

Romania libera

TVR revendica frecventa moldoveneasca in Justitie

Eliza Roibu

Televiziunea Romana a decis sa conteste in Justitie decizia Consiliului Coordonator al Audiovizualului de la Chisinau de a scoate

la concurs frecventa pe care se retransmiteau programele TVR in Republica Moldova.

Hotararea de a contesta in Justitie scoaterea de pe frecventa a TVR a fost luata dupa ce Consiliul Coordonator al Audiovizualului (CCA) de la Chisinau a respins plangerea prealabila formulata de TVR in care se solicita anulara deciziei de atribuire a frecventei altui post. Intr-un comunicat primit la redactie, TVR precizeaza ca "deciziile CCA au fost adoptate cu nerespectarea legislatiei in vigoare din Republica Moldova, care stabileste ca retragerea unei licente se poate dispune de catre CCA numai in cazul in care, din motive tehnice, radiodifuzorul nu respecta grila de programe anuntata pe o perioada mai mare de 45 de zile".

Vicepresedintele CNA, Attila Gasparik, ne-a declarat ca problema cu care se confrunta TVR in Republica Moldova este una spinoasa si a aparut din ratiuni politice, nu din motive obiective: "Intr-o democratie nu s-ar fi ajuns in aceasta situatie. E o mare nesiguranta in Justitia de acolo, precum si in functionarea oricaror autoritati". Gasparik nu crediteaza cu multe sanse demersul in Justitie al TVR: ",Nu cred ca se va rezolva ceva". Saptamana trecuta, CCA de la Chisinau a aprobat modificarea grilei de emisie a postului de televiziune "2 Plus", care a castigat licenta pentru frecventa unde erau difuzate emisiunile TVR. Pe frecventa cu pricina va emite postul "Antena International", care face parte din trustul Intact, controlat de familia liderului PC, Dan Voiculescu.

Evenimentul zilei

Parazitii dau buzna in dormitorul tau

Floriana Scanteie

Cheloo, Ombladon si Freaa sunt gazdele show-ului „Pimp my bedroom” de la Prima TV, care transforma camerele tinerilor in spatii de distractie.

Fanii trupei Parazitii ii pot vedea acum pe Cheloo, Ombladon si Freaa la televizor, in fiecare sambata, de la ora 19.30, prezentand in stilul lor caracteristic emisiunea de divertisment de jumatate de ora „Pimp my bedroom”, pe Prima TV. Cei trei membri ai trupei hip-hop sunt gazdele emisiunii, conducand toata operatiunea de „aranjare” a dormitorului.

Ei sunt prezenti de la prima intalnire cu posesorul dormitorului si pana la validarea ideilor de renovare care vin de la un designer profesionist. Parazitii ii prezinta castigatorului dormitorul la final, explicandu-i modul in care functioneaza gadgeturile montate.

Limbaj marca Parazitii in prime-time

„„Pimpuim” un singur dormitor pe editie, iar renovarea lui costa in jur de 3.000 de euro”, a spus Mihaela Fabian, media buying director la agentia MindShare.

Totul a pornit de la produsul Axe, care a beneficiat de o campanie de promovare la nivel national, in cadrul careia s-au desemnat cativa castigatori. Ei vor fi protagonistii celor opt editii, in care dormitorul lor va fi transformat **complet**, in functie de pasiunile pe care le au si de impresia pe care vor sa o lase fetelor care vor intra in el.

Intrucat concurentii si publicul emisiunii sunt tineri, producatorii au considerat ca membrii trupei Parazitii sunt cei mai potriviti sa o prezinte. Mihaela Fabian a spus ca baietilor le-a placut proiectul din prima. In ceea ce priveste limbajul colorat, Fabian a explicat ca acesta „este albit sau innegrit cu bipuri, ca sa nu mai vorbim despre ce mai cade la montaj”.

Publicitate prin emisiune

Ideea realizarii unei emisiuni inspirate din celebrul format „Pimp my ride”, care se difuzeaza la MTV, gazduit de rapperul Xzibit, a fost a agentiei de publicitate Lowe&Partners. Agentia OgilvyAction s-a ocupat de implementarea actiunii, iar MindShare de productia emisiunii si de difuzarea ei.

Sigla sponsorului emisiunii, Axe, apare din cand in cand pe ecran. Reprezentantii agentiei MindShare spun ca „referirile la marca Axe sunt in conformitate cu regulile CNA: prin dialog nu se face nicio referire la produs, iar produsul nu este niciodata aratat in prim-plan, ci in mod discret”.

Codul audiovizualului reglementeaza conceptul american de „product placement” (plasarea de produse in programele audiovizuale, filme si emisiuni de divertisment), permitand inserarea logoului sponsorului emisiunii, in sa nu mai mult de un minut. Uniunea Europeana prevede norme mai relaxate in ceea ce priveste notiunea de „product placement”. Attila Gasparik, vicepresedintele CNA, a spus ca discutiile in cadrul sedintelor forului vor aborda acest aspect dupa ce o decizie apare in Monitorul Oficial al UE.