



CONSILIUL NAȚIONAL AL AUDIOVIZUALULUI

Autoritate publică autonomă

București, ROMÂNIA

Bd. Libertății nr.14, sector 5, cod 050706

Fax: (004)021-305.53.54 Tel./fax: (004)021-305.53.56

www.cna.ro

TelVerde : 0.800.888.555 e-mail : cna@cna.ro

Decizia nr. 76 din 26.01.2016

Întrunit în ședință publică în ziua de 26 ianuarie 2016, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Serviciul Inspecție în baza reclamației înregistrate la CNA cu nr. 9214 din 22.10.2015, cu privire la spotul publicitar „Avantgarden 3”, difuzat de posturile locale de televiziune din Brașov.

Așa cum rezultă din raportul de monitorizare, spotul care promovează cartierul rezidențial „Avantgarden 3” din Brașov a fost difuzat pe postul de televiziune PRO TV din Brașov într-un calup de publicitate la ora 07:54, în data de 3 noiembrie 2015, iar în data de 2 noiembrie 2015, de posturile de televiziune RTT, la ora 18.25, și TVS, la ora 20.24.

Conform raportului de monitorizare, spotul publicitar are următorul conținut:

“Imaginile din spotul comercial în cauză au fost difuzate pe fondul muzical al piesei „Comming Home” interpretate de Skylar Greg. Traducerea în limba română a acestui text este:

„Vin acasă, vin acasă

Spune-i lumii că vin acasă

Lasă ploaia să spele

Toată durerea de ieri

Știu că regatul meu mă așteaptă

Si că mi-au iertat greșelile

Vin acasă, vin acasă

Spune-i lumii că vin acasă”

Spotul publicitar prezintă imagini cu o minoră, o fetiță care se trezește din patul în care dormea alături de o jucărie de pluș, fetița coboară din pat și își pregătește un rucsac mic, studiază o hartă și apoi îmbracă o haină. În imagini sunt prezentați părinții acestei fetițe dormind și faptul că fata părăsește locuința fără ca să își anunțe părinții sau să îi trezească pe aceștia.

Sunt prezentate în continuare imagini cu fetița care merge prin orașul pustiu la o oră înaintată la o întâlnire cu un băiețel minor de aceeași vârstă. Băiatul așteaptă să vină fetița la întâlnire așezat pe trotuar. În acest timp este arătată fetița care traversează străzile pustii ale orașului. Cei doi minori se întâlnesc se îmbrățișează bucuroși și se plimbă împreună pe străzile pustii ținându-se de mână.

La reperul orar 0:0:23 al spotului cei doi copii sunt arătați că întâlnesc un adult, un bărbat iar băiețelul rostește următoarele: „Cled că ne-am rătăcit!”.

La reperul orar 0:0:26 bărbatul le răspunde: „Nu v-ați rătăcit! Ați ajuns acasă!”

Sunt prezentate în continuare imagini din cartierul rezidențial cu marca comercială „Avantgarden3 Brașov” iar vocea off a spotului rostește următoarele: „Avantgarden 3 acasă pentru mii de familii!” pe fondul imaginilor unui carton cu textul: „Avantgarden Brașov3-Suntem acasă pentru mii de familii!”

În urma vizionării materialului publicitar care a făcut obiectul raportului de monitorizare și a dezbaterilor ce au avut loc în ședința publică, membrii Consiliului au constatat că acesta este de natură să contravină dispozițiilor art. 29 alin. (2) lit. d) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare.

Potrivit dispozițiilor invocate, *comunicările comerciale audiovizuale trebuie să nu provoace nicio daună morală, fizică sau mentală minorilor și, în special:*

d) să nu prezinte în mod nejustificat minori în situații periculoase.

Astfel, în urma analizării spotului publicitar, membrii Consiliului au apreciat că în cadrul acestuia sunt prezentați în mod nejustificat minori în situații periculoase, comunicarea comercială astfel cum este prezentată fiind una de natură să prejudicieze mental sau moral minorii care au putut avea acces la vizionarea sa.

În condițiile în care televiziunea, prin accesibilitatea sa, are un rol formator/educativ major pentru mulți copii, efectele unui conținut precum cel analizat pot fi dăunătoare pentru telespectatorii minori având în vedere că aceștia învață prin copiere și sunt ușor influențabili comportamental.

Capacitatea redusă de discernământ a copiilor nu le permite acestora o reprezentare corectă a realității, a efectelor unei acțiuni, iar un model care prezintă părăsirea locuinței fără știrea părinților, (mai ales că un astfel de „model” este văzut la televizor, deci este unul normal, acceptat), poate constitui un exemplu cu urmări grave pentru minori sau familiile acestora.

De asemenea, referitor la acest material de promovare, prin punctul de vedere exprimat de Consiliul Român pentru Publicitate prin adresa înregistrată la CNA sub nr. 9214PDVP/16.11.2015 s-a comunicat că, după analizarea cazului, Comitetul Etic al RAC a constatat că spotul prezintă copiii de vârstă preșcolară în situații considerate periculoase, fapt de natură să încalce prevederile art. 8.1 și 8.3 din Codul de Practică în Comunicarea Comercială elaborat de RAC.

Conform dispozițiilor menționate anterior, comunicarea trebuie, cu excepția cazurilor justificate de motive educaționale sau sociale, să nu conțină descrieri sau reprezentări ale unor situații posibil periculoase, riscante sau care arată neglijarea măsurilor de siguranță sau sănătatea publică, iar în comunicare copiii trebuie reprezentați sub supravegherea adultului atunci când un produs sau o activitate implică un risc de siguranță.

Având în vedere toate aceste considerente, cu respectarea prevederilor art. 15 din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, **Consiliul Național al Audiovizualului dispune, în situația reluării difuzării spotului publicitar „Avantgarden3 Brașov” analizat, intrarea în legalitate în sensul respectării condițiilor specifice comunicărilor comerciale prevăzute de legislația audiovizuală.**

PREȘEDINTE,

LAURA GEORGESCU

Întocmit Serviciul juridic și reglementări
Șef Serviciu, Dumitru Ciobanu