

Pro sau contra publicitatii de la TVR

Alexandra Badicioiu

Cotidianul

<http://www.cotidianul.ro/index.php?id=18181&art=43825&cHash=df942408e9>

Ideile lui Nicolas Sarkozy le dau de gindit si parlamentarilor romani, asa ca disputa pe marginea reclamelor de la TVR este reluata si anul acesta.

25 de milioane de euro a cistigat TVR anul trecut din publicitate. Adica aproape 10% din piata de tv pe 2007. „Miza este considerabila si a devenit din ce in ce mai mare in ultimii doi ani, de cind statiile publice au devenit un jucator important”, spune pentru Cotidianul Radu Budes, managing partner Splendid Media, agentia care se ocupa de spatiul de publicitate al TVR.

Miza considerabila reprezinta in acelasi timp o dezbaterie istorica: ar trebui interzisa sau nu difuzarea publicitatii la TVR? Pe fondul evenimentelor din Franta, unde presedintele Nicolas Sarkozy vrea sa scuture televiziunile publice de reclame, Asociatia Consumatorilor de Media (ACM) a deschis iar discutia, la inceputul acestei saptamini, si in Romania, la o dezbaterie in Club A. Chiar daca evenimentul nu s-a lasat cu nici o concluzie, Cotidianul a preluat intrebarea. Atit in contextul antecedentelor din anii trecuti, cind o serie de initiative voiau sa taie spatiul de reclama de la TVR, cit si al vocilor, anonime momentan, care anunta si pentru 2008 dorinte legislative in legatura cu publicitatea postului public.

Anul trecut, reclamele au adus 20% din veniturile totale ale TVR. Mai mult decit atit, sumele din publicitate sint singurele pe care postul public le poate controla direct, potrivit loanei Avadani, directorul executiv al Centrului pentru Jurnalism Independent. Inainte de a se declara pro sau contra, ea arata pentru Cotidianul tocmai circuitul banilor in TVR: „Exista o suma care vine de la bugetul de stat si care nu se duce la televiziune, ci la plata releelor, deci banii aceia nu intra in buzunarul televiziunii, si-i muta statul dintr-un buzunar intr-altul. Are bani din abonamente, dar nu are mijloacele de a colecta acesti bani, si are banii din publicitate, care sint singurii pe care-i poate controla direct. Stie ce contracte face, stie la ce sa se astepte. Priviti in aceasta arhitectura, banii din publicitate ii sint necesari in acest moment televiziunii publice“.

Din tabara analistilor, Iulian Comanescu o completeaza: „E nevoie de o multime de bani pentru ca TVR sa fie pusa pe picioare, dincolo de cei care s-ar economisi prin taierea cheltuielilor inutile. Adica si de cele 25 de milioane din publicitate“. El explica pentru Cotidianul de ce sustine publicitatea la TVR: „La ceea ce s-a intimplat anul trecut, parerea mea e ca TVR nu va putea sa slujeasca scopului pentru care a fost creata, adica sa serveasca interesul public, daca nu se investeste serios in el. Cred ca totul ar trebui sa inceapa cu celebra lege care s-a pierdut prin Parlament, de unde ar trebui sa rezulte un manager desprins de ciclurile electorale si fara culoare politica. Apoi, acel manager ar trebui sa anunte un plan de redresare drastic. Aici intervin si veniturile din publicitate“.

Actualul „manager“, Alexandru Sassu, numit presedinte-director general al Televiziunii Romane in vara anului trecut, in urma unui scandal politic mult mediatizat, in care PSD si PNL erau acuzate ca si-au negociat sefiile de la TVR si CNA, isi spune si el pozitia pentru Cotidianul: „Este important ca televiziunea publica sa aiba mai multe surse de finantare, pentru ca in acest fel nu devine dependenta de una dintre ele. In cazul nostru, daca TVR nu ar mai avea ca sursa de finantare publicitatea, ar fi dependenta de politic, care stabileste valoarea alocatiilor bugetare anuale si valoarea taxei pentru serviciul public de televiziune“.

Tot din partea TVR, Radu Budes vede partea financiara a paharului in aceasta dezbaterie: „Probabil ca o mare parte a bugetelor va migra catre celelalte statii, fiind absorbite in cresterile de pret pe care acestea le vor practica. Absenta publicitatii la statiile publice se va transpune imediat in cresterea dependentei acestora fata de buget si in cresterea taxei trimestriale. Sint oare consumatorii atit de deranjati de cele 8 minute de publicitate dintre programe incit sa fie dispusi sa mai plateasca niste bani pentru a nu le mai vedea?“.

Sefa de la CJI adauga in acest sens: „Exista suficient de multa protectie in Legea SRR-SRTv care sa usureze presiunea pe care publicitatea o pune asupra posturilor comerciale. Televiziunea

publica are numai 8 minute de publicitate, fata de 12, cit au cele in regim comercial, nu are voie sa intrerupa programele decit in anumite conditii. I se aplica conditii mai drastice, ceea ce intr-un fel ii ingreuiaza treaba, dar nu o lasa la cheremul publicitatii“.

Atila Gasparik, vicepresedintele Consiliului National al Audiovizualului (CNA), prezent la dezbaterile din Club A, a sustinut ca mai importanta decit da sau nu publicitatii e transparenta metodelor prin care televiziunea publica obtine bani din publicitate. De altfel, in aceasta perioada, CNA a realizat un proiect de modificare a Legii audiovizualului, in contextul in care Parlamentul European a adoptat, la sfirsitul lui 2007, Audiovisual Media Services Directive - Directiva privind serviciile media audiovizuale. Proiectul vizeaza, in citeva articole, si publicitatea, dar nu cea de la televiziunea publica, si va intra joi in atentia Ministerului Culturii si Cultelor.

Comparativ cu alte tari, raportul publicitate-taxa din TVR se aseamana cu cel din Portugalia, Ungaria, Cehia, Polonia, Serbia sau Macedonia. Acestea au o taxa de abonament, insa aproape dubla fata de a noastra, precizeaza reprezentantii TVR. Potrivit Ghidului EBU din noiembrie 2007, romanii au platit o taxa anuala de 14 euro in 2006, in timp ce maghiarii, cehii si polonezii au dat in jur de 40 de euro pe abonament, iar portughezii, 20 de euro. In coltul celor care nu difuzeaza deloc publicitate, taxele sint mult mai mari. Pentru BBC, din Marea Britanie, abonamentul anual pentru 2006 a ajuns la 195 de euro, YLE din Finlanda, la 200 de euro, NRK, din Norvegia, 247 de euro, SRT si SVT, Suedia, 217, Deutsche Welle, Germania, 204 euro.

„Tarile in care televiziunea publica nu da publicitate sint tari cu disciplina fiscala puternica. Am vorbit cu colegii de la alte televiziuni publice si i-am intrebat cum isi asigura veniturile. Au zis ca trimit de doua ori pe an scrisori la contribuabili si contribuabilii isi aduc aminte si platesc taxa radio-tv. Cind o sa vad lucrul acesta intimplindu-se in Romania, atunci o sa ma pronunt cu draga inima pentru scoaterea publicitatii“, comenteaza insa Avadani, pentru Cotidianul. Gasparik a respins si el, la dezbaterile din Club A, preluarea unor modele din strainatate: „La ora actuala, posturile publice au dreptul la 12 minute de publicitate pe ora, intre programe. Televiziunea publica are dreptul la opt minute de publicitate, strict dupa programe. Nu sint de acord sa preluam nici modelul francez, nici pe cel englez, nici pe cel german. Noi avem o identitate, trebuie sa cladim pe baza acestei identitati“.

Directorul CJL e departe de a crede ca TVR are vreo identitate: „Noi inca nu stim ce vrem de la televiziunea publica. Evident, spun o legenda aici. Nu stim inca ce vrem de la televiziunea publica si cred ca taierea publicitatii ar fi o miscare brusca si negindita. Bun, putem ajunge la concluzia ca nu vrem publicitate la TVR, dar trebuie sa stim ce vrem de la ea si cum ii dam banii sa faca rolul acesta“.

Ecoul lui Giurgiu

O alta confuzie a inconjurat publicitatea de la TVR saptamina aceasta. O solicitare mai veche, din perioada mandatului lui Tudor Giurgiu, a ajuns la Biroul Permanent al Camerei Deputatilor, ca raspuns al actualei conduceri a TVR, referitoare la propunerea de modificare a Legii audiovizualului initiata de Ioan Ghise si de Gheorghe Funar. In scrisoare, TVR cerea marirea spatiului de reclama cu doua minute, precum si posibilitatea de a difuza publicitate in pauza competitivilor sportive. Luata de buna de agentile de presa, stirea a lansat imediat reactii.

Presedintele CNA, Rasvan Popescu, a raspuns prompt ca va discuta cu Alexandru Sassu aceasta posibilitate. Un comunicat al postului public incerca tardiv sa lamureasca lucrurile: „Conducerea Televiziunii Romane nu intentioneaza sa propuna modificarea legii in sensul maririi spatiului dedicat publicitatii la TVR. Dintr-o regretabila eroare, observatiile TVR referitoare la propunerea de modificare a legii contineau un text gresit“.

Nicolas Sarkozy vrea altfel de posturi publice

Presedintele Nicolas Sarkozy a anuntat, la inceputul lui ianuarie, un proiect de suspendare a publicitatii pe posturile France Televisions si marirea impozitelor pe care le platesc televiziunile private, pentru a fi acoperite astfel pierderile. „Vreau ca premisele televiziunii publice sa fie modificate in profunzime“, a declarat Sarkozy intr-o conferinta de presa. Ministrul francez al Culturii, Christine Albanel, a anuntat, tot atunci, ca proiectul de lege ar putea fi votat inainte de vara acestui an. Pierderea radiodifuzorului public francez s-ar ridica insa la 800 de milioane de euro, ceea ce a provocat deja greve ale angajatilor din Hexagon.