



CONSILIUL NAȚIONAL PENTRU COMBATEREA DISCRIMINĂRII

AUTORITATE DE STAT AUTONOMĂ

HOTĂRÂREA nr. 597 din 22.11.2023

Dosar nr.: 326/2022

Petiția nr.: 3442/16.05.2022

Petent: Fundația Centrul de Resurse Juridice

Reclamat: S.C. Tshirt Factory S.R.L.

Obiect: comercializarea articolelor vestimentare cu mesaje și ilustrații discriminatorii la adresa femeilor

Numele, domiciliul sau reședința părților

Numele și domiciliul procedural ales al petentului

1. Centrul de Resurse Juridice, cu sediul în mun. București, str. Arcului nr. 19, sector 2; cu adresă de e-mail: office@crj.ro

Numele, sediul și domiciliul procedural ales al părții reclamate

1. S.C. Tshirt Factory S.R.L., cu sediul în mun. București, Bulevardul Apicultorilor nr. 56, A18, sector 1; cu adresă de e-mail: mircea@tshirt-factory.ro

II. Procedura de citare a părților

1. În temeiul art. 20 alin. 4 din O.G. nr. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare, cu modificările și completările ulterioare, republicată, Consiliul Național pentru Combaterea Discriminării a îndeplinit procedura de citare a părților.

2. Prin adresa înregistrată sub nr. 3442/06.06.2022 a fost citată petenta, iar prin adresa înregistrată sub nr. 3979/06.06.2022 a fost citată partea reclamată pentru termenul de audiere stabilit de către Consiliu la data de 22.06.2022, ora 12:30, ședința de audiere desfășurându-se la sediul Consiliului Național pentru Combaterea Discriminării din mun. București, Piața Valter Mărcineanu nr. 1-3, sector 1.

3. Citația nr. 3442/06.06.2022 și Citația nr. 3979/06.06.2023 au fost transmisă părților cu poșta română, cu formular de confirmare de primire, pe adresele menționate în petiție.

4. Prin adresa înregistrată sub nr. 5164/25.07.2022 partea reclamată a solicitat repunerea în termen pentru desfășurarea audierii ca urmare a faptului că a plicul conținând citația i-a parvenit după termenul de audiere din data de 22.06.2022. Prin adresa înregistrată sub nr. 5563/10.08.2022 partea reclamată a revenit asupra solicitării sale.

5. Procedură de citare neîndeplinită.

6. În urma solicitării exprese a părții reclamate privind acordarea unui termen de audieri, prin adresa înregistrată sub nr. 5813/24.08.2022 au fost recitate părțile, pentru termenul de audiere stabilit de către Consiliu la data de 15.09.2023, ora 09.30, ședința de audiere desfășurându-se la sediul Consiliului Național pentru Combaterea Discriminării din mun. București, Piața Valter Mărcineanu nr. 1-3, sector 1.

7. Citația adresară petentei a fost transmisă cu poșta electronică, pe adresa de e-mail office@crj.ro, la dosar existând dovada transmiterii corespondenței. Citația adresată părții reclamate a fost transmisă cu poșta română, cu formular de confirmare de primire, la dosar existând dovada întoarcerii plicului cu mențiunea „*Expirat termen de păstrare*” Citația adresată părții reclamate a fost transmisă și cu poșta electronică, pe adresa de e-mail mircea@tshirt-factory.ro, existând la dosar dovada transmiterii corespondenței.

8. Procedură legal îndeplinită.

9. La termenul de audieri părțile au fost absente.

10. Prin adresa înregistrată sub nr. 6340/15.09.2022 partea reclamată a depus un punct de vedere (care a fost transmis petentei prin adresa nr. 6749/28.09.2022).

11. Prin adresa înregistrată sub nr. 6749/28.09.2022 s-a comunicat petentei posibilitatea de a formula concluzii scrise raportat la aspectele invocate de către partea reclamată.

12. Prin adresa înregistrată sub nr. 7683/27.10.2022 petenta a depus concluzii scrise cu privire la susținerile părții reclamate.

Susținerile părților

Susținerile petentei Centrul de Resurse Juridice

13. Petenta susține că reclamata a săvârșit fapte de discriminare prin comercializarea de produse cu mesaje și ilustrații care prejudiciază demnitatea personală unui grup de persoane, pe criteriul de gen.

14. Petenta arată că site-ul www.tshirt-factory.ro reprezintă un magazin online operat de Tshirt Factory S.R.L., specializat în imprimarea de "modele populare și personalizate" pe articole vestimentare; datorită colaborărilor cu persoane publice precum,,, etc. în scopul promovării de articole vestimentare, rezultă un trafic intens al site-ului, precum și popularitate pe rețelele de socializare (profilul de Instagram [tshirtfactoryro](https://www.instagram.com/tshirtfactoryro) având la data formulării petiției un număr de 28.900 urmăritori).

15. În desfășurarea activității sale, însă, a fost elaborat un număr considerabil de modele (constând în mesaje și/sau ilustrații) care sunt de natură a atinge demnitatea personală ori crearea unei atmosfere de intimidare, ostile, degradante, umilitoare sau ofensatoare, îndreptat împotriva unui grup de persoane sau unei comunități și legat de apartenența acestora la diferite minorități/ comunități/ grupuri vulnerabile la discriminare pe mai multe criterii. Aceste modele sunt folosite în scopuri monetare prin perpetuarea unor narațiuni sexiste, patriarhale și degradante la adresa persoanelor de gen feminin.

16. Petenta precizează faptul că pe site-ul sus-menționat au fost identificate mai multe tipuri de mesaje discriminatorii pe tricouri, tricouri care sunt disponibile pentru comercializare pe website-ul menționat.

17. **Mesaje care transmit ideea de sexism și suprasexualizare:**

18. Petenta susține că prin mesaje precum: "**Fiți femei, curve-s destule**", "**Faci și tu niște bănuți**", "**O femeie, doamnă de sug des, pardon succes**", "**Rușinea TRECE**,

Milioanele RĂMÂN" se creează un mediu jignitor și umilitor persoanelor de gen feminin¹ pe cel puțin două planuri: pe relația de subordonare din punct de vedere economic, în care persoana de gen masculin bagatelizează competențele profesionale ale persoanei de gen feminin și pe reducerea muncii sexuale, atât la o formă de jignire, cât și la o formă de amuzament².

19. Petenta susține că prin mesaje de mai sus stigmatizarea lucrătoarelor sexuale nu se oprește doar la umilirea acestora prin specificul muncii prestate, ci este extinsă asupra oricărei persoane de gen feminin în scopul jignirii; vulnerabilitatea lucrătoarelor sexuale nu este un prilej de bagatelizare a unei categorii sociale defavorizate și marginalizate sau de ridiculizare și blamare; într-o societate care stigmatizează persoanele care prestează munca sexuală, în detrimentul persoanelor care solicită aceste servicii, violența și abuzurile sexuale sunt o realitate cu care se confruntă lucrătoarele sexuale, iar vocabularul utilizat pe articolele vestimentare ("curve", "sug des") este de natură a dezumaniza, aducând atingeri demnității personale.

20. Petenta precizează că un alt tricou include mesajul **"International Symbol of Marriage"** (traducere: "Simbolul internațional al căsătoriei"), fiind acompaniat de o ilustrație în care persoana de gen masculin îngenunchează în fața persoanei de gen feminin în timp ce îi înmânează un card de credit; în acest caz, prejudecata față de femeii conform căreia femeile sunt oportuniste, materialiste, exclusiv atrase de situația financiară a bărbaților³, prejudecată înrădăcinată la nivel colectiv, este perpetuată prin

¹ Conform Recomandării CM/Rec(2019) Prevenirea Și Combaterea Sexismului (adoptată de Comitetul Miniștrilor la 27 martie 2019), sexismul este o manifestare a relațiilor de putere inegale din punct de vedere istoric între femei și bărbați, ceea ce duce la discriminare și încetinește progresul deplin al femeilor în societate. Stereotipurile de gen și prejudecățile inerente modelează normele, comportamentul și așteptările bărbaților și băieților și, prin urmare, conduc la acte sexiste. În sensul acestei recomandări, sexismul este: Orice act, gest, reprezentare vizuală, cuvinte rostite sau scrise, practică sau comportament care are loc în sfera publică sau privată, indiferent dacă este online sau offline, bazat pe ideea că o persoană sau un grup de persoane este inferior din cauza sexului lor, cu scopul sau efectul: de a încălca demnitatea inerentă sau a drepturilor unei persoane sau a unui grup de persoane; sau să rezulte în vătămarea sau provocarea unei suferințe fizice, sexuale, psihologice sau socio-economice unei persoane sau unui grup de persoane; sau unui mediu intimidant, ostil, degradant, umilitor sau ofensator; sau constituirea unei bariere în calea autonomiei și realizării depline a drepturilor omului de către o persoană sau un grup de persoane; sau menținerea și consolidarea stereotipurilor de gen.

² Într-un Raport de Cercetare realizat de către Asociația Carusel, în anul 2015, realizat prin aplicarea unui interviu semi-structurat unui eșantion de 20 de respondenți ce fac parte din categoria lucrătorilor sexuali sunt evidențiate stările de vulnerabilitate premergătoare prestării de muncă sexuală. Cele trei cadre cvasi-generale sunt abandonul școlar, presiunea sărăciei și o situație familială dificilă. Există un stigmat puternic care este asociat cu meseria de lucrător sexual. Chiar dacă acesta s-a mai diminuat odată cu noile prevederi ale Codului Penal, prin care prostituția este acum o contravenție, nu o infracțiune, stigmatul încă există. Persistența acestui stigmat nu face decât să îngreuneze și mai mult lupta lucrătoarelor sexuale pentru propriile drepturi, inclusiv dreptul la demnitate personală. Activitatea de sex comercial este privită de către lucrătoarele de sex comercial ca o muncă, nu ca o chestiune de oportunitate. Majoritatea lucrătoarelor sexuale provin din familii cu o condiție modestă, marginale, iar sexul comercial este singura activitate care le poate asigura un venit suficient de mare pentru a se întreține pe ele însele și pentru a întreține și alte persoane, precum copii sau alți membri ai familiei.

³ În anul 2020 femeile reprezentau 52,4% din populația totală a României, însă doar 45,5% din populația activă pe piața muncii. România este doar una dintre cele două țări în care nu s-a înregistrat niciun progres între 2013 și 2021 (Analiză Inegalități economice de gen în România, noiembrie 2021). De cele mai multe ori persoanele inactive pe piața muncii sunt dependente de veniturile membrilor familiilor lor, nu au șansa unei cariere profesionale și prestează muncă domestică neremunerată. Femeile din România

mesajul vizual și text al acestui tricou.

21. În jurisprudența sa, Curtea Europeană a Drepturilor Omului a reiterat că avansarea egalității de gen este astăzi un obiectiv major în statele membre ale Consiliului Europei și că referirea la tradiții, presupuneri generale sau atitudini sociale predominante nu sunt o justificare suficientă pentru o diferență de tratament pe motive de sex. Mai mult, Curtea a indicat că stereotipurile de gen, cum ar fi percepția femeilor ca îngrijitoare primare ale copiilor respectiv a bărbaților ca fiind principalii aducători de venituri, nu pot justifica în sine o diferență de tratament justiție, demnitate, egalitate. Ciclul violenței de gen este întreținut și de rolurile tradiționale de gen în familie (bărbații ca întreținători, femeile care îndeplinesc sarcini casnice). *„Vor fi agresori care-și vor intensifica violența pentru că simt nevoia să-și reafirme masculinitatea, masculinitate ce a fost afectată de pierderea locului de muncă sau a statutului social. Asta în timp ce 61% dintre români consideră că este datoria bărbatului să aducă bani în casă, potrivit Barometrului de gen din 2018.”*

22. Petenta arată că mesajul **„Cearta fără bătaie e ca nunta fără lăutari”** reduce violența de gen la ceva uzual, acceptabil, chiar dezirabil pentru o ceartă de „succes”. Normalizarea unui astfel de comportament este periculoasă, cu atât mai mult cu cât statisticile violenței asupra femeilor sunt alarmante⁴ atât pe plan național, cât și pe plan internațional. Petenta susține că este important de menționat și faptul că acest tricou este comercializat în varianta pentru copii (body pentru bebeluși și tricou pentru copii mai mari), lucru îngrijorător prin impactul pe care un astfel de mesaj îl poate avea

sunt în continuare mult mai expuse acestor riscuri decât bărbații. Această asimetrie are consecințe negative și asupra celorlalte dimensiuni ale inegalității de gen, contribuind la transformarea unei relații de inegalitate într-una de subordonare în cadrul gospodăriei. Munca neremunerată îngreunează participarea femeilor pe piața muncii și influențează independența lor economică.

Un studiu realizat de McKinsey & Company demonstrează că femeile sunt mai vulnerabile la efectele economice provocate de criza Covid-19 din cauza inegalităților de gen preexistente în societate. Pe de o parte, potrivit studiului raportul pierderilor locurilor de muncă este de 5.7% în rândul femeilor comparativ cu 3.1% în rândul bărbaților la nivel global. Pe de altă parte, locurile de muncă din domeniile feminizate sunt considerate a fi cu 19% mai expuse riscurilor asociate crizei. În România, numărul femeilor șomere a crescut cu 50% din cauza pandemiei, în timp ce ponderea bărbaților șomeri cu doar 16% (rata șomajului ajungând la 5,4% în iulie), potrivit datelor Monitorului Social. Mai exact, două treimi dintre cei care au intrat în șomaj în 2020 sunt femei. Mai exact, chiar dacă rata șomajului rămâne în continuare mai ridicată în rândul bărbaților, în termeni absoluți două treimi dintre cei care au intrat în șomaj în 2020 sunt femei. Datele cantitative colectate în studiul sus-menționat cu privire la situația veniturilor înainte și în timpul pandemiei arată că înainte de pandemie, 32% dintre respondente aveau venituri mai mici decât ale partenerului, 20% aproximativ egale cu ale partenerului și 17% mai mari decât ale partenerului (în timp ce pentru 17% nu se aplică, 7% nu aveau venituri, 2% partenerul nu avea venituri, 5% NS/NR).

⁴ Situația de vulnerabilitate în fața violenței de gen continuă, după cum arată raportul despre egalitatea de gen al UE publicat în anul 2021. În cazurile de violență domestică au crescut considerabil în multe state membre în primăvara primului an pandemic.

Statisticile îngrijorătoare se reflectă, cu atât mai mult, în România, prin datele publicate de Poliția Română cu privire la violența domestică în primele 7 luni ale anului 2020 conform cărora 96% dintre autorii faptelor de violență în familie sunt bărbați (Asociația Anais, „Împreună pentru siguranța femeilor și pe timpul pandemiei”).

În 2021 s-a înregistrat o creștere de 23% în intervențiile polițiștilor în situații de violență în familie față de anul anterior, fiind sesizate 29951 de fapte de loviri sau alte violențe în familie (date preluate de pe pagina oficială de Facebook a organizației Centrul FILIA, care citează ca sursă IGPR).

asupra mentalității unui copil și anume că violența domestică este social acceptabilă și chiar un subiect de amuzament.

23. Petenta susține că prin mesajele **"Beard rule: if you touch my beard, I will touch your butt"** (traducere: „Regula bărbii: dacă îmi atingi barba, eu îți ating fundul”), **"Please tell your boobs to stop staring at my eyes"** (traducere: „Te rog spune-le sânilor tăi să nu se mai holbeze la ochii mei”), este încurajată hărțuirea sexuală⁵ și pot fi descrise după cum urmează: „un bărbat își va justifica comportamentul abuziv prin devierea vinovăției către victimă”. Sexismul este legat de violența împotriva femeilor și fetelor, prin care actele de sexism „cotidian” fac parte dintr-un continuum de violență care creează un climat de intimidare, frică, discriminare, excludere și nesiguranță care limitează oportunitățile și libertatea.

24. Petenta arată că mesajele **„Property of a hot boyfriend”** (traducere: „Proprietatea unui iubit sexy”), **„A woman is her man's personal porn star”** (traducere: „O femeie este vedeta porno personală a bărbatului ei”) întăresc relațiile de putere inegale între femei și bărbați prin inducerea unui context de proprietate asupra altei persoane; raportul de subordonare este de natură a aduce atingere demnității umane a persoanelor de gen feminin care sunt obiectificate și sexualizate prin intermediul acestor mesaje; obiectificarea este actul de a trata o persoană ca pe un lucru; noțiunea de drepturi sau de natură umană, de personalitate proprie, nu există; obiectificarea sexuală este tratarea unei persoane drept un mijloc, o unealtă pentru a atinge scopuri sexuale; obiectificarea și sexualizarea femeilor în spațiul public este privită drept încurajarea bărbaților să trateze femeile drept obiecte.

25. Petenta susține că tot o formă de subordonare a femeilor față de bărbați este prezentă în mesajul **„Nu vrem bani, nu vrem valută, vrem doar o femeie mută”**, transmițând ideea că o persoană are puterea de a reduce la tăcere altă persoană, prin tratarea persoanei ca și cum aceasta tace sau îi lipsește capacitatea de a vorbi; această formă de subordonare este întărită de prejudecata conform căreia femeile sunt cicălitoare și vorbesc mult, iar acest lucru este privit ca un fapt indezirabil și iritant.

26. Mesaje care încălcă dreptul la demnitate personală a persoanelor fără adăpost pe criteriul apartenenței la o categorie defavorizată:

27. Prin mesajul **“Homeless”** (traducere: „Fără adăpost”), se bagatelizează realitatea

⁵ Într-un raport publicat de către Agenția pentru Drepturi Fundamentale a Uniunii Europene (FRA) se arată că majoritatea femeilor se tem de hărțuire și de agresiunea fizică sau sexuală (*Crime, safety and victims' rights, 2021*), opt din zece tinere între 16 și 29 de ani evită copleșitor aceste situații, respectiv între 65 și 74% din femeile peste 30 de ani. Mai exact, potrivit cifrelor, populația feminină, mai mult decât cea masculină, trăiește cu frica constantă a agresiunii sau hărțuirii. Hărțuirea este mult mai des întâlnită decât violența, afectând 6 din 10 tineri. Mărturiile colectate de acest studiu arată că bărbații sunt predominant cei ce agresează: 72% din atacatorii bărbaților sunt de asemenea bărbați, iar 60% din agresorii femeilor sunt bărbați.

Din Barometrul de gen din 2018, la nivel național, a reieșit că "peste 80% dintre femei sunt deranjate de toate tipurile de hărțuire sexuală, de la fluierături la atingeri, la urmărire."

Statistic, în jur de 22 de milioane de oameni din UE sunt victime ale agresiunii în fiecare an. Hărțuirea afectează 2 din 5 europeni, în jur de 110 milioane de oameni pe an. Pe măsură ce activitățile se mută online, hărțuirea online crește și ea.

persoanelor fără adăpost⁶; statutul privilegiat în care se află persoanele care comercializează sau achiziționează acest articol vestimentar este diametral opus față de realitatea trăită de persoanele fără adăpost. Faptul de a fi persoană fără adăpost le plasează pe acestea printre cele mai vulnerabile victime ale infracțiunilor motivate de ură. Lipsa de adăpost este una dintre cele mai extreme forme de excluziune socială, care afectează negativ sănătatea fizică și mintală a oamenilor însă, în accepțiunea reclamatei, este dezirabil să promoveze această realitate ca fiind șic, la modă, atunci când îți permiți achiziționarea unui tricou de pe un website cunoscut prin care să îți afișezi un status căruia nu îi aparții, ducându-l în derizoriu și insultând persoanele fără adăpost.

28. Mesaj multifățetat care încălcă dreptul la demnitate personală pe alte criterii (deprivare materială, cultura dietetică):

29. Petenta susține că mesajul **"Foamea disciplinează, nu omoară"** reprezintă un mesaj cu repercursiuni multifățetate, care aduce atingere demnității persoanelor aflate în deprivare materială⁷. În România, 40% din populație este expusă riscului de sărăcie sau excludere socială, iar estimativ 29% din populație este deprivată financiar foarte sever, însemnând aproape de trei ori mai multe procente decât media europeană.

30. Petenta precizează că este problematică utilizarea unui mesaj care promovează și susține cultura dietelor⁸. Cultura dietelor reprezintă acel set colectiv de așteptări sociale, *"care ne spune că există un singur fel de a fi și un singur fel de a arăta și un singur fel de a mânca și că suntem o persoană mai bună, suntem o persoană mai demnă dacă trupurile noastre sunt într-un anumit fel"*; în plus, acest concept pune accentul pe limitarea calorilor, normalizează discursul de sine negativ și etichetează anumite alimente ca fiind "bune" și "rele". Persoanele supuse mesajelor "culturii dietei" au fost condiționate să creadă că nu numai că subțierea (slăbitul) și dieta echivalează cu sănătatea, ci și că urmărirea acelei sănătăți face ca o persoană să fie superioară din punct de vedere moral.

31. Petenta arată că mass-media are un impact enorm asupra imaginii corporale. Platformele de socializare sunt acuzate că distorsionează realitatea, în sensul că modelele prezentate sunt fie subțiri în mod natural și, prin urmare, nereprezentative pentru normalitate, fie nefiresc de subțiri din cauza dietelor forțate, a malnutriției și/sau a editării digitale. S-a raportat că imaginile editate încurajează bărbații și femeile să se

⁶ Conform Planului National Antisărăcie, în România există peste 15.000 de persoane adulte fără adăpost din care aproximativ 5.000 trăiesc în București și în jur de 350 dintre aceștia mor în fiecare an din cauza condițiilor de viață în baza de date a organizației Samusocial sunt înregistrate 4 800 de cazuri. Peste 65% dintre cazuri nu au acte de identitate, ceea ce îi pune în imposibilitatea de a obține un loc de muncă sau de a accesa orice ajutor social sau serviciu public de asistență și nu pot obține certificate de naștere pentru copii pe care îi au în întreținere.

⁷ Conform Raportului special al ONU pentru dreptul la hrană, 35 de milioane de oameni mor sau riscă să moară din cauza foametei la nivel global.

⁸ Diet culture: un sistem de convingeri care promovează slăbitul și îl asociază cu sănătatea, fericirea și moralitatea, idealizând un model de frumusețe de neatins, conform unei analize realizate de Generation for Rights over the World și blamarea persoanelor care nu se încadrează în anumite norme privind aspectul fizic.

Body shaming: Strategia Egalității de Gen 2014-2017 a Consiliul Europei: "Discursul sexist instigator la ură îmbracă multe forme, atât online, cât și offline, în special blamarea victimelor și re-victimizarea.

compare cu idealuri de înfățișare puternic îmbunătățite și adesea irealizabile din punct de vedere fizic, ceea ce poate avea un impact negativ grav asupra bunăstării lor⁹. Expunerea la aceste imagini în mass-media a fost asociată cu o nemulțumire corporală crescută, cu o stimă de sine scăzută și cu anxietate legată de imaginea corporală. Crearea unei relații toxice cu mâncarea poate avea rezultate nocive, iar perpetuarea unui astfel de mesaj este periculos.

32. Impactul mesajelor de pe tricouri din perspectiva faptei de discriminare:

33. Gravitatea mesajelor sus-menționate, transmise prin comercializarea articolelor vestimentare cu astfel de modele, este accentuată de următoarele aspecte:

- generează un venit și profit de pe urma folosirii de mesaje discriminatorii;
- sunt accesibile unui număr mare de persoane, fiind plasate pe un website care comercializează articole vestimentare;
- pe site-ul reclamatei este un trafic intens datorită colaborărilor cu diferite persoane publice, existând o secțiune pe site denumită "Vedete și designeri", unde acestea au creat diferite modele (..... - pagina de Instagram - 320.000 de urmăritori - a creat modelul "*Fiți femei, curve-s destule*"; și - pagina de Instagram a Anisei Gafton - 96.900 de urmăritori - au creat modelele "*O femeie, doamnă de sug des, pardon succes*", "*Nu vrem bani, nu vrem valută, vrem doar o femeie muta*" și "*Rușinea TRECE, Milioanele RĂMÂN #videochat*"; - pagina de Instagram - 260.000 de urmăritori - a creat modelul "*Foamea disciplinează, nu omoară*";
- reclamata are un număr mare de urmăritori pe rețele de socializare (28.900 urmăritori);
- stereotipurile și prejudecățile de gen și limbajul degradant și umilitor la adresa femeilor¹⁰, folosite de reclamat pentru a-și vinde produse, alimentează sexismul, prejudiciind imaginea unei minorități afectate de discriminare și de violență de gen în România.

34. Petenta arată că între stereotipurile de gen, inegalitatea de gen, sexism și violența împotriva femeilor și fetelor există un continuum, iar la un capăt al acestui continuum sunt actele de sexism „cotidian”, comentariile și glumele, sub formă de comportament sexist minor sau aparent lipsit de consecință. Cu toate acestea, aceste acte sunt adesea umilitoare și contribuie la un climat social în care femeile sunt degradate, respectul de sine este scăzut și activitățile și alegerile lor sunt restricționate, inclusiv la locul de muncă, în sfera privată, publică sau online.

35. Comercializarea articolelor vestimentare imprimate cu mesajele și ilustrațiile prezentate în petiție contribuie la un mediu care tolerează și banalizează sexismul

⁹ În cercetarea publicată în Girlguiding, "Chestionar privind atitudinile fetelor din 2016", 61% dintre fetele chestionate au afirmat că se simt neputincioase când femeile sunt prezentate ca obiecte sexuale. 47% dintre fetele cu vârste cuprinse între 11 și 21 de ani spun că felul în care arată le împiedică în a se dezvolta pe diferite planuri, iar 69% dintre fetele cu vârste cuprinse între 7 și 21 de ani simt că nu sunt suficient de bune. Încă de la șapte ani, fetele spun că se simt jenate și rușinate de felul în care arată.

¹⁰ Nevoia de a aborda sexismul, normele și comportamentul sexist și discursul sexist este implicită într-o serie de instrumente internaționale și regionale. Atât Convenția Consiliului Europei privind Prevenirea și Combaterea Violenței împotriva Femeilor și a Violenței în Familie (CETS nr. 210, Convenția de la Istanbul), cât și Convenția Națiunilor Unite privind eliminarea tuturor formelor de discriminare împotriva femeilor (CEDAW), recunosc un continuum între stereotipurile de gen, inegalitatea de gen, sexism și violența împotriva femeilor și fetelor.

"cotidian".

36. Petenta arată că intră în responsabilitatea reclamatului analizarea modelelor destinate imprimării și de a le revizui corespunzător, în scopul eliminării elementelor menite a aduce atingere demnității personale și de perpetuarea stereotipurilor și prejudecăților de gen, înainte de a le comercializa.

37. În plus față de sancționarea părții reclamate, petenta solicită repararea prejudiciului prin retragerea articolelor vestimentare din comercializarea din mediul online și publicarea hotărârii în mass-media.

38. Ca mijloc de probă, petenta inserează o serie de link-uri către :

<https://www.tshirt-factory.ro/tricou-fiti-femei-ii-p7473/>

<https://www.tshirt-factory.ro/tricou-fiti-femei-p7472/>

<https://www.tshirt-factory.ro/tricou-faci-si-tu-niste-banuti-p6342/?c=barbati>

<https://www.tshirt-factory.ro/tricou-doamna-de-sug-cces-p58556/>

<https://www.tshirt-factory.ro/tricou-rusinea-trece-p58554/>

<https://www.tshirt-factory.ro/tricou-o-femeie-p58542/>

<https://www.tshirt-factory.ro/tricou-symbol-of-marriage-p852/?c=barbati>

<https://www.tshirt-factory.ro/tricou-cearta-fara-bataie-p2354/>

<https://www.tshirt-factory.ro/tricou-beard-rule-p5529/?c=barbati>

<https://www.tshirt-factory.ro/tricou-boobs-p3830/?c=barbati>

<https://www.tshirt-factory.ro/tricou-fata-muta-p58783/?c=barbati>

<https://www.tshirt-factory.ro/tricou-homeless-black-p61868/7c-barbati>

39. Prin Adresa înregistrată sub nr. 7683/27.10.2022 petenta a depus concluzii scrise cu privire la susținerile părții reclamate.

40. Cu privire la intenția de a discrimina, petenta susține că, deși este greu de crezut că partea reclamată nu a realizat caracterul sexist al mesajelor inscripționate pe articolele vestimentare sesizate și comercializate de aceasta, **proba săvârșirii faptei cu intenție nu are relevanță în calificarea și constatarea faptei de discriminare,** potrivit art. 15 din O.G. nr. 137/2000; prevederile art. 15 din O.G. nr. 137/2000 sancționează două categorii de fapte, a doua categorie fiind incidentă în prezenta speță și anume: *comportamentul care are ca scop sau vizează atingerea demnității ori crearea unei atmosfere de intimidare, ostile, degradante, umilitoare sau ofensatoare, îndreptat împotriva unei persoane, unui grup de persoane sau unei comunități și legat de apartenența acestora la o anumită rasă, naționalitate, etnie, religie, categorie socială sau la o categorie defavorizată ori de convingerile, sexul sau orientarea sexuală a acestuia.* Petenta subliniază faptul că în motivarea Colegiului director din Hotărârea nr. 394/2020, distincția între cele două categorii de fapte este fundamentală, fiind subliniat că cea de a doua categorie de fapte prohibitive nu presupune demonstrarea intenției autorului, concluzie ce rezultă explicit din formularea textului normativ „*comportamentul care are ca scop sau vizează(...)*” încălcarea unui drept prevăzut de lege, deci include atât intenția, cât și culpa ca forme ale vinovăției.

41. Cu privire la dreptul la liberă exprimare, petenta susține că, deși sistemul legislativ internațional, european (prin art. 10 alin.2 din Convenția pentru apărarea drepturilor omului și libertăților fundamentale) și național românesc (prin art. 30 al Constituției României) garantează exercitarea drepturilor și libertăților individuale, același sistem conține și limitări ale acestora, tocmai pentru a trasa o măsură, a realiza un echilibru și o proporționalitate și pentru a putea garanta și respecta drepturile și

libertățile tuturor și fiecăruia dintre indivizi; astfel, se consacră și transpune din punct de vedere legal un principiu bazat, la nivel ideologic, pe concepția conform căreia drepturile și libertățile unei persoane se opresc acolo unde încep drepturile și libertățile unei alte persoane.

42. Cu privire la caracterul de pamflet al mesajelor de pe tricouri, petenta susține că, chiar dacă mesajele reprezintă un pamflet¹¹, astfel cum le-a calificat partea reclamată, aceasta nu este absolvită de respectarea prevederilor legale incidente, iar publicul larg, care achiziționează tricouri nu este informat în niciun fel pe site-ul reclamatei, că acestea ar avea natură de pamflet.

43. Cu privire la mesajul “Cearta fără bătaie este ca nunta fără lăutari”, petenta susține că referirea la persoane de sex feminine este evidentă în condițiile în care în România instituția căsătoriei este legiferată, la momentul actual, doar între o femeie și un bărbat, iar statisticile privind violența domestică ne arată că femeile sunt principalele victime.

44. Cu privire la mesajul “Rușinea trece, milioanele rămân”, petenta precizează că susținerea părții reclamate nu este susținută de niciun argument, doar cu simpla mențiune că mesajul nu este unul denigrator la adresa persoanelor de sex feminin; de asemenea, aceasta a transpus mesajul într-un mod trunchiat, textul mesajului, integral, fiind **“Rușinea TRECE, milioanele RĂMÂN #videochat #gorgeousexylady”**, hashtag-urile omise fiind cele care ajută înțelegerea contextului, care are ca scop umilirea persoanelor de gen feminin care se află în situația prestării unor servicii prin intermediul videochat-ului, în majoritatea cazurilor de natură sexuală, cunoscând atitudinile negative și prejudecățile societății față de femei în general și față de femei lucrătoare sexuale în special.

45. Referitor la mesajul “O femeie, doamnă de sug des, pardon succes” și la mesajul “Nu vrem bani, nu vrem valută, vrem doar o femeie mută”, argumentele părții reclamate nu sunt relevante cu privire la obiectul cauzei deoarece sexul unei persoane care discriminează nu are relevanță pentru fapta de discriminare din perspectiva criteriului și în mod sigur nu constituie un argument.

46. Cu privire la prezumțiile părții reclamate privind modul în care clienții le percep articolele vestimentare, argumentele sunt reduse, în mare parte, la aceste presupuneri care sunt cel puțin neverificabile, precum și irelevante mențiunile că mesajele există pentru ambele sexe; în plus nu este necesar oprobriul (pe care partea reclamată nu a arătat că l-ar colecta în vreun fel, analiza și reacționa la el) pentru a recunoaște un comportament care are ca scop sau vizează atingerea demnității ori crearea unei atmosfere intimidante, ostile, degradante, umilitoare sau ofensatoare.

¹¹ în Hotărârea CNCD nr. 165/2018 (regăsită ca Anexă), care se referă la o publicație specializată în pamflet, Colegiul director a reținut: “64. Consiliul va înlătura și susținerile părții reclamate, în sensul că mesajul supus analizei s-a transmis într-un text care are caracterul unui pamflet, apreciind că acestea sunt lipsite de relevanță, întrucât discriminarea directă pe criteriul de gen, de natură de a leza demnitatea sau a crea o atmosferă ostilă și degradantă la adresa unui grup de femei, nu poate fi justificată obiectiv. 65. De altfel, ceea ce face obiectul cauzei nu este calificarea textului reclamatului ca reprezentând sau nu un gen literar (satiric sau pamfletar), ci dacă aceste afirmații publice (expuse într-un text pe o pagină de internet) întrunesc elementele constitutive ale faptei de discriminare, reglementate prin art. 2 alin. (1) Ut. a) și art. 15 din O. G. 137/2000. ”

47. Având în vedere importanța pe care partea reclamată o acordă percepției publicului cu privire la mesajele inscripționate pe articolele vestimentare comercializate de aceasta, **petenta menționează un exemplu care arată specific reacțiile publicului la unul dintre mesajele promovate de partea reclamată pe site-ul său**, conform capturii de ecran cu postarea Asociației Centrul FILIA pe platforma Instagram din data de 08.11.2021 cu privire la două articole vestimentare; descrierea postării este următoarea: *“@tshirtfactoiyro și @maticiuc_codin au reușit să facă împreună cea mai tristă campanie misogină pe care am văzut-o în ultima vreme. Mai mulți urmăritori ne-au trimis aceste modele de tricouri, fiind revoltați de mesajele sexiste. Un alt exemplu în care un grup de bărbați decid ce înseamnă să fii femeie, câți parteneri sexuali trebuie să aibă o femeie, cum trebuie să se comporte femeile și cum trebuie să arate. Suntem curioase, ce înseamnă să fii curvă? Ne referim la lucrătoarele sexuale, pe care le respectăm și le susținem în demersurile lor de dezincriminarea a muncii sexuale? Ne referim la femeile care au mai mulți parteneri sexuali? 2021 is calling, libertatea sexuală a femeilor nu ar trebui să mai fie subiect de discuție: tfcorpulmeualegereamea. Ne referim la definiția din DEX? La femeile care întrețin relații sexuale în afara unei căsătorii cu un bărbat? Tragic cum în ciuda unei lupte constante pentru drepturi egale și împotriva stereotipurilor de gen unele persoane publice și firme continuă să propage în societate mesaje sexiste despre femei și cum ar trebui să existăm. Sexismul ne deprimă. Genul ăsta de mesaje nu fac decât să se transforme în atitudini violente față de femei. Și ce e cel mai trist, de la începutul acestei colaborări tricourile de mai jos sunt cele mai vândute de pe site. #sexismulnedeprimă ”*

48. Petenta precizează postarea sus-menționată are, la momentul redactării prezentei, **6.461 de aprecieri și 245 de comentarii, majoritatea comentariilor fiind în asentimentul Asociației Centrul FILIA**; răspunsul părții reclamate cu privire la această postare (captură de ecran) este următorul: *“Draga "Centrul Fila", V-am descoperit astăzi cu ocazia acestei postări și dorim să vă comunicăm faptul că Tshirt Factory vă felicită pentru faptul că vă implicați și că încercați să schimbați concepții într-o societate care încă șchioapătă. Cu toate astea, nu aprobăm postarea dumneavoastră instigatoare, fără a încerca să obțineți un punct de vedere în prealabil de la noi sau de la autorul acestor tricouri. Va aducem la cunoștință că acest tip de mesaj este unul de tip pamflet. Suntem convinși că în urma căutării pe site-ul nostru ați găsit și "Urâții mă deprimă" și nu înțelegem de ce nu ați menționat și asta. Probabil nu doriți să faceți și vocea bărbaților auzită :). Sperăm că pe viitor să faceți o documentare mai atentă și să înțelegeți că instigarea într-un scop nobil pătează scopul!”*

49. Petenta susține că, fără a discuta accepțiunea publică a sensului peiorativ pentru cuvântul “bombarier” în relație cu persoanele de sex masculin, este cert că termenul de “curvă” e un termen nu doar peiorativ, ci profund ofensator, insultător și umilitor; de asemenea, nu se poate justifica folosirea unui termen care denigrează femeile prin folosirea altuia care denigrează bărbații.

Petenta consideră a fi îngrijorător îngrijorător faptul că partea reclamată consideră sexismul și perpetuarea stereotipurilor de gen ca parte incluzivă a conceptului de pamflet, ba chiar și utilizarea argumentului privind existența pe site a mesajelor adresate persoanelor de sex masculin; nu este clar în ce mod partea reclamată stabilește ce înseamnă bunele moravuri și cum de are mandatul de a încuraja societatea la respectarea acestora; este clar că pune în contradicție o femeie

considerată curvă cu un comportament în concordanță cu valorile sociale general acceptate, utilizând sexualitatea, genul cu scopul de a umili persoanele de sex feminin, având în vedere stereotipurile și prejudecățile de gen din societatea românească; este de notorietate că evaluarea, percepția asupra vieții private a femeilor în societatea din România este diferită față de percepția privind viața privată a bărbaților și că repercusiunile pe care le poate resimți în domeniile vieții publice o femeie în urma catalogării vieții sale private într-un mod contrar "bunelor moravuri" sunt foarte mari.

Suținerile părții reclamate

50. Partea reclamată solicită respingerea ca vădit neîntemeiată a petiției înregistrată sub nr. 3442/16.05.2022 formulată de Fundația Centrul de Resurse Juridice.

51. Partea reclamată susține că este o societate comercială al cărei obiect de activitate este comerț cu amănuntul, prin intermediul caselor de comenzi sau prin internet; mai concret, personalizează și vinde tricouri prin intermediul site-ului web www.tshirt-fartorv.ro.

52. Partea reclamată precizează că, în urma colaborării cu diverse persoane cunoscute în spațiul media din România, a creat o secțiune specială în cadrul site-ului web intitulată „Vedete și designeri”, prin care sunt puse spre vânzare diverse modele de tricouri realizate de aceste persoane.

53. Raportat la situația de fapt dedusă judecății în fața C.N.C.D., partea reclamată menționează că conduita sa nu se identifică cu ipoteza reținută în cadrul art. 15 din O.G. nr. 137/2000 întrucât fapta de a comercializa tricouri cu mesaje considerate de petentă ca aducând atingere demnității unui grup de persoane nu se realizează în scopul denigrării acestui grup de persoane, ci, din contră, reprezintă un pamflet, singurul scop urmărit fiind acela de a comercializa tricouri percepute de publicul aparținând ambelor sexe ca având un mesaj amuzant.

54. Partea reclamată precizează faptul că publicul larg achiziționează tricouri având diverse mesaje amuzante în deplină cunoștință de cauză și fără a considera respectivele mesaje denigratoare.

55. Partea reclamată consideră că a admite faptul că comportamentul său se încadrează în ipoteza reglementată de art. 15 din O.G. nr. 137/2000 ar echivala cu o interpretare extensivă, nepermisă, în defavoarea sa; or, potrivit regulilor de interpretare a normelor de drept, dispozițiile legii contravenționale nu se pot interpreta prin analogie, iar dacă s-ar admite altfel persoana în cauză ar fi supusă arbitrariului și nu s-ar putea bucura de garanțiile prevăzute de lege, neputând să își corecteze în concret conduita sa.

56. De asemenea, partea reclamată susține că se bucură de dreptul la liberă exprimare, iar restrângerea acestui drept nu se poate realiza într-o societate democratică decât în conformitate cu prevederile art. 11 din Convenția Europeană a Drepturilor Omului și pentru motive temeinice. Mai mult decât atât, dată fiind particularitatea speței prin prisma faptului că respectivele tricouri sunt realizate de artiști naționali consacrați, partea reclamată precizează că acest drept la liberă exprimare se îmbină cu dreptul de autor, a cărei protecție este stabilită la nivel constituțional, în cadrul art. 135 alin. (2) lit. c) din Constituția României. Prin urmare, în ipoteza în care s-ar constata o încălcare a dreptului la demnitate personală în sensul art. 15 din O.G. nr.

137/2000 în speța dedusă judecății, s-ar goli în mod indirect de conținut alte drepturi legitime recunoscute și protejate prin intermediul altor acte normative.

57. În continuare partea reclamată precizează că faptele sale privitoare la comercializarea de tricouri cu diverse mesaje nu constituie o formă de discriminare.

58. În ceea ce privește tricoul cu mesajul „**Fiți femei, curve-s destule**” partea reclamată precizează faptul că petenta, în mod intenționat, denaturează faptele în folosul său; se poate observa că pe site este prezentă și versiunea adresată persoanelor de sex masculin „**Fiți bărbați, bombardieri sunt destui**”; ca urmare se poate constata că s-a urmărit încurajarea societății la respectarea bunelor moravuri și la adoptarea unui comportament în concordanță cu valorile sociale general acceptate, indiferent de sexul pe care îl au destinatarii acestor mesaje.

59. Partea reclamată susține că tricoul cu mesajul „**Faci și tu niște bănuți**” este adresat publicului care urmărește serialul de divertisment „Băieți de oraș” disponibil pe platforma YouTube, cât și la televizor; respectivul serial este un pamflet, lucru cunoscut de publicul larg, indiferent de vârsta, sexul sau categoria socială din care urmăritorii fac parte, iar personajele din cadrul acestui serial sunt percepute de către publicul general ca făcând parte din parodii, situațiile expuse în cadrul scenetelor difuzate la televizor sau pe internet urmărind producerea unor stări de amuzament în rândul spectatorilor, neurmărind în niciun caz denigrarea femeilor sau bărbaților. Acest tricou este pus spre vânzare în special fanilor acestui serial, alături de variante care ilustrează replici spuse de alte personaje de sex masculin.

60. Referitor la tricoul care ilustrează mesajul „**O femeie, doamnă de sug des, pardon succes**”, partea reclamată precizează că acesta se află în secțiunea tricourilor realizate de „..... și”, această creație fiind realizată de o persoană de sex feminin împreună cu o persoană de sex masculin. Trebuie menționat faptul că a câștigat premiul de originalitate în cadrul emisiunii „Românii au talent”, fiind apreciată pentru numărul său de umor, iar în prezent aceasta realizează emisiuni de stand-up comedy în cadrul cărora face spectatorii să râdă prin intermediul glumelor sale.

61. În continuare partea reclamată arată că se susține în mod neîntemeiat faptul că mesajul „**Rușinea trece, milioanele rămân**” aduce atingere persoanelor de sex feminin și creează pentru acestea un mediu jignitor și umilitor, întrucât acest mesaj nu este unul denigrator la adresa persoanelor de sex feminin. Aceleași considerente se impun a fi reținute și în cazul mesajului „**Nu vrem bani, nu vrem valută, vrem doar o femeie mută**”. Prin intermediul mesajelor expuse anterior, cuplul de artiști promovează replici pe care le-au expus în intermediul emisiunilor de stand-up pe care aceștia le-au realizat și pentru care persoane de diferite vârste, sexe au achitat bilete pentru a putea intra. Nu este de neglijat nici contextul în care aceste remarci sunt expuse, anume show-uri de stand-up, în care toți participanții sunt conștienți de faptul că orice remarcă este un pamflet și participă tocmai pentru divertisment.

62. Partea reclamată susține că tricoul care include mesajul „**International Symbol of Marriage**” nu aduce atingere imaginii persoanelor de sex feminin întrucât situația materială a persoanelor de sex feminin nu are legătură cu mesajul tricoului pus la vânzare; mesajul nu urmărește crearea sau propagarea unor stereotipuri de gen, ci promovarea într-un mod considerat amuzant de către clienții acesteia, a situației în care se regăsesc de cele mai multe ori persoanele de sex masculin, anume aceea de a însoți partenera în cadrul unei sesiuni de cumpărături; în cadrul acestui produs pus la

vânzare de subscrisa, persoana de sex masculin este prezentată într-o poziție umiltoare, iar persoana de sex feminin este prezentată într-o poziție dominantă.

63. În ceea ce privește mesajul „**Cearța fără bătaie este ca nunta fără lăutari**”, partea reclamată susține că acesta nu poate fi identificat în niciun caz cu violența de gen întrucât poate observa cu ușurință lipsa oricăror personaje, atât de sex masculin cât și de sex feminin.

64. Cu privire la mesajul „**you touch my beard, i will touch your butt**”, partea reclamată susține că prin acesta nu se aduce atingere dreptului oricărei persoane de sex feminin de a stabili o limită în ceea ce privește contactul fizic față de oricare altă persoană, ci din contră, prin intermediul acestui mesaj, persoana de sex masculin ilustrează, într-un mod considerat de marea majoritate a persoanelor de sex feminin sau masculin amuzant și inofensiv, faptul că înțelege să instituie o limită în ceea ce privește contactul fizic cu părțile corpului său.

65. Referitor la mesajul „**Property of a hot boyfriend**”, partea reclamată arată că acesta se regăsește și în varianta adresată celuiilalt sex, sub numele „**Property of a hot girifriend**”, acest tip de mesaj regăsindu-se în realitatea cotidiană, fiind purtat și expus de multe cupluri fericite, care au o relație sănătoasă; realitatea arată că persoanele care poartă tricouri cu acest tip de mesaje sunt fericite, se simt respectate și au încredere în partenerul lor, relațiile acestora bazându-se pe respect reciproc și pe împărțirea în mod echitabil a sarcinilor.

66. În ceea ce privește mesajele „**Homeless**” și „**Foamea disciplinează, nu omoară**”, partea reclamată precizează că acestea sunt create de artistul Zannidache, fiind notoriu că în spațiul public că acesta se identifică până la confuzie cu cele 2 mesaje; acesta se exprimă sub o formă de artă, precizând personal în cadrul unui interviu faptul că mesajul „Homeless” se referă la golul sufletesc și la faptul că nu și-a găsit locul în lume, nefiind urmărită în niciun caz denigrarea persoanelor care au o situație materială precară. Partea reclamată susține că mesajul „**Foamea disciplinează, nu omoară**” nu trebuie interpretat în mod literal, ci trebuie coroborat cu pictograma aferentă acestui tricou, interpretându-se în sensul că dificultățile, greutățile și obstacolele au rolul de a aduce la suprafață ce este mai bun dintr-un om; imaginea asociată acestui mesaj prezintă o versiune umanizată a păsării Phoenix, care ilustrează atingerea celei mai bune versiuni a unui om în urma depășirii perioadelor grele din viață.

67. Partea reclamată susține că este tuturor acestor mesaje faptul că acestea sunt percepute de publicul larg ca fiind pamflete și stârnesc reacții plăcute atât din partea persoanelor de sex feminin cât și din partea persoanelor de sex masculin; aceste mesaje nu sunt interpretate niciodată în mod literal, nefiind apte prin acest aspect să aducă atingere dreptului la demnitatea personală.

68. Aceleași concluzii au fost reținute și de practica instanțelor naționale prin diferite hotărâri pronunțate de acestea:

- Sentința civilă nr. 126CA/30.09.2020¹² a Curții de Apel Constanța, sentință prin care s-a reținut faptul că este important și modul în care mesajul este perceput de public

¹² „În ce privește modul cum a fost perceput mesajul, din petiția prin care a fost sesizat consiliului rezultă cu claritate că petentul a înțeles că proprietarul cramei „impune tinerelor fete să producă dovada medico-

- Sentința civilă nr. 148/02.11.2020¹³ a Curții de Apel Constanța

69. Partea reclamată susține că din practica instanțelor naționale rezultă faptul că este necesar un scop anume pentru a putea fi reținută fapta prevăzută de art. 15 din O.G. nr. 137/2000, republicată, întrucât în cadrul art. 15 este precizat expres faptul că pentru a putea reține fapta contravențională este necesară intenția; or, în speță, se poate observa cu ușurință faptul că nu ne aflăm doar în prezența unei lipse de intenție, ci nu se poate reține nici măcar o culpă.

70. Prin urmare, partea reclamată consideră că nu sunt întrunite cerințele legale necesare reținerii unei fapte contravenționale.

IV. Cadrul legal aplicabil. Dreptul național și internațional aplicabil/

legală că sunt virgine.” Cu toate acestea, Consiliul nu a investigat și nici nu a analizat dacă faptele respective sunt reale astfel încât să rezulte că respectivele tinere fete discriminate pe criteriul de sex ori că li s-a adus o atingere demnității. În schimb, Consiliul a considerat că afirmațiile, indiferent de scopul în care au fost făcute, încalcă dreptul la demnitate al femeilor în general, iar legitimitatea sancționării este dată de nevoia de a proteja drepturile femeilor. În acest scop, Consiliul avea aceeași îndatorire de a stabili, în primul rând, dacă respectivele afirmații au fost făcute cu intenția de a informa publicul că reprezintă un pamflet, o ironie la adresa obiceiurilor și tradițiilor populare care, deși se mai practică, sunt iraționale sau se desfășoară doar în scop de paradă sau cu intenția de a crea un sentiment de umilință femeilor. Și în acest caz, Consiliul și-a întemeiat soluția pe considerații teoretice fără a reține vreun aspect care poate demonstra vinovăția celui acuzat în condițiile în care acesta s-a apărat expres precizând că informațiile au fost transmise ulterior în presă prin trunchierea sau deformarea declarațiilor ori cu ascunderea precizărilor făcute în sensul neseriozității lor sau spiritului ironic ori satiric la adresa unor tradiții populare. În fine, Curtea va mai reține că declarațiile în discuție privite astfel cum au fost analizate de Consiliu nu pot constitui latura obiectivă a contravenției reținute în hotărârea contestată în condițiile în care ele reprezintă exercițiul dreptului de liberă exprimare recunoscut oricărei persoane și nu încalcă dreptul la demnitate al nici unei categorii de persoane obiectiv sau subiectiv atât timp cât ele reprezintă afirmații exagerate, evident cu caracter satiric sau de spectacol destinat distrării persoanelor prezente la eveniment.”

¹³ „dacă hotărârea este motivată din perspectiva arătării dreptului „atins” prin faptele reclamantei, hotărârea nu este motivată în ceea ce privește arătarea faptei săvârșită de reclamantă de deosebire, excludere, restricție sau preferință, pe bază de rasă, naționalitate, etnie, limbă, religie, categorie socială, convingeri, sex, orientare sexuală, vârstă, handicap, boală cronică necontagioasă, infectare HIV/SIDA, apartenență la o categorie defavorizată, precum și orice alt criteriu care are ca scop sau efect restrângerea, înlăturarea recunoașterii, folosinței sau exercitării, în condiții de egalitate, a drepturilor omului și a libertăților fundamentale sau a drepturilor recunoscute de lege, în domeniul politic, economic, social și cultural sau în orice alte domenii ale vieții publice, și nici a felului în care utilizarea cuvântului ”gibon” cu referire la petent a condus la o deosebire, excludere, restricție sau preferință pe baza criteriilor prevăzute de lege. Nu rezultă din hotărârea contestată care este criteriul de excludere. Chiar dacă utilizarea unor cuvinte ofensatoare poate fi echivalată unui comportament care are ca scop sau vizează atingerea demnității, pentru a fi în prezența unei fapte de discriminare care să atragă sancționarea contravențională în temeiul art. 15 din OG nr. 137/2000, acest comportament trebuie să fie legat de apartenența persoanei/grupului de persoane/comunității față de care se manifestă comportamentul discriminatoriu la o anumită rasă, naționalitate, etnie, religie, categorie socială sau la o categorie defavorizată ori de convingerile, sexul sau orientarea sexuală a acestuia. În măsura în care un comportament care are ca scop sau vizează atingerea demnității nu poate fi circumscris unuia din criteriile prevăzute de art. 2 alin. (1) din OG nr. 137/2000, sancționarea acestuia nu poate avea loc în cadrul special al OG nr. 137/2000, orice pretenție legată de încetarea respectivelor comportamente și repararea prejudiciilor produse trebuind a fi realizată pe calea dreptului comun”.

jurisprudența

70. Prevederile legislative relevante în prezenta cauză sunt următoarele:

Constituția României, revizuită;

• **art.1 alin. (3):** „România este stat de drept, democratic și social în care demnitatea omului, drepturile și libertățile cetățenilor, libera dezvoltare a personalității umane, dreptatea și pluralismul politic reprezintă valori supreme, în spiritul tradițiilor democratice ale poporului român și idealurilor Revoluției din decembrie 1989, și sunt garantate.”

• **art. 15 alin. (1) – Universalitatea:** „Cetățenii beneficiază de drepturile și de libertățile consacrate prin Constituție și prin alte legi și au obligațiile prevăzute de acestea.”

• **art. 20 - Tratatul internațional privind drepturile omului:** „(1) Dispozițiile constituționale privind drepturile și libertățile cetățenilor vor fi interpretate și aplicate în concordanță cu Declarația Universală a Drepturilor Omului, cu pactele și cu celelalte tratate la care România este parte. (2) Dacă există neconcordanțe între pactele și tratatele privitoare la drepturile fundamentale ale omului, la care România este parte, și legile interne, au prioritate reglementările internaționale, cu excepția cazului în care Constituția sau legile interne conțin dispoziții mai favorabile.”

• **art. 30 alin. (1) - Libertatea de exprimare:** „Libertatea de exprimare a gândurilor, a opiniilor sau a credințelor și libertatea creațiilor de orice fel, prin viu grai, prin scris, prin imagini, prin sunete sau prin alte mijloace de comunicare în public, sunt inviolabile. (2) Cenzura de orice fel este interzisă.”

• **art. 30 alin. (6):** „Libertatea de exprimare nu poate prejudicia demnitatea, onoarea, viața particulară a persoanei și nici dreptul la propria imagine..”

O.G. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare, republicată;

• **art. 2 alin.1:** „Potrivit prezentei ordonanțe, prin discriminare se înțelege orice deosebire, excludere, restricție sau preferință, pe bază de rasă, naționalitate, etnie, limbă, religie, categorie socială, convingeri, sex, orientare sexuală, vârstă, handicap, boală cronică necontagioasă, infectare HIV, apartenență la o categorie defavorizată, precum și orice alt criteriu care are ca scop sau efect restrângerea, înlăturarea recunoașterii, folosinței sau exercitării, în condiții de egalitate, a drepturilor omului și a libertăților fundamentale sau a drepturilor recunoscute de lege, în domeniul politic, economic, social și cultural sau în orice alte domenii ale vieții publice”.

• **art. 2 alin. (8):** „Prevederile prezentei ordonanțe nu pot fi interpretate în sensul restrângerii dreptului la libera exprimare, a dreptului la opinie și a dreptului la informație.”

• **art. 15:** “Constituie contravenție, conform prezentei ordonanțe, dacă fapta nu intră sub incidența legii penale, orice comportament manifestat în public, având caracter de propagandă naționalist-șovină, de instigare la ură rasială sau națională, ori acel comportament care are ca scop sau vizează atingerea demnității ori crearea unei atmosfere de intimidare, ostile, degradante, umilitoare sau ofensatoare, îndreptat împotriva unei persoane, unui grup de persoane sau unei comunități și legat de apartenența acestora la o anumită rasă, naționalitate, etnie, religie, categorie socială sau la o categorie defavorizată ori de convingerile, sexul sau orientarea sexuală a acestuia.”

Convenția Europeană a Drepturilor Omului și Libertăților Fundamentale;

➤ **art. 10 - Libertatea de exprimare:** „Orice persoană are dreptul la libertate de exprimare. Acest drept include libertatea de opinie și libertatea de a primi sau a comunica informații ori idei fără amestecul autorităților publice și fără a ține seama de frontiere. Prezentul articol nu împiedică Statele să supună societățile de radiodifuziune, cinematografie sau televiziune unui regim de autorizare. (2) Exercițarea acestor libertăți ce comportă îndatoriri și responsabilități poate fi supusă unor formalități, condiții, restrângeri sau sancțiuni prevăzute de lege care, într-o societate democratică, constituie măsuri necesare pentru securitatea națională, integritatea teritorială sau siguranța publică, apărarea ordinii și prevenirea infracțiunilor, protecția sănătății, a moralei, a

reputației sau a drepturilor altora, pentru a împiedica divulgarea informațiilor confidențiale sau pentru a garanta autoritatea și imparțialitatea puterii judecătorești.”

• **art. 14 - Interzicerea discriminării:** *“Exercitarea drepturilor și libertăților recunoscute de prezenta convenție trebuie să fie asigurată fără nici o deosebire bazată, în special, pe sex, rasa, culoare, limba, religie, opinii politice sau orice alte opinii, origine națională sau socială, apartenența la o minoritate națională, avere, naștere sau orice alta situație.”*

V. Principiile de analiză

71. Prin raportare la art. 15 din O.G. nr. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare, republicată, Colegiul director analizează dacă o faptă constituie un comportament manifestat în public care vizează atingerea demnității ori/și crearea unei atmosfere de intimidare, ostilă, degradantă, ofensatoare, îndreptată împotriva unei persoane din cauza unei caracteristici personale (criteriu de discriminare). Dreptul de a nu fi supus discriminării constituie unul dintre drepturile fundamentale într-o societate democratică, dreptul la egalitate constituind un drept cu aplicare imediată și nu progresivă având în vedere că discriminarea în sine este un afront adus demnității umane.

În cazul faptelor care constau în posibile afirmații discriminatorii, Colegiul director analizează dacă s-a depășit limita libertății de exprimare și, în consecință, se impune o ingerință a statului prin aplicarea unei măsuri proporționale cu scopul urmărit.

VI. Aplicarea principiilor la speță. Motivele de fapt și de drept

72. Colegiul director constată că partea reclamată a comercializat unele articole vestimentare cu mesaje și ilustrații cum ar fi: *„Fiți femei, curve-s destule”, „Faci și tu niște bănuți”, „O femeie, doamnă de sug des, pardon succes”, „Rușinea trece, milioanele rămân”, „Nu vrem bani, nu vrem valută, vrem doar o femeie mută”, „International Symbol of Marriage”, „Cearta fără bătaie este ca nunta fără lăutari”, „you touch my beard, i will touch your butt”, „Property of a hot boyfriend”, „Homeless”, „Foamea disciplinează, nu omoară”.*

73. Inscripțiile crează o diferență între femei și bărbați. Din punctul de vedere al dreptului la demnitate cele două categorii de persoane trebuie tratate identic. În mod similar, persoanele fără adăpost beneficiază de dreptul la demnitate în mod similar cu alte categorii de persoane.

74. Criteriul de diferențiere este cel al genului și cel al statului (persoane fără adăpost).

75. Dreptul atins este dreptul la demnitate.

76. Afirmațiile analizate, reprezentând un comportament manifestat în public, sunt de natură să vizeze atingerea demnității, să creeze o atmosferă de intimidare, ostilă, degradantă, umilitoare, ofensatoare îndreptată împotriva femeilor și a persoanelor fără adăpost. Astfel fapta reclamatei reprezintă discriminare, întrucât a creat o deosebire pe criteriul sexului și al statutului de persoană fără adăpost care a avut ca scop și efect restrângerea exercitării, în condiții de egalitate, a dreptului la demnitate.

77. Astfel de afirmații, în conformitate cu cazuistica CEDO, nu sunt protejate de dreptul la liberă exprimare.

78. În mod evident exercitarea libertății de exprimare comportă obligații și responsabilități, cum ar fi obligația de a evita expresii care, în mod gratuit, ofensează alții, care reprezintă o ingerință în drepturile lor, care astfel nu contribuie la orice formă de dezbatere publică

capabilă de a duce la un progres al relațiilor umane.

79. Colegiul director aplică amendă contravențională în cuantum de 5.000 lei având în vedere următoarele aspecte:

- afirmațiile analizate sunt deosebit de înjositoare față de femei și față de persoanele fără adăpost;
- societatea reclamată a obținut un câștig material în urma faptei săvârșite;
- reclamata nu a mai fost sancționată anterior.

Față de cele de mai sus, în temeiul art. 20 alin. (2) din O.G. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare, republicată,

COLEGIUL DIRECTOR HOTĂRĂȘTE:

1. Fapta reclamată reprezintă discriminare și încalcă dreptul la demnitate conform art. 2 alin. 1 și alin. 6, coroborat cu art. 15 din **O.G. nr. 137/2000** (cu unanimitate de voturi ale membrilor prezenți la ședință);
2. Aplică amendă contravențională de 5.000 lei părții reclamate 1. S.C. Tshirt Factory S.R.L., cu sediul în mun. București, Bulevardul Apicultorilor nr. 56, A18, sector 1 conform art. 26 alin. 1 din **O.G. nr. 137/2000** (cu 6 voturi pentru, 1 împotriva);
3. O copie a prezentei hotărâri se va comunica părților (cu unanimitate de voturi ale membrilor prezenți la ședință).

V. Modalitatea de plată a amenzii: Amenda se va achita la Administrația Finanțelor Publice Sector 1 București, dovada plății se va trimite către CNCD în termen de 15 zile de la rămânerea definitivă a hotărârii. În caz contrar CNCD va lua măsurile legale necesare.

VI. Calea de atac și termenul în care se poate exercita

Prezenta hotărâre poate fi atacată la instanța de contencios administrativ, potrivit **O.G. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea faptelor de discriminare, republicată și Legii nr. 554/2004 a contenciosului administrativ.**

Membrii Colegiului director prezenți la ședință:

ASZTALOS CSABA FERENC – Membru

BĂNICĂ CERASELA CLAUDIA - Membru

DIACONU ADRIAN – Membru

GRAMA HORIA - Membru

POPA CLAUDIA SORINA – Membru

RAIU CĂTĂLIN VALENTIN – Membru

SĂVULESCU RADU COSMIN – Membru

Redactată și motivată: H.I.
Data redactării: 25.07.2024

Notă: Hotărârile emise de Colegiul Director al Consiliului Național pentru Combaterea Discriminării potrivit prevederilor legii și care nu sunt atacate în termenul legal, potrivit **O.G. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare** și **Legii 554/2004 a contenciosului administrativ**, constituie de drept titlu executoriu.