

### Ziua

#### Spotul ZIUA macelarit

CNA recunoaste ca nu are dreptul la cenzura, dar cere eliminarea pasajului referitor la Basescu Consiliul National al Audiovizualului a respins ieri contestatia depusa de reprezentantii ziarului Ziua cu privire la interzicerea spotului de promovare al cotidianului. Pe ordinea de zi a sedintei CNA-ului, contestatia ziarului ZIUA a fost discutata ultima, dupa ce a fost audiat Dan Diaconescu si au fost analizate cateva emisiuni TV si spoturi publicitare. Dupa discutii indelungi decizia de respingere a fost adoptata cu un vot impotriva (Rasvan Popescu) si o abtinere. Chiar daca membrii CNA au recunoscut ca nu au dreptul de a cenzura, ei au decis ca spotul incriminat sa nu mai fie difuzat pana nu se elimina pasajul care face referire la administratia prezidentiala.

Jos degetul de pe Presedinte!

In discutiile purtate in sedinta CNA-ului, in prezenta directorului de Comunicare ZIUA, Andrei Stoiciu, Ralu Filip (foto), presedintele CNA, a subliniat ca in spot este un mesaj politic negativ. "E o guvernare foarte buna, oamenii se intorc foarte multumiti, oamenii vor vota iar presedintele are o problema. Iar serviciile il intreaba: <<Ce sa le facem?>>. Ce sa le faceti? Lasati sa voteze. De ce sa fie ingrijorat serviciul de paza al presedintelui si prezedintele de votul acestor milioane de romani?", a spus Ralu Filip. Astfel membrii CNA nu au agreat ideea din spot ca presedintele este ingrijorat de situatia creata prin intoarcerea romanilor din strainatate si au considerat ca este transmis un mesaj "politic negativ". "Noi ne-am dat seama ca cineva care place Guvernul arata cu degetul spre presedinte", a declarat Cristina Trepcea. "Prin acest spot opuneti guvernarea Presedintiei", a mai afirmat unul din membrii CNA-ului.

"Umorul ZIUA nu este gustat de CNA"

In replica, Stoiciu a afirmat ca spotul publicitar a fost facut intr-o nota umoristica si pe baza unor studii si analize pe focus-grupuri. "Nu intotdeauna ceea ce inteleg profesionistii este identic cu ceea ce intelege sau interpreteaza publicul larg. Spotul este o naratiune fantezista. Oamenii isi doresc sa vada agenti de securitate speriasi, asa arata toate sondajele, de aceea am optat pentru a arata panica unor agenti, alesi si construiti caricatural. Din punctul nostru de vedere este foarte clar ca totul este construit pe un ton umoristic: Romania cu 30 de milioane de locuitori, persoanele care se intorc in masa in Romania etc", a afirmat Stoiciu.

Reprezentantul ZIUA a cerut membrilor CNA sa spuna clar ce ar trebui scos din clip pentru a intra in legalitate, iar in raspunsul CNA-ului sa se precizeze exact ce nu este in regula cu spotul. De asemenea, a amintit membrilor CNA de cheltuielile facute cu realizarea acestui spot si pierderile pe care ziarul le are prin intreruperea difuzarii clipului publicitar.

Decizie definitiva

In raspunsul CNA-ului la contestatia ziarului ZIUA se precizeaza ca s-a considerat ca "respectivul spot promoveaza un mesaj politic care implica administratia prezidentiala, ceea ce contravine prevederilor legislatiei audiovizuale, cat si Recomandarii CNA din 16 martie 2004.

Conform reglementarilor actuale, prin publicitate politica se intelege orice clip publicitar care promoveaza un partid, un om politic sau mesaj politic. Publicitatea politica este permisa doar in perioada campaniilor electorale. Mai mult, in Recomandarea CNA se cere in mod expres radiodifuzorilor sa evite "transformarea publicitatii comerciale in publicitate politica, pozitiva sau negativa". Membrii CNA considera ca in spotul publicitar pentru ziarul ZIUA exista mesaj politic neechivoc, ce foloseste trasaturi recognoscibile ale presedintelui, pus intr-o situatie inconfortabila, tradusa, printr-o intrebare retorica, cu tinta electorala. In aceste conditii, respectivul spot - in secventele care il implica pe presedinte - incalca prevederile legale".

MediaSind este alaturi de ZIUA

MediaSind precizeaza ca din spotul publicitar "ZIUA" nu rezulta promovarea unor mesaje politice si lezarea in vreun fel a imaginii institutiei prezidentiale si implicit a presedintelui Traian Basescu, asa cum sustine CNA. "Consideram ca nici o institutie cu atributii in reglementarea activitatilor mass-media, asa cum este CNA, nu trebuie sa emita decizii cu conotatii politice, care pot sugera implicarea institutiei pe de o parte sau alta a spectrului politic. Libertatea de exprimare este un drept fundamental ce trebuie respectat de toata lumea. De altfel, US MediaSind a mai constatat unele decalaje ale CNA in ceea ce priveste respectarea deontologiei profesionale asa cum s-a intamplat in cazul interzicerii emisiunii "Gandul de seara" de la TV Galati in care erau invitati liderii Sindicatului de la Mittal Steel Galati. Asa cum am procedat si in cazul TV Galati, US MediaSind va solicita Comisiilor de Cultura ale Parlamentului sa ancheteze si acest caz", se arata intr-o scrisoare semanta de Razvan Huzuneanu, secretar general US MediaSind.

Corina Scarlat

## **PUBLICITATE-SANȚIUNI / CNA a somat televiziunile și radiourile să difuzeze avertizarea legată de excesul de sare, zahăr și grăsimi**

București (MEDIA EXPRES) / 19 apr 2007 / Întruniți în ședință publică la 19 aprilie 2007, Consiliul Național al Audiovizualului a decis să sancționeze cu somație publică TVR 1, TVR 2 și OTV pentru nerespectarea prevederilor art. 138 (5) din Codul de reglementare a conținutului audiovizual deoarece nu au inserat, în nici unul din calupurile publicitare difuzate în intervalul orar 06.00 – 22.00, în perioada 3 - 17 aprilie, avertizarea „Pentru sănătatea dumneavoastră evitați excesul de sare, zahăr și grăsimi”.

CNA a somat public Analog TV Timișoara deoarece a încălcat prevederile referitoare la publicitatea pentru produsele auto în emisiunea „Auto show room” din data de 12 februarie 2007, transmisă în reluare în 1 februarie și emisiunea din data de 19 februarie, transmisă în reluare pe 20 februarie.

CNA a somat public posturile de radio Europa FM, Info Pro, Radio Guerrilla și Mix FM deoarece în perioada 2 – 16 aprilie nu au respectat prevederile art. 138 (5) din Codul de reglementare a conținutului audiovizual și nu au inserat, în nici unul din calupurile publicitare difuzate în intervalul orar 06.00 – 22.00, avertizarea „Pentru sănătatea dumneavoastră evitați excesul de sare, zahăr și grăsimi”.

### **NewsIn**

#### **Dan Diaconescu: Am primit oferte de cumpărare pentru OTV de la Vântu și Patriciu**

Patronul OTV, Dan Diaconescu, a declarat joi, în ședința Consiliului Național al Audiovizualului (CNA), că a primit oferte de cumpărare pentru OTV și DDTV de la oamenii de afaceri Sorin Ovidiu Vântu și Dinu Patriciu.

"Problema mea este că toți cumpărătorii vor să vând și DDTV. Se gândesc că merg pe DDTV și fac un OTV din el", a declarat Dan Diaconescu în fața membrilor CNA. "Am primit oferte de 5 - 6 milioane de euro de la domnul Vântu, dar nu i-o vând. Patriciu vrea să facă o televiziune de știri de genul celor de la Pro TV, de la ora 5", a mai declarat directorul OTV, Dan Diaconescu.

Oamenii de afaceri Sorin Ovidiu Vântu și Dinu Patriciu nu au putut fi contactați pentru a comenta aceste afirmații.

Potrivit propriilor declarații, Sorin Ovidiu Vântu deține controlul grupului de presă Realitatea - Cațavencu. Acesta are în componență, printre altele, televiziunile Realitatea TV, The Money Channel și Romantica, agenția de presă NewsIn, publicațiile "Academia Cațavencu", "Cotidianul", "Money Express" și "Idei în Dialog" și rețeaua Radio Guerilla.

Omul de afaceri Dinu Patriciu controlează Adevărul Holding, trustul de presă care deține cotidienele "Adevărul" și "Averea" și grupul de presă Satiricon, care cuprinde "Dilema veche", "Dilemateca" și "Aspirina".

Deținătoarea licenței audiovizuale a postului OTV este, potrivit CNA, societatea Ogram Televiziune SRL, al cărei asociat unic este Dan Diaconescu.

Editor Bogdan Oprea

#### **Articole cu același subiect :**

##### **Gandul**

**Dan Diaconescu: Sorin Ovidiu Vantu vrea sa cumpere OTV**

##### **Jurnalul National**

**Diaconescu dixit - Sorin Ovidiu Vântu vrea să cumpere OTV**

# Milionul lipsă

– cum să eliminăm scandalurile din programele TV? –

**S**e părea ca totul era decis. Zilele alunecau de la sine sub rutina derizoriului. Iar acest derizoriu obtura aproape fără excepție orizontul canalelor de televiziune. Și, iată, în Săptămâna Mare, s-a dovedit că drumul nu ajunsese până la capăt. Se putea încă mai „mult”. Revedeam (la orele după-amiezii) *Isus din Nazareth* (ultima serie, la PRO TV), ascultam magicele: „Eli, Eli, lama sabahtani!”, memoram cuvintele Apostolului, auzind atât vuietul sfișierilor lăuntrice cit și pe cel al întregului univers: „Ci Isus, strigînd încă o dată cu glas mare, și-a dat duhul. Și, iată, catapeteasma templului se sfișie în două, de sus până jos, iar pămîntul se cutremură și stîncile se despicară. Mormintele se deschiseră...” (Matei, 27, 50-52). Exact în acea clipă, supraveghetorii postului de televiziune întrerup filmul și fac loc reclamelor pentru detergenți, cosmetice etc. Este un gest (instituțional) ce dă măsura deplinei indiferențe (ca să nu spun alte, mai grave, cuvinte) față de ascultători. Nimic, chiar nimic nu poate opri – oare – metronomul (interesul) financiar al reclamelor?

Să fie aceasta unica explicație a derapajelor programului TV? Fără îndoială că nu. Și o dovadă palpabilă că situația tinde să scape de sub control este scăderea ratingului jurnalelor, cu 2-3 puncte față de februarie 2007 sau martie 2006. Recent, *România liberă* sesizează nu doar fenomenul, ci și posibilele sale explicații, iar titlul articolului spune, de la bun început, totul: „Marea plictiseală” – „Cei mai înrăiți consumatori de știri e imposibil să nu se fi plictisit de aceiași actori care repetă/recită zilnic aceleași atacuri. Faptul că totul a devenit atât de previzibil de la un moment dat încolo produce publicului senzația naturală de regurgitare. Or, dacă oamenilor politici nu le pasă de acest fenomen și-și văd nepăsători de luptele care nu se mai sfîrșesc, producătorilor jurnalelor lucrul acesta ar trebui să le dea de gîndit și să caute o rețetă în care gramajul de informație cu adevărat utilă publicului să fie preponderent. Marea plictiseală se resimte în audiența tuturor celor trei posturi și asta pentru că telecomanda nu mai servește la nimic altceva decît la închiderea televizorului”. Cele trei posturi sînt PRO TV, Antena 1 și TVR.

O primă soluție, așadar, este închiderea televizorului. E ceea ce s-a numit printr-o metaforă (teribilă metaforă!)

„milionul lipsă”. În Japonia, Coreea de Sud, Taiwan, ei sînt *hikikomori*, sindrom/fenomen de patologie socială și familială cuprinzînd adolescenți/tineri (77% de sex masculin) care locuiesc închiși în casă/cameră, timp de luni/ani, refuzînd comunicarea cu familia/prietenii și acceptînd-o doar pe cea cu/prin Internet. *Video-copilul* (Giovanni Sartori, *Homo videns. Televisione e post-pensiero*, 1997; trad. rom., *Homo videns. Imbecilizarea prin televiziune*, Editura Humanitas, 2005) rămîne expulzat în trecut, el cel format de televiziune și neavînd, în consecință, îndemînarea folosirii abstracțiunilor, întrucît „televiziunea produce imagini și anulează conceptele”. În schimb, Internetul învinge în rîndul celor activi care resping soluțiile de-a gata în favoarea dialogului, a spiritului creativ/creator, cu disponibilități în cultivarea abstracțiunilor. Cu riscul de a pierde simțul realului, de a nu mai ști să traseze granița adevăr/fals, real/imaginar. Un risc? Mai degrabă un drog, drogul lumilor imaginare pe care îl cunoaștem atât de bine, și pe el și uluitoarele lui înfățișări, încă din vremurile cînd Internetul nu era nici măcar un cuvînt sau o noțiune, nici măcar un gînd. „De ce ne îngrijorează – se întreba Jorge Luis Borges în *Magii parțiale în Don Quijote* –, de ce ne îngrijorează faptul că harta este inclusă în hartă și o mie și una de nopți în cartea *O mie și una de nopți*? De ce ne îngrijorează că Don Quijote e cititor al lui *Don Quijote* și Hamlet spectator al lui *Hamlet*? Cred că am găsit cauza: asemenea inversiuni sugerează că, dacă personajele unei ficțiuni pot fi cititori sau spectatori, noi, cititorii sau spectatorii acesteia, putem să fim ficțiuni.” Ficțiune, joc secund. *Second Life*. Un vast teritoriu digital

5.288.311 de autori la 6 aprilie 2007. Brand: imaginează și creează propria ta lume. La FAQ: „Ce e *second life*? Cînd voi putea avea o bucată de pămînt acolo? E adevărat că pot avea propria mea insulă?”. Viața reală și imaginile vieții reale proiectate pe micul ecran sînt, astfel, puse între paranteze. În zare, nu foarte departe totuși, se anunță o lume „nouă”, ce are însă urgentă nevoie de reglementări specifice, cum semnalează și Anca Scarlat în „Dubla personalitate și traficul artificial” (*Jurnalul național*, 10 aprilie 2007) sau, în urmă cu cinci zile, în „Furtul de identitate în lumea www.” (*Jurnalul național*, 5 aprilie 2007): o discuție cu necunoscute voci virtuale și cunoscuți ofițeri de poliție. Unul dintre ei, dl Virgil Spiridon, șeful Departamentului Infrațțiuni pe Internet, ne asigură: „Cum ați spus, avem pe Internet o lume virtuală, oricine poate zice orice, uneori chiar face ceva, evident că, dacă va încălca legea, va răspunde”. Așa să fie!

Sînt teme, aspecte, implicații pe care nu avem nici un motiv să nu le punem urgent în discuție pentru că ele sînt ale zilei de mîine.

Cît despre ziua de ieri, aș întîrzia asupra unui gest delicat prin care, în jurul Săptămîinii Mari, Realitatea TV a încercat să atenueze pecetea de grosolanie și derizoriu pe care televiziunile o pun asupra vieții noastre – cea de toate zilele. O soluție de ieșire din criză. O a doua soluție. Nu abandon, nu renunțare, nu însingurare. A nu face nimic schimbat în *a face*. Negația înlocuită cu gestul afirmativ, edificator. Evoc, în consecință, cele cîteva, prea puține, conversații normale cu anonimi care chiar au făcut ceva pentru cei din jur (bineînțeles și pentru sine), la fel, cele cîteva talk-show-uri normale prin tematică și stil. Nu pot să nu remarcat însă că la toate aceste discuții au participat și oameni de artă și cultură (în șapte zile, mai mulți decît în....). Și cum (nu trebuie să ne mire!) ei au vorbit convingător, autentic, plastic, cu miez, nu cumva este aici o soluție (palidă) – vor spune pesimiștii, strălucitoare – vor adăuga optimiștii) pentru a schimba cît de puțin atmosfera? Îmi amintesc, astfel, de ecoul persistent pe care l-a avut în medii marginale/marginalizate – de a căror opinie ar trebui să se țină totuși seama – o inițiativă îngropată în praful uitării. În anul aniversar Eminescu, PRO TV a difuzat săptămîni de-a rîndul, în fiecare noapte, cinci minute de lecturi/recitări/evocări. Sigur că s-ar fi convenit o altă oră de difuzare și/sau un sistem de reluări. Dar, noi, telespectatorii români ne mulțumim cu puțin. Cu foarte puțin.

Ne mulțumim doar cu respectarea legii. Și, iată, a treia soluție menită să determine asanarea (metamorfoza) audiovizualului românesc. La îndemina tuturor: a celor care lucrează în interiorul instituțiilor media, a celor invitați la realizarea unor emisiuni, a publicului chemat să fie vigilent, responsabil, activ și, mai ales, a Consiliului Național al Audiovizualului, garantul interesului public în domeniul comunicării audiovizuale. În ce crede și ce apără acesta din urmă? Deschideți site-ul [www.cna.ro](http://www.cna.ro) și veți regăsi acolo marile principii ale lumii democratice: respectarea libertăților și a drepturilor fundamentale ale omului, deci pluralismul politic-social, dar și diversitatea culturală, etnică, religioasă, protejarea culturii și a limbii naționale, protecția demnității umane și a dreptului la propria imagine, protec-

Dilema Veche pg. 12

continuare

ția minorilor, interzicerea oricărui tip de discriminare sau de încercare de a profita de ignoranța sau buna-credință a cuiva. O „tablă de materii“ a unei cărți de morală practică, semnificativă atât pentru România, cât și pentru Europa începutului de mileniu trei.

De ce atunci teribila îndărătnicie a societăților de radio, televiziune, cablu de a nu respecta/pune în practică asemenea principii? Vă invit din nou să citiți site-ul CNA. În 2006, societățile menționate au primit 99 de amenzi (în valoare de 877.500 lei) și 197 de somații, adică, în total, 296 de sancțiuni. O sancțiune de fiecare zi lucrătoare! Iar în afara unor ajustări sau atenuări mai ales la nivel retoric s-a dovedit că efectul lor, în mai toate cazurile, este greu de cuantificat. Sancțiunile revin periodic fără urmări, așa că vulgaritatea, indecența fundamentală, la nivel de normă de comportament, nu doar de gest, violența (de gânduri și limbaj) au fost, în decembrie 2006, cam aceleași ca în decembrie 2005. Mă tem că această frază ar putea fi rescrisă și în decembrie 2007. Un carusel care se rotește fără urmări vizibile, în gol.

Nu pot să nu-mi amintesc de o pagină din „Cartea adolescenței“. Ajuns pe prima planetă a călătoriei sale, Micului Prinț i se propune, de către Rege, demnitatea de ministru al Justiției. Dar nu mai e nimeni aici! Atunci, nu-ți rămîne decît să te judeci pe tine însuși, ca un adevărat înțelept. Rămii! Oricum aud noaptea un bătrîn șobolan. Poți să-l condamni la moarte din timp în timp și să-l grațiezi de fiecare dată. Din economie.

● Pentru o emisiune din 15 februarie 2007, CNA a hotărît amendarea cu 5000 lei, a postului de televiziune Antena 3.

*Iată una din secvențele incriminate:*

„Corneliu Vadim Tudor: (...) Păi, în ce calitate vine primul general al Capitalei, președinte executiv al PD? Gabriela Vrinceanu Firea: De președinte executiv al PD (...)

Corneliu Vadim Tudor: Din care nu face parte doamna Monica Macovei, că se tot laudă.

Gabriela Vrinceanu Firea: Dar e susținută, dar e susținută de PD.

Corneliu Vadim Tudor: E susținută cînd merge pe trei cărări.

Gabriela Vrinceanu Firea: Și propusă.

Corneliu Vadim Tudor: Ca să nu cadă, sigur și se poate susține și de ziduri și de burlane. (...)

„Consiliul a constatat că realizarea emisiunii nu și-a îndeplinit obligațiile legale care îi revin, în sensul că nu a pus în vedere invitatului emisiunii, dl senator Corneliu Vadim Tudor, să probeze afirmațiile acuzatoare.

● Pentru emisiunea *Între bine și rău din 13 februarie 2007*, CNA a sancționat Societatea Română de Televiziune cu obligația de a citi mesajul CNA pe post. Iată motivația CNA și discuția în cauză:

„Dl Gabriel Liiceanu a adus acuzații neprobate, foarte grave, la adresa fostului președinte Ion Iliescu, despre care a afirmat că n-a avut «nimeni comun cu democrația (...), a rupt țara în două de 17 ani cu venirea minerilor în București și care are pe conștiință o spun cool, cum se spune astăzi, vieți de oameni, a omorât oameni, acel partid are căderea să declanșeze cu președintele fost în spate să declanșeze o procedură de suspendare a unui președinte, tocmai partidul care a produs un președinte care a ucis oameni...».

De asemenea, dl Mircea Toma a afirmat despre majoritatea parlamentară că este «reprezentanta crimei organizate din România».

La aceste afirmații, moderatorul emisiunii, care avea obligația de a pune în vedere invitaților să probeze afirmațiile acuzatoare sau să indice probele pe care le susțin în acest sens, nu a avut nici un fel de reacție din care să rezulte că dezaprobă astfel de atitudini sau să încerce să oprească formularea unor astfel de acuzații.“

● Pentru emisiunea *Fabrica* din 29 ianuarie 2007, CNA a sancționat Realitatea TV cu impunerea difuzării unui text în care să-și descrie greșeala. Iată știrea incriminată de CNA și motivarea deciziei:

„(...) postul de televiziune Realitatea TV a prezentat în cadrul emisiunilor *Fabrica* (edițiile de la orele 11,40 și 14,10), *Realitatea de la 18,00* și *Realitatea zilei* (de la ora 18,58) rezultatele unui sondaj CURS, fără a se preciza data sau intervalul în care a fost efectuat sondajul și metodologia utilizată; dimensiunea eșantionului și eroarea maximă de eșantionare.

Astfel, în cadrul emisiunii *Fabrica* de la ora 11,40, s-a difuzat următoarea știre: Andreea Crețulescu: «Conform unui sondaj realizat de CURS, scandalul biletului a afectat în primul rînd imaginea Partidului Social Democrat, mai mult decît au fost atinse credibilitatea premierului sau cea a președintelui Traian Băsescu. (...).

Sebastian Lăzăroiu a precizat însă că nu poate să facă publice rezultatele exacte ale acestui sondaj și nici să precizeze cine l-a comandat... ».

Prin prezentarea în acest mod a rezultatelor sondajului, radiodifuzorul a încălcat și principiul asigurării imparțialității și a echilibrului în cadrul programului audiovizual difuzat (...)

● CNA a sancționat cu somație postul Acasă TV pentru emisiunea *Povești adevărate* din 8 martie 2007:

„Tema emisiunii a vizat situația dnei Lucreția Agapi, o bătrînă în vîrstă de 71 de ani, care, potrivit declarațiilor acesteia, ar fi fost agresată sexual de către un bărbat pe numele său Zlatcu Gheorghe pe care l-a primit în casa ei pentru o sumă de bani. În emisiune a fost difuzat un reportaj în care au fost prezentate imagini cu casa bătrînei și un dialog între aceasta și reporterul Acasă TV, dialog în care dna Lucreția Agapi a folosit un limbaj vulgar și injurios la adresa presupusului agresor («a eșaculat», «onanist», «bestie», «escroc nenorocit», «bandit», «criminal»).

După difuzarea acestui reportaj, discuțiile cu privire la acest subiect au continuat în studio, ocazie cu care dna Lucreția Agapi a folosit același limbaj vulgar:

«De cîte ori venea în curte acolo, în grădină, în spatele containerelor, urca scările de la canal și cînd mă prindea între glasvand și ușă, atunci dînsul a venit într-un șort negru, și pe crac și-a scos și m-a aplecat de cap așa ca să mă... », «să mă reguleze».