

NewsIN

CNA a demarat o campanie, adresată părinților, împotriva violenței de la TV

Consiliul Național al Audiovizualului (CNA) a demarat marți o campanie, care se adresează părinților, și care urmărește să ducă la conștientizarea părinților în ceea ce privește riscurile la care sunt supuși copiii ce urmăresc emisiunile TV și a violenței de la televizor.

Campania face parte dintr-un proiect Phare și se desfășoară sub sloganul "Nu lăsa copilul educat de televizor". Ea este compusă din trei spoturi care prezintă efectele pe care le poate avea urmărirea de către copii a unor programe TV nepotrivite. Cele trei spoturi au fost realizate de Multimedia EST, iar producția lor a costat 40.000 de euro. Difuzarea media a campaniei va fi gratuită, iar reprezentanții CNA au anunțat că spotul a fost trimis deja la mai multe posturi de televiziune care au acceptat să îl difuzeze.

Primul spot, care a fost lansat marți, va rula între patru și șase săptămâni, iar campania se va încheia în februarie 2008.

Sorin Psatta, director de cercetare al agenției Graffiti BBDO și expert la proiectul Phare, a declarat că cele trei spoturi sunt construite pe structura cauză - efect. "Această campanie este o campanie cauză - efect. Primul spot prezintă un copil care este victimă pasivă a violențelor de la televizor. Următoarele două spoturi sunt consecința a ceea ce se întâmplă în primul spot", a declarat Sorin Psatta.

Campania face parte din proiectul Phare "Consolidarea și dezvoltarea expertizei profesionale în sectorul audiovizual din România", care este gestionat de CNA. Proiectul constă într-o serie de activități de asistență tehnică pe care CNA le oferă și însumează, printre altele, activități și cercetări sociologice referitoare la protecția minorilor, demnitatea umană, modul în care televiziunea influențează comportamentul civic și politic și impactul publicității asupra consumatorilor.

Obiectivul proiectului este întărirea capacității Consiliului Național al Audiovizualului de a aplica în România politicile audiovizuale ale Uniunii Europene, precum și armonizarea cu acquis-ul european din domeniu, creșterea eficienței și transparenței CNA în monitorizarea și sancționarea încălcărilor legii în mai multe domenii.

Consiliul Național al Audiovizualului (CNA) este autoritatea publică autonomă, aflată sub control parlamentar, care reglementează activitatea radiodifuzorilor. CNA eliberează licențe audiovizuale, autorizații de retransmisie și decizii de autorizare audiovizuală. Reporter Elena Stancu/Editor Bogdan Oprea

Mediafax/Campanie pentru protecția minorilor, inițiată de CNA

Trei spoturi cu numele "Nu lăsa copilul educat de televizor!" vor fi difuzate de televiziuni în următoarele patru luni, la inițiativa Consiliului Național al Audiovizualului, în cadrul unei campanii pentru responsabilizarea părinților cu privire la riscul expunerii copiilor la programe inadecvate. Într-o conferință de presă care a avut loc marți, la sediul CNA, Răsvan Popescu, președintele interimar al Consiliului, a declarat că spoturile vor fi difuzate pe toate canalele importante de televiziune.

Primul spot, care a fost lansat luni, prezintă o scenă în care copilul este victimă pasivă a efectelor televiziunii, în situația în care părinții lui dorm. Acest spot va fi difuzat într-un interval de 4-6 săptămâni și se numește "Somnul părinților naște monștri".

Următoarele două spoturi vor fi lansate pe parcursul lunii septembrie. Potrivit lui Sorin Psatta, consultantul CNA pe programul Phare, aceste spoturi prezintă "situația în care s-a ajuns din cauza situației din primul spot". În al doilea spot este prezentat un băiat care, la propria aniversare, ia cuțitul în mână și îl înfige de mai multe ori în tort, iar apoi în ursulețul său de pluș. În cel de-al treilea spot, o fetiță dansează provocator lângă o bară de susținere din metrou. Doi dintre membrii CNA, Radu Teodorescu și Constantin Duțu, au declarat că nu sunt de acord cu difuzarea acestor spoturi, motivând prin faptul că sunt violente și pot influența negativ copiii. Cei doi membri CNA au mai spus că nu au vizionat spoturile înainte ca acestea să fie trimise spre televiziuni.

În replică, Răsvan Popescu a explicat că această campanie se adresează părinților, nu copiilor, și că orice membru CNA care s-a aflat pe timpul verii la sediul Consiliului a avut posibilitatea de a viziona spoturile dacă ar fi dorit. Popescu, susținut de Cristina Trepcea, membru CNA, a precizat că spoturile au fost vizionate de majoritatea membrilor.

Cotidianul/CNA recurge la reclame violente in lupta cu violenta

Alexandra Badicioiu

Baietii duri si fetite provocatoare. Campania CNA impotriva violentei televizuale s-a lasat cu certuri chiar la lansarea ei.

La aniversarea zilei sale de nastere, un baietel isi injunghie de mai multe ori ursuletul de plus. O fetita danseaza lasciv la o bara din metrou. Sint doua dintre cele trei spoturi publicitare care au dezbinat CNA. Unii membri spun ca parintii care isi arunca copiii in bratele televizorului trebuie socati in acest fel, altii cred ca „numai un psihopat ar difuza asa ceva“.

Reclamele au stirnit certuri chiar de la conferinta de presa, organizata marti de Consiliul National al Audiovizualului pentru a anunta debutul acestei campanii pe sticla. Sub titlul „Nu lasa copilul educat de televizor!“, cele trei spoturi vor fi difuzate in urmatoarele patru luni pe toate canalele importante de televiziune.

„Trebuie sa fii psihopat sa dai asa ceva. Este un caz in care copilul trebuie dus la psihiatru, nu sa mi-l dati mie ca exemplu. Nu se poate asa ceva“, a fost de parere Constantin Dutu, membru CNA. El si colegul sau Radu Teodorescu au declarat ca nu sint de acord cu difuzarea acestor spoturi, motivind prin faptul ca sint violente si pot influenta negativ copiii. Cei doi membri CNA au adaugat, de asemenea, ca nu au vizionat spoturile inainte ca acestea sa fie trimise spre televiziuni.

„Trebuie sa socam. Parintii trebuie socati un pic pentru fenomenul pe care il agreeaza, adica folosirea televizorului ca babysitter. Parintii isi arunca copiii in bratele televizorului“, declara pentru Cotidianul Attila Gasparik, vicepresedintele CNA si initiatorul acestui proiect. El sustine cele trei reclame si le apara, explicind: „E o comunicare artistica in care subiectul e discutat prin intermediul fictiunii. Nu trebuie luat ca realitate“. Presedintele interimar al Consiliului, Rasvan Popescu, a precizat si el ca spoturile se adreseaza parintilor, nu copiilor, si ca orice membru CNA care s-a aflat pe timpul verii la sediul Consiliului a avut posibilitatea de a le viziona.

„Nu am urecheat, nu am sanctionat, ci pur si simplu am aratat niste imagini in care parintele nu apare ca fiind responsabil. Este o campanie cauza-efect. Primul spot prezinta un copil care este victima pasiva a violentelor de la televizor. Urmatoarele doua spoturi sint consecinta a ceea ce se intimpla in primul spot“, a aratat si perspectiva publicitara Sorin Psatta, director de cercetare al agentiei Graffiti BBDO si consultant al proiectului.

Productia celor trei spoturi a costat 40.000 de euro, iar difuzarea media a campaniei va fi gratuita. Ea face parte dintr-un program PHARE in valoare de 800.000 de euro, care se va derula pina in februarie 2008 si incearca sa ii faca constienti pe parintii romani de pericolul programelor tv nepotrivite asupra copiilor.

Evenimentul zilei/CNA educa parintii

Parintii sint tinta unei campanii initiate de Consiliul National al Audiovizualului (CNA), cu sloganul "Nu lasa copilul educat de televizor".

In trei spoturi, campania urmareste sa-i informeze pe parinti asupra riscurilor la care sint expusi copiii lor cand se uita la televizor nesupravegheati.

Buget de 40.000 de euro

Cele trei spoturi au fost realizate de firma Multimedia EST, iar productia lor a costat 40.000 de euro. Primul spot, intitulat „Somnul parintilor naste monstri“, va rula intre patru si sase saptamani, iar campania se va incheia in februarie 2008.

Sorin Psatta, director de cercetare al agentiei Graffiti BBDO si expert la proiectul Phare, a declarat ca cele trei spoturi sint construite pe structura cauza-efect. „Primul spot prezinta un copil care este victima pasiva a violentelor de la televizor. Urmatoarele doua spoturi sint consecinta a ceea ce se intimpla in primul spot“, a declarat Psatta.

Spoturile au bagat cearta in CNA

Difuzarea in premiera a spoturilor in sedinta CNA de ieri a starnit reactii diferite din partea membrilor forului, cativa comentand faptul ca nu au fost consultati cu privire la creatiile care vor rula pe TV. Radu Teodorescu si Constantin Dutu s-au declarat impotriva celui de-al doilea spot, ce infatiseaza un copil care injunghie o papusa si un tort.

Ei considera ca spotul ar putea avea efecte negative asupra copiilor care il vor viziona si si-au exprimat dorinta ca, pana la momentul difuzarii lui, acesta sa fie modificat.

Rasvan Popescu, presedintele interimar al CNA, a declarat ca menirea campaniei este sa socheze pentru a aminti parintilor ca forul nu poate sa le tina locul si ca acestia trebuie sa se implice activ in educatia copiilor. El a precizat ca spoturile vor fi difuzate la ore la care copiii n-ar

trebui sa fie in fata televizoarelor.

Campania face parte din proiectul Phare „Consolidarea si dezvoltarea expertizei profesionale in sectorul audiovizual din Romania”, care este gestionat de CNA.

Gandul

Protecția minorilor naște controverse în interiorul CNA

Doi membri ai Consiliului nu sunt de acord cu difuzarea a trei spoturi cu tema „Nu lăsa copilul educat de televizor!”, considerându-le prea violente

Un puști țintuit de televizor, în vreme ce părinții lui dorm; un altul, care la petrecerea de ziua lui, sfârtecă tortul, apoi ursulețul de pluș, cu mai multe lovituri de cuțit. În sfârșit, o fetiță dansând lasciv lângă o bară dintr-un vagon de metrou. Sunt cele trei ipostaze în care sunt prezentați copiii, în campania CNA pentru protecția minorilor. Efectele dăunătoare ale ignoranței și indiferenței părinților sunt prezentate în cadrul acțiunii botezate „Nu lăsa copilul educat de televizor!”, care totalizează cele trei spoturi mai sus pomenite și care vor fi difuzate în următoarele patru luni.

E firesc ca astfel de clipuri să-i indigneze pe părinții care se simt cu musca pe căciulă. Dar cele trei filmulețe au stârnit proteste chiar în interiorul Consiliului Național al Audiovizualului:

Constantin Duțu, membru CNA, a avut o reacție vehementă după ce le-a privit. „Trebuie să fii psihopat să dai așa ceva. Este un caz în care copilul trebuie dus la psihiatru, nu să mi-i dați mie ca exemplu”, a izbucnit scandalizat Duțu. Nici Radu Teodorescu, un alt coleg al său, nu este de acord cu difuzarea spoturilor. Cei doi au menționat și că nu au văzut filmulețele înainte ca acestea să ajungă la televiziuni

Președintele interimar al CNA, Răsvan Popescu, le-a replicat „contestatarilor” că orice membru CNA care s-a aflat în sediul instituției pe perioada verii a avut posibilitatea de a viziona spoturile. Mai mult, Popescu a explicat că această campanie se adresează părinților, nu celor mici. 800.000 de euro au ajuns, printr-un program PHARE, la campania „Nu lăsa copilul educat de televizor!”. Acțiunea va continua până în februarie 2008, iar prin derularea ei se urmărește conștientizarea adulților asupra pericolelor la care sunt expuși copiii, odată cu privitul în exces la programele tv.

Măsura a fost luată de CNA ca o reacție la emisiunile pentru copii cu conținut violent și conotații sexuale difuzate de televiziunile românești. (D.P.)