

Revista Presei CNA_13- 14-15 ianuarie

NewsIN

CNA a acordat 14 noi licențe radio

În ședința de vineri Radio Guerrilla, Național FM și postul pentru copii Radio Itsy Bitsy se numără printre câștigătorii celor 14 noi licențe radio acordate de Consiliul Național al Audiovizualului (CNA) în ședința de vineri.

Organismul de reglementare în audiovizual a acordat cele 14 frecvențe după cum urmează: Impact Media Suceava, pentru Impact FM Iași (88,4 Mhz), Rado Prest Constanța pentru Radio Litoral Medgidia (92,8 Mhz), On Air Studio pentru Itsy-Bitsy Năvodari (98,2 Mhz), Realitatea Media pentru Radio Guerrilla Piatra Neamț (102,3 Mhz), Compania de Radio Pro pentru Pro FM Pitești (91,7 Mhz), Allamo Impex 97 Târgu Mureș pentru Radio Gaga Reghin (94,7 Mhz), Radioteleviziunea Transilvania Brașov pentru RTT FM Rupea (90,3 Mhz), Arhiepiscopia Ortodoxă Română Alba Iulia pentru Luduș (98,6 Mhz), BBC România pentru Sibiu (88,4), Radio Deea Onești pentru Suceava (97,1 Mhz), Minisat Telecom Târgoviște pentru Radio Minisat Titu (91,9 Mhz), Grupul Media Camina pentru Rradio Romantic Topolog (90,6 Mhz), Media Star Slobozia pentru Sud Est Urziceni (91,8 Mhz) și ABC Plus Media pentru Național FM Zimnicea (94 Mhz).

Inițial, CNA a scos la concurs 21 de frecvențe radio, însă numărul acestora a fost suplimentat cu patru, potrivit reprezentanților CNA. Zece dintre acestea au fost acordate în prima zi a concursului, desfășurată joi, iar vineri au fost acordate 14, cele enumerate mai sus. Frecvența de la Sănnicolaul Mare (1,584 Khz, singura pe AM) nu a fost solicitată de nicio societate.

Printre câștigătorii de joi s-au numărat SBS Broadcasting, care operează Kiss FM și Magic FM, BBC România, Compania de Radio Pro, care operează Pro FM și Info Pro, și Mitropolia Moldovei și Bucovinei.

CNA este o autoritate publică autonomă sub control parlamentar, care reglementează activitatea în domeniul comunicării audiovizuale.

Reporter Cătălin Daniel Cocoș

Editor Larisa Ghitulescu

Articole cu același subiect :

Evenimentul zilei

Inca 14 licențe radio la CNA

DEEA-ROMANTIC-LICENȚE / Radio Deea și Romantic au licențe de mare putere

București (MEDIA EXPRES) / 12 ian 2007 / Radio Deea și Radio Romantic au primit la 12 ianuarie licențele pentru radio de putere mare, cu emisie de la Suceava, pe 97,1MHz, respectiv Topolog (jud. Tulcea) pe 90,6MHz. Ambele vor emite cu o putere de 3 Kw.

În a doua zi de concurs, CNA a mai votat pentru acordarea următoarelor licențe de radio: S.C. Impact Media SRL Suceava (Impact FM) la Iași, pe 88,4MHz, (putere doar 10 wați, licență de campus universitar), Arhiepiscopia Ortodoxă Română Alba Iulia (Radio Reîntregirea) la Luduș pe 98,6MHz, S.C. Rado Prest SRL Constanța (Radio Litoral) la Medgidia pe 92,8MHz (2 Kw), S.C. On Air Studio SRL București (Itsy –Bitsy) la Năvodari, pe 98,2MHz, S.C. Realitatea Media S.A. (Radio Guerrilla) la Piatra Neamț, pe 102,3MHz, S.C. Compania de Radio Pro SRL București (Pro FM) la Pitești, pe 91,7MHz, S.C. Alamo Impex 97 SRL Tg. Mureș (Radio Gaga) la Reghin, pe 94,7MHz, S.C. Radioteleviziunea Transilvania SRL Brașov (RTT FM) la Rupea, pe 90,3MHz, S.C. BBC România SRL București (Radio BBC Romania) la Sibiu, pe 88,4MHz, S.C. Minisat Telecom SRL Târgoviște (Radio Minisat) la Titu, pe 91,9MHz, S.C. Media Star SRL Slobozia (Sud Est) la Urziceni, pe 91,8MHz și S.C. ABC Plus Media S.A Oradea (Național FM) la Zimnicea, pe 94,0MHz (putere de 2Kw).

CNA nu a acordat licența în banda de frecvențe AM de la Sînnicolau Mare, pe 1,584Khz, (putere 1Kw) deoarece nici o companie de radio nu s-a arătat interesată să o ia. Investiția pentru a pune în funcțiune un emițător în banda AM este foarte mare, între 50.000 și 100.000 de euro, au comentat unii participanți la concursul de licențe. Radio Micul Samaritean este unul dintre posturile de radio care folosește astfel de emițătoare.

Ralu Filip, președintele CNA, a promis în cadrul audierilor în două rânduri că va cere IGCTI să identifice mai multe rețele de frecvențe de mică putere care să fi acordate unor minorități. Printre cei cărora Filip le-a promis licențe dedicate se numără reprezentanții programului de radio pentru copii Itsy Bitsy și ai Minorității Turce din România.

Evenimentul zilei "Celularul", obsesia verde

Petrisor Obae

Un program prezentat drept serial de Prima TV este, de fapt, reclama excesiva pentru Cosmote.

O fata sta pe pat. Este imbracata in verde. Citeste o revista. Se plictiseste si o arunca pe pat, astfel incat sa ramana la vedere coperta cu reclama Cosmote. Suna telefonul. Prim-plan cu doua celulare Samsung (alta marca prezenta intens in serial). Vorbeste cu prietena ei al carei prieten, aflam, este (sic!) ecologist. Din dialog: „Cum sa ma imbrac? Ce zici de niste blugi si un tricou? Iti fac eu cadou un tricou Cosmote” (scoate tricoul din dulap si se uita la el, desi vorbea la telefon!). La final, vin toti prietenii cu care a vorbit la telefon: unul imbracat in verde, altul cu flori cu hartie verde si, normal, o punga de cadouri verde, cu sigla Cosmote...

Nu este o fantezie a unui obsedat de verde si de Cosmote, e doar un episod din serialul „Celularul”, difuzat zilnic de Prima TV. Intr-un alt episod, o fata vorbea la telefon dintr-o statie RATB cu reclama Cosmote. Din cand in cand, trecea un autobuz „imbracat” in Cosmote... Statea la taclale cu prietena ei, care era la coafor si isi punea bigudiuri - cum altfel? - verzi. Beneficiile abonamentelor la operatorul de telefonie mobila erau printre subiectele de discutie...

La limita legii

Programul este prezentat de Prima TV ca un serial. De altfel, de pe site-ul postului TV aflam ca, „in fiecare episod, telespectatorii afla mai multe despre prietenia, sentimentele si conflictele dintre sase tineri, ascultandu-le conversatiile telefonice. Telefonul mobil uneste toate personajele si ajuta la conturarea personalitatilor”.

Numele serialului apare permanent in stanga ecranului si contine, usor mascat, sigla Cosmote. Prezenta excesiva a operatorului Cosmote si a produselor Samsung (prim-planuri de durata cu produsele si sigla marcii) incalca insa Codul de reglementare a continutului audiovizual.

Fara exagerari

Reglementarea permite plasarea produselor (asa-numitul „product placement” prin care, de exemplu, un protagonist poate citi un anume ziar sau poate bea o anume marca de suc) in seriile de fictiune, dar numai in anumite conditii. Astfel, conform codului se spune ca produsele trebuie „sa se incadreze in mod natural in desfasurarea productiei audiovizuale”.

Acelasi articol precizeaza clar „sa nu fie acordata o vizibilitate exagerata produsului/serviciului, cum ar fi mentionarea marcii unui produs sau prezentarea unui produs in prim-plan ori dintr-un unghi care sa permita evidentierea marcii”. Reprezentantii Prima TV au refuzat sa raspunda intrebarilor EVZ legate de regimul serialului (publicitate sau program de fictiune) si de raportul cu reglementarile audiovizuale.

„Prima TV isi rezerva dreptul de a nu raspunde la intrebarile primite din partea publicatiei „Evenimentul zilei” si de a nu face niciun alt comentariu referitor la programul intitulat „Celularul”, a declarat Catalina Balasoiu, coordonator mass-media Prima TV.

Producatorul executiv al serialului, Daniela Ostahi, i-a inchis telefonul redactorului EVZ. „Luati legatura cu departamentul de PR. Nu intra in competenta mea. Nu sunt obligata sa raspund”, a spus Daniela Ostahi si a intrerupt convorbirea.

Presedintele Consiliului National al Audiovizualului, Ralu Filip, a declarat ca se va pronunta dupa analiza in Consiliu a serialului de pe Prima TV.

Pozitia Cosmote

Prima TV a venit cu ideea

Singurii care au raspuns intrebarilor EVZ au fost reprezentantii Cosmote. Ideea serialului de pe Prima TV a venit din partea postului de televiziune, spun oficialii operatorului de telefonie mobila. Potrivit Terezei Valcan, director de relatii publice Cosmote, „Prima TV a venit la Cosmote cu propunerea de colaborare pentru serialul-pilot”.

„„Celularul”, a spus Valcan, este un program de succes la nivel international, achizitionat de la ELECOM, Franta, de catre Prima TV.”

Cosmote este sponsor al serialului si beneficiaza si de product placement in cadrul pachetului de media. Contractul este derulat prin agentia United Media.

„Cosmote nu influenteaza scenariul serialului in niciun fel. Scenariul este realizat in totalitate de producatorii sai de la Prima TV”, a continuat Tereza Valcan.

„Atat Cosmote, cat si agentia de publicitate au rolul de consilieri in ceea ce priveste product placementul, modul de prezentare a marcii, astfel incat elementele vizuale utilizate sa corespunda manualului de identitate a marcii”, a mai spus reprezentantul operatorului de telefonie mobila.