

## Revista Presei CNA\_ 26 martie 2007

### Ev.zilei

#### Giurgiu: "Televiziunea publica e a oamenilor"

Dan Arsenie

Invitat la emisiunea "Deschide Romania" de la Realitatea TV, presedintele TVR, Tudor Giurgiu, a declarat ca "televiziunea a inceput sa indeplineasca misiunea de serviciu public".

Intr-o scrisoare semnata de Lucia Hossu Longin si citita in emisiune, producatoarea TV critica in termeni duri starea actuala a televiziunii publice si considera drept inadmisibila lipsa de transparenta a unei televiziuni care se presupune a fi a tuturor cetatenilor unui stat.

Deputatul PLD, Raluca Turcan, a sustinut ca fiecare partid care vine la guvernare este tentat sa isi subordoneze televiziunea publica si ca TVR-ul ca institutie este foarte usor de influentat de clasa politica.

Presedintele CNA, Ralu Filip, este de parere ca Televiziunea Romana ar trebui sa aiba o singura sursa de finantare, si anume abonamentul TV. Filip a declarat ca, in schimbul acestui abonament, TVR ar trebui sa ofere un pachet de programe capabil sa multumeasca majoritatea platitorilor.

Referitor la "cazul" directorului Departamentului Stiri al TVR, Rodica Culcer, Giurgiu a declarat ca "doamna Culcer nu a fost demisa, este in concediul medical".

## Stăpânii Frecvențelor

# Politica CNA, numărul limitat de frecvențe și bătălia dintre trusturi blochează opțiunile consumatorului de

În Legea audiovizualului se definesc clar atribuțiile Consiliului Național al Audiovizualului. Fiind o autoritate publică autonomă sub control parlamentar, CNA este „garantul interesului public în domeniul comunicării audiovizuale” (art. 10 din Legea 504/2002). Majoritatea frecvențelor terestre sunt operate de marile trusturi de presă. Ce este o licență? Cum se obține? Cine domină piața audiovizualului? Cum s-a ajuns în situația de oligopol? Care sunt drepturile consumatorului de media și dacă acestea au fost încălcate - toate acestea reprezintă probleme care nu au fost ridicate

**COSMIN PĂCURARU**

**I**n Legea audiovizualului sunt stipulate, între altele, și atribuțiile Ministerului Comunicațiilor și Tehnologiei Informației: acesta elaborează Planul Național al frecvențelor radioelectrice. Trebuie să menționăm că numărul frecvențelor terestre este limitat pe o arie geografică și se calculează după o metodologie complicată, aprobată de Acordul de la Geneva, din 1984. Printre caracteristicile unei licențe audiovizuale (conform art. 54) se numără: tipul serviciului de programe (adică radio sau televiziune), formatul de principiu al serviciului de programe și structura programelor (majoritatea celor existente sunt generaliste), zona de acoperire (majoritatea licențelor au acoperire locală), frecvența de emisie (cu caracteristici de polarizare a semnalului și înălțimea antenei) și perioada de valabilitate a licenței (7 ani pentru radio și 9 ani pentru televiziuni).

În prima variantă de lege a audiovizualului, cea din 1993, se definea clar că acordarea unei licențe terestre de radio sau de televiziune nu este altceva decât acordarea unei concesiuni asupra unei frecvențe (având exact caracteristicile de mai sus) din Patrimoniul Național de Frecvențe. În buna tradiție a Parlamentului, aceea de a elabora legi incomplete și, uneori, în folosul unor grupuri de interese, în legea din 2003, încă în vigoare, termenul de concesiune a fost „uitat”, cu toate că acordarea unei li-

## media

cențe de emisie terestră a rămas în continuare o concesionare. La o discuție organizată de Asociația Consumatorilor de Media, Gabriela Stoica, director al Direcției de Comunicare din CNA și fost membru al Consiliului, a negat că, din punct de vedere juridic, acordarea unei licențe de emisie ar fi echivalentul concesionării unei frecvențe.

Orice jurist știe că o concesiune se acordă dacă se îndeplinesc anumite condiții, iar acestea trebuie să fie păstrate pe toată durata concesionării. Condițiile de obținere a unei licențe audiovizuale la CNA sunt bonitatea financiară (concesionarul să poată investi în aparatura necesară și să poată susține funcționarea pe o perioadă de timp, până la intrarea în piața de reclamă a canalului media) și respectarea unei grile de programe în care să se specifice procentele de programe proprii și retransmisii și, de asemenea, procentele pe tipuri de programe: informative, educative și de divertisment. În variantele vechi ale Legii audiovizualului mai apărea, la capitolul bonitate, și prezentarea unei echipe ce garantează capacitatea de realizare a grilei de emisie. Destul de normal, am zice, cunoscând faptul că resursa umană este cel mai important capital media.

Din păcate, în acest moment sunt foarte puține canale media care respectă grila procentuală inițială de acordare a licenței de emisie audiovizuală, adică de concesionare. Este adevărat că în nicio variantă de lege, care a funcționat până acum, nu a fost prevăzută obligativitatea difuzorului de a respecta condițiile inițiale de obținere a concesionării licenței de emisie. Trebuie să menționăm că pentru licențele audiovizuale de transmisie a programelor prin satelit nu sunt valabile aceste reguli, deoarece frecvențele folosite nu fac parte din patrimoniul național hertzian.

## DIN PREISTORIA AUDIOVIZUALULUI

În perioada de la înființarea CNA și până în 1995, majoritatea licențelor au fost câștigate fără intervenții politice sau sindicale și oricine a dorit să realizeze un post local de radio sau televiziune a avut șansa de a opera o

frecvență. Începând cu anii următori, au început să se dezvolte concernele media, care au obținut din ce în ce mai multe frecvențe: rețelele Contact (vândut către SBS Broadcasting și transformat în Kiss FM), Pro FM (deținut de MediaPro), Uniplus (vândut către SBS Broadcasting și transformat în Magic FM), Radio 21 (deținător Lagardere), Mix FM (vândut către SBS Broadcasting), Alfa TV și Alfa FM (nu e clar în a cui proprietate, dar care reprezintă începuturile construcției concernului media SOV).

Acordarea licențelor pe criterii politice către societăți comerciale care nu puteau îndeplini condițiile inițiale de licențiere cu manageri nepregătiți a dus la fenomenul manifest între 2000 și 2007: vânzarea acestora către marile rețele media. Exemple sunt multiple în provincie. Iată unul: Radio Dolly-Do Brăila, ce funcționează din 1993, a schimbat proprietarul prima dată în 1999, fiind preluat de un potentat local PNL. Cumpărat în 2006 de MIX FM, zilele trecute a fost tranzacționat către SBS. În București, un alt exemplu ar fi Radio Fan, cesionat în 2004 către micul trust de presă al Academiei Cațavencu, ajuns în mâna lui Sorin Ovidiu Vântu în 2006.

La capitolul lipsă de strategie a Ministerului Comunicațiilor și a CNA, putem să exemplificăm cu frecvența de 97,9 MHz din București, ce a aparținut Radio România Muzical, ajunsă în acest moment la InfoPro.

## TRUSTURI ȘI LICENȚE

Luând în discuție numai frecvențele radio, în România sunt acordate 694 de licențe terestre de radio conform informațiilor de pe site-ul CNA. În București sunt 28 de licențe de radio.

S-a ajuns la concentrări aberante ale acestora. Spre exemplu:

✓ În București, grupul MediaPro deține patru antene (InfoPro - licență națională, Pro Fm, Civic FM și Campus Pro FM), grupul Realitatea deține trei antene (Guerrilla, Total și Realitatea FM), grupul Lagardere o licență locală (Radio 21) și o licență națională (Europa FM), grupul SBS - trei licențe (Kiss FM, Magic FM și Mix FM) și grupul Intact - două licențe (Romantic FM și News FM).

continuare

- ✓ În Braşov, grupul MIX FM (deţinut de Aristotel Căncescu - preşedintele CJ Braşov) deţine trei licenţe din şapte.
- ✓ În Focşani, Realitatea Media are două licenţe din şase.
- ✓ În Sulina, Realitatea Media are două licenţe din trei.
- ✓ În Sfântu Gheorghe, grupul Mix FM deţine patru licenţe din şase.

Majoritatea frecvenţelor sunt distribuite marilor trusturi de presă: Trustul MediaPro - 62 licenţe locale şi una naţională, Trustul Lagardere - 68 licenţe locale şi una naţională, Trustul Naţional - 38 frecvenţe locale în două reţele: Naţional FM şi Favorit FM, Trustul Realitatea Media - 37 licenţe, Trustul SBS (Prima - Kiss - Magic) - 52 licenţe, Trustul MIX FM - 40 licenţe, Trustul Intact - 23 licenţe, Trustul Deea - 21, Trustul LBM - 15. De asemenea, mai există câteva mici reţele regionale (Minisat, Galaxy) care împreună mai acoperă la un loc 50 de licenţe. De curând, a fost vândut trustul MIX către SBS. În acest moment, respectivul trust deţine aproape 90 de licenţe, adică aproape 15% din totalitatea frecvenţelor terestre radio. Trebuie să menţionăm că preţul tranzacţiei a fost de aproximativ 6 milioane euro. Cu alte cuvinte, foştii acţionari au câştigat o mare sumă de bani de pe urma traficului de influenţă politică, tranzacţionând un bun al Patrimoniului Naţional.

Mai adăugăm că au fost acordate mai mult de 10% din totalul de licenţe (89) unor posturi de radio profesionale, din care numai 40 de licenţe aparţin Bisericii Ortodoxe. Dacă scădem şi licenţele SRR, rezultă că, în acest moment, numai vreo 100 de licenţe sunt deţinute de micii difuzori locali.

### UNDE SUFERĂ CONSUMATORUL DE MEDIA

Majoritatea radiourilor şi televiziunilor din provincie difuzau iniţial un anumit procent de informaţie locală. Ajungând în posesia marilor reţele, acestea nu mai difuzează informaţie locală. Cel mai bun exemplu este cel din reţeaua Kiss FM, şi ne reîntoarcem la exemplul brăilean: cel mai ascultat post de radio a fost Radio Mix Brăila, deoarece acesta transmitea numai informaţie locală. Postul a fost vândut, în 2000, reţelei Contact, actuala Kiss FM. Singura informaţie locală ce se transmite în acest moment este reclama. Ioana Avădani, directorul Centrului de Jurnalism Independent, crede că faptul

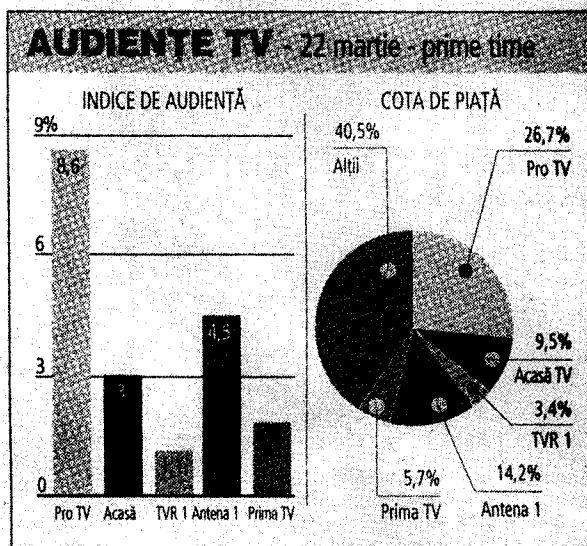
este inacceptabil pentru o comunitate locală căreia i-au fost alocate câteva frecvenţe pentru a o deservi şi care, în acest moment, nu beneficiază de niciun canal de comunicare. De asemenea, situaţia din Slatina este edificatoare: aici sunt alocate şase licenţe locale, dar dintre acestea niciuna nu furnizează informaţie locală, deoarece aparţin marilor reţele. Mai trebuie să spunem că toate aceste radiouri sunt generaliste şi au o politică muzicală asemănătoare, iar consumatorul nu are nici măcar opţiunea de a-şi alege melodiile preferate.

### CNA - o nouă strategie!

Potrivit lui Răzvan Frînculescu, directorul Direcţiei de Licenţe-Control din CNA, Consiliul are definitivată o nouă strategie pentru a nu se mai ajunge la astfel de cazuri nefireşti, specificând că toate tranzacţiile realizate sunt legale, respectându-se legislaţia în vigoare. Motivele pentru care s-a ajuns la o astfel de situaţie sunt aşezarea pieţei de media şi legislaţia învechită.

Consiliul aşteaptă viitoarea Lege a audiovizualului, la a cărei elaborare a participat şi care se află pe masa Comisiei pentru cultură din Senat. Aceasta va fi mult mai clară în problema concentrărilor locale de frecvenţe în mâna unui singur operator. Răzvan Frînculescu a mai precizat că, în viitor, CNA va ţine cont de tarhetarea fiecărui post şi va obliga minimum un deţinător de licenţă să furnizeze informaţie locală comunităţii din care face parte.

*Săptămâna financiară pag. 44*



*Ziarul financiar p. 3* SURSA: TNSIARD