

Revista Presei CNA_23 februarie 2007

ROMANIA LIBERA

CNA a reimpartit procentele mediatizarii politicianilor

Mai multa opozitie la televizor

Un articol de Cristina Dobreanu, Bogdan Iancu

Consiliul National al Audiovizualului a decis impartirea procentelor alocate mediatizarii oamenilor politici, 60% pentru putere si 40% pentru opozitie. In comparatie cu actuala legislatie, opozitia este usor favorizata in ceea ce priveste buletinele de stiri sau alte emisiuni informative. O modificare importanta se refera la talk-show-uri unde, spre deosebire de prezent, numarul reprezentantilor puterii va trebui sa fie egal cu cel al opozitiei.

Consiliul National al Audiovizualului a reformulat deciziile din codul de reglementare adoptate, intr-o forma provizorie, marti. Astfel, punctele nevralgice ale discutiei de ieri s-au centrat, pe de o parte, pe procentele alocate mediatizarii oamenilor politici, iar pe de alta parte pe monitorizarea aparitiilor oamenilor politici la stiri sportive. Au fost aduse in discutie cazurile de mediatizare excesiva a unor personaje cum sunt Gigi Becali si Dumitru Dragomir. In sedinta de marti, CNA hotarase impartirea procentelor astfel: 60% pentru reprezentantii puterii (senatori, deputati, guvern, autoritati), 35% pentru reprezentantii opozitiei si 5% parlamentarilor independenti si partidelor neparlamentare. Ieri s-a decis ca, in forma finala, opozitia parlamentara, independentii si partidelor neparlamentare sa aiba 40%. Pentru a evita disproportiile, s-a mai hotarat ca in cadrul formatelor de tip dezbateri numarul invitatilor puterii si cel al opozitiei sa fie pare. Iar in cazul in care unul dintre invitati face afirmatii grave la adresa unei persoane, moderatorul sa insiste pentru a obtine probe care sa ajute publicul sa-si formeze o opinie corecta.

Cristian Diaconescu, vicepresedinte PSD:

"Un pas inainte"

"Avand in vedere ca inainte erau 65% pentru putere si 35% pentru restul, modificarea legii CNA este un pas inainte. In al doilea rand, prin faptul ca diversi oameni care sunt legati de sport nu-si mai fac publicitate mascata este un lucru bun."

Catalin Micula, presedintele Comisiei pentru cultura:

"Partidele extraparlamentare sunt avantajate"

"Nu este semnificativa pierderea pe care o are puterea prin modificarea codului CNA. Un castig este reflectarea in mass-media a opozitiei impreuna cu celelalte partide extraparlamentare. Daca pana acum acestea din urma pareau sa castige pe vechea lege, prin modificarile aduse ele sunt avantajate, pentru ca institutiile media sunt obligate sa prezinte in emisiunile de stiri si actiunile acestora."

ZIUA

CNA, 60% Putere, 40% Opozitie

Membrii Consiliului National al Audiovizualului (CNA) au modificat, in sedinta de ieri, o serie de articole ale Deciziei 187/2006 privind Codul de reglementare a continutului audiovizual. Astfel, printre altele, radiodifuzorii sunt obligati sa difuzeze la principalul buletin de stiri din prime time, timp de 24 de ore, imaginile si datele copiilor disparuti, pe care le primesc de la politie. Realizatorii emisiunilor au obligatia sa respecte dreptul persoanei la imagine si sa puna in vedere interlocutorilor sa probeze afirmatiile sau sa indice, cel putin, probele pe care le sustin. In ceea ce priveste viata politica, CNA a decis ca, in programele de stiri, inclusiv cele sportive, din timpul total destinat oamenilor politici, radiodifuzorii trebuie sa aloce 60% reprezentantilor Puterii si 40% Opozitiei, parlamentarilor independenti si partidelor neparlamentare. Numarul reprezentantilor Puterii si ai Opozitiei, participanti la emisiunile de dezbateri, va fi egal. In privinta emisiunilor muzicale, CNA a decis ca radiodifuzorii au obligatia de a instiinta publicul daca interpretarea este play back. Emisiunile de jocuri si concursuri interactive, cu premii in bani, la care publicul este invitat sa participe prin intermediul mijloacelor electronice de comunicare, pot fi difuzate numai in direct si doar in intervalul orar 22.00 - 06.00. De asemenea, este interzisa solicitarea insistenta adresata publicului de a participa la astfel de jocuri si concursuri. Toate aceste modificari, precum si altele, intra in vigoare la o luna de la data publicarii Deciziei CNA in Monitorul Oficial. De la 15 septembrie 2007 intra in vigoare prevederea conform careia, in publicitatea pentru produse alimentare, este interzisa asocierea acestora cu alte produse nealimentare destinate copiilor (cum ar fi jucarii, abtibilduri etc). O alta prevedere intra in vigoare la 1 ianuarie 2008, si anume aceea care stipuleaza ca, in publicitatea pentru alimentele destinate copiilor, este

interzisă folosirea celebrităților, personalităților, medicilor sau personajelor populare (cum ar fi cele din desene animate, basme, povestiri etc), excepție făcând publicitatea la alimentele naturale. (G.M.)

EVENIMENTUL ZILEI

CNA face retusuri

Floriana Scanteie

Forul a redefinit algoritmul de prezentare a partidelor politice pe TV.

Dupa ce, miercuri, Consiliul National al Audiovizualului (CNA) a schimbat regula celor trei treimi, pe care radiodifuzorii trebuie să-o respecte vizavi de prezentarea oamenilor politici pe TV, ieri au fost făcute, din nou, mici modificări. Astfel, reprezentanții puterii vor putea fi prezenți pe ecran în proporție de 60%, în timp ce opoziția parlamentară, partidele neparlamentare și parlamentarii independenți au primit 40%.

Pana ieri, regula stabilirea ponderei a forțelor politice mai detaliată. Celelalte prevederi au fost menținute. Astfel, pentru stabilirea procentelor, radiodifuzorii trebuie să țină cont de prezentarea oamenilor politici și în emisiunile de știri sportive. Cu alte cuvinte, dacă Gigi Becali apare la rubrica sport, el va fi conținut în monitorizare ca om politic.

Timpul alocat premierului, atunci când acesta reprezintă evenimente internaționale oficiale interne și externe, nu se conținează la calculul final.

CNA se explică

„Nu mai avem știri sportive, acestea au devenit o pistă de lansare pentru politicieni. Este foarte greu când ne exprimăm în procente, dar considerăm că 60% pentru putere este rezonabil, a spus Atilla Gasparik, vicepreședintele CNA.

Radiodifuzorii vor trebui să fie mai atenți la modul în care selectează știrile și vor trebui să ofere spațiu pe TV tuturor partidelor politice. „Nu le cerem radiodifuzorilor să producă știri în fiecare zi despre diferite partide politice, dar nici nu credem că nu există evenimente politice ce nu pot fi prezentate”, a spus Gasparik. Acest lucru nu înseamnă că anumți oameni politici nu pot să apară la știri, sport și dezbateri în aceeași zi, „atât timp cât procentul de 40% nu este depășit la sfârșitul lunii”.

Posturile TV comentează

Reprezentanții posturilor TV consideră că articolul nu le va afecta activitatea.

Catalin Popa, director de programe la Realitatea TV, salută decizia CNA și consideră că e mai simplu pentru posturile TV să aplice reglementarea în această formă.

„Decizia e mai pragmatică, mai în ton cu ceea ce se întâmplă în politică și demonstrează că CNA nu este o instituție atât de inflexibilă. Noua lege nu va avea un impact important asupra programelor noastre, pentru că și până acum am încercat să păstrăm un echilibru între putere și opoziție.”

Popa consideră că, pe viitor, ar trebui să se facă și o monitorizare calitativă, nu doar cantitativă, astfel încât să se poată analiza discursul oamenilor politici și calitatea în care aceștia apar la TV. Și Liviu Popescu, editor general știri TVR, susține o analiză calitativă. El este de părere că decizia CNA nu va afecta decisiv structura știrilor.

Vlad Petreanu, redactor-șef al știrilor de la Antena 1 și Antena 3, consideră că „ideea e bună, dar inaplicabilă”. „E de bun-simț că atunci când cineva de la putere spune ceva să dai și părerea celui din opoziție. Variații există și uneori sunt la fel la toate posturile”, a precizat Petreanu.

COTIDIANUL

Harmalaia schimbă votul CNA

Galagia și discuțiile la telefoanele mobile i-au distras de la vot pe membrii CNA în ședința de alături, drept pentru care ieri au votat din nou aceeași reglementare.

Regula celor trei treimi, care stabilește spațiul de exprimare pentru politicieni la televiziunile românești, a fost schimbată din nou ieri de membrii CNA. Dacă miercuri puterea primea 60%, opoziția 35%, iar parlamentarii independenți și reprezentanții partidelor neparlamentare 5%, ieri procentele s-au împărțit mai simplu. Puterea primește tot 60%, dar opoziția ia restul de 40%. Gelu Trandafir, membru CNA, a sesizat că hotărârea inițială a fost înregistrată greșit în varianta tipărită, și a mai declarat că votul dat atunci a fost incorect. „S-a votat într-un moment de neatenție. Unii membri vorbeau la telefon, alții făceau galagie”, a adăugat Gelu Trandafir. Președintele CNA, Ralu Filip, a propus să se reia votul în urma reacțiilor din presă și ale oamenilor politici. În aceeași ședință, Consiliul a amendat DDTV cu 5.000 de lei, pentru că emite

dintr-un studio neautorizat, dupa ce a avertizat in citeva rinduri postul ca si-a mutat sediul fara sa anunte CNA. Dan Diaconescu si-a motivat greseala prin faptul ca nu stia de aceasta regula. (A.B.)

COTIDIANUL

CNA da liber la branduri

Alina Stanciu

Transparenta – acesta se pare ca este mai nou principala preocupare a membrilor CNA.

Efectele se vor vedea in piata de product placement si relatii publice.

CNA incurajeaza televiziunile sa spuna lucrurilor pe nume in privinta brandurilor. La vedere ar trebui sa fie si panourile publicitare care „sar“ uneori in vizorul camerelor de luat vederi, precum si brandurile care, vrind-nevrind, isi fac timid sau dimpotriva vadit aparitia pe micile ecrane. Ce impact ar putea avea aceste recomandari venite de la mai-marii CNA? Specialistii in comunicare vorbesc despre o crestere pe termen mediu si lung a bugetelor alocate campaniilor de relatii publice, in vreme ce strategii se asteapta la un alt mod de abordare a product placementului. Unde este locul brandului?

Ce s-ar fi intimplat oare cu ochelarii Ray-Ban daca Tom Cruise nu s-ar fi afisat cu ei in mai toate prim-planurile din „Risky Business“? Foarte precis nimeni nu ar putea spune. Ce se stie insa cu certitudine este ca product placementul a facut din aceasta marca necunoscuta atunci un brand de talie mondiala. Teoretic, acelasi lucru s-ar putea intimpla si in Romania, desi cel putin deocamdata este greu de crezut. Primul pas a fost insa facut, recomandarile CNA „trecind in legalitate“ un procedeu despre care nu se spunea nici ca este corect, nici ca nu este.

„Nu e vorba de un avantaj. Este vorba de trecerea in normalitate in conditiile in care foarte mult din ceea ce exista in jurul nostru este branduit. La un film faci product placement si cind filmezi masina in care circula personajul principal, ceea ce poate fi pe bani sau nu“, este de parere Marius Ursache, Chief Creative Officer in cadrul companiei Grapefruit.

„Product placementul este o maniera clasica de a face publicitate. In mod sigur ca acest tip de advertising va creste“, apreciaza si Sorin Psatta, Strategy&Research Director la agentia de publicitate Graffiti BBDO. Este de asteptat de asemenea ca televiziunile, o data ce au de partea lor si CNA, sa fie mult mai atente cu brandurile care apar pe micile ecrane, avind interesul sa nu acorde gratis ceva ce poate fi pe bani. „De ce sa fac gratuit cind pot primi bani? Aceasta este marea tragedie a publicitatii: oamenii o injura, dar datorita ei beneficiaza de produse media“, observa publicitarul de la Graffiti BBDO.

UE pune stop la product placement

Dincolo de discutia despre legitimitatea acestui mijloc de publicitate, product placementul ar putea lua amploare si ca urmare a avantajelor lui, care nu sint de neglijat. Tocmai pentru ca este la inceput, acest procedeu este mai eficient. „Este o metoda noua de publicitate, astfel incit ai mai mult spatiu. De asemenea, iti ofera o mai mare interactiune cu publicul-tinta“, mai explica Ursache, potrivit caruia, in Romania, procedeu fiind la inceput sufera uneori prin faptul ca este prea evident. „Facind product placement, poti cadea, din punct de vedere strategic, in aceeasi capcana ca si promotiile, adica poti construi asocieri nefericite care pot dauna brandului“, mai spune Ursache.

Indiferent cit de mult vor sti advertiserii sa foloseasca acest avantaj sau nu, cert este ca ar trebui sa se grabeasca. Vestile din Uniune din acest punct de vedere nu sint foarte imbucuratoare. Ministrii de cultura ai tarilor UE s-au pronuntat, in timpul unei reuniuni informale care a avut loc in Berlin, pentru interzicerea plasarii de produse in emisiunile de televiziune, dupa cum a informat AFP. Plasarea acestor produse trebuie sa fie clar anuntata publicului, cel putin la inceputul si la sfirsitul programului respectiv. Ministrii au estimat ca ideea de a difuza in plus un logo neutru la fiecare 20 de minute ar fi „contraproductiva, pentru ca ar produce un efect publicitar suplimentar“, a mentionat presedintele UE. Totusi, in anumite cazuri si respectind reglementari clare, plasarea de produse va fi, totusi, „permisa cu titlu exceptional“, se mentioneaza intr-un comunicat al presedintiei germane a Uniunii Europene.

PR-ul asteapta bugete mai mari

Piata de product placement nu este singura care ar putea fi influentata de recomandarile CNA. Ca urmare a faptului ca televiziunile au fost in mod direct attentionate sa se refere la sursele citate, mentionind compania pe care acestea o reprezinta, si piata relatiilor publice ar putea avea de cistigat. „Este o cale prin care competitia pe piata va fi si o competitie intre vectorii de comunicare. De asemenea, in acest mod sint stimulati cei cu bune intentii si ii inhiba pe cei cu

rea-credinta", este de parere Dumitru Bortun, presedintele Asociatiei Romane a Profesionistilor in Relatii Publice, potrivit caruia recomandarea CNA va face activitatea de PR ceva mai usoara. Mai mult, efectele s-ar putea vedea si in bugetele alocate pentru campaniile de PR.

COTIDIANUL

Spotul tv, prins intre Ralu Filip si publicitari

Diana Lazar

Advertiserii nu sint de acord cu pretentiile CNA ca spoturile sa contina informatii despre ingredientele produselor. Consiliul ramine insa pe pozitii.

Dupa citeva intilniri cu CNA, in care nu au cazut la pace, membrii International Advertising Association (IAA) au venit cu o contraoferta: o campanie de informare a publicului, in care sa promoveze stilul de viata sanatos si prin intermediul careia consumatorul sa fie invatat sa citeasca etichetele. In prima faza, Consiliul National al Audiovizualului a propus o serie de noi reglementari pentru publicitatea din audiovizual la produse de larg consum, printre care specificarea procentului exact de concentrat natural de fructe si a continutului de zahar din bauturile racoritoare.

In cazul produselor din carne promovate pe sticla, advertiserii ar trebui sa precizeze cantitatea de MDM, pasta obtinuta prin procesare mecanica, amestecata cu carnea din mezeluri.

Totodata, in opinia membrilor Consiliului, in spoturile la brinzeturi si lactate ar trebui sa se spuna care este procentul de grasimi saturate. „Ati vazut ce reclama frumoasa se face la brinza topita. Cine ar mai cumpara daca ar sti ce polifosfati contine?“, se intreba Ralu Filip (foto), dupa prima intilnire cu reprezentantii IAA. Mai mult, presedintele CNA a propus interzicerea recomandarilor medicale din reclame atat la medicamente, cit si la produsele de larg consum.

Campanie de informare

Membrii IAA au declarat: „Promulgarea unei decizii, precum cea initiata de CNA, fara o analiza detaliata a situatiei poate avea consecinte asupra intregului domeniu al publicitatii din Romania si poate induce in eroare consumatorii prezentind informatii incomplete si fara relevanta“, este de parere Alexandra Olaru, vicepresedinte IAA. In plus, Felix Tataru, presedintele IAA, crede ca decizia de cumparare se ia la raft, nu la televizor.

Exces de reglementare

Alexandra Olaru a prezentat propunerile IAA si a explicat ca rolul unor nutrienti, precum grasimile, glucidele si sarea, in alimentatie nu trebuie ignorat. Ea este de parere ca publicul ar trebui sa fie informat corect in legatura cu rolul acestor nutrienti pentru ca, in cazul in care s-ar explica doar consecintele negative, mesajul ar putea fi inteles gresit.

Opinia sa este impartasita si de Ioana Avadani, presedinta CJL, care nota pe blogul sau: „O astfel de initiativa se inscrie la categoria «exces de reglementare». Nu cred ca spotul publicitar este cel mai bun vehicul pentru atare informatii.“

GARDIANUL

Desi are multe pacate, DDTV a luat amenda minima de la CNA

In sedinta de ieri a Consiliului National al Audiovizualului (CNA) s-a decis amendarea cu 5.000 de lei a postului DDTV, pe motiv ca emite dintr-un studio neautorizat. In sedinta anterioara, Consiliul intentiona sa ridice licenta postului din acest motiv. Dan Diaconescu, directorul general al postului, a fost cel care i-a „induplecat“ pe membrii CNA sa ii dea amenda minima. Acesta a motivat situatia de ilegalitate in care se afla in prezent prin faptul ca nu a stiut ca postul trebuia sa isi autorizeze noul studio inainte de a incepe emisia din el. „Credeam ca noul studio trebuie autorizat in 30 de zile de cand imi incep treaba in el (...). Domn'e, n-am stiut“, a explicat el. A.P.

JURNALUL NATIONAL

DECIZIE CNA - Copiii disparuti apar in prime-time la tv

Consiliul National al Audiovizualului a decis ieri ca posturile radio-tv sa fie obligate sa transmita imaginea si semnalmentele copiilor disparuti in prime-time timp de 24 de ore de la primirea semnalarii de la politie. Toti cei care vor incalca noua reglementare vor fi pedepsiti cu somatie sau cu amenda cuprinsa intre 2.500 si 25.000 de RON. (A.N.)

JURNALUL NATIONAL

CNA ne apara de capcanele reclamelor

de Cristina Andreea Calin

Noile decizii luate de Consiliul National al Audiovizualului ii obliga atat pe cei din industria publicitatii, cat si televiziunile sa ne invete sa mancam sanatos.

Una dintre cele mai importante reguli pe care vor trebui sa le respecte spoturile publicitare se refera la faptul ca "este interzisa publicitatea care sugereaza publicului sa renunte la consumul de fructe, legume sau la alimentele sanatoase". De asemenea, nu se va mai putea sugera faptul ca un produs are caracteristici speciale, atunci cand in realitate toate produsele similare au astfel de caracteristici. Noile reglementari permit, totusi, in mod exceptional, in cadrul serviciilor de programe de televiziune difuzarea in intervalul orar 20:00- 6:00 doua spoturi publicitare de acest fel izolate. Intre orele 6 dimineata si 10 seara, unul dintre calupurile publicitare va include, la sfarsitul acestuia, urmatoarea avertizare: "Pentru sanatatea dumneavoastra, evitati excesul de sare, zahar si grasimi".

FARA ADEMENIRI. Pentru a se evita inducerea in eroare a consumatorilor de catre producatorii de produse alimentare si bauturi, nu va mai fi permisa desenarea sau aparitia in reclame a fructelor sau legumelor, daca produsele contin doar aroma respectiva, nu si ingredientul natural. "Sunt alimente facute exclusiv din arome, care nu au nimic natural si devin foarte atragatoare in reclame", a explicat Ralu Filip.

In cazul utilizarii exclusive a aromelor, acest fapt va fi mentionat in spoturile publicitare, scris sau verbal, prin sintagma "cu gust de ..." sau "cu aroma de...". Mai mult, daca in reclama apar fructe sau legume, atunci este obligatorie precizarea procentului acestora.

O alta decizie care va schimba modul de realizare a multor reclame este interdictia de a folosi in reclamele pentru alimente la copii celebritati, personalitati, medici sau personaje de desene animate, din basme sau alte povestiri. De la aceasta interdictie, care va fi introdusa in Codul de reglementare in audiovizual, vor face exceptie reclamele la produsele naturale. Ralu Filip, presedintele CNA, a explicat aceasta restrictie spunand ca ratiunea ei vizeaza incercarea de a evita interpunerea, intre produs si copil, a unui personaj care sa influenteze decizia de consum. O alta modificare a Codului, ce a fost votata de membrii CNA, vizeaza interzicerea din 15 septembrie 2007 a reclamelor la alimente destinate copiilor sub 16 ani, in care apar asocieri ale produselor alimentare cu alte produse destinate copiilor, cum ar fi abtibolduri, jucarii etc.

FARA DOCTORI. In ceea ce priveste produsele medicamentoase, vitaminele, suplimentele alimentare, nutrientii, suplimentele nutritive si tratamentele medicale s-a luat decizia ca acestea sa fie interzise daca prezentarile lor contin recomandari sau avize ale asociatiilor medicale. Deciziile au fost luate in cadrul unei intalniri dintre membrii CNA si reprezentantii industriei de publicitate din Romania, care a avut ca scop modificarea reglementarilor din publicitatea romaneasca din audiovizual. Toate aceste interdictii vor intra in vigoare din ianuarie 2008 si au fost luate pentru a reduce riscul aparitiei obezitatii la varste fragede. Astfel de decizii au fost luate si in alte state membre ale Uniunii Europene, unde problemele de acest fel sunt mult mai grave decat la noi.

AMENZI PENTRU NEPOTRIVIRI

Presedintele CNA s-a aratat surprins ca nici una dintre autoritatile din Romania nu s-a sesizat legat de reclama la Frutti Fresh, care sustine ca bautura contine fructe naturale. CNA a decis ca spotul incalca Legea audiovizualului, pentru ca induce in eroare telespectatorii prin textul reclamei, care spune ca produsul este natural, fapt neadevarat. De asemenea, CNA s-a sesizat legat de reclama la mezelurile Principal. "Trimitem o scrisoare la RAC si la Asociatia Producatorilor de Carne in care cerem sa precizeze daca afirmatia din spotul la mezelurile Principal, «niciodata din taur», este adevarata", a declarat Ralu Filip.

GARDIANUL

Milut il cauta pe Blaga cu «militia» prin Palatul Victoria

Seful taranistilor, Marian Petre Milut, s-a suparat pe Guvern. El nu este de acord cu Ordonanta Guvernului care prevede ca pe listele electorale pentru Parlamentul European intaietate sa aiba partidele parlamentare. Marian Milut l-a criticat, totodata, pe ministrul administratiei si internelor, Vasile Blaga (foto), pe care l-a catalogat drept „militian“ pentru initiativa sa de a face aceasta „ordonanta barbara“. Presedintele PNTCD a precizat ca formatiunea sa va face cunoscute la nivel european aceste prevederi „discriminatorii si neconstitutionale“ ale respectivei ordonante.

Seful taranistilor Marian Petre Milut s-a suparat pe Guvern. El nu este de acord cu Ordonanta Guvernului care prevede ca pe listele electorale pentru Parlamentul European intaietate sa aiba partidele parlamentare.

Presedintele PNTCD, Marian Milut, a anuntat, ieri, ca formatiunea sa a actionat în judecata Guvernul în legatura cu Ordonanta 1/2007 de modificare a Legii privind organizarea alegerilor pentru Parlamentul European, emisa de Executiv, pe care o considera "discriminatorie si neconstitutionala".

Milut a precizat, într-o conferinta de presa, ca actiunea împotriva Guvernului a fost depusa miercuri la Curtea de Apel.

Presedintele PNTCD a aratat ca formatiunea sa considera discriminatorii si neconstitutionale prevederile Ordonantei 1/2007 referitoare la pozitionarea preferentiala pe listele de vot - întâi partidele parlamentare, apoi partidele neparlamentare - la care se adauga limitarea la un reprezentant în birourile electorale din partea partidelor parlamentare, precum si limitarea timpilor de acces la media, în perioada campaniei electorale, pentru partidele neparlamentare.

«Blaga, militian»

Marian Milut l-a criticat, totodata, pe ministrul administratiei si internelor, Vasile Blaga, pe care l-a catalogat drept "militian" pentru initiativa sa de a face aceasta "ordonanta barbara".

"Domnul Blaga, neîntelegând cum se face politica fara bani publici, a modificat cu buna stiinta, facând o frauda grava", a afirmat Milut, referindu-se la faptul ca, prin Ordonanta 1/2007, termenul de 1 ianuarie 2007, dupa care partidele ar fi trebuit sa își sustina singure campania electorala, a fost prorogat pentru 1 iunie 2007. "S-a facut o interventie pe textul unei legi organice, prin care s-a modificat retroactiv acest termen. Este un lucru foarte grav, neconstitutional", a aratat Milut. Presedintele PNTCD a precizat ca formatiunea sa va face cunoscute la nivel european aceste prevederi "discriminatorii si neconstitutionale" ale respectivei ordonante.

CNA a intrat in lupta

CNA a decis, ieri, sa revina asupra modificarii regulii celor trei treimi în alocarea timpilor de exprimare a fortelor politice, din cadrul Codului de reglementare în audiovizual, în sensul renuntarii la cele cinci procente destinate independentilor. Dupa ce miercuri CNA aprobase, cu sapte voturi pentru si patru împotriva, ca din cele 40 de procente alocate de radiodifuzori opozitiei parlamentare, parlamentarilor independenti si partidelor politice neparlamentare, acestia din urma (reprezentantii partidelor politice neparlamentare si ai parlamentarilor independenti) sa nu depaseasca 5%, în sedinta de joi, Consiliul a decis, în unanimitate, eliminarea acestei specificari din Cod.

Stoica se ia de premier

Liberal-democratul Valeriu Stoica, a criticat, ieri, Ordonanta de Urgenta adoptata, miercuri, de Guvern, care, prin prevederile referitoare la alocarea fondurilor destinate campaniei pentru alegerile europarlamentare, dezavantajeaza anumite partide, printre care si PLD. Stoica a precizat ca, prin prevederea potrivit careia fondurile pentru participarea la alegeri vor fi repartizate fiecărei formatiuni politice în functie de numarul de parlamentari alesi la scrutinul din 2004, „se doreste scoaterea PLD de pe scena politica“.

Mihaita M. Mihaiescu

GARDIANUL

Autoritatea de Sanatate Publica Iasi vrea sa mute «Pistruiatul» dupa ora 22.00

Conducerea Autoritatii de Sanatate Publica (ASP) Iasi solicita printr-un memoriu Consiliului National al Audiovizualului sa interzica televiziunilor difuzarea - înainte de ora 22.00 - a filmelor în care actorii fumeaza.

„Deja am trimis solicitarea la CNA, alaturi de o lista de sustinere cu 2.000 de semnaturi de sprijin de la ieseni, fumatori sau nefumatori“, a declarat Alexandrina Micliuc, asistent medical din cadrul Compartimentului de Promovare a Sanatatii de la ASP. Ea a adaugat ca o serie de organizatii studentesti au promis ca vor mai strânge înca alte câteva mii de semnaturi în acest scop.

Initiatorii actiunii sunt de parere ca filmele încurajeaza fumatul prin scenele prezentate si ca acesta ar fi unul dintre motivele pentru care copiii se apuca de fumat la vârste fragede.

Alexandrina Micliuc a adaugat ca nu a primit pâna în prezent un raspuns de la CNA, dar spera ca autoritatile sa dea curs favorabil initiativei. „Cred ca s-ar putea rezolva problema prin difuzarea filmelor cu fumatori dupa ora 22.00, pentru ca nu ar fi bine ca filmele sa fie cenzurate de aceste secvente. Copiii din ziua de azi se apuca de fumat de la vârste din ce în ce mai mici“, a conchis Alexandrina Micliuc.

«Ar fi un abuz ca si CNA-ul sa decida asta!»

Doamna Gabriela Stoica, director al Directiei Comunicare si Integrare Europeana, din cadrul Consiliului National al Audiovizualului (CNA), ne-a declarat ca „programarea filmelor este facuta

de radiodifuzori, cu respectarea criteriilor din lege. CNA nu poate cere radiodifuzorilor sa faca asa ceva, ar fi un abuz. Nu putem hotari noi difuzarea filmelor cu fumatori dupa ora 22.00, acest lucru contravine criteriilor estetice care guverneaza arta. Acestea sunt opere de fictiune, au un cu totul alt regim decat emisiunile de divertisment sau talk-show-urile", a mai spus doamna Stoica.

Un demers fara nici un fel de utilitate

Psihologul Hanibal Dumitrascu este de parere ca acest demers este unul inutil. „O asemenea interdictie nu cred ca va avea efect. Pentru un adolescent care incepe sa fumeze, foarte important este anturajul, grupul de prieteni in care trebuie sa se integreze, pentru a nu fi considerat fraier de catre acestia. Educatia in acest sens ar trebui inceputa din familie, de la gradinita, apoi continuata in scoala. De cativa ani, in America, exista o cenzura in acest sens, actorii de la Hollywood sunt vazuti din ce in ce mai rar fumand, pe ecran. Solutia cea mai buna ar fi alta: initierea unor programe, nu doar simple campanii, prin care scoala, familia, sa se implice direct.“

Catalin Coca

COTIDIANUL

Romanii la proba tv a abstinentei

Diana Lazar, Cosmin Popan

„Ziua fara televizor“ a inceput azi la ora 00.00. Dupa modelul american, romanii sint provocati sa se abtina macar o zi de la zappingul cu telecomanda.

De la ora 17.00, in fata sediului PRO TV, timp de zece minute, membrii Asociatiei Consumatorilor de Media vor aprinde pe rind luminari pentru victimele prezentate zilnic in stirile dupa-amiezei.

Actiunea face parte dintr-un demers mai amplu al asociatiei, preluat dupa modelul american, care incearca sa atraga atentia romanilor asupra efectelor negative ale televiziunii.

O zi e prea mult

„Postul e bun pentru ca te purifica de toxine, grasimi si tot ce bagi in tine in mod normal. Ar fi o lepadare de tot ce e rau si infricosator din programele televizate. Vezi ca exista realitate si dincolo de micile ecrane“, declara pentru „Cotidianul“ Ralu Filip (foto), presedintele Consiliului National al Audiovizualului. El nu crede inasa ca telespectatorii romani vor rezista sa stea departe de micul ecran o zi pe saptamina. Ideea i-a incitat si pe ceilalti oameni de media din Romania, invitati la dezbaterele saptaminale organizate de asociatie, cu toate ca parerile lor despre o astfel de initiativa sint impartite. Participant si el la discutii, Cristian Tudor Popescu nu crede in sansele de succes ale unei campanii impotriva violentei televizate. „Exista un mecanism compensativ paradoxal: cind un om e sarac, in mizerie si bolnav, omul se uita la ceva mai rau decit traieste el: moartea violenta si zice: «Uite ca se poate si mai rau»“, isi motiveaza C.T. Popescu aprecierea. Pentru Ioana Avadani, directoarea Centrului pentru Jurnalism Independent, uitaatul la televizor este o obligatie profesionala. „Cel putin la stiri ma uit. Nu la cele de la ora cinci, pentru ca nu fac parte din publicul lor tinta si pentru ca la acea ora nu sint in fata televizorului. Cind ma uit totusi la ele, ma uit ca la un obiect de studiu“, se justifica Avadani.

Actiunea va continua in Club A, cu o dezbatere pe tema „Televiziunea cumpara audienta prin violenta“, la care participa Ralu Filip si scriitorul Mircea Cartarescu. In aceeaasi locatie se difuzeaza scurtmetraje refuzate spre difuzare la televiziuni, iar trupa de folk alternativ Same Oitzz incheie evenimentul printr-un concert live.

Model american

Pe continentul american, cei care se ocupa organizat de alungatul din fata televizorului se numesc TV turnoff network si se ocupa de scosul aparatelor din priza timp de o saptamina, in perioada 23-29 aprilie. Asociatia si-a inceput lupta de gherila inca din 1994, iar pina azi a mobilizat peste 24 de milioane de indivizi sa practice abstinenta televizuala. Numai in 2004, 7,6 milioane de oameni s-au lasat convinsi sa ia mina de pe telecomanda. Organizatia Adbusters, una dintre membrele retelei TV turnoff, organizeaza anual si „Buy nothing day“ („Ziua nu cumpara nimic“) si „Unbrand America“, prin care cetatenii sint chemati sa recupereze America din miinile marilor corporatii.