

**CNA-REFERENDUM-DECIZIE / CNA a publicat o decizie privind referendumul pentru votul uninominal**  
București (MEDIA EXPRES) / 25 oct 2007 / Consiliul Național al Audiovizualului a dat publicității decizia nr. 897 din 25 octombrie 2007, privind referendumul pentru votul uninominal. Prezentăm în continuare textul deciziei.  
**DECIZIE Nr. 897 din 25 octombrie 2007**

**Privind reflectarea pe posturile de radio și de televiziune  
a referendumului pentru adoptarea votului uninominal la alegerile parlamentare**

Având în vedere dubla calitate a Consiliului Național al Audiovizualului de garant al interesului public și de unică autoritate de reglementare în domeniul programelor audiovizuale, în scopul asigurării, de către radiodifuzori, a unei informări corecte și imparțiale a publicului în legătură cu evenimentele legate de referendumul pentru adoptarea votului uninominal la alegerile parlamentare, având în vedere dispozițiile Decretului pentru organizarea unui referendum național privind introducerea votului uninominal pentru alegerea membrilor Parlamentului României nr.909/23.10.2007, în temeiul art. 3, 10 și 17 alin.(1) lit.d) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, precum și ale art. 42, 48, 49, 52, 53, 71, 77, 78 și 155 din Codul de reglementare a conținutului audiovizual, adoptat prin Decizia Consiliului Național al Audiovizualului nr. 187/2006, cu modificările și completările ulterioare, și ținând cont de prevederile art. 30 din Legea nr. 3/2000 privind organizarea și desfășurarea referendumului, cu modificările și completările ulterioare, Consiliul Național al Audiovizualului emite următoarea decizie:

ART.1. Reflectarea evenimentelor legate de referendum trebuie să respecte regulile privind informarea corectă, imparțialitatea și pluralismul de opinii din legislația audiovizuală.

ART.2. În emisiunile informative pot fi reflectate evenimente referitoare la referendum și pot fi prezentate modalitățile tehnice de organizare și desfășurare a acestuia.

ART.3. În cadrul emisiunilor de dezbatere, punctele de vedere pro și contra vor fi reflectate în mod egal.

ART.4. În perioada campaniei electorale pentru alegerile europarlamentare, candidații aflați în competiție pot participa numai la emisiunile și dezbaterile electorale prevăzute de art. 57 din Legea nr 373/2004, în conformitate cu dispozițiile art. 61 alin(1) din aceeași lege.

ART.5. 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.

ART.6. 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.

ART.7. În temeiul obligației de a informa corect publicul, până la încheierea referendumului, radiodifuzorii nu pot difuza consultări de tip televoting ale publicului, prin intermediul sms-urilor, e-mailurilor și telefoniei.

ART.8. 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.

ART.9. 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.

ART.10. Sondajele de opinie realizate de instituțiile de specialitate pot fi difuzate în condițiile respectării regulilor din Codul de reglementare a conținutului audiovizual.

ART.11 – (1) Emisiunile informative, de dezbatere și sondajele de opinie referitoare la referendum nu pot fi difuzate cu 24 de ore înainte de ziua de desfășurare a referendumului și până la închiderea votării.

(2) Fac excepție informațiile privind desfășurarea referendumului.

Președintele Consiliului Național al Audiovizualului, Rasvan Popescu

**Cotidianul**

**Basescu a fost interzis pe sticla**

[Diana Lazar](#), [Raul Balogh](#)

*CNA a decis ca oamenii politici si partidele nu au voie sa apara in clipurile pentru promovarea votului uninominal. Oamenii politici si partidele nu au voie sa apara in clipuri publicitare in campania pentru referendum, a hotarit joi Consiliul National al Audiovizualului, cu sase voturi pro si doua impotriva. Decizia CNA il impiedica astfel pe seful statului sa promoveze referendumul pentru uninominal, pe care chiar el l-a convocat. „Am interzis orice fel de clip politic, in care sint promovate mesaje politice negative sau pozitive ca sa nu inducem publicul in eroare, dar clipuri publicitare de chemare la vot se pot face”, ne-a declarat Attila Gasparik, vicepresedintele CNA, adaugind ca referendumul nu este un vot politic. „Noi am avut o experienta foarte proasta cind am dat drumul la clipuri pentru referendumul pentru schimbarea Constitutiei, pentru ca PSD si-a facut imagine cu aceasta tema”, argumenteaza Gasparik.*

„E o situatie absolut stupida“, este replica lui Gelu Trandafir, unul dintre membrii CNA care s-au opus deciziei. „Clipul publicitar este o forma de comunicare legitima, care poate rezuma niste argumente si care poate mobiliza electoratul. Cred ca puteam sa ne restringem la blocarea atacurilor la persoana prin astfel de spoturi, a atacurilor la partidele politice si sa ne rezumam la promovarea unui mesaj politic“, conchide Trandafir. Totodata, CNA a interzis radiodifuzorilor si transmiterea consultarilor de tip televoting ale publicului, prin intermediul SMS-urilor, e-mailurilor si telefoniei, pina pe 24 noiembrie, ultima zi de campanie.

Campania electorala pentru referendumul asupra introducerii votului uninominal nu a inceput inca oficial. Motivul: deocamdata nu exista hotarirea de guvern pentru organizarea referendumului care sa cuprinda calendarul de campanie. „Oficial trebuie sa asteptam hotarirea. Campanie pentru referendum poate incepe in sa de miine (astazi - n.r.) deoarece data este fixata si, potrivit legii, campania incepe cu 30 de zile inainte de data referendumului“, ne-a explicat democratul Mircea Toader, fost secretar de stat in MAI.

Campania electorala pentru alegerile pentru Parlamentul European a inceput oficial astazi dimineata la ora 7.00 si se va incheia pe 24 noiembrie tot la ora 7 dimineata. Potrivit unei legi adoptate de Parlament cu doua saptamini in urma, este interzisa prezentarea de catre televiziuni a sondajelor de opinie in timpul campaniei electorale pentru euroalegeri.

## **Romania libera** **Radio Romania Electoral**

Andrei Luca Popescu

**Legea obliga** postul public de radio sa le acorde trei tronsoane orare partidelor: un spatiu permanent de dezbateri, unul de campanie europarlamentara si altul pentru referendum. Pentru a le face loc, uneori sunt suspendate si emisiuni considerate incomode.

La Radio Romania Actualitati (RRA), grila de programe se apropie de sufocare din cauza obligatiei de a le face loc partidelor sa-si sustina pozitiile in cele doua campanii care se apropie: cea pentru alegerile europarlamentare si cea pentru referendum. De altfel, din vremuri imemorabile, politicienii mai beneficiaza de inca un spatiu asigurat de radioul public – emisiunea "Antena Partidelor Parlamentare". Ca sa faca loc in grila, conducerea editoriala a RRA a trebuit sa suspende cateva emisiuni pe timpul campaniei. De luni pana vineri, de la ora 15.00 la 15.50, au fost scoase patru emisiuni de dezbateri sociale (una de medicina, una de administratie locala, una de invatamant si una sociala) si o emisiune de autor pe teme de politica externa si europeana – "Periscop". De-a lungul vremii (in timpul guvernarii Nastase sau in campania pentru referendumul din luna mai), realizatorii acestor emisiuni, sotii Bogdan si Cerasela Radulescu, s-au aflat de mai multe ori in conflict cu conducerea institutiei, din motive de nerespectare a politicii editoriale impuse de sus.

"Tronsonul orar a fost stabilit prin negociere, in Comisia speciala din Parlament. Aceste 50 de minute trebuiau scoase de undeva si am ales o ora rezonabila, ca sa nu stricam prime-time-ul", ne-a explicat Doina Jalea, redactor-sef al RRA. Ea neaga eliminarea anumitor emisiuni incomode pentru politicieni: "De data aceasta, nu e vorba de emisiuni scoase din alte ratiuni. Dar nu poti sa bagi un picior in pantof, daca acolo este deja un alt picior".

Reprezentantul Agentiei de Monitorizare a Presei, Razvan Martin, se mira de decizia RRA. "si noi ne punem anumite semne de intrebare in legatura cu aceasta decizie editoriala. E posibil sa fie o masura represiva, pentru ca e foarte ciudat cum, in preajma alegerilor europene, scoti o emisiune care dezbate tocmai teme europene si politica internationala", spune Martin. Problema nu a ramas fara ecou nici la Consiliul National al Audiovizualului (CNA), care a discutat in sedinta de ieri aceasta problema, dar a conchis ca este o decizie editoriala care nu se afla in competenta sa. Totusi, decizia RRA a ridicat si aici intrebari. "Viata continua si in afara alegerilor europarlamentare, vor fi subiecte care trebuie dezbate. Radioul public avea si optiunea reprogramarii acestor emisiuni, care sunt de interes public. Conducerea institutiei are datoria sa comunice transparent si realizatorilor, si publicului aceste schimbari de program. Altfel, vor exista suspiciuni intemeiate ca se urmareste reducerea la tacere a unor jurnalisti incomozi", spune Gelu Trandafir, membru CNA.

Alegerea tronsonului orar dedicat emisiunilor de campanie se face prin negociere cu Comisia parlamentara de acordare a timpilor de antena. Totusi, surse din RRA ne-au declarat ca, mereu in astfel de situatii, politicienii decid tronsonul orar, iar posturile publice se executa. "Este hiba pe care am semnalat-o inca de la alegerile din 2004. Tot ce tine de campania electorala este lasat la mana politicienilor. Ei sunt si jucatori, si arbitri. Negocierea pentru timpii de antena se poarta intre unii care cer – politicienii – si unii care depind de acestia – posturile publice", explica Ioana Avadani, directorul Centrului pentru Jurnalism Independent.

## **Cotidianul**

## **Batalia adulterilor la „Tradati in dragoste“ si „Test de fidelitate“**

Anca Nicoleanu, Alexandra Badicioiu

*Cele doua emisiuni destinate inselatilor in amor „se bat“ in noul sezon, la tv, pe acelasi tronson orar. „Se copiaza unii pe ceilalti, in orice forma“, spune Attila Gasparik.*

Amatorii de scandal conjugal cu pumni si vorbe de duh s-au impartit in doua tabere, dupa ce Antena 1 a hotarit ca, din aceasta toamna, al sau „Test de fidelitate“ sa se dueleze pe acelasi segment orar cu mai experimentata intr-ale tradarilor amoroase de la Prima TV. „Miscarea facuta de Antena 1 nu este una «cistigatoare» pentru nici unul dintre cele doua posturi de televiziune. Exista un potential de 7 puncte de rating pentru acest gen de emisiune. Prin programarea emisiunii «Test de fidelitate» pe acelasi tronson orar cu «Tradati in dragoste», Antena 1 a reusit doar sa imparta acest potential cu noi“, ne-a declarat Catalina Balasoiu, specialist PR Prima TV. In plus, „emisiunea de la Antena 1 este mai diluata. Noi incercam sa prezentam cazurile cit mai succint, astfel incit emisiunea sa fie dinamica“. Adriana Rediu motiveaza la rindu-i de ce emisiunea pe care o produce la Antena 1 se bate pe acelasi tronson cu „Tradati in dragoste“: „«Test de fidelitate»“ este o emisiune care a «crescut», show-ul este urmarit de un numar din ce in ce mai mare de telespectatori. Plasarea acestei productii in prime time-ul zilei de luni face parte din politica de programe a Antenei 1”.

CNA a sanctionat in repetate rinduri cele doua posturi tv pentru limbaj vulgar, scene pornografice la ore nepotrivite sau incalcarea drepturilor omului. Anul acesta, show-urile au primit fiecare o amenda de 2.500 de lei pentru limbajul violent. Membrii CNA au cerut celor doua televiziuni ca la sfirsitul emisiunilor „Test de fidelitate“ si „Tradati in dragoste“ sa afiseze genericul in care sa fie prezentati regizorii, scenaristii si actorii productiilor. „Chiar de la inceput, noi le-am vorbit despre drepturile omului si despre libertatea la viata privata, iar cei de la televiziune au spus ca show-urile nu sint reale, ci fictive. Asa ca am cerut contractele cu asa-zisii actori, dar nu le-au adus“, a declarat pentru Cotidianul Attila Gasparik, vicepresedintele CNA. El a adaugat ca, mai mult decit atit, nu au ce face in acest caz, pentru ca „nu exista definitia actorilor, nu exista lege. Oamenii au contracte, presteaza servicii, deci asta e“. In opinia lui insa, personajele de la emisiunile „Test de fidelitate“ si „Tradati in dragoste“ nu sint actori. „Scenariul meu e ca intimplarile sint reale, iar oamenii obisnuiti sint platiti pentru a accepta sa fie filmati. Nu am vazut niciodata o invitatie la casting, ci la a-ti spune povestea. Iar banii conving oamenii sa accepte“, a explicat Attila Gasparik. Despre competitia dintre cele doua show-uri, vicepresedintele CNA comenteaza doar ca: „E lipsa de fantezie si de vitejie, in acelasi timp. Se copiaza unii pe ceilalti, in orice forma. Asta e strategia noastra tv, cum face unul ceva, vine repede un altul care sa faca exact acelasi lucru“.

„Credem ca am reusit sa eliminam toate nelaturile legate de «Tradati in dragoste». Cazurile sint reale. Oamenii vin la noi, ne suna sau ne scriu, ne prezinta problemele pe care le au. Daca decidem sa preluam un caz, o firma de detectivi particulari se ocupa de rezolvarea lui. Ulterior, pentru difuzare, folosim imaginile cu persoanele implicate, daca acestea isi dau acordul. In caz contrar, cazul este reconstituit. Folosim aceasta varianta de abordare deoarece CNA-ul ne-a impus anumite conditii pe care trebuie sa le respectam.“ Pe reconstituiri se bazeaza si Adriana Rediu: „Cazurile necesita reconstituiri pentru a proteja identitatea reala a unor personaje“. Cu toate acestea, nu se apeleaza la actori. Ionut Adascalitei, prezentatorul de la „Test de fidelitate“, ne-a declarat ca e singurul actor implicat in productie.

„Situatia este complicata de faptul ca nu putem sti exact cit adevar si cite gogosi sint in cele doua emisiuni“, subliniaza analistul media Iulian Comanescu. „Ambele sustin ca folosesc actori, asa ca am putea spune ca e vorba despre fictiune imbracata in hainele reportajului sau ale reality show-ului. La povestea cu actorii s-a ajuns insa dupa ce CNA a admonestat in diferite moduri «Tradati in dragoste», pentru amestecul in viata privata. De indignat nu are rost sa ne indignam in fata unor asemenea formate, fiindca oamenii vor continua sa se uite la ele si, in consecinta, televiziunile le vor produce, oricare-ar fi supararea noastra.“

„Am primit amenintari verbale la modul «sa nu te prind ca ma urmaresti pe mine ca...» sau «lasa, ca o sa fii tu fara bodyguardzi», dar, din fericire, nu am avut incidente. O singura data s-a intimplat sa fiu urmarit in trafic de o masina in care se aflau doi barbati si nu am reusit sa scap de ei, indiferent cite eforturi am facut. In cele din urma au renuntat, iar de atunci nu i-am mai intilnit. Trebuie sa incerci sa dezarmezi astfel de conflicte din start si sa nu ai niciodata impresia ca ai fi deasupra celor din jurul tau sau ca tie nu ti se poate intimpla nimic“, divulga Ernest din riscurile meseriei. De ce insala romanii? „Motivul pe care le-am intilnit cel mai des sint plictiseala, curiozitatea, razbunarea sau dorinta de a atrage atentia partenerului. Mai exista si oameni care nu au nici un motiv anume, ci pur si simplu nu pot accepta monogamia.“

La audienta, urmasul de pe Antena 1 a reusit sa depaseasca veteranii de pe Prima TV. Lunea aceasta, potrivit datelor de audienta furnizate de TNS-AGB, „Testul de fidelitate“ a reusit chiar si 7,8 puncte de rating la nivel urban, in timp ce concurentii de la „Tradati in dragoste“ realizau 1,4% rating, pe acelasi segment de public, diferenta de audienta avind loc la inceputul progamelor, intre orele 21.00 si 21.15. Antena 1 si-a pastrat avantajul la telespectatori pe parcursul show-urilor, dar acesta s-a diminuat treptat, iar la final, aproape de ora 22.00,

ratingurile au ajuns aproape la egalitate: 4,4 puncte de rating pentru „Test de fidelitate“ și 4,3 pentru „Tradati in dragoste“. Prima editie „Tradati in dragoste“ a acestui sezon, difuzata luni, 3 septembrie, a atins si ea virful de audienta, conform celor de la Prima TV. „Editia respectiva a inregistrat o medie de audienta de 4,2 rating cu 14,2 share, in targetul 15-44 all urban, targetul statiei, conform datelor furnizate de TNS-AGB si prelucrate de Departamentul de research Prima TV.“

**PRIMA TV-SOMAȚIE / Prima TV a primit o somație pentru înșelarea telespectatorilor cu concursuri SMS**  
București (MEDIA EXPRES) / 25 oct 2007 / Prima TV a primit o somație publică pentru emisiunea „Meci Dinamo - Elfsborg” difuzată în data de 4 octombrie 2007, pentru că nu a pus la dispoziția publicului informații clare cu privire la tariful aplicat de furnizor pe unitatea de timp în cadrul unui concurs prin SMS.  
De asemenea, televiziunea avea obligația să afișeze taxa pe valoarea adăugată și, după caz, toate taxele suplimentare, precum și condițiile și modalitatea de a intra în posesia premiului oferit, inclusiv eventualele costuri suplimentare.

Televiziunea a încălcat, potrivit CNA, prevederile art. 99, alin.(1) și art. 101, alin.(1) din Codul de reglementare a conținutului audiovizual.

## **7 Plus**

### **Televiziunea Patriarhiei va difuza publicitate**

Trinitas TV va emite de miine, iar grila va contine programe religioase (in proportie de 5%), programe educative, culturale si religioase (70%), filme (20%) si divertisment (5%). Postul va emite zilnic, intre orele 9.00 - 24.00, potrivit directorului Directiei Licente Control a CNA, Razvan Frinculescu. Din totalul de emisiuni ale Trinitas TV, potrivit dosarului depus la CNA, 80% vor fi productii proprii. Grila de programe a postului va include stiri din actualitatea religioasa nationala si internationala, talk-show-uri religioase si culturale, reportaje despre activitatile de asistenta sociala ale Bisericii, lecturi din Biblie si din textele Sfintilor Parinti, dar si clipuri filmate la manastiri si biserici cu importanta istorica si artistica. Printre productiile care, potrivit dosarului depus la CNA, vor fi difuzate de postul Trinitas TV se numara "Români in Europa", in cadrul careia vor fi difuzate reportaje despre parohiile românesti din strainatate, "Culorile spiritului", o emisiune-documentar despre icoane, si "Sfaturi duhovnicesti", un program in timpul caruia preotii vor raspunde intrebarilor puse de credinciosi. Pentru infiintarea postului Trinitas TV au fost investiti, potrivit dosarului depus la CNA, in jur de 250.000 - 300.000 de euro, iar investitia a fost facuta de Centrul Eparhial Iasi si de donatori particulari. Costurile lunare ale postului de televiziune se vor ridica la suma de 200.000 de lei (peste 60.000 de euro), iar acestea vor fi acoperite de tipografia Trinitas si de Centrul Eparhial Iasi. Trinitas TV va transmite publicitate si, potrivit dosarului depus la CNA, se estimeaza ca va cistiga lunar din publicitate, dupa prima jumatate de an de emisie, in jur de 50.000 de lei (15.000 de euro). Pentru a putea incepe emisia, un post de televiziune sau radio are nevoie de o licenta audiovizuala si o autorizare de functionare pe care le primeste de la CNA. Tot in sedinta de ieri, CNA a decis sa aprobe transferul celor 25 de licente ale Radio Trinitas de la Mitropolia Moldovei si Bucovinei la Patriarhia Româna. Postul de radio Trinitas are o acoperire nationala de 75% prin intermediul frecventelor terestre, iar, din 2004, poate fi receptionat si prin satelit, in Europa, in nordul Africii si Orientul Mijlociu. Din anul 2003, postul poate fi ascultat in intreaga lume si prin internet, la adresa <http://www.trinitas.ro>