

NewsIn

CNA a acordat licența audiovizuală postului Argeș TV, care îl are ca acționar și pe Cornel Penescu

Consiliul Național al Audiovizualului (CNA) a decis, în ședința de joi, să acorde licența audiovizuală pentru transmisia prin rețelele de telecomunicații postului Argeș TV, o televiziune generalistă care îi are printre acționari și pe patronul echipei de fotbal FC Argeș, Cornel Penescu. Iustin Angelescu, administratorul societății Argeș News SRL Pitești, care deține noul post de televiziune, a declarat, pentru NewsIn, că societatea a investit în noul post 250.000 de euro, iar acesta va începe să emită în maxim două luni. "Investim aproximativ 250.000 de euro pentru înființarea postului de televiziune. În maxim două luni de la primirea licenței vom putea începe emisiile", a declarat pentru NewsIn, administratorul societății Argeș News SRL Pitești, Iustin Angelescu.

Postul de televiziune este unul generalist și va emite între orele 9.00 și 23.00. Postul va difuza în proporție de 80% producție proprie și va pune accent pe programe sportive, dar va difuza și știri și programe din domenii precum politică, economie și religie. "Vom difuza producție proprie 80%, iar 20% vor fi programe realizate de producători independenți", a mai afirmat administratorul societății care deține licența audiovizuală a postului Argeș TV, Iustin Angelescu.

El a mai spus că postul va acorda un interes sporit echipei de fotbal din Liga a II-a, FC Argeș, deoarece societatea care deține licența audiovizuală pentru noul post face parte din grupul de firme Pic, care finanțează clubul de fotbal.

Jurnalistul sportiv Horia Ivanovici va fi consilierul noului post de televiziune și va produce o emisiune pentru acesta. "În Pitești și împrejurimi nu există o televiziune locală care să răspundă necesităților de informare ale locuitorilor din zonă. Vom pune accentul pe producție proprie", a spus în ședința CNA de joi, consilierul postului, Horia Ivanovici.

Societatea ArgeșNews SRL, care mai deține și cotidianul argeșean "Top", a mai solicitat licența audiovizuală pentru postul Argeș TV și în ședința CNA din data de 11 octombrie, dar membrii Consiliului au respins cererea fiind nemulțumiți de grila de programe a postului.

Reporter Cătălin Daniel Cocoș / Vlad Nichita

HotNews.ro, D.G., 22 noiembrie 2007

TVR, din nou în vizorul Consiliului Național al Audiovizualului

CNA cere Departamentului de stiri al TVR sa informeze corect publicul

Consiliul Național al Audiovizualului a trimis, joi, o scrisoare TVR prin care îi solicita să informeze corect publicul. Luni, 29 octombrie, TVR a difuzat o știre care anunța că în ziua respectivă fuseseră lansate candidatii Partidului Conservator. Dar evenimentul despre care vorbea TVR avusese loc duminică, la Sala Palatului.

TVR a comunicat că reportajul în chestiune "preciza că evenimentul avusese loc cu o zi în urmă", adică duminică. Însa CNA a constatat că evenimentul fusese prezentat la jurnalul de seară al TVR ca și cum s-ar fi desfășurat luni: "Conservatorii și-au lansat astăzi candidatii pentru Parlamentul European."

Prin aceasta TVR 1 a încălcat prevederile Articolului 3 din Legea audiovizualului care precizează că "toti radiodifuzorii au obligația să asigure informarea obiectivă a publicului prin prezentarea corectă a faptelor și evenimentelor și să favorizeze libera formare a opiniilor", se arată în scrisoarea CNA.

Mai mulți membri ai Consiliului, printre care Gelu Trandafir, Ioan Onisei, Radu Teodorescu și Dan Grigore, au cerut somarea publică a TVR 1. Propunerea acestora nu a intrunit numărul necesar de voturi iar CNA a decis, în cele din urmă, doar trimiterea unei scrisori.

CNA a mai trimis TVR o scrisoare în această săptămână după ce, în ședința de marți, Consiliul a decis să ceară postului public să nu mai difuzeze publicitate electorală negativă, în urma unei reclamații trimise la CNA de către PNL.

CNA a primit o reclamație de la PNL, referitoare la emisiunea "Info parlamentar", difuzată de TVR 1 în data de 14 noiembrie. În emisiune se precizează, potrivit departamentului de monitorizare din CNA, că "mesajele electorale difuzate de PD au cuprins informații false și acuze nefondate la adresa Guvernului Tariceanu".

În mesajul PD se spune despre Guvernul Tariceanu că este "Guvernul Caltabos, care este ocupat cu mutarea banilor dintr-o geantă în alta".

Madalina Radulescu, noul sef de la stirile TVR si fosta angajata Antena 1 a fost numita interimar pe 16 octombrie, iar una dintre principalele masuri a fost mutarea mai multor editori responsabili de Jurnalul de la ora 19.00. Mandatul Madalinei Radulescu a fost prelungit de Alexandru Sassu, cu mentiunea ca va fi intrerupt de un concurs, daca se decide demararea procedurilor. Potrivit unor informatii aparute in presa, Madalina Radulescu ar fi incercat de doua ori sa propuna materiale despre Partidul Conservator. Ea a insistat sa se prezinte lansarea candidatilor PC, chiar daca TVR nu a avut echipa la eveniment. Materialul a fost difuzat, cu imagini luate de la Antena 1, la o zi dupa lansare, ca si cum ar fi avut loc atunci. O alta situatie, in care TVR-ul nu a avut echipa la Harghita, unde avea conferinta Dan Voiculescu, ar fi fost rezolvata prin primirea unei casete de la Biroul de Presa al PC.

Gandul

Becali își motivează cu „prime de joc“ votanții

de Diana POPESCU

Miercuri seară, Radu Moraru a avut plăcerea de a purta o discuție, la emisiunea pe care o moderează, cu Gigi Becali. Discursul președintelui PNG a inclus, pe lângă alte aspecte politice, și nisaiva promisiuni făcute potențialilor alegători. Becali s-a angajat să finanțeze biserici pentru circumscripțiile din care îi vor veni voturi. Cum omul e adeptul cifrelor exacte, a pretins 15% dintre sufragii, pentru ca sponsorizarea făgăduită să fie pe deplin motivată.

Consiliul Național al Audiovizualului a dezbătut, în cadrul ședinței de ieri, chestiunea delicat-electorală adusă în discuție la b1. Președintele CNA, Răsvan Popescu, ne-a declarat: „Concluzia a fost că moderatorul și-a făcut datoria.“ Momentul în care domnul Becali promitea bani pentru biserici, în circumscripțiile în care ar fi votat, moderatorul l-a criticat, în repetate rânduri. De aici rezultă că postul de televiziune nu trebuie sancționat. Am decis, în schimb, să trimitem o sesizare la Biroul Electoral Central, întrucât legea oprește candidatul să promită foloase în schimbul votului. O altă sesizare este adresată Patriarhiei Române, pentru a lua cunoștință de cele întâmplare și a formula, eventual, un punct de vedere”.

Emisiunea Nașul nu este, totuși, un mediu aseptice. Șeful CNA a precizat că realizatorul nu a respectat ponderile stabilite pentru candidații la europarlamentare: 75% pentru reprezentanții partidelor parlamentare și 25 de procente pentru formațiunile neparlamentare. Pondere partidelor parlamentare a fost mai mică decât cea prevăzută de lege. O mare parte de vină pare să o aibă chiar Becali.

Romania libera

CNA o avertizeaza pe noua sefa a stirilor TVR

Rodica Culcer

CNA a decis sa trimita o scrisoare de avertizare catre proaspat unsa sefa a stirilor TVR, Madalina Radulescu. Televiziunea publica a prezentat la principalul jurnal din 29 octombrie o stare despre lansarea candidatilor Partidului Conservator. Desi evenimentul avusese loc cu o zi inainte, duminica, 28 octombrie, TVR a sustinut ca lansarea candidatilor PC ar fi avut loc luni, chiar in ziua prezentarii stirii, pentru a justifica prezentarea informatiei.

Intr-o adresa catre CNA, TVR a sustinut ca televiziunea publica ar fi precizat "ca evenimentul avusese loc cu o zi in urma". Monitorizarea CNA a aratat inasa ca evenimentul a fost prezentat la principalul jurnal TVR de de luni seara ca si cum s-ar fi desfasurat in ziua respectiva: "Conservatorii si-au lansat astazi candidatii pentru Parlamentul European. Cei 45 de candidati au fost prezentati oficial celor peste 5.000 de membri conservatori prezenti la Sala Palatului din Bucuresti."

Madalina Radulescu a devenit sefa stirilor la TVR dupa scandalul difuzarii casetei "Spaga pentru Remes". La data respectiva seful TVR Alexandru Sassu a infiintat un departament de stiri in cadrul Directiei de stiri conduse de Rodica Culcer. Scopul: reducerea atributiilor editoriale ale Rodicai Culcer. Madalina Radulescu a fost numita director interimar al Departamentului de stiri la 16 octombrie, iar prima masura a sa a fost mutarea mai multor editori responsabili de principalul "Jurnal".

Potrivit presei, mandatul Madalinei Radulescu, fosta angajata a Antenei 1, a fost prelungit de Alexandru Sassu, cu mentiunea ca va fi intrerupt de un concurs, daca se decide demararea procedurilor.

Potrivit mai multor cotidiene centrale, Madalina Radulescu a incercat de mai multe ori sa propuna materiale despre Partidul Conservator. A insistat sa se prezinte lansarea candidatilor PC, chiar

daca TVR nu a avut echipa la eveniment. Materialul a fost difuzat, cu imagini luate de la Antena 1, la o zi dupa lansare, ca si cum ar fi avut loc atunci, la fel cum precizeaza CNA-ul.

NewsIn

CNA a trimis TVR o scrisoare prin care îi solicită să informeze corect publicul

Consiliul Național al Audiovizualului (CNA) a decis, în ședința de joi, să trimită o scrisoare TVR prin care îi solicită să informeze corect publicul, în urma difuzării de către postul TVR 1 a unei știri despre lansarea candidaților pentru Parlamentul European ai Partidului Conservator (PC).

Postul TVR 1 a difuzat o știre, în cadrul jurnalului din data de 29 octombrie, în care se afirma despre PC că și-a lansat candidații pentru Parlamentul European în cursul acelei zile.

Evenimentul lansării candidaților a avut loc, de fapt, cu o zi înainte.

În opinia membrilor CNA, TVR 1 a încălcat prevederile Articolului 3 din Legea audiovizualului care precizează că "toți radiodifuzorii au obligația să asigure informarea obiectivă a publicului prin prezentarea corectă a faptelor și evenimentelor și să favorizeze libera formare a opiniilor".

Mai mulți membri ai Consiliului, printre care Gelu Trandafir, Ioan Onisei, Radu Teodorescu și Dan Grigore, au fost împotriva trimiterii unei scrisori și au cerut somarea publică a TVR 1. Propunerea acestora nu a întrunit numărul necesar de voturi iar CNA a decis, în cele din urmă, doar trimiterea unei scrisori.

CNA a mai trimis TVR o scrisoare în această săptămână după ce, în ședința de marți, Consiliul a decis să ceară postului public să nu mai difuzeze publicitate electorală negativă, în urma unei reclamații trimisă la CNA de către PNL./Reporter **Cătălin Daniel Cocos / Vlad Nichita**

www.cji.ro

Tendințe în audiovizualul european și impactul lor asupra pieței din România - Craiova, 26 noiembrie a.c.

Consiliul Național al Audiovizualului va invita să luați parte la cursul *Tendințe în audiovizualul european și impactul lor asupra pieței din România* care va avea loc luni, 26 noiembrie, orele 12.00 - 16.00 la Craiova, în sala de conferințe a Hotelului Helin, Calea București nr. 88, U10 (tel. 0251/ 467 171).

Cursul, susținut de Ioana Avadani, director executiv al Centrului pentru Jurnalism Independent și destinat jurnaliștilor din Craiova și zonele apropiate, se va bucura de participarea domnului Gelu Trandafir, membru al Consiliului Național al Audiovizualului.

Nu mâncați detergentul!



Începând cu acest an, Consiliul Național al Audiovizualului a impus o regulă nouă televiziunilor din România, prin care cere ca posturile să specifice în spoturile publicitare în mod expres că sarea, zahărul și grăsimile în exces pot dăuna grav sănătății. Aceasta este la origine o reglementare englezească a Comitetului de practici publicitare, care hotărâse inițial chiar să impună o renunțare completă la reclamele care promovau alimente bogate în grăsimi, sare și zahăr, pentru ca mai apoi să revină asupra deciziei, dar dispunând ca respectivele reclame să fie însoțite de un mesaj de avertizare asupra riscului la care se expun consumatorii.

Sonia Cristina Stan

DECIZIA a fost adoptată imediat și la noi în țară, după inerente discuții, numai că reglementarea CNA descumpănește consumatorul de televizor printr-un fapt care devine în final de un umor negru: pentru că nu se specifică în decizia CNA exact unde să fie inserate aceste avertismente, publicității noștri au reușit să se „strecorească” și la această decizie, astfel că s-a ajuns la un produs final șocant. Să luăm un exemplu: un spot publicitar pentru unul dintre detergenți care îți face hainele mai pufoase, îți aduce primăvara în casă, îți face mama „super” sau te face una cu zăpada de afară de performant ce e își termină ultimele secunde pe un fond de căldură domestică în care familia reunită bagă nasul în prosop sau în pulover ca să constate performanțele detergentului minune după care apare un carton albastru pe care scrie următorul anunț: „Excesul de sare, zahăr și grăsimi dăunează grav sănătății” și, dacă nu poți citi, o voce masculină, gravă ca a medicului tău specialist, îți spune același lucru. Cred că mesajul e destul de clar, nu? Deci „Nu mâncați detergentul!”.

De fapt, reglementarea suna cam așa: „O dată pe oră, la sfârșitul calupurilor de publicitate în care se face reclamă produselor alimentare, se va difuza o notificare de tipul «Consumați cu

moderație sare, zahăr și grăsimi». Intră în vigoare după o lună de la publicarea în Monitorul Oficial a modificărilor aduse Codului audiovizualului. Numai că, precum vedem, notificarea NU este plasată după calupurile la alimente, ci-la cu totul altele: detergenți, vopsea de păr, șampoane, cosmetice de tot felul și altele la care nici nu te duce mintea.

Este o „fentă” clasică a publicitarilor români, a nu știu câta dintr-un șir de tot hazul, din care putem reține pe sărite: reglementarea pentru alcool, pe care televiziunile o inserau după spoturile la vopseaua de păr, până când CNA s-a sesizat și aceasta se inserează exact după spotul la alcool, nu după cel care-ți face părul roșu; avertizarea explicită a riscurilor de cancer la spoturile de la tutun, actualmente scoase de tot de la televizor, pe care capii din publicitate le treceau cu niște steluțe mici, imposibil de citit în josul ultimei imagini; specificarea expresă a faptului că medicamentul promovat „este un supliment alimentar”, probă cu care ar pica orice crainic la dicție, pentru că și aici s-a găsit soluția pentru a câștiga secunde bune - o voce care, dacă nu e ajutată de aparatură, merită toată admirația, pentru că reușește să citească vestita frază obligatorie „Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul, dacă apar manifestări neplăcute, adresați-vă medicului sau

farmacistului” în mai puțin de 5 secunde, la limita inteligibilității.

Consumatorul are dreptul la o informare „corectă și completă” spune CNA, așadar nu trunchiată și contrafăcută, dar, deși aceste reglementări au fost deseori sublimate de către forul de supraveghere, observăm că ele sunt încălcate „cu grație” în continuare.

La începutul lui 2007, CNA luase hotărârea de a-i obliga pe producători să specifice în spoturile publicitare ce anume conține produsul respectiv (numai produsele nocive), hotărâre care a fost încălcată chiar de a doua zi, producătorii spunând într-adevăr că sucul conține nu știu cât la sută „pulpă naturală de fructe”, că doar nu era să spună „acest suc conține nu știu cât la sută zahăr” și nici chipsurile sare, nici mezelurile nu știu ce procent de carne dezosată mecanic. Și ce relevanță are faptul că iaurtul are 2% grăsime, dacă nu știm și ce înseamnă acest lucru. Pe scurt, în ianuarie 2007, propunerile CNA au fost următoarele: menționarea procentului de MDM (carne dezosată mecanic) în publicitatea la mezeluri și pateuri de ficat; menționarea procentului de grăsimi în publicitatea la produsele lactate; menționarea procentului de sare în publicitatea la chipsuri; menționarea procentului de zahăr în publicitatea la sucuri, băuturi răcoritoare și alte produse alimentare.

Ulterior, propunerile inițiale ale CNA au fost dezbătute cu reprezentanți ai industriei alimentare și publicității și au ajuns în această formă: „Menționarea procentului de concentrat natural în publicitatea la sucuri și a folosirii exclusive a aromelor de fructe și legume la fabricarea alimentelor. Intră în vigoare după o lună de la publicarea în Monitorul Oficial a modificărilor aduse Codului audiovizualului; interzicerea în publicitatea pentru alimente destinate copiilor a folosirii celebrităților, personalităților, medicilor sau a personajelor populare, cum ar fi cele din basme, povestiri etc. Excepție face publicitatea la alimentele naturale. Intră în vigoare de la 1 ianuarie 2008. Interzicerea în publicitatea pentru alimente destinate copiilor a asocierii produselor alimentare cu alte produse destinate copiilor cum ar fi: jucării, abțibilduri ș.a. Intră în vigoare de la 15 septembrie 2007”.

Și cea de care am mai amintit: „O dată pe oră, la sfârșitul calupurilor de publicitate în care se face reclamă produselor alimentare, se va difuza o notificare de tipul «Consumați cu moderație sare, zahăr și grăsimi». Intră în vigoare după o lună de la publicarea în Monitorul Oficial a modificărilor aduse Codului audiovizualului”.

Cum se respectă toate acestea e clar: așadar, nu mâncați detergentul!