

## Codul UE de bune practici privind dezinformarea

### PREAMBUL

Având în vedere Comunicarea Comisiei Europene intitulată „Combaterea dezinformării online: o abordare europeană”<sup>[1]</sup> (denumită în continuare „comunicarea”), raportul Grupului de experți la nivel înalt<sup>[2]</sup>, concluziile Consiliului din 28 iunie 2018<sup>[3]</sup> și diversele inițiative importante lansate în întreaga Europă<sup>[4]</sup> pentru a răspunde provocărilor reprezentate de răspândirea dezinformării, societățile și asociațiile enumerate în anexa 1 („semnatarii”) la prezentul cod de practică („codul”) își recunosc rolul de a contribui la găsirea unor soluții la provocările reprezentate de dezinformare.

Astfel cum se prevede în comunicarea Comisiei, în scopul prezentului cod, Comisia, precum și Grupul de experți la nivel înalt în raportul său definesc „dezinformarea” drept „o serie de informații al căror caracter fals sau înșelător poate fi verificat”, care sunt, în mod cumulativ,

(a) „create, prezentate și diseminate pentru a obține un câștig economic sau pentru a induce publicul în eroare în mod deliberat” și

(b) care „pot provoca un prejudiciu public”. Acesta înseamnă „amenințări aduse proceselor democratice politice și de elaborare a politicilor, precum și amenințări aduse bunurilor publice precum protecția sănătății cetățenilor UE, mediul sau securitatea”.<sup>[5]</sup>

Noțiunea de „dezinformare” nu include publicitatea înșelătoare, erorile de citare, satira și parodia sau știrile și comentariile partizane identificate în mod clar și nu aduce atingere obligațiilor legale, codurilor de autoreglementare din domeniul publicității și standardelor privind publicitatea înșelătoare.

Semnatarii recunosc și sunt de acord cu concluziile Comisiei, conform cărora „expunerea cetățenilor la dezinformare pe scară largă, inclusiv [la] informații înșelătoare sau simple, este o provocare majoră pentru Europa. Societățile noastre democratice deschise depind de dezbaterile publice care [le] permit cetățenilor bine informați să-și exprime voința prin procese politice libere și echitabile”.<sup>[6]</sup>

După cum Comisia recunoaște în mod repetat în comunicare<sup>[7]</sup>, semnatarii sunt conștienți de dreptul fundamental la libertatea de exprimare și la un internet deschis, precum și de echilibrul delicat pe care trebuie să îl atingă orice efort menit să limiteze răspândirea și impactul conținutului legal de altfel.

Recunoscând faptul că răspândirea dezinformării are multe fațete și este facilitată de un segment foarte larg de actori din cadrul ecosistemului și are un impact asupra acestora, toate părțile interesate au un rol în ceea ce privește combaterea răspândirii dezinformării.

În acest sens, semnatarii au elaborat prezentul cod și anexele la acesta, care fac parte integrantă din prezentul cod, și se angajează să respecte angajamentele relevante enumerate în dreptul numelui lor. Având în vedere amploarea angajamentelor expuse în prezentul cod și gama eterogenă de părți interesate implicate, semnatarii își vor asuma numai angajamentele care corespund produsului și/sau serviciului pe care le/îl oferă, rolului lor în lanțul valoric,

capacităților lor tehnice și regimurilor lor de răspundere, astfel cum sunt prevăzute în legislația UE, care variază în funcție de rolul pe care îl au în ceea ce privește crearea și diseminarea conținutului în cauză. Prin urmare, codul se referă la fiecare semnatar care a acceptat anumite angajamente, astfel cum sunt indicate în anexa 1, prin expresia „semnatar relevant”. Acest lucru nu înseamnă că toți semnatarii codului trebuie să își asume fiecare angajament. Anexa 2 prezintă cele mai bune practici existente. Semnatarii sunt de acord că anexa ar putea fi modificată periodic în funcție de evoluțiile pieței și de evoluțiile tehnice și de altă natură.

Semnatarii recunosc faptul că, deoarece diverșii semnatarî își desfășoară activitatea în mod diferit, cu scopuri, tehnologii și categorii de public diferite, codul permite abordări diferite în ceea ce privește îndeplinirea spiritului dispozițiilor sale.

Semnatarii recunosc că asociațiile profesionale care au semnat prezentul cod nu își asumă obligații în numele membrilor lor. Cu toate acestea, asociațiile respective se angajează să aducă pe deplin la cunoștința membrilor lor prezentul cod și să îi încurajeze să adere la acesta sau să îi respecte principiile, după caz.

Aplicarea prezentului cod este limitată pentru fiecare semnatar la serviciile furnizate în statele care sunt părți contractante la Spațiul Economic European.

Semnatarii, inclusiv asociațiile semnatar, se angajează să întreprindă acțiunile prevăzute în prezentul cod într-un mod care să asigure respectarea deplină a legislației UE și a legislației naționale în materie de concurență. De exemplu, semnatarii nu trebuie să discute, să comunice sau să facă schimb de informații sensibile din punct de vedere comercial. Printre acestea se numără informații fără caracter public cu privire la: prețuri; strategia de marketing și publicitate; costuri și venituri; termenele și condițiile comerciale stabilite cu părțile terțe (inclusiv strategia de achiziții); condițiile de aprovizionare; programele comerciale sau strategia de distribuție.

Codul se aplică în cadrul legislației existente a UE și a statelor sale membre și nu trebuie înțeles în niciun fel ca înlocuind sau interpretând cadrul juridic existent și, în special (dar nu numai):

- Carta drepturilor fundamentale a UE;
- Convenția europeană a drepturilor omului;
- Directiva 2000/31/CE, cu referire în special la articolele 12-15, care se aplică oricărei obligații din prezentul cod ce vizează furnizorii de servicii de memorare în cache sau furnizorii de servicii de găzduire, cum ar fi furnizorii de rețele, motoarele de căutare, browserele, platformele de bloguri online, forumurile online, platformele de partajare a materialelor video, platformele de comunicare socială etc., sau oricărei obligații din prezentul cod ce este asumată de acești furnizori;
- Regulamentul (UE) 2016/679 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și libera circulație a acestor date;
- Directiva 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori;
- Directiva 2006/114/CE privind publicitatea înșelătoare și comparativă;

- jurisprudența CJUE și a CEDO privind proporționalitatea măsurilor menite să limiteze accesul la conținutul dăunător și circulația acestuia.

## I. SCOPURI

Scopul prezentului cod este de a identifica acțiunile pe care semnatarii ar putea să le întreprindă pentru a răspunde provocărilor legate de „dezinformare”.

În conformitate cu comunicarea Comisiei, semnatarii codului de bune practici recunosc importanța eforturilor menite:

- (i) să includă garanții împotriva dezinformării;
- (ii) să îmbunătățească controlul plasării de publicitate pentru a reduce veniturile vectorilor dezinformării;
- (iii) să asigure transparența cu privire la publicitatea de natură politică și publicitatea tematică, inclusiv pentru a le permite utilizatorilor să înțeleagă de ce au fost vizați de un anumit anunț publicitar;
- (iv) să pună în aplicare și să promoveze politici rezonabile de combatere a prezentării eronate de informații;
- (v) să intensifice eforturile de închidere a conturilor false și să demonstreze eficacitatea acestor eforturi și să stabilească sisteme și norme de marcare clare pentru boți, în așa fel încât să se asigure că activitățile lor nu pot fi confundate cu interacțiunile interumane;
- (vi) să intensifice eforturile de asigurare a integrității serviciilor în ceea ce privește conturile care au drept scop și intenție răspândirea dezinformării, astfel cum a fost evaluată și stabilită de semnatarii relevanți, în concordanță cu articolul 8 din Convenția europeană a drepturilor omului, cu dreptul fundamental la anonimat și pseudonimizare și cu principiul proporționalității și să comunice cu privire la eficacitatea acestor eforturi;
- (vii) în conformitate cu articolul 10 din Convenția europeană a drepturilor omului și cu principiul libertății de opinie, să investească în mijloace tehnologice pentru a acorda prioritate informațiilor relevante, autentice, exacte și fiabile, după caz, în căutări, în fluxurile web sau în alte canale de distribuție ordonate automat. Oricum ar fi, semnatarii nu ar trebui să fie obligați de guverne să elimine conținuturi sau mesaje legale de altfel ori să împiedice accesul la acestea, exclusiv pe baza faptului că sunt considerate „false” și nici nu ar trebui să adopte politici voluntare în acest sens;
- (viii) să asigure transparența, pentru a le permite utilizatorilor să înțeleagă motivele pentru care au fost vizați de un anumit anunț publicitar cu caracter politic sau tematic, inclusiv prin intermediul unor indicatori de credibilitate a surselor de conținut, de proprietate asupra mass-mediei și/sau de identitate verificată;
- (ix) să dilueze vizibilitatea dezinformării prin facilitarea găsirii de conținuturi demne de încredere;
- (x) să ia în considerare să le ofere utilizatorilor instrumente care să le permită o experiență online personalizată și interactivă, pentru a facilita descoperirea conținutului și accesul la diferite surse de știri care să reprezinte puncte de vedere divergente, precum și să le ofere instrumente ușor de accesat pentru a raporta dezinformarea;
- (xi) să ia măsuri rezonabile pentru a permite un acces la date care să respecte

confidențialitatea în vederea unor activități de verificare a veridicității informațiilor și de cercetare și să coopereze prin furnizarea unor date relevante privind funcționarea serviciilor lor, inclusiv a datelor pentru investigații independente efectuate de cercetători universitari și a informațiilor generale privind algoritmi.

Prezentul cod nu aduce atingere altor inițiative care vizează combaterea dezinformării pe platforme.

Prezentul cod este convenit de bună-credință între semnatari, pe baza unei reprezentări corecte și oneste a intențiilor lor. Pentru a permite o înțelegere mai cuprinzătoare a codului, angajamentele enumerate în următoarea secțiune sunt precedate de o explicație a contextului și a obiectivelor detaliate aferente fiecărui grup de angajamente în cele cinci domenii relevante vizate de cod.

## **II. ANGAJAMENTE**

### **II.A. Controlul plasării de publicitate**

*Întrucât:*

- Semnatarii recunosc obiectivele prezentate în comunicare și, având în vedere faptul că aspectul comercial este doar unul dintre numeroasele aspecte ale dezinformării, ei recunosc necesitatea de a „[îmbunătăți] în mod semnificativ controlul plasării de publicitate, în special pentru a reduce veniturile vectorilor dezinformării”.<sup>[8]</sup>
- Semnatarii relevanți vor depune eforturi rezonabile din punct de vedere comercial pentru a pune în aplicare politicile și procesele, pentru a nu accepta o remunerație din partea unor conturi și site-uri web care prezintă sistematic în mod eronat informații despre ele însele și pentru a nu le promova în alt mod.
- Semnatarii recunosc că toate părțile implicate în cumpărarea și vânzarea de publicitate online și în furnizarea de servicii legate de publicitate trebuie să colaboreze pentru a îmbunătăți transparența în cadrul ecosistemului de publicitate online și, prin urmare, pentru a examina, a controla și a limita în mod eficace plasarea de publicitate pe conturile și pe site-urile web care aparțin unor vectori ai dezinformării.
- Pentru a evita plasarea greșită de publicitate pe site-urile de dezinformare online, este nevoie de o îmbunătățire suplimentară a instrumentelor de siguranță a mărcilor, deja utilizate pe scară largă, scopul fiind de a reuși să se răspundă în continuare acestei provocări, ținând seama de natura conținutului în cauză.<sup>[9]</sup>
- Semnatarii recunosc faptul că indicatorii de credibilitate și informațiile provenind de la organizațiile de verificare factuală și de la noua rețea independentă de verificatori ai veridicității informațiilor, a cărei înființare este susținută de Comisia Europeană, pot furniza puncte de date suplimentare cu privire la vectorii dezinformării.

*Prin urmare, semnatarii prezentului cod își asumă următoarele angajamente:*

1. Semnatarii relevanți se angajează să implementeze politici și procese menite să pună capăt stimulentei care vizează promovarea și monetizarea comportamentelor relevante, cum ar fi prezentarea eronată de informații materiale despre ei înșiși sau scopul proprietăților lor. Aceste politici și procese pot include, de exemplu, restricționarea serviciilor de publicitate sau limitarea plasărilor plătite și, eventual, s-ar putea derula în parteneriat cu organizațiile de verificare factuală. Aceste politici și procese pot, după caz:
  - (a) să promoveze și/sau să includă utilizarea de instrumente de siguranță a mărcilor și de verificare;
  - (b) să permită colaborarea cu societăți de verificare terțe;
  - (c) să le permită agențiilor de publicitate să evalueze strategiile de cumpărare a unor mijloace de informare în masă și riscurile reputaționale online și/sau să le ajute în acest demers;
  - (d) să le ofere agențiilor de publicitate accesul necesar la conturi specifice clienților, pentru a le permite să monitorizeze plasarea de anunțuri publicitare și să aleagă locul de plasare a anunțurilor.

## **II.B. Publicitatea de natură politică și publicitatea tematică**

*Întrucât:*

- Semnatarii recunosc apelul lansat în comunicare de a recunoaște importanța asigurării transparenței cu privire la publicitatea de natură politică și la cea tematică.
- O asemenea transparență ar trebui asigurată și pentru a le permite utilizatorilor să înțeleagă de ce au fost vizați de un anumit anunț publicitar.
- Semnatarii recunosc faptul că abordările față de publicitatea tematică ar trebui să reflecte piața europeană a publicității de natură politică și a publicității tematice și iau act de Recomandarea Comisiei Europene privind rețelele de cooperare electorală, transparența online, protecția împotriva incidentelor de securitate cibernetică și combaterea campaniilor de dezinformare în contextul alegerilor pentru Parlamentul European.

*Prin urmare, semnatarii prezentului cod își asumă următoarele angajamente:*

2. Semnatarii se angajează să respecte în continuare cerințele stabilite de legislația UE și de legislația națională, precum și în cadrul codurilor de autoreglementare<sup>[10]</sup>, care prevăd că toate anunțurile publicitare ar trebui să poată fi deosebite în mod clar de conținutul editorial, inclusiv de știri, indiferent de forma acestora și de mijlocul de comunicare utilizat. În cazul în care un anunț publicitar apare într-un mijloc de comunicare ce conține știri sau material editorial, acesta ar trebui prezentat în așa fel încât să fie ușor de identificat ca o comunicare plătită sau etichetată ca atare.
3. Semnatarii relevanți se angajează să permită informarea publicului cu privire la faptul că publicitatea este de natură politică (publicitatea de natură politică fiind definită ca publicitatea care pledează în favoarea sau împotriva alegerii unui candidat sau a validării unor referendumuri la alegerile naționale și europene), care ar putea include identitatea reală a sponsorului și sumele cheltuite.
4. Semnatarii relevanți se angajează să depună eforturi rezonabile în vederea elaborării unor abordări privind informarea publicului cu privire la faptul că un material constituie

„publicitate tematică”. Aceste eforturi vor include elaborarea unei definiții de lucru a „publicității tematice” care nu limitează informațiile prezentate despre discuțiile politice și publicarea de opinii politice și exclude publicitatea comercială. Având în vedere implicațiile legate de libertatea de exprimare, semnatarii încurajează colaborarea cu părțile interesate cu expertiză în domeniu pentru a studia abordări care să asigure atât transparența, cât și respectarea drepturilor fundamentale. Lucrările de elaborare a acestei definiții nu interferează cu domeniile acoperite de organizațiile de autoreglementare din domeniul publicității.

## II.C. Integritatea serviciilor

*Întrucât:*

- În conformitate cu Comunicarea Comisiei Europene, semnatarii recunosc importanța „[intensificării și a demonstrării eficacității] eforturilor de închidere a conturilor false”, precum și importanța stabilirii unor „sisteme de marcare clare și [a unor] norme clare pentru boți[, pentru a se asigura] că activitățile lor nu pot fi confundate cu interacțiunile interumane”.<sup>[11]</sup>
- Semnatarii relevanți recunosc importanța asigurării faptului că serviciile online includ și promovează garanții împotriva dezinformării.
- Semnatarii relevanți subliniază un angajament constant potrivit căruia, înainte de a lansa noi servicii, iau în considerare punerea în aplicare și promovarea garanțiilor împotriva prezentării eronate de informații.
- Semnatarii relevanți iau în considerare revizuirea serviciilor existente pentru a se asigura că astfel de garanții sunt, de asemenea, puse în aplicare, în măsura în care este posibil.
- Semnatarii relevanți ar trebui să intensifice eforturile de asigurare a integrității serviciilor în ceea ce privește conturile care au drept scop și intenție răspândirea dezinformării, ale cărei caracteristici ar trebui să fie evaluate și stabilite de către semnatarii relevanți și să demonstreze eficacitatea acestor eforturi.
- În concordanță cu articolul 8 din Convenția europeană a drepturilor omului<sup>[12]</sup>, semnatarii nu ar trebui să li se interzică să permită utilizarea în mod anonim sau sub pseudonim a conturilor și a serviciilor.

*Prin urmare, semnatarii prezentului cod își asumă următoarele angajamente:*

5. Semnatarii relevanți se angajează să pună în practică politici clare în ceea ce privește identitatea și utilizarea abuzivă a boților automați în serviciile lor și să aplice aceste politici în cadrul UE. Astfel de măsuri ar putea include unele dintre măsurile din anexa 2 la prezentul cod.
6. Semnatarii relevanți se angajează să pună în aplicare politici cu privire la ceea ce constituie utilizarea inadmisibilă a sistemelor automatizate și să publice pe platformă informații privind aceste politici și să asigure accesul utilizatorilor din UE la respectivele informații.

## II.D. Întărirea poziției consumatorilor

*Întrucât:*

- În concordanță cu articolul 10 din Convenția europeană a drepturilor omului<sup>[13]</sup> și cu principiul libertății de opinie, semnatarii nu ar trebui să fie obligați de guverne să elimine

conținuturi sau mesaje legale de altfel ori să împiedice accesul la acestea, exclusiv pe baza faptului că sunt considerate „false” și nici nu ar trebui să adopte politici voluntare în acest sens.

- Semnatarii prezentului cod recunosc importanța diluării vizibilității dezinformării prin facilitarea găsirii de conținuturi demne de încredere și consideră că ar trebui să le ofere utilizatorilor instrumente care să le permită o experiență online personalizată și interactivă pentru a facilita descoperirea conținutului și accesul la diferite surse de știri care reprezintă puncte de vedere divergente și ar trebui să le ofere utilizatorilor instrumente ușor de accesat pentru a raporta dezinformarea, astfel cum se menționează în comunicare.
- Semnatarii relevanți ar trebui să investească în mijloacele tehnologice necesare pentru a acorda prioritate informațiilor relevante, autentice și fiabile, după caz, în căutări, în fluxurile web sau în alte canale de distribuție ordonate automat.
- Semnatarii prezentului cod recunosc faptul că transparența ar trebui asigurată pentru a le permite utilizatorilor să înțeleagă de ce au fost vizați de un anumit anunț publicitar politic sau tematic.
- O astfel de transparență ar trebui să reflecte importanța facilitării evaluării conținutului prin intermediul unor indicatori de credibilitate a surselor de conținut, proprietate asupra mass-mediei și identitate verificată. Acești indicatori ar trebui să se bazeze pe criterii obiective și aprobate de asociațiile mass-mediei de știri, în conformitate cu principiile și procesele jurnalistice.
- Semnatarii recunosc activitatea legislativă în curs care vizează elaborarea unor standarde de transparență cu privire la principalii parametri de clasificare incluși în proiectul de regulament privind relațiile dintre platforme și întreprinderi, precum și activitatea desfășurată de grupul de experți ai UE privind inteligența artificială și acquis-ul Uniunii în domeniul protecției consumatorilor.

*Prin urmare, semnatarii prezentului cod își asumă următoarele angajamente:*

7. Semnatarii relevanți se angajează să investească în produse, tehnologii și programe, cum ar fi cele menționate în anexa 2, pentru a ajuta oamenii să ia decizii în cunoștință de cauză atunci când se confruntă cu știri online care ar putea fi false, inclusiv prin sprijinirea eforturilor de elaborare și de punere în aplicare a unor indicatori de credibilitate eficienți, în colaborare cu ecosistemul de știri.
8. Semnatarii relevanți se angajează să investească în mijloacele tehnologice necesare pentru a acorda prioritate informațiilor relevante, autentice și fiabile, după caz, în căutări, în fluxurile web sau în alte canale de distribuție ordonate automat.
9. Semnatarii relevanți se angajează să investească în funcționalități și instrumente care să le permită cetățenilor să găsească mai ușor diverse opinii cu privire la subiecte de interes public.
10. Semnatarii se angajează să colaboreze cu societatea civilă, cu guvernele, cu instituțiile de învățământ și cu alte părți interesate pentru a sprijini eforturile de îmbunătățire a gândirii critice și a educației în domeniul mass-mediei digitale.
11. Semnatarii se angajează să încurajeze comercializarea unor instrumente care să îi ajute pe consumatori să înțeleagă motivele pentru care văd anumite anunțuri publicitare.

## II.E. Întărirea poziției comunității de cercetare

*Întrucât:*

- În conformitate cu Raportul Grupului de experți la nivel înalt și cu comunicarea, semnării prezentului cod recunosc importanța „luării măsurilor necesare pentru a permite un acces la date care să respecte confidențialitatea în vederea unor activități de verificare a veridicității informațiilor și de cercetare” și importanța „cooperării prin furnizarea unor date relevante privind funcționarea serviciilor lor, inclusiv a datelor pentru investigații independente efectuate de cercetătorii universitari și a informațiilor generale privind algoritmi.”<sup>[14]</sup>

*Prin urmare, semnării prezentului cod își asumă următoarele angajamente:*

12. Semnării relevanți se angajează să sprijine eforturile independente de bună-credință pentru a urmări dezinformarea și a înțelege impactul acesteia, inclusiv rețeaua independentă de verificatori ai veridicității informațiilor a cărei înființare este susținută de Comisia Europeană. Acest demers va include partajarea de seturi de date a căror confidențialitate este protejată, efectuarea de cercetări comune sau colaborarea în alt mod cu mediul academic și cu organizații ale societății civile, dacă este relevant și posibil.
13. Semnării relevanți se angajează să nu interzică sau să descurajeze cercetarea cu bună-credință în ceea ce privește dezinformarea și publicitatea de natură politică de pe platformele lor.
14. Semnării relevanți se angajează să încurajeze cercetarea privind dezinformarea și publicitatea de natură politică.
15. Semnării relevanți se angajează să organizeze un eveniment anual pentru a stimula discuțiile cu mediul academic, cu comunitatea de verificare factuală și cu membrii lanțului valoric.

## III. MĂSURAREA ȘI MONITORIZAREA EFICACITĂȚII CODULUI

Următorul set de indicatori-cheie de performanță se aplică semnatarilor relevanți în ceea ce privește angajamentele pe care și le asumă.

16. Semnării relevanți se angajează să întocmească un raport anual referitor la activitatea pe care o desfășoară pentru a combate dezinformarea; raportul respectiv va fi accesibil publicului și poate fi revizuit de către o parte terță. Raportul poate include detalii cu privire la orice măsură luată și la progresele înregistrate de semnari în ceea ce privește îmbunătățirea transparenței în materie de dezinformare, cum ar fi:
  - a. în conformitate cu angajamentul prevăzut la punctul 1 de mai sus, politici și activități de asigurare a respectării normelor în legătură cu reducerea oportunităților de monetizare pentru furnizorii de dezinformare;
  - b. în conformitate cu angajamentele prevăzute la punctul II.B. de mai sus, măsuri de îmbunătățire a vizibilității în cazul consumatorilor de publicitate de natură politică;
  - c. în conformitate cu angajamentele prevăzute la punctul II.C. de mai sus, măsuri de integrare și de implementare a politicilor în ceea ce privește integritatea



- serviciilor lor în contextul dezinformării;
- d. în conformitate cu angajamentele prevăzute la punctul II.D. de mai sus, măsuri de întărire a poziției consumatorilor, prin punerea la dispoziția acestora de produse, instrumente, tehnologii și programe;
  - e. în conformitate cu angajamentele prevăzute la punctul II.D., „măsurarea sensibilizării/preocupărilor consumatorilor cu privire la dezinformare”;
  - f. în conformitate cu angajamentul prevăzut la punctul 9 de mai sus, punerea la dispoziția cetățenilor de instrumente pentru a găsi diverse opinii cu privire la subiecte de interes public;
  - g. în conformitate cu angajamentul prevăzut la punctul II.E. de mai sus, măsuri de îmbunătățire a capacității cercetătorilor și a grupurilor societății civile de a monitoriza domeniul de aplicare și amploarea publicității de natură politică;
  - h. în conformitate cu angajamentul prevăzut la punctul 10 de mai sus, încurajarea formării cetățenilor în ceea ce privește gândirea critică, precum și mediile și competențele digitale;
  - i. în conformitate cu angajamentele prevăzute la punctul II.E. de mai sus, eforturile de a sprijini cercetarea efectuată cu bună-credință și/sau rețeaua de verificatori ai veridicității informațiilor într-un anumit an de către semnatarii relevanți.
17. În cazul specific al agențiilor de publicitate, Federația Mondială a Agențiilor de Publicitate (*World Federation of Advertisers – WFA*) va furniza rapoarte agregate pentru a urmări și a identifica diferitele activități și politici în materie de siguranță a mărcilor, pe care le utilizează proprietarii mărcilor.
18. În cazul specific al agențiilor de publicitate, Asociația europeană a agențiilor de comunicații (*European Association of Communications Agencies – EACA*) va furniza rapoarte agregate pentru a urmări și a identifica diferitele activități și politici utilizate de agențiile de publicitate în materie de siguranță a mărcilor, printre care promovarea instrumentelor relevante, colaborarea cu societățile de verificare terțe, precum și metode de evaluare a strategiilor de cumpărare a unor mijloace de informare în masă și de a face alegeri cu privire la plasările de anunțuri publicitare în raport cu riscul de dezinformare online asociat.
19. IAB Europe va furniza rapoarte agregate pentru a urmări și a identifica diferitele activități și politici privind siguranța mărcilor pe care le utilizează membrii săi și birourile naționale europene de publicitate interactivă, printre care se numără și părțile interesate din ecosistemul de publicitate online.
20. Semnatarii se angajează să selecteze o organizație terță obiectivă care să examineze rapoartele anuale de autoevaluare prezentate de semnatarii relevanți și să evalueze nivelul progreselor înregistrate în raport cu angajamentele, luând în considerare angajamentele asumate.
21. În conformitate cu angajamentul prevăzut la punctul II. B nr. 4, semnatarii relevanți colaborează cu Comisia Europeană și cu alte părți interesate principale pentru a depune eforturi în vederea elaborării unei definiții de lucru, care va sta la baza celor mai eficiente abordări ce asigură atât transparența, cât și respectarea drepturilor fundamentale, cu scopul de a înregistra progrese semnificative în ceea ce privește elaborarea unor abordări privind informarea publicului cu privire la faptul că un material constituie „publicitate tematică”.

#### **IV. PERIOADA DE EVALUARE**

Semnarea Codului de bune practici va fi urmată de o perioadă de evaluare de 12 luni, pe parcursul

căreia semnatarilor se vor întâlni periodic pentru a analiza progresele înregistrate, punerea în aplicare și funcționarea acestuia.

La sfârșitul perioadei de evaluare, semnatarilor se vor reuni pentru a evalua eficacitatea Codului de bune practici în ceea ce privește fiecare dintre angajamentele prezentate mai sus. Aceștia vor discuta despre continuarea codului și, dacă este cazul, vor dezbate și vor propune acțiuni subsecvente. Printre aceste acțiuni subsecvente se pot număra modificări ale modului în care sunt monitorizate eforturile pe care semnatarilor le depun în temeiul codului și impactul codului asupra dezinformării. Rezultatele evaluării vor fi rezumate într-un raport, care va cuprinde concluzii privind angajamentele semnatarilor relevanți și indicatorii-cheie de performanță ai acestora.

După perioada de evaluare, semnatarilor se vor întâlni anual pentru a examina codul și a lua măsuri suplimentare, dacă este necesar. Aceștia se pot reuni mai frecvent, în cazul în care consideră necesar, pentru a discuta despre funcționarea codului. Se pot întocmi rapoarte pentru a face un bilanț cu privire la funcționarea și eficacitatea codului.

Semnatarilor convin să coopereze cu Comisia Europeană la evaluarea raportării cu privire la funcționarea codului. Această cooperare poate cuprinde:

- punerea la dispoziție, la cerere, a informațiilor corespunzătoare;
  - informarea Comisiei cu privire la semnarea de către orice semnatar sau retragerea oricărui semnatar;
  - răspunsul la întrebările și consultările Comisiei;
  - discutarea evaluării și a rapoartelor menționate mai sus în cadrul reuniunilor semnatarilor și
- invitarea Comisiei la toate aceste reuniuni.

## **V. SEMNATARI**

Prezentul cod se aplică numai semnatarilor. Alți semnatarilor pot semna codul în orice moment. Semnatarilor candidați trebuie să le prezinte semnatarilor existenți activitățile pe care le desfășoară și să indice modul în care intenționează să respecte cerințele codului.

Un semnatar se poate retrage, în orice moment, din cod sau din angajamentele specifice asumate în cod, prin notificarea Comisiei Europene și a celorlalți semnatarilor. O astfel de retragere nu va avea ca efect rezilierea codului între ceilalți semnatarilor.

Fiecare semnatar poate, în orice moment, să îi informeze pe ceilalți semnatarilor că, din punctul său de vedere, un semnatar nu își respectă angajamentele asumate în temeiul codului, precum și cu privire la motivele acestei convingeri. Semnatarilor pot decide să examineze chestiunea în cadrul unei sesiuni plenary. După audierea semnatarului vizat și după ce au concluzionat pe baza unor motive obiective că acest semnatar nu este dispus să își respecte angajamentele asumate în temeiul codului, ulterior explorării tuturor căilor rezonabile, semnatarilor îl pot invita pe un astfel de semnatar să se retragă din cod. Semnatarilor vor informa Comisia Europeană cu privire la această decizie.

Semnatarii pot indica faptul că au semnat codul pe site-urile lor web sau în comunicări comerciale ori de altă natură. Semnatarii pot lua toate măsurile necesare pentru a-i informa pe partenerii lor comerciali cu privire la existența codului.

## VI. INTRAREA ÎN VIGOARE

Prezentul cod va produce efecte și va intra în vigoare în termen de o lună de la semnare.

Orice modificare a prezentului cod trebuie să fie aprobată de către toți semnatarii.

Codul are o durată nedeterminată, cu condiția ca semnatarii să convină asupra continuității sale, în urma examinării anuale a codului.

Semnat la Bruxelles, la xx septembrie 2018

---

[1] <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236&qid=1555321336656&from=EN>.

[2] <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>.

[3] <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-9-2018-INIT/ro/pdf>.

[4] Măsurile luate de Uniunea Europeană, de statele sale membre și de alte părți interesate relevante ar trebui să limiteze incidența și impactul dezinformării online și trebuie întreprinse în contextul cadrului juridic prevăzut de Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene (CDFUE) și de Convenția europeană a drepturilor omului (CEDO). În special, libertatea de exprimare este consacrată la articolul 11 din CDFUE și la articolul 10 din CEDO ca factor indispensabil pentru un proces decizional sănătos în cadrul societăților libere și democratice. Libertatea de exprimare se extinde la presa scrisă, la radiodifuziune și la mass-media online și include dreptul de a avea opinii și de a primi și a transmite informații și idei „fără amestecul autorităților publice și fără a ține seama de frontiere”, precum și valorile integrale, corespunzătoare ale libertății mass-mediei și ale pluralismului mijloacelor de informare în masă.

[5] Comunicarea, punctul 2.1.

[6] Comunicarea, punctul 1.

[7] A se vedea, de exemplu, Comunicarea, punctul 3.1.1, în care Comisia afirmă că toate acțiunile întreprinse pentru a combate dezinformarea „ar trebui să respecte cu strictețe libertatea de exprimare și să includă garanții care să prevină utilizarea lor abuzivă, de exemplu cenzurarea limbajului critic, satiric, în dezacord sau șocant. De asemenea, acțiunile respective ar trebui să respecte angajamentul Comisiei pentru un internet deschis, sigur și fiabil”.

[8] Comunicarea, punctul 3.1.1.

[9] Comunicarea intitulată „Combaterea discriminării online: o abordare europeană”, <https://eur-lex.europa.eu/legal->

[content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236&qid=1555508230372&from=RO](https://content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236&qid=1555508230372&from=RO).

<sup>[10]</sup> Precum Codul Camerei Internaționale de Comerț (ICC) privind comunicările în scopuri de publicitate și de marketing (<https://cdn.iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2011/08/ICC-Consolidated-Code-of-Advertising-and-Marketing-2011-English.pdf>) sau Codul de conduită în publicitate, pus în aplicare de organizații de autoreglementare de la nivel național.

<sup>[11]</sup> Comunicarea, punctul 3.1.1.

<sup>[12]</sup> Articolul 8 din Convenția europeană a drepturilor omului, „Dreptul la respectarea vieții private și de familie”.

<sup>[13]</sup> Articolul 10 din Convenția europeană a drepturilor omului, „Libertatea de exprimare”.

<sup>[14]</sup> Raport al Grupului de experți la nivel înalt.