

CNA face propuneri pentru modificarea Legii Audiovizualului NewsIn

Membrii Consiliului Național al Audiovizualului (CNA) au votat joi mai multe propuneri de articole din proiectul de modificare a Legii Audiovizualului, în vederea corelării ei cu noua Directivă europeană a audiovizualului, urmând ca luni să se voteze întregul proiect legislativ.

Conform materialului pus la dispoziție de CNA, modificările propuse de această instituție sunt de natură să clarifice o problematică diversă, adeseori controversată. La ședința de joi au fost prezenți cu propuneri și membrii unor importante ONG-uri.

Astfel, prin una dintre modificările aduse legii, companiile radio-TV vor trebui să-și publice bilanțul financiar-contabil pe site-urile lor sau să posteze link-uri pe pagina lor de web către o sursă unde se găsește situația financiară. Propunerea a fost făcută de Ioana Avădani, director al Centrului pentru Jurnalism Independent, și votată joi de membrii CNA.

La ședința CNA au participat și George Chiriță, director executiv al Asociației Române de Comunicații Audiovizuale (ARCA), Liana Ganea, de la Agenția de Monitorizare a Presei, Cristian Jurji, președintele Asociației Radiourilor Locale din România, și reprezentanți ai televiziunilor și radiourilor.

Ioana Avădani a propus introducerea, în proiect, a două aspecte: "transparența surselor de finanțare" și "detalierea acționariatului până la nivel de persoană". Ea a cerut ca firmele de media să fie transparente și să pună și pe site-urile proprii situația financiar-contabilă, exact așa cum se procedează pe site-ul Ministerului de Finanțe.

O altă modificare importantă pe care CNA dorește să o aducă la actuala Lege a audiovizualului este "reglementarea modului de reflectare în audiovizual a campaniilor electorale și a celor pentru referendum" de către CNA, și nu de Parlament, așa cum prevede Legea 373/2004 pentru alegerea Camerei Deputaților și a Senatului.

Un alt amendament votat în proiectul de modificare a Legii reglementează și faptul că "răspunderea pentru conținutul serviciilor de programe difuzate, inclusiv pentru comunicare comercială, revine, în condițiile legii, radiodifuzorului".

CNA intenționează să relaxeze, în proiectul de modificare a Legii audiovizualului, și prevederile privind publicitatea. Publicitatea va putea fi inserată în timpul programelor, cu condiția să nu fie afectată "integritatea programelor, durata și natura acestora și dacă nu sunt afectate drepturile titularilor de drepturi". SRTv poate insera spoturi publicitare sau de teleshopping numai între programe. Transmisia programelor pentru copii poate fi întreruptă de publicitate televizată și/sau de teleshopping o singură dată în timpul unei durate programate 30 de minute.

În plus, televiziunile vor rezerva operelor europene create de producători independenți cel puțin 10% din timpul lor de difuzare, cu excepția timpului consacrat informațiilor, manifestărilor sportive, jocurilor, publicității, precum și serviciilor de teletext și teleshopping. Proporția de spoturi publicitare televizate și spoturi de teleshopping dintr-un interval de 1 oră nu poate depăși 20%.

Totodată, CNA a votat, joi, și anumite articole care corelează Legea audiovizualului cu una dintre cele mai importante noutăți ale noii directive, respectiv product placement-ul, care implică prezența anumitor produse în programe TV, în scopuri comerciale.

Astfel, poziționarea de produse este permisă: în operele cinematografice, filmele și seriile realizate pentru prezentarea lor în cadrul unor servicii media audiovizuale, programele de sport și de divertisment. Acest lucru nu se aplică în cazul programelor pentru copii.

Programele în care este cuprinsă o poziționare de produs trebuie să îndeplinească următoarele condiții: conținutul și, în cazul transmisiilor de televiziune, intervalul orar afectat acestora, nu sunt, în nicio situație, influențate într-un mod care să afecteze responsabilitatea și independența editorială a furnizorului de servicii media audiovizuale; nu încurajează, în mod direct, cumpărarea

sau închirierea de produse sau servicii, mai ales prin mențiuni exprese cu caracter promoțional la produsele sau serviciile respective; nu scot în evidență, în mod exagerat, produsul în cauză; telespectatorii sunt informați clar asupra existenței unei poziționări de produs.

CNA prevede, în noul proiect, și faptul că nu pot fi sponsorizate programele de știri și programele de analize și dezbateri pe teme politice și/sau economice de actualitate.

"Azi am rămas la stadiul de discuții privind modificarea Legii audiovizualului, urmând ca luni să se voteze întregul proiect legislativ și sperăm să fim gata cu el într-un timp cât mai scurt", a declarat membru CNA, Radu Teodorescu.

Legea audiovizualului nr.504 din 2002 a fost modificată ultima dată în 28 decembrie 2007, când toți operatorii de cablu din România au fost obligați să retransmită, începând din acest an, postul TV5, în caz contrar, Consiliul Național al Audiovizualului putând să le retragă licența de difuzare. Potrivit Legii 364 din 28 decembrie 2007, care modifică Legea audiovizualului, TV5 a intrat în "must carry", alături de posturi finanțate de stat, precum TVR.

Parlamentul European a adoptat, la sfârșitul lui 2007, Audiovisual Media Services Directive - Directiva privind serviciile media audiovizuale. Noile prevederi legislative, reunite în cadrul Directivei, le actualizează pe cele incluse în cadrul Directivei Televiziunea Fără Frontiere, adoptată în 1997, pentru a lua în calcul dezvoltarea tehnologiilor audiovizuale și de publicitate.

Ele se vor aplica și "serviciilor de tip TV", cum ar fi programele TV transmise prin streamuri online, dar nu și site-urilor private.

Reporter Anca Zaharia

Editor senior Marius Vasileanu

Posturile TV, obligate la transparență Evenimentul zilei

Comaniile radio și TV vor fi nevoite să-și publice pe site bilanțul financiar-contabil.

Membrii Consiliului Național al Audiovizualului (CNA) au hotărât ieri ca radiodifuzorii să-și publice bilanțul financiar- contabil pe site sau să posteze un link către o altă sursă, unde se găsește documentul. Demersul, inițiat de Ioana Avădani, directorul Centrului pentru Jurnalism Independent (CJI), a fost susținut și votat de for, deși reprezentanții posturilor s-au opus vehement.

Discuții aprinse

„Nu am cerut decât creșterea vizibilității unor informații care sunt deja publice, care presupun un efort minim din partea radiodifuzorului. Eu te tratez pe tine, telespectator, cu atât de mult respect, încât îți spun cine sunt și cât câștig“, a explicat Ioana Avădani.

Reprezentanții posturilor Pro TV, Antena 1 și Prima TV au protestat, motivând că performanțele financiare ale companiilor pot fi accesate pe site-ul Ministerului Finanțelor.

Propunerea Ioanei Avădani a fost susținută de mai mulți membri CNA. „Potrivit legii, bilanțul e public, prin urmare nu înțeleg care-i problema dacă îl puneți și pe site-ul vostru“, le-a spus Ioana Onisei reprezentanților posturilor. A doua sugestie venită din partea directorului CJI, referitoare la declararea structurii acționariale a posturilor până la nivel de persoană, s-a lovit însă de refuz, pentru că „există televiziuni ai căror acționari sunt sindicate, în timp ce la Societatea Națională de Radiocomunicații (SNR) acționar este statul român“, a spus Attila Gasparik, vicepreședintele CNA.

CNA a votat, ieri, mai multe articole din proiectul de modificare a Legii audiovizualului, în vederea corelării ei cu noua directivă europeană. Săptămâna viitoare se va vota întregul proiect legislativ, după care textul va fi prezentat Ministerului Culturii și Cultelor (MCC) și apoi parlamentului.

Televiziunile și radiourile, cu bilanțurile pe site!
de Raluca Preda
Adevarul

Companiile care dețin posturi radio-tv își vor publica pe site-urile proprii bilanțurile contabile sau link-uri care să trimită la acestea, în așa fel încât publicul larg să aibă acces direct la situațiile lor financiare. Propunerea a fost votată de Consiliul Național al Audiovizualului (CNA) pentru a face parte din proiectul de modificare a Legii audiovizualului.

În ședința de ieri a CNA, Ioana Avădani, director al Centrului pentru Jurnalism Independent (CJI), a propus ca deținătorii de posturi radio și tv să facă mai ușor accesul publicului la cifrele de afaceri și profiturile acestora, publicându-le pe site-uri sau făcând trimitere directă la pagina web a Ministerului de Finanțe.

Propunerea a fost salutăată de membrii CNA, dar primită cu rezerve de reprezentanții posturilor Pro TV, Antena 1 și Prima TV, prezenți la ședință. Aceștia din urmă au respins, inițial, ideea de a publica informațiile financiare, pe motiv că au deja obligația să trimită aceste date Ministerului de Finanțe, care le publică pe propriul site.

„Este un act de transparență. Telespectatorii au dreptul să știe mai mult decât «Ciao, Darwin!» și teleshopping. Nici măcar nu vi se cere un efort financiar, ci unul de transparență”, a replicat Ioana Avădani, susținută de membrii Consiliului. În urma discuțiilor, s-a căzut de acord că acest punct, referitor la transparența financiară, să fie notat în proiectul de modificare a legii.

În plus, CNA dorește ca, prin modificarea legislativă, să aibă atribuții în ceea ce privește „reglementarea modului de reflectare în audiovizual a campaniilor electorale și a celor pentru referendum”. „E legitim, din partea CNA, să dobândească acest atribut de a reglementa reflectarea în audiovizual a campaniilor electorale și pentru referendum”, a spus Răsvan Popescu, președintele CNA. În prezent, aceste atribuții aparțin parlamentului.

„Product placement-ul” va fi reglementat

O modificare importantă care va fi adusă Legii audiovizualului și care va aduce mai mulți bani posturilor tv se referă la „product placement”, adică plasarea de produse în cadrul programelor tv, cu scop comercial. Promovarea acestor produse se va face în operele cinematografice, filmele și seriile realizate special pentru prezentarea lor, precum și în programele de sport și de divertisment. „Product placementul” nu va fi permis în cazul programelor pentru copii.

Totuși, posturile tv vor fi obligate să-și informeze telespectatorii în legătură cu plasarea de produse, la începutul și sfârșitul fiecărui program, precum și după fiecare pauză publicitară.

Proiectul de modificare a Legii audiovizualului nr. 504 din 2002 are în vedere corelarea legislației din România cu noua Directivă europeană a audiovizualului. Luni se va vota întregul proiect legislativ, care va fi prezentat spre consultare Ministerului Culturii și Cultelor (MCC). Potrivit lui

Radu Teodorescu, membru CNA, MCC este singura entitate cu inițiativă legislativă pentru zona mass-media, acesta numindu-și deja comisia care va analiza propunerea de modificare înaintată de Consiliu. După ce va avea avizul MCC, proiectul legislativ va intra, pentru aprobare, în parlament.
(Raluca Preda)

PUBLICITATE-LEGE-MODIFICĂRI / CNA pune în responsabilitatea radiodifuzorilor comunicarea comercială
MEDIA EXPRES

Consiliul Național al Audiovizualului (CNA) a aprobat introducerea în responsabilitatea radiodifuzorilor comunicarea comercială, la votul pe articole desfășurat la 21 februarie pentru aprobarea propunerii de modificare a legii audiovizualului.

Până în prezent responsabilitatea radiodifuzorilor era definită cu privire exclusiv la conținutul de programe, fapt care a făcut ca posturile de televiziune și radio să nu fie niciodată sancționate pentru difuzarea de publicitate ilegală. Singura măsură luată de CNA a fost transmiterea de decizii de somație pentru încetarea difuzării reclamelor considerate ilegale.

Propunerea de modificare a proiectului a fost formulată de Ioan Onisei, membru CNA, și propusă de Gasparik Attila, vicepreședintele CNA.

CNA va încerca, de asemenea, să obțină atribuții de reglementare a reflectării campaniei electorale în audiovizual, procesul electoral în audiovizual fiind în prezent reglementat prin capitol distinct în Legea electorală, prin votul parlamentarilor.

Discuțiile din cadrul CNA continuă și cu alte articole, Răsvan Popescu propunându-și să finalizeze aprobarea acestuia în cursul zilei de 21 februarie.

După adoptarea în CNA, proiectul de modificare a Legii audiovizualului va intra pe traseul de avizare prin intermediul Ministerului Culturii – Guvernul României, urmând ca apoi să intre în dezbateră Parlamentului.

La votul din 21 februarie desfășurat la sediul CNA participă ca observatori reprezentanții Asociației Române de Comunicații Audiovizuale (ARCA), Asociației Radiourilor Locale, Centrului pentru Jurnalism Independent și Agenției de Monitorizare a Presei.

Cântând la pian cu mănuși de box

Doinel Tronaru, specialistul în probleme de cultură de la *EVENIMENTUL ZILEI*, se pricepe la cultură aproape la fel de mult ca Gigi Becali. Scriind, în numărul din 16 februarie al ziarului, despre conflictul declanșat la Radio România Cultural de inițiativa absurdă a redactorului-șef, Oltea Șerban-Pârâu, de a schimba echipa de realizatori a excelentei emisiuni *Revista literară radio*, el prezintă situația simplist și tendențios. Faptul că 86 de personalități ale culturii române contemporane au protestat împotriva acestui abuz nu-l impresionează. Ziaristul preia mecanic afirmația, și ea aculturală, a Oltei Șerban-Pârâu, că Teodora Stanciu „și-a pus în mișcare numeroasele relații pe care le are” și că „multe nume nu au știut exact ce semnează”. Două observații sunt de făcut. Este, oare, puțin lucru, ca o realizatoare de emisiuni de la Radio România Cultural să fie susținută de oameni ca (și menționăm pe cei menționați și de Doinel Tronaru) Nicolae Manolescu, Alex Ștefănescu, Andrei Pleșu, Daniel Cristea-Enache, Dan C. Mihăilescu, Mircea Horia Simionescu, Ana Blandiana, Romulus Rusan, Doina Jela, Eugen Simion, Ileana Malancioiu, Sorin Alexandrescu, Alexandru Zub ș.a.? Relațiile cu asemenea oameni nu se fac la un sprit, ci se câștigă în timp, prin profesionalism. În al doilea rând, cum își poate permite cineva să pretindă că personalitățile în cauză „nu au știut exact ce semnează”? Este o mare impolitețe, pentru care ziaristul ar trebui să-și ceară scuze. Mai degrabă el însuși nu știe ce semnează, întrucât preia, pasiv, ce i-a declarat redactorul-șef de la Radio România Cultural, fără să fi aflat și punctul de vedere al celeilalte părți implicate în conflict.

Cu superficialitatea și lipsa de eleganță de care dă dovadă, Doinel Tronaru ar putea deveni analist politic. În cultură nu sunt șanse să-și găsească locul.

România literară p. 32

