

Revista Presei CNA_27- 28-29 ianuarie 2007

Gandul

Telespectatorii, "victimele" principale la "Tradati in dragoste"

Diana POPESCU

O tara intreaga s-a contrariat/ scandalizat/ amuzat, urmarind emisiunea "Tradati in dragoste". Povestile amoros-catastrofale ale conationalilor fascineaza, la ceas de seara, amatorii de picanterii. Despre viata intima a vedetelor tot citesti prin ziare si reviste, sunt pline emisiunile de televiziune si site-urile de internet de asemenea istorii. Si, cand afli ca nu stiu care miliardar s-a certat cu nevasta pentru un iaht, sunt putine sanse sa rezonezi cu ei, cand tu ai Dacie in garaj. Dar cand o pereche "anomima", doi inisi ca oricare dintre telespectatorii lipiti de televizor, isi dezvaluie problemele pe de-a-ntregul, te simti mult mai apropiat de "telenovela" in cauza. Asa se face ca "omul de rand" savureaza nenorocirile celui ca el. Ii da un sentiment de confort sadic: nu numai lui i se intampla, uite ca altii o patesc si mai rau.

Cat de tradat s-ar simti fanul emisiunii, daca ar afla, dincolo de orice dubiu, ca programul sau favorit este, de fapt, o facatura? Ce relevanta ar mai avea conflictele regizate, bataile atent puse in scena, injuraturile (fie ele si mascate de bipuri) incluse in scenariu? E drept ca Prima Tv avertizeaza, la inceputul fiecarei editii, ca personajele nu sunt reale. Privitorul isi poate inchipui - mult mai profitabil - ca pe cutare protagonist nu-l cheama, de fapt, asa si ca la atat se rezuma "conventia". Dar daca eroii incaierarilor, porcaielilor si darilor in vileag sunt doar actori tocmiti sa interpreteze niste roluri? Nu s-ar simti bietul telespectator victima unei batai de joc impardonabile? Pai el, care a suferit alaturi de un inselat si s-a bucurat cand un infidel a fost demascat, se cheama ca e doar un fraier. E drept, si la filmele artistice, despre care stii foarte bine ca sunt niste inventii, mai versi o lacrima ori il mai dusmanesti pe eroul negativ. Dar sa fii astfel mintit tocmai la "Tradati in dragoste", asta e prea mult. Ce urmeaza? Sa afli ca si Mircea Radu masluieste idilele din emisiunea lui? Ca si Andreea Marin s-a inteles, inainte de emisiune, cu "surprinsii"? Ca bucuria lor e mimata si ca, de fapt, ceea ce ii inveseleste e un cec primit dupa terminarea emisiei?

Dilema fanilor postului Prima e pe cale sa ia sfarsit. Consiliul National al Audiovizualului a cerut producatorilor emisiunii, care sustin ca show-ul este regizat, sa aduca la sediul sau contractele cu persoanele angajate ca actori. Aceeasi solicitare vizeaza si echipa emisiunii "Test de fidelitate", mai proaspata surata de la Antena 1. Pentru ca lucrurile sa se lamureasca, odata pentru totdeauna.

"Daca emisiunile sunt reale, atunci sunt probleme, fiindca incalca drepturile si libertatile fundamentale ale persoanei. Faptul ca oamenii sunt urmariti, inregistrati si expusi publicului, fara acordul lor, contravine legislatiei", precizeaza Ralu Filip, presedintele CNA. "Daca sunt fictiuni, atunci publicul trebuie sa stie clar asta, ca sa nu existe confuzii. De pilda, la finalul emisiunii sa se precizeze distributia.

Dar acest gen de emisiune are succes atat timp cat lasa impresia ca este reala, de aceea producatorii nu au interes sa elimine dubiile. La un produs de fictiune lumea nu mai este atat de curioasa".

Consiliul va milita si pentru mutarea emisiunilor dupa ora 22 in grila de programe. "Continutul, raportat la ora la care se difuzeaza acum, este neadecvat. Violenta de limbaj, ipostazele in care sunt surprinsi protagonistii nu sunt lucruri potrivite pentru copiii de 13-14 ani. Pot fi amuzante si pot fi luate drept exemplu. Nu mi se pare in regula mai ales faptul ca solutia finala este intotdeauna violenta, fizica sau verbala", mai puncteaza Ralu Filip.

Cotidianul

Invazia radiourilor in teritoriu

Diana Lazar

Un post cultural-stiintific si un radio exclusiv de sport debuteaza anul acesta in eterul romanesc. In plus, retelele de notorietate se extind, iar statiile din provincie nu se lasa mai prejos.

Valentin Nicolau, fostul presedinte-director general al televiziunii publice, se numara printre cistigatorii concursului de frecvente radio, organizat recent de Consiliul National al Audiovizualului, informeaza MEDIAFAX. Nemira FM, postul pe care-l va lansa, va avea un profil cultural-stiintific si va emite in Capitala. „Un radio modern, care sa aiba ca misiune dezbaterea si informarea“ reprezinta obiectivele lui Nicolau cu privire la viitorul FM. Si informatiile din domeniul IT se vor regasi in grila de programe a postului, iar oferta muzicala nu se va limita la un singur gen, desi vor prima sunetele culte, mai spune Nicolau. Acesta a iesit cistigator la trei voturi diferenta fata de principalul adversar, Cyber Space, un proiect radio sustinut de parlamentarul Varujan Pambuccian si de Alexandru Lazescu, proprietarul retelei Mix FM.

Sport si biserica

O nisa putin exploatarea de radiourile autohtone private va fi acoperita o data cu lansarea postului Sport Total. Frecventa pe care va emite radioul a fost cistigata de proprietarii cotidianului omonim, editat de compania Frigo Media, detinuta de Nicolae Bara, deputat PD. Experienta echipei redactionale a ziarului si reseaua de corespondenti deja formata sint atuurile cu care pleaca la drum radioul. In plus, reprezentantii patronatului sustin ca se vor axa pe latura interactiva a statiei. Acelasi concurs a validat Arhiepiscopia Ortodoxa din Alba-Iulia sa utilizeze o frecventa de radio din Ludus, iar Mitropolia Moldovei si Bucovinei, una la Durau, pentru postul Trinitas. Profilul radiourilor este usor de ghicit.

Guerrilla cu accent moldovenesc

BBC, PRO FM, radio Guerrilla si Kiss FM au primit frecvente de radio in tara. Astfel, BBC va opera o licenta la Constanta si o alta la Sibiu, Eliberadio se va auzi atit la Piatra Neamt, cit si la Comanesti, in timp ce Kiss FM va emite si in Birlad. Compania de radio Pro, care opereaza PRO FM si InfoPro, este si ea proaspata posesoare de unde noi. Desi sint de parere ca notorietatea postului nu este direct proportionala cu numarul de frecvente, reprezentantii PRO FM considera ca acesta nu este un motiv sa nu se faca auziti in cit mai multe orase, ultimele doua achizitii fiind frecventele din Pitesti si din Alexandria. „Strategia extinderii retelei PRO FM are trei directii: cistigarea de frecvente noi, achizitionarea unor frecvente radio private si cresterea numarului de statii afiliate, prin care sa ne facem auziti in orasele in care nu avem statii locale“, ne-a declarat Departamentul de comunicare al postului. Si fratele mai mic din Pache Protopopescu, InfoPro, si-a extins antenele in tara, emitind mai nou in orase ca Galati, Focsani si Arad. Mai mult, acelasi radio va transmite in Brasov, Slatina si Tirgu-Jiu pe o singura frecventa. Nici radio Romantic nu-si neglijeaza ascultatorii din afara Bucurestiului, astfel ca au concurat pentru undele din Topolog. La rindul sau, Itsy Bitsy, un FM pentru copii, a primit licenta la Navodari, unde va realiza un program pentru cei mici similar cu cel din Capitala. La Iasi va emite Impact FM, originar din Suceava, localitate in care se va auzi si radio Deea, iar la Zimnicea va transmite National FM. Initial, CNA a scos la concurs 21 de frecvente radio, insa numarul acestora a fost suplimentat cu patru. Multe dintre acestea au fost cistigate de radiouri regionale si locale, care isi vor difuza programele in zona.

Jurnalul National

Romania TV, intre telenovela si sitcom

de Ralu Filip

Scriam saptamana trecuta ca scandalul biletelelor s-a nascut si o sa moara la tv, fara nici o legatura cu Romania reala, unde se intampla cu totul alte lucruri, unele bune, altele grave. Despre acestea din urma, in special, publicul este sumar sau deloc informat. Cauza? Nu au potential de rating, spun producatorii si directorii stirilor. Incompetenta si partizanatul de care dau dovada multi jurnalisti si analisti, zic eu.

Cand sursele judiciare nu alimenteaza programele de stiri, cand nici un politician nu-si toarna colegii de partid sau aliatii, cand CNSAS nu deconspira persoane cunoscute si cand nu se produce nici un accident auto cu mai mult de doi morti, e jale. Te uiti la tv si ai impresia ca Romania sta pe loc. Iata de ce scandalul biletelelor a venit precum ploaia in vremea secetei. In timp ce biletelele erau intoarse pe toate partile, chiar si pe cele nescrise, Romania avea si inca mai are o mare problema: strategia postaderare. Fara o strategie bine gandita e ca si cum ai naviga pe un vapor fara carma.

Nimeni nu s-a inghesuit sa ii explice publicului, la stiri si la talk-show-uri, importanta acesteia, cine si cum trebuie sa o elaboreze. Romania politica de la televizor nu s-a intrebat de ce strategia nu a fost pusa la punct inaintea aderarii la UE. Romania politica din Parlament alunga plictisul vacantei gandindu-se cum sa-i arate pisica presedintelui, cum sa-l demita pe premier, cum sa declanseze alegeri anticipate ori cum sa apara mai des la tv, in direct si la ore de maxima audienta.

Despre legile sigurantei nationale publicul a aflat, in cel mai bun caz, ca sunt motiv de cearta intre palate. Oamenii nu cunosc continutul celor doua proiecte. Ei nu stiu ce poate afecta drepturile si libertatile fundamentale si de ce avem nevoie de aceste legi.

Scandaloasa OUG 131/2006, prin care procurorii au primit dreptul de a ne accesa parti ale vietii intime fara mandat judecatoresc si fara sa fim pusi sub urmarire penala, nu s-a calificat in finala stirilor prioritare si nici nu i-a impresionat pe realizatorii emisiunilor de dezbateri. Ordonanta isi produce zilnic efectele, procurorii intocmind deja liste cu traficul convorbirilor telefonice, navigarii pe internet si al corespondentei electronice.

In timp ce la TV se murea de grija bileteleuror, a unora sau a altora dintre actorii implicati, a trecut neobservata o stare care asaza Romania pe primul loc in UE la mortalitatea infantila. In acelasi interval de timp, alti copii au disparut. Sunt sute deja despre care nu se mai stie nimic. Nici o dezbatere despre ce s-ar putea face ca sa ne protejam mai bine copiii. Coruptia si anticoruptia sunt mai presus decat dreptul la viata.

In zilele in care bileteleuror incingeau sticla ecranelor si infierbantau tot mai multe minti, in Romania se murea de viroza. Nici o curiozitate macar in ce priveste dotarea spitalelor cu aparate de ventilatie, fara de care nu poti salva viata bolnavilor in stare grava.

Cati dintre noi am aflat ca branza naste drame, chiar existentiale? Ei da, casul, urda si telemeaua sunt amenintate cu disparitia din cauza noilor reguli sanitare care interzic vanzarea lor altfel decat ambalate in vid. Daca intrebi un reporter de ce n-au fost informati taranii din timp despre aceste reguli, o sa-ti raspunda ca el este ziarist, nu veterinar. Sau ca informarea trebuia sa o faca Guvernul.

Romania de la televizor nu este un reality-show, ci o fictiune intre telenovela si sitcom. De ce? Raspunsul il gasim la Sartori: *"Si este fals ca televiziunea se limiteaza sa reflecte schimbarile in curs din cadrul societatii si culturii sale. In realitate, televiziunea reflecta schimbari pe care in mare masura ea le promoveaza si le inspira"*.

Romania politica din Parlament alunga plictisul vacantei gandindu-se cum sa-i arate pisica presedintelui, cum sa-l demita pe premier, cum sa declanseze alegeri anticipate ori cum sa apara mai des la tv, in direct si la ore de maxima audienta.

DCS-CABLU -COMENTARIU / DCS este din ianuarie și operator de cablu

București (MEDIA EXPRES) / 27 ian 2007 / Consiliul Național al Audiovizualului a aprobat, la jumătatea lunii ianuarie, funcționarea unui nou operator de cablu, Digital Cable Systems (DCS). Reunind pentru început 77 de avize de retransmisie în peste 500 de localități, proiectul este cea mai spectaculoasă regrupare a rețelelor mici în fața ofensivei greilor de la UPC și RCS & RDS, potrivit săptămânalului Capital.

„Operatorii foarte mari fac presiuni asupra pieței. Fără coagularea celor mai mici în sisteme cum este proiectul DCS, în curând nu o să mai avem distribuție independentă de televiziune prin cablu“, a spus Bașa Petru, președinte Teleson Sighișoara. El însuși operator cu peste 10.000 de abonați, Bașa Petru spune că piața de comunicații este „bulversată“ în prezent de gratuitățile și facilitățile în care se întrec marii operatori. El spune că prețurile practicate de Romtelecom sau RCS sunt „forțate și nerealiste la nivel de afacere“. „Sigur că este un avantaj al clientului, dar în final prețul real va ieși la suprafață, și până atunci operatorii mari demolează tot ce a mai rămas din piața independentă de distribuție.“

Digital Cable Systems este compania care operează unul din cele cinci sisteme de distribuție de televiziune prin satelit, Max TV. Înființată în anul 2005, ea are ca acționari 46 de companii de cablu și persoane fizice. De mai multă vreme, consorțiul, format din reprezentanții unor companii de cablu mici cum sunt Canad System Impex, Intex Prim, Telesat din Constanța sau Teleson din Sighișoara, încearcă să impună pe piață un nou mod de distribuție a semnalului de televiziune, destinat patronilor de rețele mici de cablu din mediul rural - dar fără prea mare succes. Denumit

futurist „Head End in the Sky“, sistemul se bazează pe platforma de satelit Max TV și ar fi permis rețelelor rurale să ofere, cu investiții minime, servicii de cablu digital la sate. Proiectul s-a lovit însă de câteva bariere care s-au dovedit impenetrabile, printre care și faptul că distribuția programelor de televiziune ar fi trecut prin mâinile unui intermediar.

Ideea a derutat televiziunile difuzate în mod tradițional prin cablu, de tipul HBO, AXN, Discovery, National Geographic sau Animal Planet. Prea puțin dispuse să dea din mână controlul asupra distribuției, și așa fragil din cauza eternelor suspiciuni legate de subraportarea numărului de abonați, canalele au refuzat politicos oferta, sugerând ca DCS să intre „în rând cu lumea“. DCS a decis, așadar, să devină și operator de cablu, pe lângă platforma digitală Max TV. În continuare, greul de-abia începe pentru președintele companiei, Gheorghe Minea, și asociații săi. Ei trebuie să-i convingă pe operatorii mici de cablu că „mărimea contează“. Surse din industrie indică faptul că dacă se reunesc sub o umbrelă mai mare, valoarea afacerii (prețul cu care se „vinde“ un abonat) ar crește, pentru rețelele rurale, cu 30% până la 70%. Ultimul reper cunoscut este tranzacția dintre UPC și Minisat, când prețul plătit a fost, în noiembrie 2006, de aproximativ 350 de dolari pentru un abonat.

„În scurt timp, rețelele noastre rurale vor trece la digital, oferind servicii de internet și telefonie, ca și creșterea numărului de canale de la 20 la peste 60“, a explicat Minea. El se așteaptă ca, în scurt timp, DCS să devină al treilea jucător de pe piața de cablu, cu peste 300.000 de abonați, devansând CCC Blue Telecom, compania omului de afaceri gălățean Cătălin Chelu. Masa de manevră a DCS este mare: conform unor statistici oficiale, anul trecut funcționau 627 de furnizori de cablu, acoperind o piață potențială de 5,5 milioane de gospodării. Doar 3,7 milioane dintre acestea erau abonate la retransmisia programelor audiovizuale.

În cazul în care proiectul DCS va avea succesul scontat, compania va deveni al treilea operator de cablu de pe piață, într-un clasament care ar arăta cam așa: UPC - 1.300.000 de abonați, RCS & RDS 1.200.000, DCS 300.000 și CCC Blue Telecom 200.000.