

CONSILIUL NAȚIONAL AL AUDIOVIZUALULUI

Instrucțiune nr. 1 din 04 aprilie 2017 privind interpretarea și aplicarea articolului 117 lit.a¹⁾ din Decizia CNA nr.220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual

Având în vedere dubla calitate a Consiliului Național al Audiovizualului, de garant al interesului public și de unică autoritate de reglementare în domeniul serviciilor de programe media audiovizuale,

ținând seama de dispozițiile art.9 alin.(1) lit.g) din Directiva serviciilor media audiovizuale nr. 2010/13/UE,

având în vedere dispozițiile art.29 alin.(2) din Legea audiovizualului nr.504/2002, cu modificările și completările ulterioare, care stabilesc o serie de cerințe pentru comunicările comerciale audiovizuale, astfel încât acestea, prin conținutul lor, să nu provoace nicio daună morală, fizică sau mentală minorilor și, în special:

a) să nu instige în mod direct minorii să cumpere un produs sau serviciu, prin exploatarea lipsei de experiență ori a credulității acestora;

b) să nu încurajeze în mod direct minorii să își convingă părinții sau pe alte persoane să cumpere bunurile ori serviciile care fac obiectul publicității;

c) să nu exploateze încrederea specială pe care minorii o au în părinți, profesori sau alte persoane;

d) să nu prezinte în mod nejustificat minori în situații periculoase,
având în vedere dispozițiile art.117 din Decizia CNA nr.220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare, care particularizează exigențele stabilite la art. 29 alin. (2) din Legea audiovizualului, în cazul publicității la produsele alimentare; aceasta trebuie să respecte următoarele condiții:

a) să nu încurajeze consumul excesiv de alimente;

a¹⁾ să nu încurajeze consumul de alimente prin folosirea în publicitate a minorilor cu vârsta între 3 și 15 ani;"

b) să nu sugereze renunțarea la consumul de fructe, legume sau de alimente naturale;

c) să respecte dispozițiile Regulamentului (CE) nr. 1.924/2006 al Parlamentului European și al Consiliului din 20 decembrie 2006 privind mențiunile nutriționale și de sănătate înscrise pe produsele alimentare, precum și dispozițiile legislației naționale în vigoare referitoare la aceste produse;

Consiliul, prin introducerea lit. a¹⁾ în cuprinsul alin. (1) al art. 117 nu propune interzicerea apariției în sine a minorilor cu vârsta cuprinsă între 3 și 15 ani în reclamele la produse alimentare. Articolul nu conține niciun termen de interdicție, interzicere. Pe parcursul dezbaterilor anterioare adoptării articolului în cauză, membrii Consiliului au analizat modul în care minorii sunt folosiți în aceste reclame, ca parte activă a scenariului, nu apariția lor inactivă;

Consiliul apreciază faptul că esența articolului 117, lit a¹⁾, face referire la rolul minorilor în clip-ul publicitar, la interacțiunile pe care aceștia le au în cadrul scenariului, la dialogul la care aceștia sunt parte sau la mesajul mimetic pe care ei îl transmit;

Apariția pasivă a minorului în reclamele la produse alimentare nu face obiectul art. 117 alin.(1) lit. a¹⁾, Consiliul, în interpretarea sa, distanțându-se de teza cenzurării apariției în sine a minorului în astfel de reclame;

CONSILIUL NAȚIONAL AL AUDIOVIZUALULUI

Consiliul mai ia în considerare, în aplicarea articolului 117, alin. (1) lit. a¹, modul în care, în reclamele la produse alimentare, părinții relaționează cu minorii prezenți în reclame. Așadar, Consiliul dorește să evite exploatarea încrederii speciale pe care copiii o au în părinți, ca regulă generală, încredere care presupune faptul că produsul alimentar li se cuvine. Este de înțeles că o astfel de încredere este aplicată de către minori sub forma unei așteptări firești ca un anumit produs să le fie dăruit;

Tot în același cadru, Consiliul urmărește ca reclamele analizate să nu încurajeze minorii să își convingă părinții să le cumpere bunurile cărora li se face publicitate, prin participarea activă sau prin mesajele pe care aceștia le-ar putea susține, verbal sau animat. Totodată, Consiliul apreciază, în explicitarea articolului 117 alin.(1) lit.a¹), că nu este admisibil îndemnul adresat minorilor, direct sau prin intermediul adulților, sub orice formă de prezentare, cum ar fi voice-off-ul sau exprimările animate, de a consuma produse alimentare;

Prin reglementarea care face obiectul prezentei instrucțiuni, Consiliul stabilește restricții în favoarea protecției superioare a minorului, urmărind limitarea folosirii minorilor în reclame la alimente, ținând cont de următoarele principii care se regăsesc și în legislația specifică, europeană:

- să nu existe un îndemn direct, către minori, de a cumpăra;
- să nu fie exploatarea credulitatea lor;
- evitarea instrumentalizării minorilor drept mijloc de a convinge părinții, implicit minorii;
- punerea în scenă a minorilor, prin apariții active, ca personaje reale sau exprimate prin animație.

în temeiul art. 17 alin. (1) lit.e) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare,

CONSILIUL NAȚIONAL AL AUDIOVIZUALULUI adoptă următoarea instrucțiune:

Articol unic – Dispozițiile art.117 lit.a¹) din Codul de reglementare a conținutului audiovizual, raportate la prevederile art.29 alin.(2) din Legea audiovizualului, trebuie interpretate în sensul că «*folosirea în publicitate a minorilor cu vârsta între 3 și 15 ani*» este permisă numai dacă:

- a) spotul publicitar nu încurajează, în mod explicit, prin conținutul său, consumul de alimente;
- b) prin prezența copilului în contextul editorial al spotului nu se încalcă cerințele prevăzute la art. 29 alin. (2) din Legea audiovizualului.

Președintele

Consiliului Național al Audiovizualului,

Laura GEORGESCU