

## Revista Presei CNA\_ 27 februarie 2007

### Gandul

#### Politicienii, play-backul, farsele si reclamele - luata la bani marunti de CNA

Diana POPESCU

De la buletinele de stiri la prezenta politicianilor pe micile ecrane; de la reclamele la alimente la emisiunile muzicale si concursurile interactive, o serie de programe de interes capata, de acum, reguli mai stricte, gratie CNA.

Cea dintai pe lista modificarilor de cod se refera la anunturile despre copiii disparuti. Articolul 9 se completeaza cu alineatul 4, care prevede clar: "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". Se evita astfel, prin ultima mentiune, un posibil asalt al televiziunilor din partea parintilor si rudelor copiilor, care ar incerca sa-i convinga pe realizatori sa le difuzeze anunturile.

O alta componenta a vietii private, de data aceasta una despre care protagonistii nu doresc sa se afle, este vizata de un nou alineat introdus la articolul 36 din Cod. In proaspatul alineat 5 se precizeaza: "Nu pot fi difuzate emisiuni de divertisment, gen camera ascunsa sau farse, care au ca obiect viata privata".

Se pare ca Dan Diaconescu, cu toate "nefacutele" pe care si le-a trecut in cont, a reusit nu doar scandalizarea opiniei publice si a membrilor CNA, dar si revizuirea textelor normative care privesc audiovizualul. Scandalul cu farsele porno difuzate pe OTV nu a generat doar amenzi de nivel maxim, aplicate postului, ci si o noua regula adaugata Codului. Nici politicul nu este neglijat in adaugirea la textul de lege care face ordine in audiovizual. Pana acum, potrivit "regulii celor trei treimi", puterea avea dreptul la 66% din timpul destinat exprimarii oamenilor politici, iar opozitia - la 33 de procente.

De-acum inainte, cei care conduc tara (senatori si deputati din partidele aflate la guvernare, reprezentanti ai administratiei publice centrale si locale) se vor vedea nevoiti sa se multumeasca "doar" cu 60% din totalul timpului destinat politicianilor. Opozitia parlamentara, parlamentarii independenti, partidele neparlamentare si reprezentantii locali ai acestora vor avea dreptul la 40 de procente. In teorie, cel putin. Pentru ca, dupa cum rezulta la fiecare monitorizare a radiourilor si televiziunilor, ceea ce se stipuleaza in lege nu-si gaseste niciodata corespondent in realitate.

Codul de reglementare in audiovizual specifica, de altfel, si faptul ca "numarul reprezentantilor puterii si ai opozitiei, participantii la emisiunile de dezbatere, va fi egal". Asta se poate verifica printr-o simpla numaratoare. Dar un moderator poate dribla si o asemenea prevedere, "ajustand" din mers, "in functie de necesitati", minutele alocate fiecaruia dintre invitati.

Nu doar alesii neamului au parte de o atentie speciala zilele acestea. Noile prevederi din audiovizual sunt de natura sa genereze niscaiva fiori si in zona artistica a patriei. Pentru simplul motiv ca articolul 86 capata un nou alineat, 2, cu urmatorul cuprins: "In emisiunile muzicale, radiodifuzorii au obligatia de a instiinta publicul daca interpretarea este play-back". S-au dus, deci, zilele senine ale pseudo-artistilor care si-au facut un obicei din a folosi drept scuza pentru mima "conditiile tehnice nefavorabile". Spre marea usurare a celor mai saraci cu vocea, nimeni nu interzice play-backul. Doar ca se interzice minciuna "prin omisiune": daca te prefaci ca ai canta, e musai ca lumea sa stie.

E musai ca lumea sa stie cum stau lucrurile si in sfera publicitatii. Asa ca articolul 107 prevede: "Publicitatea si teleshoppingul trebuie sa serveasca interesul public prin respectarea regulilor informarii si a unei competitii corecte". Se incerca si eliminarea, pe cat posibil, a concurentei neloiale ori a publicitatii negative facute concurentei. Articolul 109 specifica, la alineatul 2: "Este interzisa publicitatea care sugereaza publicului sa renunte la consumul de fructe, legume sau la alimente naturale". In completare, in cadrul articolului 138 se prevede: "Nu se vor atribui alimentelor si suplimentelor alimentare proprietati de prevenire, tratare sau vindecare a bolilor". Consiliul National al Audiovizualului e preocupat de asigurarea unui mediu alimentar sanatos. Asta se poate face prin norme. Asigurarea unui mediu publicitar sanatos va implica, probabil, si sanctiuni.