

Revista Presei CNA_24 aprilie 2007

Romania libera

CNA: arbitrul campaniei electorale

Consiliul National al Audiovizualului sta cu ochii pe televiziuni si pe radio "ca pe butelie". Vreme de o luna de zile, CNA va fi intr-o sedinta prelungita: 5 zile din 7.

Atentia deosebita de care "se bucura" mass-media audiovizuale romanesti din partea CNA este cauzata de campania corespunzatoare referendumului privind demiterea presedintelui Traian Basescu. Conform deciziei 369/23 aprilie 2007, Consiliul va monitoriza 24/24 emisiunile de stiri si de dezbatere de la TVR 1, TVR 2, ProTV, Antena 1, Antena 2,

Antena 3, Realitatea TV, Prima TV, National TV, B1TV, OTV. Potrivit CNA, ulterior monitorizarii, in sedinta "de toate zilele", se va analiza fiecare caz in parte. CNA a interzis posturilor radio si TV sa transmita in perioada campaniei pentru referendum opiniile publicului exprimate prin sms, e-mail sau telefon. Astfel, romanii, vreme de o luna, nu vor mai avea dreptul la cuvânt, trebuind fie sa astepte referendumul, fie sa "dea" peste ei o echipa de filmare sau un reporter de la radio. Asta fiind singura "concesie" facuta de CNA: vor putea fi difuzate interviurile pro si contra luate, pe strada, cetatenilor. Gelu Trandafir, membru CNA, ne-a declarat ca prin sms, e-mail "este foarte usor de manipulat si nu ai nici o posibilitate sa verifici autenticitatea mesajelor. Aceeasi persoana poate sa trimita 10 sms-uri sau 15 e-mail-uri. Sunt imposibil de contabilizat". Nici posturile TV cu profil muzical nu scapa de ochiul vigilent al CNA. Postul MTV Romania va trebui sa difuzeze si opinii contrare celor exprimate la mitingurile de sustinere pentru Traian Basescu. MTV a transmis in ultimele zile imagini cu sustinatorii presedintelui suspendat, Traian Basescu. Acest fapt a cauzat nemulțumirea deputatului PIN Lavinia Sandru, care a cerut CNA sa declanșeze o ancheta cu privire la un clip difuzat de mai multe ori de MTV, cu discursul lui Basescu din Piata Universitatii.

Cu totul altfel "sta" Basescu la Antena 3, post de televiziune ce apartine familiei liderului PC, Dan Voiculescu. CNA a interzis ieri postului amintit sa mai difuzeze clipul publicitar in care i se contureaza portretul presedintelui Traian Basescu, pentru ca are un continut negativ la adresa sefului statului. La final, o recomandare de la CNA: in emisiunile informative sa fie prezentate modalitatile tehnice de organizare si desfasurare a referendumului, iar in emisiunile de dezbatere punctele de vedere pro si contra sa fie reflectate in mod egal.

Pe perioada campaniei, CNA a interzis clipurile publicitare care prezinta, in sens negativ sau pozitiv, un partid, un om politic sau un mesaj politic. CNA invoca in sprijinul acestei decizii legea audiovizualului, motivand ca, practic, nu e o campanie electorala.

Potrivit lui Gelu Trandafir, membru CNA, monitorizarea zilnica pe care o va face Consiliul va fi utila atunci cand se va contabiliza reflectarea celor doua parti "combatante" la referendum. Conform deciziei CNA, posturile audiovizuale sunt obligate sa prezinte punctele de vedere pro si contra in mod egal, acest lucru realizandu-se fie prin numar egal de invitati, fie prin acordarea acelasii timp de antena. Eliza Roibu

Jurnalul National

Monitorizare - Posturile tv, sub lupa CNA

[Adrian Vaduva](#)

Consiliul Național al Audiovizualului a decis ieri ca în perioada campaniei pentru referendumul de demitere a președintelui să monitorizeze principalele posturi de televiziune naționale.

Canalele vizate sunt TVR 1, TVR 2, Pro TV (numai emisiunile de știri), Antena 1, Antena 2 și Antena 3 (știri și debateri), Realitatea TV, Prima TV, Național TV, B1 TV, N24 și OTV. Monitorizarea se va face în fiecare zi, iar în ședința din ziua următoare va fi analizat fiecare caz. De asemenea, CNA va trimite o adresă postului de televiziune cu profil muzical MTV România, în care i se cere să difuzeze și opinii contrare celor exprimate la mitingurile de susținere pentru Traian Bășescu.

ADRESE. Postul MTV a transmis în ultimele zile mai multe imagini de la mitingurile de susținere pentru președintele suspendat. Totodată, CNA va trimite o adresă și postului OTV, prin care i se va aduce la cunoștință că pe perioada referendumului nu mai are dreptul să difuzeze conținutul SMS-urilor primite în timpul emisiunilor. Azi, la ora 12:00, membrii consiliului au o întâlnire cu directorii de știri și cu moderatorii de talk show-uri de la posturile tv monitorizate, pe tema regulilor care trebuie respectate în timpul campaniei pentru referendum. Pe lângă reprezentanții televiziunilor, sunt invitați și cei ai posturilor de radio România Actualități, Europa FM și Info Pro.

TELEVIZIUNI-RADIO-REFERENDUM / CNA va monitoriza televiziunile și posturile de radio în campania pentru referendumul Băsescu

București (MEDIA EXPRES) / 23 apr 2007 / CNA a stabilit televiziunile care vor fi monitorizate în campania electorală pentru referendumul legat de suspendarea președintelui Traian Băsescu. Acestea vor fi: TVR 1 și 2, Pro TV, Antena 1, Antena 2, Antena 3, Realitatea TV, Prima TV, Național TV, B1 TV, OTV, MTV. CNA se va întâlni marți, 24 aprilie, la ora 12.00, cu directorii de știri și moderatorii de emisiuni de la radio și televiziune pentru discuții pe tema campaniei pentru referendum.

CNA face o adresă la MTV, pentru ca această televiziune să difuzeze păreri contrare pe o perioadă de timp egală cu echivalentul mitingului retransmis duminică. Ralu Filip a comentat faptul că Primăria Municipiului București (condusă de un primar PD) participă cu o mare sumă de bani la premiile MTV.

De asemenea, OTV a fost atenționat că nu mai are voie să difuzeze SMS-uri și mesaje.

CNA a comunicat la 22 aprilie radiodifuzorilor ca reflectarea evenimentelor legate de referendum să respecte regulile privind informarea corectă, imparțialitatea și pluralismul de opinii din legislația audiovizuală, în emisiunile informative pot fi reflectate evenimente referitoare la referendum și pot fi prezentate modalitățile tehnice de organizare și desfășurare a acestuia.

De asemenea, în cadrul emisiunilor de dezbatere, punctele de vedere pro și contra vor fi reflectate în mod egal, iar în cazul în care în emisiunile informative și de dezbatere se aduc acuzații de ordin penal sau moral unor persoane, sau în cazul în care astfel de acuzații pot prejudicia imaginea unor instituții se va difuza și punctul de vedere al celor vizați.

CNA a mai cerut ca în cazul în care radiodifuzorii vor primi cereri pentru dreptul la replică sau rectificare, răspunsul la astfel de solicitări se va da în maximum 24 de ore de la data primirii lor.

În temeiul obligației de a informa corect publicul, până la încheierea referendumului, radiodifuzorii nu pot difuza consultări ale publicului prin intermediul sms-urilor, e-mail-urilor și al telefoniei fixe, iar anchetele făcute pe stradă nu pot fi prezentate ca fiind reprezentative pentru opinia publică sau pentru un anumit grup social sau etnic și au obligația de a reflecta punctele de vedere aflate în divergență.

Potrivit solicitării CNA, pe perioada campaniei pentru referendum nu pot fi difuzate clipuri publicitare care prezintă, în sens negativ sau pozitiv, un partid, un om politic sau un mesaj politic.

Sondajele de opinie realizate de instituțiile de specialitate pot fi difuzate în condițiile respectării regulilor din Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu excepția ultimelor 24 de ore de dinaintea zilei de desfășurare a referendumului.

HotNews.ro

Reguli CNA pentru referendumul privind demiterea președintelui

Dragos Comache

Consiliul National al Audiovizualului a facut duminica cateva precizari de care trebuie sa tina cont posturile de radio si televiziune in reflectarea evenimentelor legate de referendumul privind demiterea președintelui Romaniei. Potrivit acestora, radiodifuzorii trebuie sa respecte regulile privind informarea corecta, imparțialitatea si pluralismul de opinii din legislatia audiovizuala, iar in cadrul emisiunilor de dezbatere, punctele de vedere pro si contra trebuie sa fie reflectate in mod egal.

In cazul in care in emisiunile informative si de dezbatere se aduc acuzatii de ordin penal sau moral unor persoane, sau in cazul in care astfel de acuzatii pot prejudicia imaginea unor institutii posturile de radio si televiziune trebuie sa difuzez si punctul de vedere al celor vizati.

Daca radiodifuzorii vor primi cereri pentru dreptul la replica sau rectificare, raspunsul la astfel de solicitari se va da in maximum 24 de ore de la data primirii lor.

Conform precizarilor CNA, consultarile publicului facute prin intermediul sms-urilor, e-mail-urilor si al telefoniei fixe nu pot fi difuzate de radiodifuzori pana la incheierea referendumului, iar anchetele facute pe strada nu pot fi prezentate ca fiind reprezentative pentru opinia publica sau pentru un anumit grup social sau etnic.

De asemenea, pe perioada campaniei pentru referendum nu pot fi difuzate clipuri publicitare care prezinta, in sens negativ sau pozitiv, un partid, un om politic sau un mesaj politic.

Sondajele de opinie realizate de institutiile de specialitate pot fi difuzate in conditiile respectarii regulilor din Codul de reglementare a continutului audiovizual, cu exceptia ultimelor 24 de ore de dinaintea zilei de desfasurare a referendumului.

Cotidianul

Dar ce graba pe CNA!

[Costi Rogozanu](#)

Doua stiri despre CNA, aparent fara legatura, dau tonul unor incercari de frinare a reflectarii referendumului in media. Prima stire: CNA si CRP vor sa semneze un protocol de colaborare. Clubul Roman de Presa ar urma sa se implice in zona care priveste mai ales deontologia profesionala. M-a uimit graba acestei asocieri, cu atat mai mult cu cit presa ar trebui sa-si apere cu dintii tocmai autocontrolul, autoreglajul, fara tot soiul de foruri superioare - presa e oricum mai „curata“ fara ajutorul unui for echivalent CNA-ului. Dar masura vine la tanc, chiar de „suspendare“. Am impresia ca vor exploda, ca prin minune, tot felul de judecati deontologice care vor alambica reflectarea pregatirilor pentru referendum.

O a doua stire o constituie incordarea brusca a CNA in reglementarea transmisiilor prilejuite de referendum. Ralu Filip a spus clar ca el considera aceste evenimente ca parte dintr-o campanie electorala (ambele stiri sint citate de pe NewsIn). O campanie electorala, dupa cum ii spune si numele, presupune alegerea intre mai multe personaje. Or, in mai, poporul roman este chemat sa exprime o opinie in ce-l priveste pe acela pe care l-au ales deja. Ce e electoral aici?

E penibila graba lui Ralu Filip. Ce vrea sa previna? Sa nu cumva ca Antenele sa dea prea multe stiri pozitive despre Basescu? Vrea sa previna eventualitatea in care PRO TV se indragosteste subit de Basescu? Vrea ca nu cumva TVR sa nu fie apucata de o febra a libertatii si sa se rupe de pirghiile care o leaga de Guvern?

CNA a pregatit terenul pentru eventualele pretexte ale postului public care, daca va fi intreat de ce a dat doar cinci-sase minute din Piata Constitutiei cu discursul lui Basescu, sa poata imediat invoca masurile CNA pentru echilibru si democratie. Daca peste astea se adauga si lectiile de deontologie dinspre Clubul Roman de Presa, show-ul va fi asigurat. Ne vom petrece pregatirea de referendum in urlete impotriva lui Basescu care nici macar nu va aparea prea mult la televizor. Iar isteria va fi aprig masurata cu balanta de Ralu Filip, intrat de curind intr-o noua criza deontologica.

ARA-CNA-LICITAȚIE / ARA și CNA au aprobat caietul de sarcini pentru licitația ce va desemna măsurătorul audienței radio

București (MEDIA EXPRES) / 23 apr 2007 / Reprezentanții Asociației pentru Radio Audiență (ARA) și membrii Consiliului Național al Audiovizualului (CNA) au aprobat, săptămâna trecută, în cadrul unei întâlniri care a avut loc la sediul CNA, caietul de sarcini pentru licitația ce va desemna noul măsurător exclusiv al audienței radio în România.

Reprezentanții ARA nu au făcut public conținutul caietului de sarcini. În urma licitației, va fi aleasă compania sau companiile care vor măsura audiența radio în perioada 2008 - 2011.

Potrivit calendarului licitației, până pe 14 mai vor fi obținute confirmările de principiu de la institutele care vor să participe la licitație, iar pe 22 iunie se va încheia perioada de înscriere la licitație.

Ofertele vor fi prezentate în perioada 25-29 iunie, iar noul măsurător al audienței radio va fi desemnat pe 6 iulie. La licitație va putea participa orice companie din țară sau din străinătate, iar criteriile de departajare cele mai importante vor fi cel financiar și cel tehnic.

Aceasta a fost cea de-a doua întâlnire între ARA și CNA pe acest subiect. La prima întâlnire, Călin Atanasiu, reprezentantul SRR, a spus că obiectivul ARA este perfecționarea, în timp, a măsurătorilor de audiență radio. El a spus că, odată cu noul contract, se va mări eșantionul actual, de 10.000 de persoane, până la dublarea lui, și că se va renunța, de asemenea, la măsurarea audienței în două valuri, ca până acum: „Nu vor mai fi valuri, va fi o măsurare continuă, cum se face la presa scrisă. Cu raportare periodică”, a explicat el.

Ralu Filip, președintele CNA, a cerut tot atunci ca raportările să se facă de cel puțin trei ori pe an.

Metoda de măsurare va fi aceeași ca și până acum, respectiv interviuri face to face, a mai spus Atanasiu, care a explicat că interviuarea prin telefon nu ar fi fost reprezentativă din cauză că o anumită categorie din populație nu are telefon (zonele rurale, anumite zone geografice etc).

„Suntem foarte conștienți că din 2008 vom plăti mai mult”, a spus și Nora Marcovici, care conduce și posturile de radio Kiss FM și Magic FM, precum și televiziunea muzicală Kiss TV.

Comisia Paritară este formată din cinci reprezentanți ai radiourilor (Carmen Petcu de la SRR, Marius Strâmbeanu de la Europa FM, Marius Dobre de la Pro FM, Rodica Minculescu de la Romantic FM și Nora Marcovici de la Kiss FM), cinci reprezentanți ai agențiilor de publicitate (Dragoș Zileriu de la McCann Erickson, Cristi Pârvan de la Zenith Media, Marius Gheorghe de la Media Investment, Costin Grigoraș de la Media Com și Anca Fieraru de la Initiative Media) și cinci membri CNA (Ralu Filip, Attila Gasparik, Ioan Onisei, Gelu Trandafir și Cristina Trepcea). De asemenea, Comisia va avea și trei observatori din partea clienților de publicitate: Dorina Zidaru de la Altex, Cristina Florescu de la Procter&Gamble și Laura Lungu de la Danone.

În prezent, audiența radio este măsurată de IMAS – Marketing și Sondaje SA și Mercury Research SRL. (AC)