale care să asigure o informare echilibrată, aceste publicații care mimează jurnalismul ajung să fie singurele surse de informare comunitară la care locuitorii au acces, lăsându-i prinși într-o bulă informațională controlată de autorități.

În iunie 2020, Primăria orașului Vălenii de Munte a comandat *„o publicație locală lunar (ziar) cu titlul Vălenii de Munte”,* printr-un contract în valoare de 24.000 lei. În descrierea de servicii, se menționează că *„documentarea și realizarea ziarului se vor face la fața locului”* și că *„Ziarul va avea 4 pagini color și va furniza informații utile, relevante despre activitatea Primăriei orașului și a Consiliului Local, va publica gratuit anunțurile Primăriei și ale altor instituții de interes local, va conține interviuri, reportaje, știri de actualitate, anunțuri gratuite de mica publicitate pentru cetățeni”* și va fi tipărit în 2000 de exemplare. Comuna Filipeștii de Pădure a comandat, în martie 2020, realizarea ziarului Gazeta de Filipeștii de Pădure, într-un tiraj de 2.000 de exemplare/ediție.

Compania SC Excelent Media Info SRL, editoarea publicației Gazeta de Prahova, a obținut în perioada martie - iulie, 6 astfel de contracte de realizare de publicații pentru autorități locale, în valoare totală de 109.600 lei.

**3. Oferirea de contracte către toate instituțiile media locale din județ/localitate.** Această practică arată că decizia nu este luată în funcție de criterii obiective, care să garanteze cheltuirea judicioasă a banului public sau impactul maxim, precum audiență sau relevanță la nivel de comunitate. Practica a fost criticată de-a lungul anilor și este considerată o formă prin care autoritatea locală se asigură că are „liniște” din partea tuturor instituțiilor media locale.

Consiliul Județean Ialomița se află pe locul doi în topul contractelor de promovare în media, oferind 29 de contracte în valoare totală de 317.228,72 lei. Dintre acestea, au fost alocate în iunie 2020 șase contracte de 12.000 lei fiecare, pentru șase instituții media online și tipărite, și un alt contract de 14.400 lei pentru o publicație online și diseminarea pe pagina de Facebook a acesteia. În plus, CJ-ul din Ialomița a alocat și cinci contracte de 30.000 lei fiecare unor televiziuni și radiouri locale, precum și un contract de 75.000 lei (15.625 euro) către Antena 3 Slobozia. Contractele au durată de un an și urmăresc mediatizarea activității instituției prin comunicate de presă și știri. Același lucru se întâmplă și la Călărași, unde Consiliul Județean a încheiat 19 contracte în valoare de 132.610,6 lei.

**4. Realizarea de achiziții de publicitate în perioada pandemiei pentru promovarea de evenimente sau acțiuni ce urmau să aibă loc în perioada martie/aprilie - decembrie 2020.** Chiar în perioada declarării stării de urgență, ce prevedea expres interzicerea de evenimente și adunări publice, instituțiile au continuat să oferteze contracte, uneori chiar lunare, pentru mediatizarea evenimentelor socio-culturale și sportive. Municipiul Mangalia a oferit în perioada 4 martie - 10 aprilie 2020 firmei Mangalia Media patru contracte pentru „Servicii de fotografiere și mediatizare a evenimentelor socio-culturale și sportive desfășurate pe raza Municipiului Mangalia”, pentru perioada martie - decembrie 2020, cu o valoare totală de 70.000 lei, fără TVA. Comuna Florești Cluj a oferit, în data de 27 martie 2020, două contracte în valoare totală de 83.920 lei fără TVA lui Agro TV Network, pentru promovare de evenimente culturale. Astfel de practici pot fi interpretate ca injecții de lichidități în anumite companii de media, spre a le ajuta să treacă prin criza generată de pandemie.

**5. Există instituții media care adună un număr mare de contracte de publicitate din bani publici.** Din monitorizare a reieșit că există 30 companii care au mai mult de 40 contracte, iar una dintre companiile media - cotidianul Unirea din Alba Iulia - a adunat 204 contracte câștigate în perioada 2 martie - 6 decembrie 2020, în valoare totală de 292.571 lei. Pe locul doi se află publicația Servus Hunedoara, cu 130 de contracte în valoare de 116.442,45 lei.

**6. Există produse media cu un deosebit succes în vânzarea de abonamente către instituțiile publice, în special primării de comună și orașe mici, abonamente care asigură acestora și mediatizarea în paginile publicației.**

Săptămânalul Jurnal de Ilfov, editat de compania Prestige Events din București a încheiat 11 contracte în valoare de 275.260 lei + TVA pentru furnizarea de ziare către zece instituții publice locale. La fel, compania Press Grup Moldova editează două săptămânale - *Bună dimineața Suceava* și *Bună dimineața Botoșani* - și a încheiat, între 16 iunie și 5 octombrie, 34 de contracte cu primării pentru abonamente la cele două publicații și servicii de promovare în valoare de 53.000 lei.

Dependența instituțiilor media de sursele de finanțare din zona publică le vulnerabilizează în fața posibilelor imixțiuni politice.

*„Întreține un sistem de presă paralelă, asta face publicitatea din bani publici.”*

Cătălin Moraru

### 3. Campaniile electorale s-au văzut în bugete, nu și în interesul public

Dacă pandemia cădea în alt an, presa din România putea să o ducă și mai rău. Dar așa, cu un sprijin consistent de la Guvern și cu două campanii electorale, lucrurile s-au văzut mai bine.

*„Miza alegerilor fiind enormă, noi am avut reclamă electorală ca niciodată la alegerile locale. Campania electorală ne-a ajutat practic să mergem mai departe. Și la Parlamentare s-a reîntors reclama pentru că miza este foarte mare pentru următorii patru ani: în următorii patru ani vei governa pe plan local sau național fără probleme (...) Se întrevede posibilitatea de a avea fonduri, împrumuturi, bani - despre asta e vorba.”, spune Cătălin Moraru.*

Vlad Stoicescu consideră că aceste campanii electorale au fost „de departe cele mai proaste din ultimii mulți ani. În mod paradoxal, pandemia a funcționat în beneficiul partidelor”. Impresia generală a fost că, în 2020, s-a discutat în special prin advertoriale. „Am văzut foarte mult advertorial, aproape deloc interviu politic. O problemă pentru mine e faptul că nu există un marcaj comun, convenit. Cine vrea pune <<recomandat de PNL>>, cine vrea zice <<susținut de USR>>, niște formule manipulatorii, care pot induce foarte ușor în eroare. Unii puneau chiar și un P acolo, micuț, pe la final, în niciun caz la început”, spune Stoicescu. Interviuurile făcute de staff-urile de campanie, fără ca asta să apară prezentat nicăieri, au fost și ele o normă. „M-a deranjat chestia asta, pentru că înțeleg, ca jurnalist, că, de fapt, acolo nu e nicio informație de interes public, ci doar i se ridică la fileu mingi candidatului”, conchide Stoicescu. „Au de făcut un interviu. Și eu le zic <<domnule, fă-ți interviul și dă-mi-l, că de aia se cheamă interviu electoral. Să ți-l faci tu>>. <<Dar nu trimiteți dumneavoastră pe cineva?>>. <<Măi, dacă trimit eu pe cineva nu mai iese electoral>>”, povestește Cătălin Moraru.

*„Ce am văzut eu în campania pentru locale a fost o extraordinară desfășurare de forțe de PR, care a generat un fel de zid informațional prin care s-au mai strecurat, ce să zic, câteva publicații care au încercat să profileze niște candidați la modul un pic mai serios. A fost pur și simplu un fel de... nici nu pot să-i zic simulacru. Pur și simplu un dezinteres general al presei, dublat de o opacitate extraordinară din partea candidaților și din partea departamentelor lor de comunicare”, spune Codruța Simina.*

*„Cred că am mai văzut în Libertatea niște interviuri cu candidați, mai mulți, așa, cu niște întrebări mai sensibile. Dar e foarte puțin pentru o campanie, ceea ce înseamnă că, de fapt, presa la nivel local nu a fost capabilă să producă subiecte legate de candidați. Pentru că, în momentul în care presa locală ar fi produs subiecte despre candidați, ele s-ar fi dus mai departe, ar fi fost preluate”, continuă aceasta.*

Pentru presa locală, slab finanțată, „campaniile sunt niște momente să adune niște bănuți. Și atunci cred că orice manager de redacție din presa locală e cumva pe o lamă de cuțit, în care se gândește că are nevoie să ia cât mai mulți bani din piața asta, iar asta înseamnă că nu poate să-l pui pe candidatul cu care are contract într-o lumină neplăcută sau să îl ia la întrebări. Pe de

altă parte, am avut, în afară de câteva cazuri, niște candidați atât de șterși, încât ei nu ar fi generat audiență pentru publicația respectivă. Și dacă nu generezi audiență pentru mine și nici nu mă plătești, este inutil să încerc să fac ceva. Foarte, foarte puțini candidați au avut niște proiecte sau programe care într-adevăr să merite să fie scoase în evidență sau tratate, sau dezbătute”, spune Simina. Cât despre parlamentare, „a fost cea mai tristă campanie pe care am văzut-o”.

Toni Hrițac spune că „Au fost campanii în care candidații au fugit de presă și au încercat să valorifice la maximum ceea ce stăpâneau - dacă am contul meu de Facebook sau contul partidului și niște bani, merg pe asta. Noi, în fiecare campanie, făceam dezbateri cu primii trei - patru candidați și apoi publicam totul în ziar. Acum nu a vrut nimeni să participe la o asemenea dezbateri. Am zis ok, nu vreți dezbateri față în față, atunci haideți să faceți interviuri cu noi, unul câte unul. Ei bine, din trei, doar unul a acceptat.” „E din ce în ce mai rău. A fost mai puțin rău decât în campania de dinainte și probabil mai puțin rău decât în campania care urmează”, spune și Cătălin Tolontan. „Suntem în situația în care campania electorală a devenit o chestie care nu mai este despre conversație, este vorba despre forță. Și a fost vizibil și la televiziuni, la orice nivel. E foarte bun exemplul de la Iași. Așa s-a întâmplat și pe televiziuni naționale - câte dezbateri au fost? Foarte puține, reale, cu jucători la vârf.”

Cu toată aparenta plictiseală, atacurile prin media nu au lipsit însă. „Avem reclame de genul <<ești producător, îți plătești impozitele și îți cultivi terenul, Ludovic Orban vrea să dispari>>. Am zis <<Domne, noi nu publicăm așa ceva, îmi pare rău, decât dacă vă asumați că, dacă suntem dați în judecată, plătiți toate daunele>>. Când aud de așa ceva renunțăm toți”, povestește Moraru.

## 4. Intrarea într-un grup „select”. Statele care nu-și (mai) protejează jurnaliștii

Libertatea de exprimare a jurnaliștilor și înțelegerea rolului acestora într-o societate democratică sunt în scădere într-un trend global. Organizația Reporteri fără Frontiere arată, în raportul World Press Freedom Index din 2020<sup>16</sup>, că unele guverne au folosit criza sanitară pentru a impune măsuri pentru presă care nu ar fi fost posibile în alt context. România nu a făcut excepție. Ultimele 18 luni ne-au arătat că libertăți fundamentale pot fi reduse din pix, că jurnaliștilor li se poate bloca accesul la informații publice și că sunt amenințați cu dosare penale pentru că își fac meseria.<sup>17</sup> Iar atitudinea de dispreț a unora dintre politicieni referitoare la jurnaliști s-a simțit în toată această perioadă. Premierul, agasat de jurnaliștii care îl întrebau despre Programul Național de Redresare și Reziliență, în timp ce acesta nu dorea să le răspundă, le-a reproșat că „nu s-au civilizat în treizeci de ani de zile.”<sup>18</sup>

Și pentru noua clasă politică, jurnaliștii sunt buni dacă stau cuminiți în conferințe de presă, pun întrebările care trebuie și când trebuie, participă la inaugurări de drumuri inexistente și sunt „partenerii” autorităților, „în acest efort comun al informării corecte și al responsabilizării românilor, de a se vaccina în număr cât mai mare, pentru a ne întoarce la normalitate.”<sup>19</sup>

*„Dacă ne uităm la statele UE, unde în final au fost asasinați jurnaliști, vom vedea că în acele situații, de fiecare dată nu s-a pornit cu agresiunea fizică, cu asasinatul. Dar s-a pornit cu decredibilizarea presei și abandonarea rolului de a apăra Constituția și transformarea statului însuși într-unul dintre agresori”, consideră Cătălin Tolontan.*

*„Atentatele sunt lucruri care ajung să se întâmple după ce statul însuși își trădează misiunea, pentru că altfel oricine ar face-o s-ar teme, dacă statul însuși n-ar da semne că îl disprețuiește sau are interesul ca jurnaliștii să fie mai puțin critici. Ori la noi s-au parcurs toate aceste faze”, continuă jurnalistul.*

*„Anii în care în care toată atenția publică și a jurnaliștilor s-a concentrat foarte tare pe Dragnea au fost niște ani în care s-au dat o serie de semnale din care niște oameni au înțeles că pot să împingă puțin mai mult și încă puțin mai mult. Am avut un atentat în care un om de afaceri a avut bombă în mașină și a explodat”, spune și Codruța Simina. „S-au depășit niște limite în perioada Dragnea, după care, în loc să vină niște oameni care să pună limitele alea la loc, au venit și au făcut așa, un balet foarte drăguț, în care, pe de o parte, au aruncat cu banii în presă, și pe de altă parte, au strâns tot ce înseamnă informație și nu am reușit să vedem niște modificări foarte clare pe care societatea le-a cerut înainte ca ei să vină la guvernare”, consideră Simina. „Iar asta are reverberații la nivelul întregii*

<sup>16</sup> <https://rsf.org/en/2020-world-press-freedom-index-entering-decisive-decade-journalism-exacerbated-coronavirus>

<sup>17</sup> [https://cji.ro/wp-content/uploads/2020/09/Raport-libertate-de-exprimare\\_final.pdf](https://cji.ro/wp-content/uploads/2020/09/Raport-libertate-de-exprimare_final.pdf)

<sup>18</sup> <https://www.g4media.ro/video-citu-iesire-fara-precedent-la-adresa-ziaristilor-nu-v-ati-civilizat-in-30-de-ani-de-zile.html>

<sup>19</sup> <https://www.facebook.com/florinVcitu/posts/2575751162719527>

societăți. Nu este doar problema noastră, a patru-cinci redacții de jurnaliști și a colegilor noștri care fac investigații, este o problemă care ține de modul în care ne vedem următorii ani de parcurs democratic”, continuă aceasta.

Oana Despa spune că politicienii „nu răspund [la întrebări], nu îi interesează și, din când în când, când se simt agresați, ne dau în judecată pentru că știm că mai pierdem timp și în instanțe”. „Gabriela Firea făcuse un obicei din asta, în fiecare an dădea în judecată câțiva jurnaliști. Scopul nu este, cred, ca neapărat să îți ia bani, deși nici asta nu este tocmai plăcut, căci jurnaliștii nu sunt niște oameni bogăți. Dar, în primul rând, este teama că o să pățești ceva, teama că ți se strică credibilitatea, teama că nu mai ai încredere în ceea ce faci și că, de fapt, este o problemă la tine. Teama că o să stai și să pierzi vremea luni de zile în instanță, în loc să faci cu totul altceva. Cam asta este metoda. Mai ales că atunci când nu ești în presa mainstream, oamenii au senzația că ești mult mai mic și că ești mult mai ușor de doborât. Chiar dacă nu e așa. Mai degrabă poți avea succes la un șef de redacție, ca să îi închizi gura unui jurnalist, decât să îi închizi gura unui jurnalist din presa mică și rea”, spune Despa.

Despre modul de operare al fostului primar general al Bucureștiului vorbește și Cătălin Tolontan. „Gabi Firea vorbise toată pandemia în emisiuni plătite. Ea se afișase ca factor de intervenție în pandemie în emisiuni care aveau format editorial, dar care erau comerciale prin finanțare. Telespectatorii erau mințiți, și toate televiziunile, atenție, și de stânga și de dreapta, incubau acest gen de format.” „Avem mai multe site-uri care fac propagandă politică oamenilor politici sau de afaceri decât au fost vreodată în România. Sunt ca ciupercile după ploaie. Dacă ne uităm la clasamentul BRAT al site-urilor, vom vedea că în primele 6 - 7 locuri cam jumătate sunt site-uri care fac fake news-uri. Dacă ne uităm cine face acolo audiență, vom vedea că cel puțin jumătate nu au treabă cu informarea”, continuă Tolontan.

„În ultima vreme avem cele mai multe procese. Asta și pentru că îi deranjăm pe cei mai mulți oameni și că s-au adunat efecte după atâția ani de scris. Dar și pentru că, după părerea noastră, există bani tot mai mulți aflați direct la dispoziția unor oameni politici, în cazul în care sunt guvernanți sau în administrația locală, și pe care îi folosesc pentru a cumpăra sau intimida presa, de la caz la caz”, spune Cătălin Tolontan. Acestea se întâmplă pe fondul unei înțelegeri mai slabe a libertății de exprimare.

„Stăm mai prost la concepte de bază acum decât stăteam acum zece ani. Printre aceste concepte de bază fiind și libertatea de exprimare”, consideră jurnalistul.

Cristi Pantazi consideră și el că există această tentație de a utiliza procesele împotriva jurnaliștilor ca o metodă de a-i intimida, de a-i reduce la tăcere. „Noi înșine la G4media ne confruntăm cu astfel de procese și numărul lor a crescut în ultima perioadă. Nu vreau să vorbesc despre sentințe, pentru că nu am văzut motivările la aceste sentințe și mi-e greu să fac o discuție juridică. Dar da, e îngrijorător acest

*fenomen și el este îngrijorător, atât la nivel central, cât și la nivel local și acolo am văzut această tentație a unor lideri politici sau de afaceri de a utiliza procesele împotriva jurnaliștilor.”*

Cătălin Tolontan consideră că, într-un fel sau altul, toată această atitudine este alimentată cu bani publici: *„Această agresivitate este din cauza banilor publici, pentru că [cei care îi gestionează] sunt deranjați de presa independentă, câtă este în țara asta. Dar și folosesc acești bani tocmai ca să dea în cap presei, cumpărând sau timorând”. În următorii ani, miza este uriașă, consideră jurnalistul de la Libertatea. „Marele pericol pe care noi îl vedem pentru următorii ani este că o parte din banii din PNRR, bani care sunt foarte mulți, vor avea exact același drum pe care îl urmează acum banii, să zicem, dintr-o primărie: pe de o parte, să cumperi cât mai multe site-uri sau bunăvoința unor televiziuni, pe de altă parte, cei care nu se lasă cumpărați să fie intimidați prin diverse metode. Fie, pur și simplu cu bani negri cumperi uneori, cum au ieșit la iveală cazuri, ofițeri judiciari din parchete sau procurori. Îți iei avocați foarte scumpi ca autoritate locală sau centrală sau ca om de afaceri sau ca politician.”*

**Una dintre întrebările de la care am plecat în documentarea acestei secțiuni din analiză a fost „Putem să discutăm de un atac la adresa libertății de exprimare?”.**

*„Există un teren pregătit ca acest atac să se producă. Justiția are, în momentul de față motoarele date la minim, iar noi scriem degeaba, pentru că persoanele despre care noi scriem nu sunt nici măcar chemate la audieri. Nefuncționarea justiției le-a dat încredere acestor persoane care nu sunt deranjate sub nicio formă să se adreseze împotriva jurnaliștilor care scriu despre ei”, spune Emilia Șercan.*

Uitându-te la evoluția din ultima perioadă, precum și la deciziile unora dintre oamenii care ar trebui să aplice legea, dar și la unele dintre hotărârile instanțelor românești, putem remarca o neînțelegere a cadrului libertății de exprimare și a rolul și protecțiilor de care se bucură jurnaliștii în societățile democratice.

De asemenea, putem interpreta evoluția aceasta și ca o reacție pe care sistemul judiciar o are la adresa „presei”, percepută ca o masă amorfă, coruptă și intruzivă în lucruri care nu o privesc. Și mai rămâne, spune Cătălin Tolontan, *„o parte care este pur și simplu imixtiune politică sau administrativă sau pe bani. Există cazuri documentate, Goleac care și-a cumpărat un om de la DNA<sup>20</sup>. Deci pe bani, în justiție”.*

*„Am avut două plângeri depuse de cei de la Academia de Poliție, de fostul rector și de fostul prorector. Una care spunea că au dispărut teze de doctorat de la Academia de Poliție, iar la poliție, polițista care m-a audiat mi-a contestat calitatea de jurnalist. Au încercat să îmi conteste inclusiv calitatea de ziarist, doar ca să facă cumva să ajungă la sursele mele. Mi-au depus o plângere la DNA, tot așa, pe ideea că au fost dezvăluite niște informații nedestinate publicității, care au ajuns la mine, eu le-am făcut publice și să spun eu de la cine le-am aflat. Este o presiune constantă”, spune Emilia Șercan.*

<sup>20</sup> <https://www.libertatea.ro/stiri/tribunalul-bucuresti-goleac-a-mituit-cu-1-700-de-euro-si-anvelopare-de-blocuri-un-ofiter-dna-ca-sa-afla-cum-e-cercetata-activitatea-adp-4-si-a-primariei-condusa-de-baluta-3584824>



## 4.1. Libertatea de exprimare în justiție

În anul 2020, numărul proceselor îndreptate împotriva jurnaliștilor a crescut, spun aceștia. Dacă ne uităm la context și la imaginea conturată în paginile anterioare, cazurile jurnaliștilor chemați în instanță de oameni politici ar trebui să ne îngrijoreze. 2020 a fost an electoral, iar jurnaliștii au fost printre cei care s-au uitat la achizițiile făcute în pandemie, de exemplu.

Uitându-ne la câteva dintre cazurile care au ajuns în instanțe, putem trage niște prime concluzii.

### 1. *Instituțiile statului folosesc resursele publice pentru a da în judecată jurnaliști, cerându-le daune pentru atingerea reputației instituțiilor publice*

În 2020, au fost cazurile în care Poliția locală Sector 1 a dat în judecată Buletin de București pentru un articol în care jurnaliștii documentau cum aceasta a atribuit direct contracte în valoare de 1,2 milioane de euro.<sup>21</sup> Administrația Domeniului Public Sector 2 a dat și ea în judecată Libertatea pentru un articol, acuzându-i ca au prejudiciat imaginea instituției. La fel și un cămin de bătrâni aflat în subordinea Primăriei Capitalei. Gabriela Firea este faimoasă pentru procesele deschise în calitate de Primar General al Bucureștiului împotriva jurnaliștilor de la publicațiile care îi criticau activitatea.

### 2. *Oameni politici sau din instituțiile publice care dau în judecată jurnaliști*

Politicienii și oamenii din instituțiile publice au recurs mai mult ca oricând la acționarea jurnaliștilor în instanță și, în mod particular, solicită ștergerea articolelor. Politicienii și oamenii politici par a fi uitat că funcția publică vine cu o răspundere suplimentară și că aceștia, fiind în poziții de putere și de control al resurselor publice, se bucură de o mai slabă protecție în raport cu libertatea de exprimare.

În cazuri recente, instanțele au decis ștergerea articolelor. Un prim astfel de caz este cel în care Institutul de Boli Infecțioase Matei Balș și managerul de la acea vreme, acum senatorul PSD, Adrian Streinu Cerceș, cer ștergerea investigațiilor făcute de jurnalistul Victor Ilie. Un alt exemplu este procesul prin care primarul sectorului 4 din București, Daniel Băluță a cerut cotidianului Libertatea să șteargă șapte articole despre o altă persoană, Marian Goleac pentru că i-a afectat primarului imaginea<sup>22</sup>. Ambele publicații au făcut recurs. Motivările celor două hotărâri judecătorești nu au fost publicate încă, așa că în acest caz, pentru moment, nu putem să analizăm argumentele judecătorilor. Jurisprudența Curții Europene a Drepturilor Omului spune însă că jurnaliștii se bucură de o protecție sporită în exercitarea meseriei lor și că, atunci când se judecă spețe care au legătură cu libertatea de exprimare și viața privată, cele două drepturi trebuie puse în balanță luând în considerare interesul public, veridicitatea informațiilor etc.

<sup>21</sup> <https://buletin.de/bucuresti/cum-a-profitat-politia-sector-1-de-pandemie-si-a-atribuit-direct-contracte-de-12-milioane-de-euro-episodul-1-teapa-de-jumatate-de-milion-de-euro-din-spatele-livrării-de-masti-gratuite/>

<sup>22</sup> <https://www.libertatea.ro/stiri/in-procesul-civil-judecatoria-sectorului-2-a-dat-dreptate-primarului-baluta-si-a-decis-si-stergere-articolelor-despre-goleac-3566580>

Ștergerea materialelor jurnalistice poate crea un precedent foarte periculos pentru exercitarea libertății de exprimare.

### 3. Plângerile penale împotriva jurnaliștilor

Cele mai recente cazuri sunt cele ale jurnaliștilor Cătălin Tolontan și Mihai Toma de la Libertatea și al lui Mircea Marian (senior editor), Alexandru Pop (reporter) și Andrei Sabin Orcan (office manager) de la Newsweek, împotriva cărora primarul sectorului 4, Daniel Băluță, a făcut două plângeri penale la DIICOT - Direcția de Investigare a Infracțiunilor de Criminalitate Organizată și Terorism. Primarul susținea că jurnaliștii au fost implicați în acțiuni de șantaj și crimă organizată, dar nu a prezentat nicio dovadă.<sup>23</sup>

Procurorii au deschis dosar *in rem*, adică numai cu privire la faptele descrise de edilul Sectorului 4. În cadrul dosarului nu au fost vizate anumite persoane, procurorii verificând, dacă acuzațiile erau fondate sau nu. Jurnaliștii au fost chemați la DNA în această fază, în calitate de martori. În 10 iunie, DIICOT a clasat parțial dosarul doar pe infracțiunea de constituire de grup infracțional organizat, având competență doar în acest caz. Cum DIICOT nu poate investiga acuzația de șantaj, a declinat competența către Parchetul de pe lângă Judecătoria Sectorului 4 București.<sup>24</sup>

Audierea jurnaliștilor de la Libertatea a fost transformată într-un spectacol mediatic, fără ca aceștia să poată să se apere, deoarece li s-a cerut să semneze înaintea audierii că nu vor divulga fapte din dosar. La prezentarea lor la DIICOT au fost prezente echipaje de la mai multe televiziuni, iar verificările de securitate la intrare au fost făcute în văzul tuturor. În același timp, informații parțiale din plângere apăreau în publicația online Gândul.info și au fost preluate și de către alte organizații media. Gândul.info este deținută de Radu Budeanu, om de afaceri condamnat penal la doi ani de închisoare cu suspendare după ce a recunoscut că, în 2011, a dat mită Elenei Udrea, Ministrul Dezvoltării Regionale și Turismului la acel moment, 3,8 milioane de dolari din partea unui om de afaceri pentru ca acesta să își poată menține contractele cu Hidroelectrica.

Audierea jurnaliștilor de către instituțiile statului este o chestiune sensibilă, pentru care este necesar să existe proceduri clare, iar audierea jurnaliștilor trebuie făcută doar dacă este necesar și după ce au fost efectuate ale cercetări preliminare.

Practica audierii jurnaliștilor poate avea un efect de decredibilizare a acestora, mai ales atunci când este făcută ca în cazul Tolontan și DIICOT. În plus, poate duce și la demotivare și chiar speriere a surselor acestor jurnaliști care nu se vor mai simți în siguranță să apeleze la aceștia.

<sup>23</sup> <https://www.libertatea.ro/stiri/doi-jurnalisti-de-investigatie-libertatea-audiati-ca-martori-la-diicot-dupa-o-plangere-a-primarului-daniel-baluta-3560192>

<sup>24</sup> <https://www.libertatea.ro/stiri/diicot-claseaza-dosarul-plangerii-primarului-baluta-impotriva-jurnalistilor-pentru-grup-infractional-organizat-si-spune-ca-pretinsa-infraciune-de-santaj-merge-catr-3594328>

#### 4. Solicitarea către jurnaliști de a-și devoala sursele

Aceste cazuri, deși cele mai vizibile, nu sunt singurele. A devenit o practică chemarea jurnaliștilor la poliție, parchet, DNA și audierea lor ca martori, de cele mai multe ori pentru a cere acces la documentele care stau la baza investigațiilor jurnalistice sau pentru ca jurnaliștii să își divulge sursele.

CEDO spune că Articolul 10 din Convenția Europeană a Drepturilor Omului protejează și sursele jurnaliștilor: „protecția surselor jurnalistice este una dintre condițiile de bază pentru libertatea presei. Fără o asemenea protecție, sursele pot fi împiedicate să sprijine jurnaliștii în informarea publicului despre chestiuni de interes public. Și astfel, rolul de câine de pază al presei poate fi subminat, iar abilitatea presei de a oferi informații corecte și de încredere să fie grav afectată. Solicitarea de a devoala o sursă nu este compatibilă cu Articolul 10, decât dacă este justificată de o cerință imperativă care să protejeze interesul public”. (Goodwin v. the United Kingdom, judgment of 27 March 1996, § 39)<sup>25</sup>

La nivel european, discuția despre hărțuirea jurnaliștilor în instanțe cu scopul de a-i intimida este un subiect care a căpătat multă tracțiune în ultima perioadă, mai ales în contextul pandemiei Covid-19. Acest tip de procese se numesc SLAPP - Strategic Lawsuit against public participation - *Procese strategice împotriva participării civice*, și sunt o formă de hărțuire juridică. Scopul lor este să decredibilizeze jurnaliștii, să le consume resursele materiale (procesele sunt lungi și costisitoare, mai ales că cei care deschid acest tip de procese își angajează avocați scumpi), dar și să epuizeze psihic și emoțional jurnaliștii. În decembrie 2020, 60 de organizații non-guvernamentale au publicat un document de poziție<sup>26</sup>, cerând Uniunii Europene să facă pași rapizi pentru a preveni acest tip de hărțuire a celor care acționează în numele interesului public.

Aceste procese sunt un atac la adresa unor libertăți fundamentale cum este libertatea de expresie și au un efect de demotivare și chiar de intimidare. Jurnaliștii cu care am discutat pentru acest raport au spus că numărul mare de procese împotriva jurnaliștilor de investigație din ultima perioadă exact asta vizează.



<sup>25</sup> [https://www.echr.coe.int/Documents/FS\\_Journalistic\\_sources\\_ENG.pdf](https://www.echr.coe.int/Documents/FS_Journalistic_sources_ENG.pdf)

<sup>26</sup> [https://dq4n3btxmr8c9.cloudfront.net/files/zkecf9/anti-SLAPP\\_model\\_directive\\_paper\\_final.pdf](https://dq4n3btxmr8c9.cloudfront.net/files/zkecf9/anti-SLAPP_model_directive_paper_final.pdf)

## Concluzii

La nivel internațional, discuția despre cum ne putem proteja mai bine acest bun public care este jurnalismul s-a accentuat după ultimul an. Vedem că pandemia a vulnerabilizat și mai mult instituțiile media, instabilitatea financiară și dependența de surse de venit controversate crescând.

Este nevoie de o politică coerentă la nivel european, de direcții clare trasate către statele membre, privind sprijinirea financiară a instituțiilor media. Acest sprijin însă trebuie făcut transparent și strategic, acolo unde este cea mai mare nevoie, pentru a evita atât folosirea abuzivă a banilor publici, cât și abuzul și condiționarea conținutului editorial.

Consiliul Național al Audiovizualului trebuie să își ia în serios misiunea și mandatul și să repună în centrul activității sale interesul public și, în acest context, nevoia de informare corectă a cetățenilor este cea mai importantă. Ultimii ani ne-au arătat că instituția se face vinovată pentru degradarea accentuată a discursului public. CNA are obligația să curețe spațiul audiovizual, aplicând constant și nediscreționar legea și prevederile codului audiovizual.

Televiziunea și radioul public au, de anul acesta, noi conduceri. Este un moment bun ca cele două instituții atât de importante să își afirme independența de politic și să își asume răspunderea care vine din misiunea publică a acestor instituții. Atât TVR, cât și Radioul Public, au expertiza necesară, au resursele și au oameni care să le permită să facă jurnalism. Este nevoie să aibă și voința.

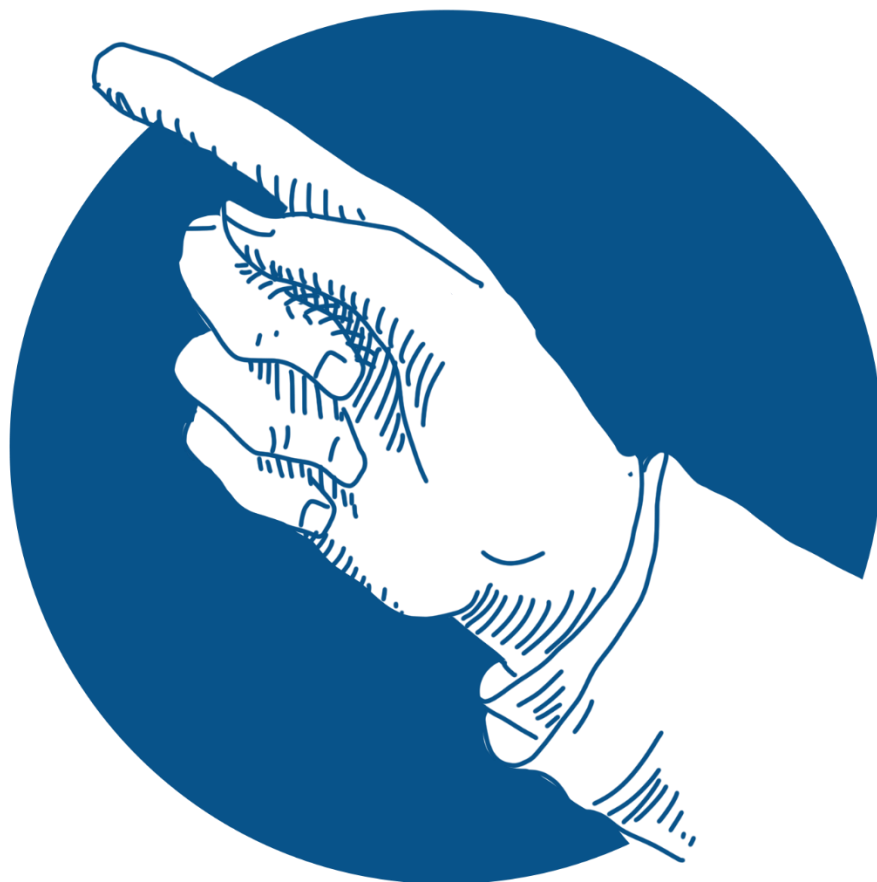
Este nevoie, de asemenea, de adoptarea unei legislații europene care să prevină procesele de tip SLAPP. Până la aceasta, în România, avem nevoie de un cadru de discuție între profesioniștii din mass-media și cei din sistemul de justiție, pentru o reafirmare a principiului libertății de exprimare ca drept fundamental.

Partidele politice trebuie să își instruiască membrii în respectul transparenței, al libertății de exprimare și al rolului jurnaliștilor în democrație. Fără o clasă politică care înțelege că este în mandatul presei să pună întrebări, să ceară informații și să îi tragă la răspundere, democrațiile nu pot funcționa.

La rândul lor, jurnaliștii și managerii de presă trebuie să fie preocupați de „curățenia din propria ogradă”. Spuneam în martie 2020 că „este necesar ca vocea jurnaliștilor să înceapă să se audă mai puternic și să înceapă să

*condamne derapajele din profesie, dar și să vorbească despre exemple de bună practică. Oricât de frustrantă și de copleșitoare ar părea această nouă cocoșă pusă în spatele jurnaliștilor, fără solidaritate asumată profesia va continua să se scufunde în irelevanță, trasă acolo de cei care profită de slăbirea identității profesionale a jurnaliștilor”. Anul 2020 a adăugat la problemele jurnaliștilor, dar a arătat cât de importantă devine asocierea.*

Publicul nu scapă nici el de răspundere. Informația gratis, care zboară peste tot, vine de fapt cu un cost mult mai mare. Este informația plătită de oameni politici, de administrație, oameni politici, companii etc. Vrem jurnalism? Vrem informație utilă, relevantă, verificată și corectă? Vrem context, pentru a putea să ne luăm decizii informate? Ne-am săturat de click-bait, informații trunchiate, știri care țipă la noi? Primul pas este să plătim. Informația de calitate costă. Pasul următor e să cerem instituțiilor să-și facă treaba. Să sancționăm politicienii care atacă jurnaliști, să nu mai băgăm toată presa la grămadă. De fiecare dată când spunem „presa minte”, „jurnaliștii sunt fake news”, dăm putere unor decizii discreționare.





CENTRUL PENTRU  
**JURNALISM  
INDEPENDENT**

**© 2021 Centrul pentru Jurnalism Independent**  
**Jurnalismul în 2021: o cursă cu obstacole și cu tot mai puțini câștigători**

Deschizător de drumuri în sectorul neguvernamental în România, cu o istorie de 25 de ani, CJI acționează pentru o societate în care orice persoană își exercită creativ și responsabil dreptul la liberă exprimare, iar instituțiile statului funcționează în spiritul bunei guvernări și protejării drepturilor omului.

Bd. Regina Elisabeta Nr. 52, Et. 1, Sector 5, București  
[www.cji.ro](http://www.cji.ro)  
[contact@cji.ro](mailto:contact@cji.ro)

