

ARGUMENTE PENTRU NERESTRICTIONAREA COMUNICĂRII COMERCIALE AUDIOVIZUALE LA JOCURILE DE NOROC

Argumente derivate din Legea audiovizualului și Codul audiovizualului

Legea audiovizualului interzice publicitatea care poate **să provoace o daună morală, fizică sau mentală minorilor**. Pentru a interzice publicitatea la jocuri de noroc, trebuie dovedit că această publicitate poate **să provoace o daună morală, fizică sau mentală minorilor**

Nu există în legea audiovizualului și nici în codul audiovizualului o reglementare care să impună, nici în mod direct și nici prin efect de consecință, interzicerea difuzării publicității la jocuri de noroc în intervalele orare în care nu pot fi difuzate emisiuni cu jocuri de noroc.

Totodată, este problematic dacă legea impune o interdicție de a difuza jocuri de noroc în intervale orare accesibile unor diverse categorii de vârste, în condițiile în care nu se poate stabili dacă jocurile de noroc produc daune minorilor.

Interdicția de participare la jocuri de noroc poate fi motivată pe considerentele privind riscul de a pierde sume de bani importante și nu pe considerente privind o eventuală daună morală produsă jucătorului.

Nu există judecăți morale asumate la nivelul societății care să acuze masa mare a jucătorilor de imoralitate, de comportament deviant sau de afecțiuni psihice/mentale. Compania Națională "Loteria Română" - S.A. nu este considerată o entitate imorală .

Totodată, legea distinge între a provoca o daună morală fizică sau mentală, în cazul comunicării comerciale audiovizuale (art 29), și a afecta dezvoltarea fizică, mentală sau morală, în cazul programelor (art 39). În același timp, terminologia folosită în directiva AVMSD este următoarea: *comunicațiile comerciale audiovizuale nu afectează negativ minorii din punct de vedere fizic sau moral, versus, în cazul programelor, a afecta dezvoltarea fizică, mentală sau morală a minorilor*

Dacă ne raportăm la terminologia din directivă, care în cazul publicității se axează pe termenul moral, în condițiile în care societatea nu blamează din punct de vedere moral jocurile de noroc, este greu de susținut că un spectacol care nu este catalogat de societate drept imoral poate produce daune morale minorilor, mai ales în condițiile în care ei nu participă activ la acest spectacol, ci doar îl pot viziona.

Ca urmare, se poate considera că jocurile de noroc nu produc daune minorilor prin spectacolul pe care îl oferă, după cum nu produc daune nici adulților. Abia riscurile financiare asociate sunt cele problematice. Or, interdicția fermă care oprește minorii să joace îi protejează față de acest risc. **Accesul minorilor la jocuri de noroc este blocat de condiția de a poseda un card de credit, condiție pe care un minor nu o poate îndeplini. El nu poate fi astfel afectat de riscul de a suferi pierderi financiare.**

Să nu uităm că o parte din jocurile pentru copii se bazează pe aleatoriu (zaruri). Distincția între aleatoriu și noroc este importantă pentru că pune în evidență faptul că jocul de noroc include componenta riscului sau a șansei, dar numai corelată cu avantajele personale de ordin financiar sau valoric.

Codul audiovizualului stabilește al ART. 28 o corelare între anunțurile promoționale la programele cu restricții orare și obligația ca aceste anunțuri să fie difuzate cu semnele de avertizare referitoare la vârsta la care este permisă vizionarea, dar această corelare nu impune ca anunțurile promoționale respective să fie difuzate în intervalele orare corespunzătoare acestor semne de avertizare. Dealtfel, acest lucru ar fi absurd. *“ART. 28 Difuzarea anunțurilor promoționale pentru programele AP, 12, 15 și 18 se va face cu semnul de avertizare corespunzător.”*

Singura corelare pe care codul audiovizualului o face între restricția orară de difuzare de emisiuni și o restricție orară de difuzare a publicității la produse cu conținut audiovizual este restricția introdusă de art 96, restricție care vizează numai produsele erotice (publicații, filme ori spectacole) ART. 96 2) *Comunicările comerciale pentru publicații, filme ori spectacole erotice se difuzează în aceleași condiții cu cele stabilite pentru programele 18.*

În consecință, rezultă că în cazul celorlalte tipuri de publicitate nu există această corelare.

În plus, restricțiile orare de difuzare sunt prevăzute la art 15-18 și 23-27 din codul audiovizualului fără a avea vreo referire la programe care prezintă jocuri de noroc. Nici criteriile de încadrare la art 19 nu conțin vreo referire la programe care prezintă jocuri de noroc.

Ca urmare, toate aceste restricții și obligații de încadrare nu sunt aplicabile programelor care prezintă jocuri de noroc.

Trebuie făcută o distincție între a participa la jocuri de noroc și a viziona jocuri de noroc. Dealtfel, filmele de ficțiune care prezintă jocuri de noroc se supun restricțiilor de vizionare numai dacă se încadrează la criteriile de la art 19, care nu conțin vreo referire la programe care prezintă jocuri de noroc. Astfel, un film a cărui acțiune se desfășoară în contextul prezentării de jocuri de noroc poate fi difuzat fără restricții orare dacă nu conține aspecte vizate de art 19.

Argumente derivate din Codului etic al ONJN

În contextul publicării de către Oficiul Național pentru Jocuri de Noroc a **Codului etic de comunicare responsabilă în domeniul jocurilor de noroc**, pot fi relevate câteva aspecte importante pentru reglementarea difuzării publicității radio și tv la jocuri de noroc, aspecte care rezultă din prevederile acestui cod. Astfel:

3.1. Comunicarea se adresează exclusiv persoanelor cu vârsta de peste 18 ani;

Restricția cu privire la vârsta persoanelor se instaurează în raport cu adresarea comunicării și nu cu accesul la comunicare. În consecință, restricția nu impune ca persoanele sub 18 ani să nu poată avea acces la comunicarea comercială, ci ca această comunicare comercială să nu le fie adresată. (“adulți, vă propunem să jucați!” în loc de “minori, vă propunem să jucați!”)

Rezultă cu evidență că intenția de a interzice publicitatea la jocuri de noroc în intervalele orare în care nu pot fi difuzate emisiuni cu jocuri de noroc nu poate fi susținută prin referire la Codul etic, fiind în contradicție cu acesta.

Mai mult decât atât, chiar și această restricție referitoare la adresarea comunicării este formulată în regim de autoreglementare, și nu în regim de obligativitate. Ca urmare, **rezultă din viziunea Oficiului național pentru jocuri de noroc că nu se justifică o reglementare care să impună restricții de adresare a comunicării în regim obligatoriu**

Chiar și în aceste condiții, **Oficiul consideră suficient ca o comunicare comercială privind elementele jocurilor de noroc să indice clar că este adresată doar persoanelor majore.**

3.2. Comunicarea ce are loc pe canale deținute de organizatorii de jocuri de noroc, cum ar fi paginile de internet ale website-urilor brandurilor, conținutul descărcabil (download), direct mailing, evenimente proprii etc., trebuie să se desfășoare astfel încât să indice, fără nici un fel de dubiu, că acestea sunt adresate exclusiv persoanelor peste 18 ani;

Foarte important este că în viziunea Oficiului este suficient, în cazul canalelor de comunicare care presupun intervale de difuzare, cazul televiziunii, că cel puțin 90% din audiență are peste 18 ani, ori canalul este destinat în mod exclusiv acestui segment de vârstă;

3.3. Comunicarea realizată prin intermediul mediilor de comunicare care nu aparțin organizatorilor de jocuri de noroc, indiferent de canalul utilizat, se va efectua prin plasarea - prin grija organizatorilor - în zonele, paginile, reale sau virtuale, în intervalele orare, în care, pentru canalul de comunicare respectiv se pot da asigurări că cel puțin 90% din audiență are peste 18 ani, ori canalul este destinat în mod exclusiv acestui segment de vârstă;

Ca urmare, este suficient pentru a putea difuza publicitate la jocuri de noroc ca audiența reală a programelor în care se difuzează publicitate la jocuri de noroc să nu includă minori decât în proporție de maxim 10%. Or, acesta este cazul programelor de televiziune care nu sunt destinate minorilor.

CNA ar trebui să țină seama de această abordare a Oficiului și să introducă drept singură restricție interdicția de a plasa publicitatea la jocuri de noroc în programele adresate minorilor

Argumente de natura interesului public:

Minorii sunt tot mai puțin un public pentru televiziune și radio: ei au migrat spre Internet unde sunt expuși publicității privind jocurile de noroc, deși accesul la acestea le este imposibil în contextul condiției deținerii unui card de credit pentru a putea participa.

Limitarea publicității la TV ar avea ca efect direct translarea fondurilor disponibile la anunțatori către Internet.

Totodată, publicitatea la jocuri de noroc reprezintă o importantă sursă de finanțare pentru televiziuni și pentru programe de calitate care pot fi achiziționate sau realizate în urma acestei finanțări, ceea ce răspunde interesului public pentru calitatea programelor..

Alternativă

Cu toate că pledoaria prezentă a susținut ideea că nu se pot aplica restricții orare de difuzare publicității la jocurile de noroc și nici chiar programelor care prezintă jocuri de noroc, în ipoteza că se impun totuși restricții orare, se poate avea în vedere o abordare graduală, astfel:

- Publicitatea care conține numai marca sau denumirea unui joc de noroc, fără a prezenta aspecte ale jocului sau date privind modul de participare, poate fi difuzată fără restricții orare.
- În transmisiile sportive (care nu sunt destinate exclusiv minorilor) se poate difuza, fără restricții orare, publicitate la jocuri de noroc.
- **În programele a căror audiență (reală) este compusă în proporție de cel puțin 90% din persoane de peste 18 ani se poate difuza publicitate la jocuri de noroc fără restricții orare (a se vedea codul etic al ONJN)**
- Publicitatea la jocuri de noroc care conține în clar mesajul "Jocurile de noroc sunt interzise minorilor (persoanelor sub 18 ani)" poate fi difuzată fără restricții orare.