

### COMUNICAT / Media Expres lansează Anuarul 2007 și manualul “Televiziunea în era digitală” la Convenția de Comunicații prin Cablu

București (MEDIA EXPRES) / 12 Nov 2007 / Media Expres lansează Anuarul de cablu, DTH, TV, și radio ediția 2007 și primul manual de televiziune digitală, intitulat “Televiziunea în era digitală”, scris de Petre Varlam, Gheorghe Minea și Nicolae Stanciu, cu prilejul Convenției de Comunicații prin Cablu 2007, ce se desfășoară la Hotel Marriott, în perioada 13-14 noiembrie.

„Anuarul Media Expres apare pentru al cincilea an consecutiv, este primul anuar după aderarea la Uniunea Europeană și o primă fotografie de familie a industriei de cablu și audiovizual înaintea noilor provocări tehnologice ce vor urma, în special digitalizarea emisiei terestre”, a declarat Mihai Pavelescu, editorul publicației.

Pornind de la listele CNA și ANRCTI, combinate cu datele statistice oficiale, anuarul cuprinde în premieră o descriere a pieței cu cifre și statistici, ca și tradiționalele capitole dedicate operatorilor de cablu (acum listați și cu programele proprii), DTH, televiziune (românești și internaționale cu difuzare în România) și radio. Anuarul mai dedică capitole furnizorilor de echipamente și servicii. Nu lipsesc organizațiile profesionale și autoritățile cu competențe în domeniul comunicațiilor și media audiovizuale, proprietarii din audiovizual și un glosar de termeni de specialitate.

Ghidul apare însoțit de o altă premieră, posibilitatea utilizatorilor de a accesa versiunea on-line a Anuarului, la adresa [www.mediaexpres.ro](http://www.mediaexpres.ro).

“Manualul << Televiziunea în era digitală >> explică pe înțelesul fiecăruia cele mai mici mecanisme care contribuie la existența televiziunii, în era digitalizării. Este primul manual de televiziune digitală care se adresează elevilor și studenților, profesorilor dar și celor care lucrează în domeniul audiovizual precum și zecilor de antreprenori privați care operează licențe de televiziune cu acoperire națională, regională și locală.”, arată Răsvan Popescu, președintele CNA, în prefața lucrării.

Structurată pe 20 de capitole, în 384 de pagini, cu peste 100 de grafice și tabele, cartea include fundamentele teoretice ale televiziunii, istoria recentă a televiziunii digitale în Europa și în România, clarificări conceptuale privind televiziunile publică și cele private, explică aspecte ce țin de economia organizațiilor de media, organizarea producției de televiziune și sursele de venit sau măsurarea audienței TV.

Atât cartea cât și Anuarul Media Expres 2007 pot fi procurate în perioada 13-14 noiembrie de la standul Media Expres din cadrul Convenției de Cablu, sau pot fi comandate online la adresa [www.mediaexpres.ro](http://www.mediaexpres.ro).

Despre autorii manualului “Televiziunea în era digitală”

NICOLAE STANCIU un universitar reputat și fost director general adjunct al Televiziunii Române, este cel de numele căruia se leagă introducerea și folosirea în România a sistemului PAL, singura fără din fostul sistem socialist care a adoptat această specificație tehnică plină de avantaje tehnicoeconomice în materie de televiziune, în vreme ce toate celelalte țări din lagărul comunist foloseau sistemul SECAM.

PETRE VARLAM, autor de lucrări de specialitate în domeniul televiziunii, a proiectat și a lucrat timp de peste 40 de ani la Centrul de producție al televiziunii publice, pe care l-a și condus o lungă perioadă.

GHEORGHE MINEA a proiectat, lansat și dezvoltat una dintre platformele pionier de distribuție de televiziune digitală prin satelit din România, în sistemul DTH, Max TV.

Despre MEDIA EXPRES

MEDIA EXPRES SRL este o editură independentă, privată, înființată sub numele Media Manager în 1999, cu scopul de a edita revista de specialitate MEDIA EXPRES pentru radio, televiziune, televiziune prin cablu. Revista MEDIA EXPRES apare lunar conținând informații din domeniile: televiziune prin cablu, DTH, televiziune, radio, internet, comunicații și legislație. Revista apare în format A4, 20 - 38 de pagini color, și se distribuie exclusiv prin abonament sau colet ramburs prin poștă. Din iulie 2001, MEDIA EXPRES a lansat serviciul de știri MEDIA EXPRES RAPORT, iar din 2003 editează Anuarul MEDIA EXPRES, fiind partener media oficial al convențiilor anuale de cablu organizate de ACC.

Despre Convenția de Comunicații prin Cablu

Aflată la cea de-a 12-a ediție, Convenția de Comunicații prin Cablu este organizată de Asociația de Comunicații prin Cablu și este principalul eveniment anual al industriei de audiovizual și comunicații, ca și singurul târg de televiziune și echipamente de comunicații din România. Anul acesta Convenția se desfășoară în perioada 13-14 noiembrie, la Hotel Marriott și la ea sunt așteptați să participe peste 500 de invitați din România și străinătate.

## **Romania libera/Luni/12 noiembrie** **Sassu negociaza inca o aparitie la TVR a presedintelui Basescu**

Presedintele director general al SRTv, Alexandru Sassu, a declarat luni ca va incepe o negociere cu Presedintele pentru o noua aparitie la postul public a lui Traian Basescu, informeaza Hotnews.ro. Prezent la sedinta comisiei parlamentare pentru timpii de antena, Alexandru Sassu a cedat presiunilor facute de deputatul PD Valentin Iliescu.

Sassu nu a putut insa preciza cand si in cadrul carei emisiuni va putea sa apara seful statului. La sedinta de saptamana trecuta presedintele comisiei pentru timpii de antena, Ioan Bivolaru (PSD) anuntase ca membrii comisiei au ajuns la un consens privind faptul ca presedintele Traian Basescu si-a epuizat timpii de antena in cadrul emisiunilor televiziunii si radioului public. Deputatul Valentin Iliescu l-a intrebat insistent pe tot parcursul sedintei Sassu cand va putea sa apara din nou seful statului la emisiuni pe tema referendumului. Seful SRTv a evitat sa dea un raspuns, motivand ca presedintele statului si-a epuizat timpii la postul public. In final, exasperat de interventiile deputatului PD, Sassu a promis ca se va purta o negociere cu Administratia Prezidentiala.

De asemenea la finalul sedintei, membrii comisiei pentru timpii de antena au anuntat ca la inceputul saptamanii viitoare vor evalua monitorizarea CNA-ului privind emisiunile care au ca tema referendumul pentru votul uninominal.

### **www.interesulpublic.ro** **TVR poartă negocieri pentru îmbunarea președintelui** Stanca Chelbea

Televiziunea Română va negocia, din proprie inițiativă, cu Administrația Prezidențială, o nouă apariție televizată a președintelui Traian Băsescu într-o emisiune pe tema votului uninominal. Anunțul a fost făcut de președintele director al TVR Alexandru Sassu, care a transmis membrilor Comisiei parlamentare pentru repartizarea timpilor de antenă faptul că între televiziune și Președinție se vor purta negocieri pe această temă.

Cu toate acestea, Sassu nu a putut să precizeze la care dintre emisiunile televiziunii naționale ar urma să apară președintele Traian Băsescu. El va prezenta rezultatele discuțiilor cu Administrația Prezidențială în ședința Comisiei parlamentare pentru repartizarea timpilor de antenă, de la începutul săptămânii viitoare. Și Consiliul Național al Audiovizualului va prezenta o documentație pe tema echilibrului între părerile pro și contra sistemului de vot uninominal propus prin referendum. Documentația vizează emisiunile posturilor publice de radio și televiziune. În urmă cu o săptămână, Televiziunea Română s-a declarat dispusă să-i mai acorde timp de emisie șefului statului, în cazul în care Comisia parlamentară pentru stabilirea timpilor de antenă și CNA vor fi de acord cu o astfel de hotărâre. „În cazul în care Comisia parlamentară și CNA vor considera oportun ca TVR să aloce șefului statului și alți timpi de antenă față de intervenția de luni, 5 noiembrie a.c., Televiziunea publică va oferi acest spațiu”, se arată într-un comunicat de presă al TVR. Președintele Traian Băsescu s-a arătat extrem de nemulțumit de faptul că nu i s-a permis prezența în emisiunile TVR dedicate campaniei pentru referendumul privind votul uninominal.

De asemenea, PD, formațiunea condusă de Emil Boc, a anunțat că va renunța la unica emisiune în care este permisă prezența reprezentanților partidului, deoarece președintelui nu i se alocă timp de emisie.

### **Articole cu acelasi subiect :**

**Evenimentul zilei - TVR negociaza cu Basescu**  
**Romania libera - Cotroceniul vrea sa sparga blocajul TVR**  
**Cotidianul/Info/O emisiune pentru Basescu la TVR**  
**Ziua - Basescu vrea la TVR pe 23 noiembrie**

HotNews.ro, 12 nov 2007

**Sondaj CURS, la comanda CNA:**

**Gabriela Vranceanu Firea, Robert Turcescu - cel mai cunoscut, respectiv performant moderator politic**

Gabriela Vranceanu Firea si Robert Turcescu (foto site-urile Antena 3 si Realitatea TV) obtin scorul maxim de notorietate, respectiv de performanta intr-un clasament cu privire la moderatorii TV de talk-show-uri politice, potrivit ultimului sondaj CURS, realizat la comanda CNA.

Date tehnice

Esantionul planificat a fost de 2000 de subiecti cu varsta de 18 ani si peste, din gospodariile cu televizor (urban si rural). Eroarea maxima acceptata pentru acest esantion este de +/-2,2% la un nivel de incredere de 95%.

Precizari metodologie

Notorietatera a fost calculata ca raport procentual dintre cei cu opinii (care au facut aprecieri), adica treptele 1-5 ale scalei si toti cei intrebati (total esantion), adica treptele 1-6, iar scorul de performanta a fost calculat ca raport procentual dintre cei cu opinii favorabile (treptele 1 si 2 ale scalei) si toti cei care au facut aprecieri (treptele 1-5 ale scalei).

In clasamenul notorietatii, Vranceanu Firea este urmata de Marius Tuca, la diferenta de un punct si, tot la un punct diferenta, de Dan Diaconescu. In clasamentul performantei apar, pe primele trei locuri: Turcescu, Vranceanu Firea si Tuca.

#### **Scor de notorietate, primele 10 pozitii**

Sondajul "Influenta media asupra comportamentului electoral" a fost realizat de CURS la cererea CNA, pentru perioada septembrie - octombrie 2007.

- Gabriela Vranceanu Firea (Antena 3) 75%
- Marius Tuca (Antena 1) 74%
- Dan Diaconescu (OTV) 73%
- Ion Cristoiu (Antena 3) 71%
- Robert Turcescu (Realitatea TV) 67%
- Andrei Gheorghe (Realitatea TV) 66%
- Mihai Tatulici (Realitatea TV) 65%
- Radu Moraru (B1 TV) 55%
- Mihai Codreanu (Pro TV) 51%
- Horia Alexandrescu (OTV) 51%

#### **Scor de performanta, primele 10 pozitii**

- Robert Turcescu (Realitatea TV) 73%
- Gabriela Vranceanu Firea (Antena 3) 71%
- Marius Tuca (Antena 1) 69%
- Radu Moraru (B1 TV) 68%
- Mihai Tatulici (Realitatea TV) 57%
- Dan Diaconescu (OTV) 56%
- Razvan Dumitrescu (Realitatea TV) 54%
- Melania Medeleanu (Realitatea TV) 54%
- Ion Cristoiu (Antena 3) 54%
- Mihai Codreanu (Pro TV) 53%.

#### **Concluziile sondajului**

In general, emisiunile politice transmise de televiziuni tind sa fie percepute ca fiind putin obiective: 45% din popula?ie spun ca acestea sunt „putin obiective” (34% „putin obiective” si 11% „deloc obiective”).

Programele de stiri cele mai preferate de popula?ie pentru a urmari stirile politice sunt: stirile PROTV(25%), Oservator Antena 1 (22%), Jurnalul TVR1 (16%), stirile Realitatea TV (13%), Stirile Antena 3 (7%) si Adevarate stiri OTV (5%).

Intre stirile PROTV si Observator Antena1 continua sa existe o competitie stransa in ceea ce priveste dobandirea primului loc in preferintele popula?iei din punct de vedere al stirilor politice, in timp ce multe alte canale de televiziune, mai vechi sau mai noi, nu conteaza practic in aceasta lupta.

Stirile raman sursa principala pentru informatia politica. Aproximativ 80% dintre cei chestionati isi iau informatia politica de la televizor (in special cei care privesc foarte mult, peste trei ore).

Doar 5% utilizeaza ziarele sau radioul pentru a se informa cu privire la stirile politice.

In topul preferintelor ca sursa de informatie politica domina Pro TV, televiziune urmata, la diferenta mica, de Antena 1.

- [Detalii in paginile 92 -97 in sondajul CURS, pentru CNA](#)

## **Evenimentul zilei**

### **Arhanghelii plictiselii**

Radu Paraschivescu

#### **In lumea televiziunii prin cablu, "saizecistele" sunt posturile exilate dincolo de borna 60 a telecomenzii.**

Ce le-a impins acolo? Mediocritatea patentata, criza de idei si de subiecte, dotarea tehnica precara si lipsa profesionistilor. Nimerim peste aceste posturi-fantoma cand butonam inertial si efectuam, aproape fara voia noastra, recensamantul care masoara de fapt nivelul de impostura si veleitarism de pe Planeta TV.

In mod normal, mi-as spune ca e o pierdere de vreme sa scriu despre aceste forme fara fond. Singurul motiv pentru care o fac e dorinta de-a scapa de-o nedumerire: de ce renunta operatorii de cablu la posturi cunoscute, chiar respectabile, dar pastreaza in grila asemenea nevertebrate catodice? Cu alte cuvinte, prin ce conjunctura misterioasa suntem siliti sa ne despartim de Arte, Rai Due, RTL, TVE, DSF sau ESPN, dar ne pricopsim cu TVRM, Alfa TV, Flux TV, Partener TV sau Senso TV?

Mi se va invoca, probabil, miza nationala a amintitelor posturi, care se conecteaza la preocuparile si hobby-urile romanilor. Argumentul nu rezista, cata vreme telespectatorii au acces la Travel & Living, Extreme TV, History, Discovery, Animal Planet si programele de stiri care nu pun accent pe Romania. Mai mult, oferta acestor posturi la care nu se uita nici propriii angajati frizeaza penibilul, chiar daca pe site situatia arata cu totul altfel.

De pilda, cine intra pe pagina de web a postului Senso TV e dus cu zaharelul pana cand indicele glicemic o ia razna: „Senso TV isi propune sa transforme mentalitati, sa sparga clisee, sa alunge superficialul, sa ofere o noua perceptie asupra realitatii prin CUNOASTERE, ARTa, STIL (majusculele apartin autorilor). Publicul nostru este acela care apreciaza calitatea si are un stil de viata dinamic si rafinat”. Dupa o asemenea prezentare, te astepti sa vezi aici oameni pe langa care Bernard Pivot pare un troglodit, „Teleenciclopedia”, o concesie imunda, iar „Larry King Live”, un talk-show pentru microcefali.

Cand colo, dai peste acelasi Andrei Garici debitand ineptii („Unii spun ca egiptenii au copiat Sfinxul dupa Sfinxul nostru din Bucegi, numai ca asta privit din cealalta parte nu seamana nici macar cu o Baba”), peste o emisiune, „Zi si noapte”, bantuita de cateva clone ale unui Mick Jagger atins de epilepsie, peste „Astrosensuri”, un surrogat astrologic plasat sub un generic care exploateaza figura lui Nicolae Ceausescu, si multe alte aiureli.

Daca nu va ridicati la nivelul de rafinament cerut de Senso TV, repliati-va si comutati pe Flux TV. In weekend sau in saptamana de lucru, dimineata sau seara, pe lumina sau pe intuneric, va veti intalni negresit cu unul dintre urmatoarele produse: un interviu cu Ion Iliescu, Madalin Voicu sau Radu Mazare, o discutie neprotocolara cu Andreea Banica despre felul cum si-a amenajat apartamentul sau o sueta la care Alexandru Darie, Aurora Liiceanu, Cristian Pirvulescu si Venera Arapu sunt discutati de Dragos Olteanu cu privire la forta de impact a catorva branduri ale tranzitiei: Mamaia, Gica Hagi, Nadia Comaneci, Castelul Bran si - se putea fara? - George Becali. Un singur lucru s-a schimbat la Flux TV: a disparut reportajul din Tunisia, difuzat saptamanal, la jumatatea caruia camera operatorului se oprea asupra unei camile ce fornaia sceptic si apoi scotea un zgomot sugerand anumite neplaceri gastrointestinale. In rest, graficul de ocupare e acelasi. Nu mai conteaza ca realizatoarele interviurilor cu domnii Iliescu, Voicu si Mazare au demisionat din cauza ca nu mai fusesera platite de sase luni. Dupa cum n-are importanta ca Flux TV vinde tot atata publicitate cate filme porno difuzeaza Al-Jazeera. Postul nu dispune de o grila propriu-zisa, e mai discret ca un bancher elvetian, are audienta zero, dar emite in continuare. Chiar si asa, la margine de scala, arhanghelii plictiselii televizate invart afaceri si incaseaza bani. Insa la fel de inovati ca ei sunt CNA si operatorii de cablu. Primii fiindca au acordat licenta unor nulitati, ceilalti fiindca ni le vara pe gat. Chiar asa, n-am idee de vreun sondaj prin care abonatii sa fie intrebati ce prefera, bazaconiile lui Andrei Garici sau emisiunile de pe France 1? Ciorba reincalzita de pe Flux TV sau filmele de pe Arte?

## **Gandul**

### **Raiul telespectatorilor, coșmarul lucrătorilor în televiziune**

de Diana POPESCU

**Pentru „schimbarea la față” a televiziunii nu avem nici legislație, nici buget, nici strategie**

### **Odată cu aplicarea noului sistem, consumatorul va fi stăpân peste ce va vedea**

Pentru unii, 2012 înseamnă sfârșitul lumii. Pe site-urile mapamondului se găsesc tot felul de referiri la marele final care va să vină peste nici cinci ani. Într-o oarecare măsură, prorocii Apocalipsei au dreptate. 2012 va însemna sfârșitul televiziunii, așa cum o știm noi astăzi. Întreaga Uniune Europeană va face până atunci trecerea completă la televiziunea digitală, așa că nu vom avea altă soluție decât să ne conformăm. Totuși, ar fi nevoie de ceva mai mult decât bunăvoința noastră strămoșească, pentru a ne alinia noilor tendințe în materie. Ce ne-ar mai trebui? Infrastructură, buget, strategie, operatori licențiați, ofertă corespunzătoare de programe. Ce avem, la această oră? Nimic.

Ceva încercări de a ne aduce „în rând cu lumea” au existat. Au fost elaborate propuneri de aducere la zi a Legii audiovizualului, care să netezească drumul către digitalizare. Setul de amendamente a fost elaborat, în 2006, de CNA, Asociația Română de Comunicații Audiovizuale, Centrul pentru Jurnalism Independent, Agenția de Monitorizare a Presei și defunctul Inspectorat General pentru Comunicații și Tehnologia Informației. În luna aprilie a trecut de Cameră, din aprilie în octombrie a stat la Senat. Întrucât Senatul a respins legea, în forma ei revizuită, ne găsim la ora actuală în situația în care eram în 2006. Mai pe scurt, nu avem nici un „mugur” de reglementare în zona digitalizării.

Singurul pas înainte e reprezentat de o Hotărâre de Guvern din 5 octombrie 2007, care cere ca televizoarele din România vândute după 1 ianuarie 2008 să fie dotate cu decodoare sau interfață care să permită instalarea acestora. Pe de altă parte, prin Hotărâre de Guvern s-a stabilit că numărul maxim de licențe audiovizuale va fi decis de Ministerul Comunicațiilor și Tehnologiei Informației. Cum sancțiunile în domeniu vor rămâne la latitudinea Guvernului, rezultă că Executivul face tot: elaborează strategiile, se ocupă de licențiere și de pedepse. Miroase a monopol?

### **Publicitate în minus**

Lipsa unei legi nu-i împiedică pe români să viseze, așa că fiecare își poate imagina, în liniște, ce va însemna, de fapt, digitalizarea din 2012. Mai întâi de toate, o calitate mai bună a transmisiei video. În al doilea rând, o gamă de programe mult mai largă. În al treilea, și cel mai important, trecerea de la serviciul linear la cel nonlinear se traduce prin posibilitatea de a organiza programele din telecomandă, de a „preseta” grila personală. Consumatorul nu va mai fi „victimă” alegerilor furnizorului, având controlul absolut asupra pachetului pe care îl va viziona. Încă un aspect deloc neglijabil: publicitatea. Dacă fiecare controlează telecomanda, ce șanse sunt să includă benevol reclamă în programele lui? Carevasăzică, ar fi necesară o reinventare a publicității. Soluția ar fi ca privitorul să fie expus comunicării comerciale în timpul programelor pe care le alege.

### **Pretenții mai mari**

De cealaltă parte, furnizorii vor avea zile grele. Vor fi nevoiți să livreze către populație conținut relevant pentru „nișa de unu”. Adică să facă astfel încât fiecare potențial telespectator să găsească lucruri interesante în oferta lor. Până acum, bătaia era pe frecvențe. Din 2012 încolo, lupta crâncenă se va da pe conținut. Telespectatorul își va putea urmări programele favorite pe ecranul clasic, pe telefonul mobil, în fața computerului, pe orice dispozitiv electronic de care dispune.

Chiar dacă „tacâmurile” cu ajutorul cărora va consuma televiziunea se multiplică, furnizorii de programe se pot baza pe utilizarea diminuată de programe, din pricina pretențiilor mai mari și a unei concurențe crescute. Dar astea sunt, deocamdată, probleme teoretice. Realitatea ne arată, pentru moment, că România nu e pregătită pentru digitalizare, așa cum nu se simte bine nici la multe alte capitole.

# Moartea Elodiei ridică OTV-ul

Dispariția Elodiei Ghinescu, presupus asasinată de către soțul ei, a dublat audiențele lui Dan Diaconescu. Probabil că lumea nu mai citește romane polițiste. Se uită la OTV.

de Vasilica Slabu Rogozanu  
Andrei Rizescu

**P**e 14 septembrie, Dan Diaconescu aducea în atenția publicului său un caz misterios de dispariție a unei avocate din Brașov, Elodia Ghinescu. Procurorii cazului cred că e vorba de o crimă și îl indică drept principal suspect pe soțul acesteia, polițistul Cristian Cioacă. Dramă, suspans, lacrimi și o încurcătă intrigă amoroasă – iată ingredientele pentru care Dan Diaconescu și „detectivul” otv-ist Luis Lazarus transformă acest caz într-o reality-telenovelă. Emisiunea s-a transformat într-un serial dedicat Elodiei, care atinge, săptămâna aceasta, pragul celor 60 de episoade.

Senzațional – ca să cităm unul dintre termenii preferați ai lui Diaconescu – nu este subiectul în sine. Ci modul în care acest post de televiziune a reușit să atragă atâția telespectatori în fața televizorului bătând moneda pe trei variante (crimă, sinucidere sau înscenare), furnizând „dovezi” împachetate în pungi de plastic și având ca invitați personaje care își dau cu părerea ca niște adevărați profesioniști (săptămâna trecută, cântăreața Maria Cârnelci oferea perspectiva ei asupra evenimentelor) sau „privighetori” care compun balade pentru Elodia. Lucrurile nu se opresc aici. „În mod clar, vom duce cazul mai departe, până vom afla cine a ucis-o pe Elodia. Dezbaterem în fiecare zi. Cred că vom ajunge lejer la o sută de episoade”, spune Dan Diaconescu. Care are toate motivele de a fi optimist. În săptămâna dinainte de a începe cazul Elodia, potrivit cifrelor de audiență furnizate de TNS-AGB International S.R.L., emisiunea lui era urmărită în medie pe minut de 156.000 de telespectatori (rating 1.6%, ceea ce reprezenta 6.3% cotă de piață). Așa cum vedeți din graficul alăturat, audiența începe să crească constant, ajungând la 12.6% până la sfârșitul lui septembrie (adică 327.000 de telespectatori în medie pe minut), scade foarte puțin, apoi se menține constant, în jurul a 11 procente cotă de piață (aproximativ 320.000 de telespectatori în medie pe minut). Simplu spus: Elodia i-a dublat audiența lui Diaconescu.

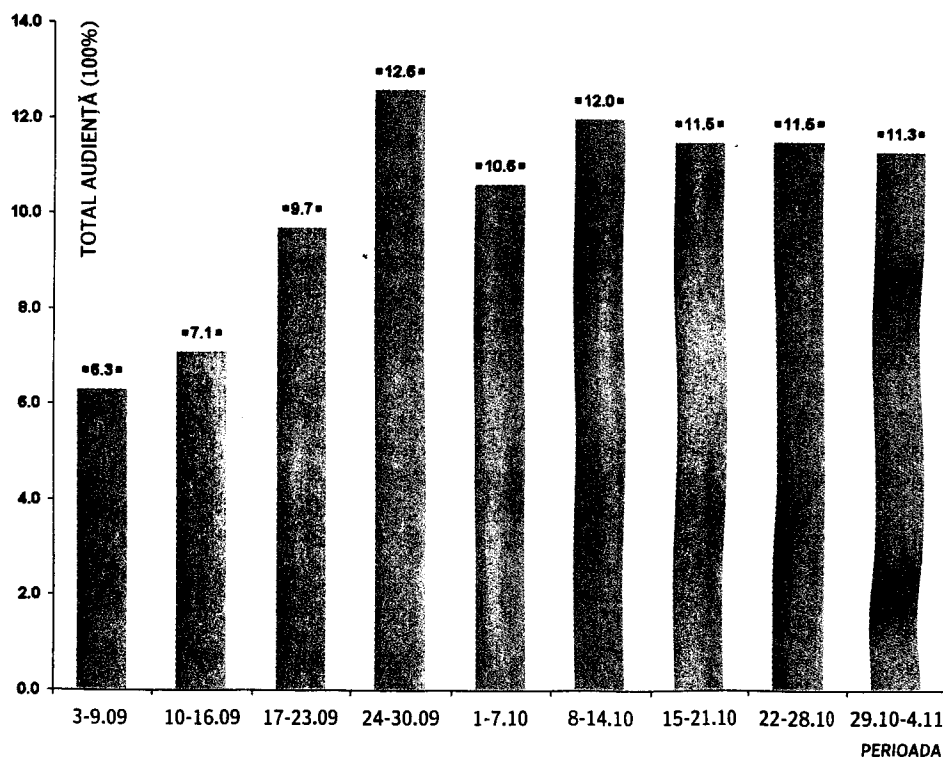
## Tintește bursa

Dezbaterea acestui caz a făcut din OTV un „trend-setter”, în sensul că, după succesul de audiență obținut de show-ul lui Diaconescu, și celelalte televiziuni au început să prezinte zilnic știri despre Elodia. Chiar și Marius Tucă a revenit pe micul ecran, spre sfârșitul lui octombrie, cu cazul avocatei. „Întotdeauna am fost atent la ceea ce se cere pe piață”, se mândrește Diaconescu, amintindu-ne că acesta nu este primul caz de acest fel „tocat” până la epuizare (vorbind de precedentele create de cazurile Tinu, Ralph sau Romanița Iovan vs. Iancu). Și, indiferent cât de ironic vrei să fii cu emisiunea sa – criticând calitatea invitațiilor, a poveștilor prezentate, a studioului în sine –, nu poți să nu remarci că OTV-ul a reușit să atragă atenția unor jucători cu nume de pe piața media care vor să investească în el. Ultimul: Sorin Ovidiu Vântu, care, potrivit informațiilor presei,

ar fi dat 20 de milioane pe OTV. Diaconescu neagă tranzacția și spune că are alte planuri pentru postul său. „OTV nu a fost vândut. E o minciună care a circulat prin presă și am dat dezmințire. Vreau să transform OTV din SRL în societate pe acțiuni. Într-adevăr, caut co-acționari. Am primit oferte de la aproape toate televiziunile importante din România. Vreau ca OTV să fie prima televiziune românească listată la bursă. Iar pentru a face această operațiune, capitalul minim social trebuie să fie de 2.000.000 de dolari.”

În aceste condiții, amenda de o sută de milioane de lei vechi primită de la CNA, în urma sesizării făcute de către părinții Elodiei, chiar nu mai contează. ●

**LU-VI** 20.15, OTV  
„Dan Diaconescu Direct”  
**SA-DU** 21.00, OTV  
„Dan Diaconescu Direct”



**COTĂ DE PIATĂ.** Cifrele reprezintă media săptămânală a cotei de piață, adică parte din totalul audienței (considerată 100%) pentru un canal TV.

Măsurătorile au fost efectuate în perioada 3 septembrie - 4 noiembrie 2007, pe public all urban inclusiv vizitatori (9.990.000 telespectatori), pe intervalul orar 19.00-02.00. Sursa: TNS-AGB International S.R.L.; Copyright: ARMADATA S.R.L.