

## Revista Presei CNA\_15 februarie 2007

### LEGEA AUDIOVIZUALULUI-MODIFICARE / Comisia de Cultură a Camerei a aprobat modificările la Legea audiovizualului

București (MEDIA EXPRES) / 14 feb 2007 / Comisia de Cultură a Camerei Deputaților a finalizat, marți, 13 februarie, discuțiile pe marginea modificării Legii audiovizualului.

Ioana Avădani, directorul Centrului pentru Jurnalism Independent, consideră că modificarea legii audiovizualului fixează în sfârșit cadrul pentru trecerea la digitalizarea radio și TV, obiectiv fixat pentru 2012 și aflat în prezent într-un stadiu "extrem de întârziat". "În 2012 facem switch-over-ul și noi n-avem legislație", a spus reprezentanta societății civile.

În al doilea rând, legea audiovizualului include acum în textul său reglementarea campaniei electorale și abaterile de la buna desfășurare a acesteia sunt "judecate" de CNA, eliminând intervențiile biroului electoral central sau ale birourilor locale. Foarte important este de asemenea, în opinia Ioanei Avădani, faptul că spoturile publicitare electorale nu mai sunt obligatoriu incluse, la televiziune, în limita spoturilor comerciale.

Președintele CNA, Ralu Filip, prezent la discutarea legii în Comisia de Cultură a Camerei Deputaților, a propus instituirea unei taxe de licență audiovizuală, motivând că aceasta ar corespunde practicii internaționale și ar ajuta la eliminarea televiziunilor și radiourilor "de cartier" sau "de apartament".

Propunerea nu a fost îmbrățișată de deputații din Comisia de Cultură. Deputații au servit diverse argumente, plecând de la faptul că introducerea unei noi taxe nu ar fi o măsură populară în condițiile instabilității politice actuale și mergând până la argumentul conform căruia CNA are și în prezent destule mecanisme pentru a elimina televiziunile și radiourile care nu corespund criteriilor de calitate.

Proiectul de modificare a legii audiovizualului urmează să intre în dezbatere la Comisia de Cultură a Senatului.

[www.hotnews.ro](http://www.hotnews.ro)

#### "Publicitatea electorală" pe radio și TV - legiferată

Postat în [Info](#) de [Ioana Avădani](#) pe 13 februarie 2007, la ora 9:11 pm

Prevederile care reglementează derularea campaniei electorale la radio și TV vor fi incluse în Legea Audiovizualului, potrivit votului exprimat astă seară în Comisia de mass media a Camerei Deputaților. Pentru prima dată sunt formulate prevederi legale care reglementează publicitatea electorală, descriind condițiile în care aceasta poate fi difuzată:

- condiții egale de acces și plată pentru candidați;
- difuzarea în cadrul duratei legale a calupurilor publicitare (12 minute/oră pentru posturile private, 8 minute/oră pentru cele publice) și astfel, publicitatea electorală "mușcă" din timpul publicității comerciale;
- difuzarea separat față de publicitatea comercială (separarea se poate face prin semnale sonore și vizuale).

Este interzisă difuzarea de publicitate electorală în afara calupurilor de publicitate marcate ca atare (așa numitele "spoturi izolate"). Este, de asemenea, interzisă, difuzarea de publicitate electorală negativă.

Totodată, setul de amendamente și completări la Legea Audiovizualului adoptate în Comisie descrie condițiile impuse candidaților și radiodifuzorilor pe parcursul campaniei electorale, dar și în perioada de **precampanie** - definită drept perioada dintre anunțarea oficială a datei alegerilor și începutul campaniei electorale. Ca atare, cu alegerile pentru Parlamentul European anunțate pentru 13 mai, dacă legea ar fi în vigoare, am fi în "precampanie".

Introducerea acestor prevederi în legea Audiovizualului are, în opinia mea, două efecte pozitive:

- analiza campaniei și rezolvarea plângerilor se va face de către CNA, un organism care știe cum funcționează media, și nu de către Biroul Electoral Central sau de cele județene (cu care am mai

avut experiențe de râsu'-plânsu', când au încercat să impună restricții de campanie și presei scrise, aplicându-le reguli valabile numai pentru audiovizual);  
- Legea Audiovizualului este o lege mai stabilă, se schimbă mai rar decât cea electorală care, până acum, a suferit modificări la fiecare set de alegeri.

## **MEDIAEXPRES**

### **IAA vrea campanie de informare**

IAA Romania a propus ieri realizarea unei campanii de promovare a stilului de viața sanatos timp de un an, anunța agentia Mediafax.

Inițiativa a venit în urma unei serii de întâlniri între membrii Consiliului și publicitari. CNA a propus, în urma cu câteva săptămâni, modificarea Deciziei cu privire la publicitatea din audiovizual, prin eliminarea din publicitatea TV a recomandărilor medicale pentru alimente și produse de larg consum, cu excepția celor destinate igienei personale.

CNA a mai cerut ca reclamele la mezeluri să informeze publicul care este procentul de carne dezosată mecanică, reclamele la sucuri să precizeze procentul de concentrat natural și de zahăr, reclamele pentru lactate să menționeze procentul de grăsimi, iar reclamele la chipsuri să spună care este procentul de sare.

IAA consideră că luarea acestei decizii va induce în eroare consumatorii, prezentând informații incomplete. CNA și IAA se vor întâlni din nou săptămâna viitoare.