



Către membrii **Consiliului Național al Audiovizualului**

În cadrul procedurii de consultare privind proiectul CNA de modificare a deciziei 220/2011, vă propunem în anexă o serie de modificări ale proiectului CNA de modificare a deciziei în cauză.

Totodată vă solicităm organizarea unei întâlniri în care să se dezbată public proiectul de act normativ.

Cu speranța că propunerile noastre vor beneficia de atenția dumneavoastră, vă stăm la dispoziție pentru dialog.

Cu considerație,

George Chiriță
Director ARCA

18 octombrie 2018



PROPUNERI ARCA PRIVIND PROIECTUL CNA DE MODIFICARE A DECIZIEI 220/2011

Proiectul CNA

2. **După articolul 46 se introduce un nou articol, art. 46¹, cu următorul cuprins:**

Art. 46¹

Relatările sub orice formă despre ameliorarea și/sau vindecarea bolilor, indiferent de metodele folosite, nu se pot face decât prin prezentarea opiniei unui medic specialist cu privire la diagnosticile medicale, inițial și final.

Propunere ARCA

Art. 46¹

Relatările sub orice formă despre ameliorarea și/sau vindecarea bolilor, indiferent de metodele folosite, nu se pot face decât prin prezentarea, **prin orice mijloc**, a opiniei unui medic specialist cu privire la **cazul prezentat**.

MOTIVARE:

Medicul nu se poate pronunța în mod profesional față de diagnosticile puse unor bolnavi fără a urma procedurile clinice specifice de investigare a bolnavului sau fără a avea acces la datele exacte obținute prin investigarea prin care s-au stabilit diagnosticile în cauză. Un medic nu se poate pronunța asupra diagnosticilor prezentate în cadrul emisiunilor, ci poate avea doar o opinie generală și subiectivă asupra cazului. Ca urmare, propunem o exprimare mai generală, care să implice doar obligația de a prezenta o opinie generală asupra cazului, și nu una asupra diagnosticilor.

În ce privește sintagma *prin orice mijloc*, aceasta indică faptul că opinia poate fi obținută telefonic, în scris sau poate fi prezentată prin citarea unor extrase din studii de specialitate ale unui medic, relevante pentru cazul prezentat.

Proiectul CNA

3. **Articolul 70 se modifică și se completează cu un nou alineat, alineatul (2), cu următorul cuprins:**

Art. 70

(1) În cadrul programelor de știri și dezbateri care abordează probleme de interes public privind minoritățile etnice, religioase sau sexuale se va prezenta și un punct de vedere al acestora.

(2) Se admite doar promovarea religioasă a cultelor religioase recunoscute de stat.

Propunere ARCA

Art 70

(2) Se admite doar promovarea religioasă a cultelor religioase recunoscute în **România**

Variantă:

(2) Nu se vor difuza emisiuni care conțin promovarea unor culte care nu sunt recunoscute în România

MOTIVARE:

Pentru a păstra formularea din legea cultelor

Proiectul CNA

4. Articolul 89 alineatul (3) se modifică și se completează și va avea următorul cuprins:

Art. 89

(3) Programele audiovizuale care conțin jocuri de noroc, precum și spoturile publicitare care promovează astfel de jocuri, se supun condițiilor de protecție a minorilor prevăzute în cap. II „Clasificarea programelor în vederea protecției minorilor” din titlul II „Protecția minorilor”. Excepție fac spoturile publicitare pentru pariurile online care pot fi difuzate și în timpul transmisiunilor sportive în direct.

Propunere ARCA

- 1. Art 89 alin 3) se menține în actuala formă**
- 2. După art ART. 95 se introduce art ART. 95¹ care va avea următorul conținut:**

ART. 95¹

- 1) Publicitatea pentru jocuri de noroc se poate difuza în intervalul orar 20-06.
- 2) Prin excepție la prevederile alin (1), publicitatea pentru jocuri de noroc se poate difuza și în afara intervalului orar 20-06, dacă se încadrează în una din următoarele situații:
 - a) prezintă numai marca sau denumirea unui joc de noroc sau denumirea unei companii de jocuri de noroc, fără a prezenta aspecte ale jocului, date privind modul de participare, sau îndemnuri de participare la joc.
 - b) este difuzată în interiorul intervalelor orare în care sunt difuzate programe (emisiuni sau transmisii) sportive și în intervalele de 30 de minute din imediata vecinătate a acestora.
 - c) promovează pariuri de tip tradițional, în care sunt folosite rezultatele unor evenimente ce se vor produce fără implicarea organizatorilor.
- 3) Publicitatea la jocuri de noroc va conține în clar mesajul ”Jocurile de noroc sunt interzise persoanelor sub 18 ani” și nu va fi difuzată în programe adresate exclusiv minorilor.

MOTIVARE:

Este important de reținut că această propunere vine în contextul în care accesul minorilor la practicarea jocurilor de noroc este interzis prin OUG 77/2009 și în care există multiple garanții de eficiență a acestei interdicții, între care se află interdicția de acces al minorilor în incintele în care se organizează jocuri de noroc sau condiții speciale de acces la jocurile de noroc la distanță, cea mai importantă fiind posesia unui card de credit, condiție imposibil de satisfăcut de către un minor.

Totodată, în contextul în care legea audiovizualului impune drept condiție

generală de protecție a minorilor reglementarea conform căreia “(2) *Comunicările comerciale audiovizuale trebuie să nu provoace nicio daună morală, fizică sau mentală minorilor*”, orice restricție aplicabilă publicității pentru jocurile de noroc poate fi impusă numai dacă se evaluează că acest tip de publicitate poate produce astfel de daune minorilor.

În ce privește pariurile, acestea reprezintă un joc de noroc în care elementul aleator este prezent în forme mai reduse, fiind plasat în contexte în care cunoștințele disponibile pentru domeniul vizat prevalează în dinamica jocului, conferind jocului o valoare informațională, care ceea ce face ca restricționarea orară a difuzării să nu se justifice.

În subsidiar, vă propunem o evaluare care arată că, deoarece statutul social al jocurilor legale de noroc nu este corelat vreunei sancțiuni morale din partea societății, nu se poate presupune că acestea ar putea produce daune morale, atât prin ele însele, cât și prin comunicarea comercială audiovizuală asociată lor. Ca urmare, minorii, care au acces numai la vizionarea sau comunicarea comercială a jocurilor de noroc, dar nu și la practicarea jocurilor de noroc, nu ar putea suferi daune morale.

Propunerea pe care o supunem atenției Consiliului a avut în vedere următoarele componente:

- ✓ restricționarea difuzării publicității la jocuri de noroc în intervalul orar în care în mod normal minorii vizionează programe de televiziune,
- ✓ exceptarea de la restricția orară de difuzare pentru acele mesaje publicitare care au un conținut publicitar limitat sau sunt difuzate în programe sportive și în vecinătatea lor.
- ✓ exceptarea de la restricția de difuzare orară a publicității pentru pariurile de tip tradițional
- ✓ interzicerea difuzării publicității la jocuri de noroc în programe adresate minorilor
- ✓ obligativitatea de a include în mesajul publicitar mențiunea “Jocurile de noroc sunt interzise persoanelor sub 18 ani”

În susținerea propunerii noastre invocăm 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 rămâne imposibil în contextul condiției deținerii unui card de credit pentru a putea participa la astfel de jocuri. Totodată, ei au acces la publicitatea privind jocurile de noroc difuzată de canalele străine retransmise, unde nu există restricții de difuzare, fapt care produce totodată un dezechilibru concurențial care dezavantajează televiziunile românești.

Limitarea excesivă a difuzării publicității pentru jocurile de noroc la TV ar avea ca efect direct translarea către Internet a fondurilor disponibile la anunțatori.

Publicitatea pentru 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. În acest context, o reglementare echilibrată a modului de difuzare a acesteia răspunde interesului public pentru calitatea programelor.

MOTIVARE

derivată din recomandarea COMISIEI EUROPENE din 2014 (referitoare la jocurile de noroc) în susținerea tezei că interzicerea difuzării publicității (comunicărilor comerciale) la jocuri de noroc în anumite intervale orare, în loc de a restricționa natura conținutului publicității, nu este acceptabilă

Cum se poate observa din extrasul de mai jos, prin recomandarea Comisiei Europene:

- Nu se cere ca comunicările comerciale să nu fie accesibile minorilor, ci să nu le dăuneze și să nu îi influențeze în sensul menționat de recomandare.
- Se cere descurajarea difuzării comunicărilor comerciale în programele al căror public principal este constituit de minori, dar nu și în alte programe. Altfel spus, minorii pot fi expuși comunicărilor comerciale în alte programe decât cele care le sunt dedicate sau în programe în care adulții reprezintă “publicul principal”
- Se cere ca comunicările comerciale să posede anumite caracteristici de conținut care să nu interacționeze cu minorii, dar nu se cere interzicerea difuzării lor în anumite intervale orare la care minorii pot avea acces la ele.

Extras din recomandarea COMISIEI EUROPENE:

11. *Statele membre ar trebui să garanteze că comunicările comerciale privind serviciile de jocuri de noroc online **nu dăunează minorilor și nici nu îi influențează** pe aceștia să considere că jocurile de noroc reprezintă un element natural în activitățile de petrecere a timpului liber.*
12. *Comunicările comerciale ar trebui să conțină un mesaj clar care să precizeze „jocuri de noroc interzise minorilor” și în care să se indice vârsta minimă sub care practicarea jocurilor de noroc nu este permisă.*
13. *Statele membre ar trebui să descurajeze difuzarea, afișarea sau facilitarea comunicărilor comerciale:*
 - (a) în mass-media sau în **preajma programelor al căror public principal se preconizează că îl vor constitui minorii;***
 - (b) pe site-urile web cu un profil dedicat minorilor;*
 - (c) în proximitatea locurilor (cel puțin în proximitatea școlilor) în care minorii își petrec în mod normal timpul și se preconizează că vor constitui publicul principal.*
14. *Comunicările comerciale **nu ar trebui:***
 - (a) să exploateze lipsa de experiență sau de informații a minorilor;*
 - (b) să utilizeze imaginile unor minori sau ale unor persoane tinere sau campanii care să fie atractive pentru minori;*
 - (c) să fie atractive pentru minori sau persoane tinere prin aceea că reflectă cultura tinerilor sau asociază jocurile de noroc cu aceasta;*
 - (d) să sugereze că participarea la jocurile de noroc marchează tranziția de la adolescență la vârsta adultă.*

CONCLUZIE

ÎN RAPORT CU RECOMANDAREA COMISIEI EUROPENE versus PROIECTUL CNA:

Dacă la nivelul COMISIEI EUROPENE nu s-a resimțit nevoia unei restricționări orare a difuzării publicității la jocuri de noroc, ci a fost considerată ca suficientă pentru protecția minorilor o restricționare privind natura conținutului acestui tip de publicitate, coroborată cu o restricționare a plasării acesteia în vecinătatea programelor pentru minori, este nemotivat ca la nivelul CNA să existe o abordare de tip suprareglementare prin restricționări de inserție orară.

Este totodată inexplicabil de ce Consiliul nu luat în considerare această recomandare, ca reper fundamental pentru reglementarea domeniului, eventual preluând ca reglementări formulările acesteia, fără a recurge la restricționări de inserție orară.

MOTIVARE SUPLIMENTARĂ, ÎN RAPORT CU ACTUALA FORMĂ A DECIZIEI 220 ÎN CORELAREA EI CU LEGEA 504/2002:

Argumente pentru nerestricționarea 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 că jocurile de noroc produc daune morale minorilor.

Interdicția de participare la jocuri de noroc instituită prin lege pentru minori este motivată pe considerentele privind riscul de a pierde sume de bani importante și nu pe considerente privind o eventuală daună morală produsă minorului.

Nu există judecăți morale asumate la nivelul societății care să acuze masa mare a jucătorilor, dintre care cei mai numeroși sunt cei care participă la Loto, un joc cu tradiție în România, de imoralitate, de comportament deviant sau de afecțiuni psihice/mentale. Compania Națională "Loteria Română" - S.A. nu este considerată o entitate imorală, nici de societate și nici de legiuitor, dat fiind că activitatea ei este reglementată prin lege, iar difuzarea de către TVR a tragerii Loto se face în urma unei proceduri legale de achiziție publică derulate de Loteria Română SA. Contractul de achiziție vizează "servicii de transmisie televizată a tragerilor loto și a rezultatelor

omologate ale acestora, inclusiv transmisia comunicării unor informații cu privire la produsele loteristice și servicii de realizare și asigurare a pachetului grafic al emisiunii și ilustrației muzicale aferente și servicii de realizare și difuzare a unor spoturi de autopromovare a editiilor”

Totodată, legea audiovizualului 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 “morală”**, în condițiile în care societatea nu blamează din punct de vedere moral jocurile de noroc, este greu de susținut că un spectacol al unui joc de noroc 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, dată fiind interdicția absolută de participare la joc, ci doar îl pot viziona.

Ca urmare, se poate considera că jocurile de noroc nu produc daune morale minorilor prin spectacolul pe care îl oferă, după cum nu produc daune morale 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 de avantajele sau avantajele personale de ordin financiar sau valoric.

Totodată, trebuie remarcat faptul că o pariurile reprezintă o componentă de tradiție a civilizației moderne: “Ocolul pământului în 80 de zile”, care este o operă de referință pentru cultura și educația minorilor, are ca motor al narațiunii un pariu.

Codul audiovizualului stabilește la 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 obligați 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, ca recomandare, 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.

În ce privește considerentele din decizia CNA nr. 669 din 07.12.2017 privind somația de intrare în legalitate, considerente prin care publicitatea este asimilată programelor, și ca urmare, ar trebui să respecte condițiile orare de difuzare, considerăm că această interpretare este eronată: conform definiției din legea audiovizualului, publicitatea nu este program și nu face parte din programe, teză confirmată recent și de o corespondență primită de la directoratul responsabil pentru audiovizual de la Comisia Europeană (DG CONNECT - Communication Network, Content & Technology Directorate I1 – Audiovisual and Media Services Policy):

"Advertising and programmes are separately defined and advertising in no way can be part of the programme as the rules of the Directive (article 19 AVMSD) explicitly require that television advertising is distinguishable from the editorial content and the television advertising should be kept distinct from other parts of the programme"

"Publicitatea și programele sunt definite separat, iar publicitatea nu poate face parte din program dat fiind că regulile directivei (articolul 19 AVMSD) prevăd în mod explicit că publicitatea televizată se distinge de conținutul editorial și că publicitatea televizată ar trebui să fie distinctă de alte părți ale programului "

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.

Proiectul CNA

5. Articolul 120 alineatul (5) litera c) se modifică și va avea următorul cuprins:

c) „Pentru o viață sănătoasă, consumați zilnic minimum 2 litri de apă.”;

6. La articolul 120, după litera h) se introduc literele i) și j), cu următorul cuprins:

i) „Consumul de alcool până la vârsta de 21 de ani dăunează grav dezvoltării creierului.”;

j) „Pentru egalitate de șanse, copiii cu dizabilități au dreptul să învețe în orice școală.”.

Propunere ARCA

5. Articolul 120 alineatul (5) litera c) se modifică și va avea următorul cuprins:

c) „Pentru o viață sănătoasă, consumați zilnic minimum 2 litri de apă.”;

6. La articolul 120 alineatul (5), după litera h) se introduc literele i) și j), cu următorul cuprins:

i) „Consumul de alcool până la vârsta de 21 de ani dăunează grav dezvoltării creierului.”;

j) „Pentru egalitate de șanse, **conform legii**, copiii cu dizabilități au dreptul să învețe în orice școală.”.

MOTIVARE:

Pentru a se evita ca mesajul să fie înțeles ca mesaj prin care se revendică un drept, și nu ca mesaj prin care se informează asupra existenței unui drept