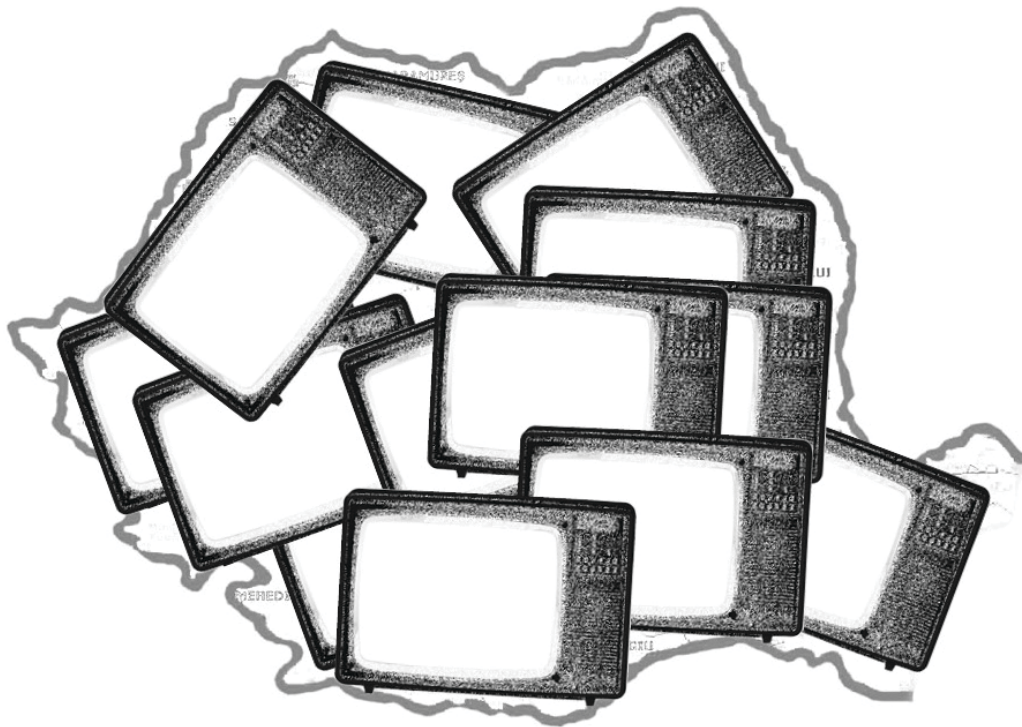




PROGRAMUL FREEEX

HARTA POLITICĂ A TELEVIZIUNILOR LOCALE



 **ActiveWatch**

- Membră a Rețelei Reporteri fără Frontiere -

București

Ianuarie 2014

Acest raport a fost redactat în cadrul programului FreeEx al ActiveWatch -
Agenția de Monitorizare a Presei.
Programul FreeEx își propune să contribuie la protejarea și promovarea dreptului la libera exprimare și a
libertății presei.

Acest raport este finanțat de Open Society Institute (OSI).
Conținutul acestui raport nu reflectă în mod necesar opinia OSI.

Coordonator de proiect:

Răzvan Martin

Editor:

Liana Ganea

Autori:

Maria Popa
Adrian Mogoș
Mihai Pavelescu
Ștefan Cândea

Sociolog:

Oana Ganea

Mulțumiri:

Consiliul Național al Audiovizualului
Paraschiv Ciobănescu, Alex Chivu, Bogdan Voșloban
Codrina Maria Ilie, Vasile Crăciunescu

Tehnoredactare și design:

Dan Ichimescu

Voluntari corectură:

Cosmin Dumbravă, Sorina Untu, Alina Calistru

Finanțator:

Open Society Institute

CC BY 3.0

ActiveWatch

Membră a Rețelei Reporteri fără Frontiere
Calea Plevnei nr. 98, bl. 10C, sector 1, București; CP 2 OP 67
021 313 40 47 021 637 37 67
office@activewatch.ro www.activewatch.ro

Cont IBAN: RO 83 BTRL 0450 1205 A793 02XX
Banca Transilvania Sucursala Știrbei Vodă
C.I.F. 18912239

Cuprins

Metodologie	2
Televiziunea locală - aspirator al banului public	4
trambulină pentru cariera politică și lăutar pentru politicieni	4
1. Televiziunea locală este o armă de luptă politică. În multe cazuri este sponsorizată din bani publici	4
2. TEME	5
2.1. Criterii de alegere a subiectului	5
2.2. Metode de colectare a informației	6
2.3. Conținutul media diseminat de televiziunea locală	8
2.4. Ierarhia redacțională și organizarea întreprinderii de media.....	9
2.5. Resurse umane	10
2.6. Patron sau manager de televiziune locală.....	11
2.7. Model de afacere	12
2.8. Mentalitatea politicianului față de televiziunea locală	14
2.9. Jurnaliștii de mâine	16
2.10. Publicul nu contează	17
2.11. Protecție și responsabilitate	17
3. CONCLUZII	18
4. RECOMANDĂRI PENTRU ZIARIȘTI	19
Televiziunile arădene se acuză reciproc de influențe politice	22
Televiziunile din Bacău, „prinse în menghina” intereselor patronale	31
Televiziuni „arodate” politic în Brașov	43
Televiziunile din Caraș - Severin, vulnerabilizate de finanțările politice	53
Patronatele au renunțat treptat să sprijine financiar televiziunile din Cluj.....	61
Unele televiziuni constănțene susțin politicieni „din convingere”	74
Dolj: Multe televiziuni, puțini jurnaliști.....	95
Calitatea televiziunilor giurgiuvene trece prin buzunar	113
Televiziunile „imobiliare” din Iași.....	124
Televiziunile din Mureș, asociate cu partide politice.....	137
Liviu Luca, Sebastian Ghiță și William Brînză, patroni de televiziuni prahovene, aduc bani „de-acasă”	147
În județul Timiș - televiziuni „de casă” pentru Primărie și Consiliul Local	161
Televiziunile din Vâlcea - „cuminți” și dependente de finanțatori (politici)	172
Televiziunile vrâncene Atlas și Focus - un „vis din copilărie” și un „microb”	181
ANEXA. Date despre respondenți	188

Metodologie

Obiectiv: Realizarea unei radiografii a situației actuale a televiziunilor locale în ceea ce privește starea economică, presiunile politice și economice la care sunt supuse acestea, nivelul de profesionalizare și de autoreglementare. De asemenea, s-a urmărit identificarea celor mai bune soluții pentru îmbunătățirea mediului economic în care funcționează presa și pentru asigurarea independenței presei la nivel local.

Pentru colectarea datelor au fost folosite următoarele metode:

- 1) *desk research* - analiza documentelor oficiale (statistici, date de la Registrul Comerțului, date de la Consiliul Național al Audiovizualului - CNA etc.)
- 2) metoda interviurilor în profunzime cu factori relevanți (reprezentanți ai managementului și acționariatului instituțiilor de media, jurnaliști, analiști media locali, politicieni, oficiali locali, activiști din ONG -uri locale cu expertiză relevantă etc.)

1. Desk research

Activități urmărite:

- Crearea unei baze de date cu televiziunile locale din cele șapte zone de acțiune;
- Crearea unei baze de date cu persoanele cu care se vor realiza interviurile;
- Colectarea de informații privind sursele de finanțare a televiziunilor;
- Colectarea de informații privind proprietarii și coproprietarii televiziunilor;
- Colectarea de informații privind contractele de publicitate cu autoritățile locale;
- Colectarea de informații privind bilanțurile contabile, date de la Registrul Comerțului, Ministerul Finanțelor;
- Colectarea de informații privind sancțiunile CNA primite de televiziunile cercetate.

2. Interviuri în profunzime

Interviurile au tratat o serie de aspecte care au privit toate grupurile țintă, dar au fost analizate și probleme care au ținut de particularitățile fiecărui grup-țintă în parte.

Grup-țintă: Manageri și proprietari media

S-a urmărit colectarea de informații privind:

- Problemele de management (fluctuația de personal, probleme financiare, profesionalizarea jurnaliștilor etc.);
- Presiunile politice și economice care pot apărea la nivelul instituțiilor media;
- Relația cu celelalte instituții media (locale și centrale);
- Relația cu autoritățile locale;
- Cazuri de agresiune îndreptate împotriva jurnaliștilor;
- Mecanisme de aflare a audienței, *market share*;
- Mecanisme de construire a grilei de programe;
- Atitudinea față de legislația care privește mass-media;
- Atitudinea față de un sistem de autoreglementare în mass-media. Existența unui cod etic al redacției, dacă este cunoscut, asumat și aplicat de către ziariști;
- Soluții pentru îmbunătățirea situației economice a presei locale;
- Soluții pentru îmbunătățirea independenței presei locale;
- Soluții pentru creșterea calității presei locale.

Grup-țintă: Jurnaliști cu experiență de cel puțin un an

S-a urmărit colectarea de informații privind:

- Problemele economice ale jurnaliștilor;
- Problemele profesionale ale jurnaliștilor;
- Presiunile politice și economice care pot apărea la nivelul instituțiilor media;
- Relația cu managementul;
- Relațiile profesionale din interiorul instituției;
- Nevoia unui sindicat al jurnaliștilor;
- Nivelul de expertiză actual, nevoia unor cursuri de specializare;
- Cazuri de agresiune îndreptate împotriva jurnaliștilor;
- Atitudinea față de legislația care privește mass-media;
- Atitudinea față de un sistem de autoreglementare în mass-media. Existența unui cod etic al redacției, dacă este cunoscut, asumat și aplicat de către ziariști;
- Soluții pentru îmbunătățirea situației economice a presei locale;
- Soluții pentru îmbunătățirea independenței presei locale;
- Soluții pentru creșterea calității presei locale.

Grup-țintă: Alți factori interesați (politicieni locali, administrație locală, ONG-uri, inspectori CNA, analiști media etc.)

S-a urmărit colectarea de informații privind:

- Imaginea televiziunilor locale;
- Nivelul de încredere în televiziunile locale;
- Cazurile de abuzuri la adresa jurnaliștilor;
- Presiunile politice și economice;
- Contractele de achiziții publice care implică presa;
- Atitudinea față de legislația mass-media, nevoi de schimbări;
- Soluții pentru îmbunătățirea situației economice a presei locale;
- Soluții pentru îmbunătățirea independenței presei locale;
- Soluții pentru creșterea calității presei locale.

S-a urmărit înțelegerea amănunțită a atitudinilor, opiniilor și valorilor respondenților legate de starea televiziunilor locale. **Rezultatele acestei cercetări, la fel ca toate cercetările de tip calitativ, au în primul rând relevanță la nivelul grupului cercetat.** Rezultatele trebuie înțelese ca atare și numai în scopul explicării anumitor comportamente și atitudini care apar la nivelul acestui grup. Rezultatele pot defini *pattern*-uri de comportament pentru întreaga breaslă.

Au fost realizate aproximativ 200 de interviuri și discuții, în 15 județe. Durata medie a unui interviu a fost de o oră.

Date despre respondenți:

Rigorile unei cercetari de tip sociologic cer protejarea identității respondenților. De aceea, am optat pentru a face publică numai identitatea acelor intervievați care au dorit acest lucru.

Lista respondenților poate fi găsită în Anexa la prezentul raport.

Televiziunea locală - aspirator al banului public trambulină pentru cariera politică și lăutar pentru politicieni

1. Televiziunea locală este o armă de luptă politică. În multe cazuri este sponsorizată din bani publici

ActiveWatch publică un studiu despre influența politică asupra televiziunilor locale din România. Este rezultatul colaborării dintre jurnaliști și activiști cu asistența unui sociolog. Timp de un an au fost realizate interviuri în redacții ale celor mai importante televiziuni locale din 15 județe. ActiveWatch a procesat aproape 200 de interviuri și întâlniri, desfășurate în aproximativ 300 de ore de discuții cu ziariști, manageri și patroni de presă, politicieni locali și reprezentanți ai CNA. La aceasta s-au adăugat sute de ore de *desk research*, în care am colectat date despre situația televiziunilor locale incluse în cercetare.

Intenția noastră inițială a fost să prezentăm o hartă a culorilor politice pentru fiecare televiziune locală. Speram să identificăm grade diferite de implicare politică și chiar televiziuni neutre. Am ajuns să regândim ipoteza de la care am plecat. Încrângăturile politice sau economice în managementul și acționariatul televiziunilor locale sunt de multe ori atât de complexe încât nu întotdeauna poți să definești clar culoarea politică a unei televiziuni. În plus, în multe cazuri datele lipsesc. Însă, conform datelor pe care le-am putut colecta, există îngrijorător de multe cazuri în care televiziunea locală este o armă de luptă politică și economică sponsorizată din bani publici, direct sau indirect. Astfel, aproape jumătate din cele 56 de televiziuni incluse în cercetare sunt influențate direct sau indirect de politicieni. Mai mult, aproape jumătate dintre aceste televiziuni au putut fi documentate ca fiind beneficiare directe ale sponsorizărilor din bani publici, dar, cel mai probabil, numărul acestora este mult mai mare.

De aceea, de multe ori orientarea sprijinului politic pe care îl acordă televiziunile se poate schimba de la an la an, în funcție de partidele care ajung să controleze bugetele administrației locale sau de „barca” politică în care sare patronul.

Studiul sintetizează mecanismele prin care televiziunile locale ajung să deservească politicieni. Și detaliază peisajul media județ cu județ.

Este un studiu fără precedent. Generează portretul televiziunii locale, al lucrătorului angajat într-o astfel de întreprindere, al felului în care se desfășoară o afacere media și al modului în care gândesc patronii sau managerii. Și, desigur, al gradului de implicare al politicului în afacerile presei.

De ce sunt importante detaliile acestui studiu? Pentru că televizorul este principala sursă de informare pentru 97% dintre români, potrivit Eurobarometrului Standard 78, „Opinia publică în Uniunea Europeană” publicat în februarie 2013.

Radiografia este șocantă. Judecând după tipul de conținut pe care televiziunile locale îl diseminează, rezultă că românii trăiesc într-un deșert informațional fără să-și dea seama. Teoretic, presa locală stă la baza unui ecosistem al informației, pentru că cele mai importante informații pe care le transmite sunt preluate de presa națională. La rândul ei, presa națională informează decidenți politici, intermediază presiune asupra politicienilor locali sau este sursă pentru presa internațională. Astfel, cu o presă locală inexistentă sau care își neglijează funcția de bază de a informa și de a da o voce cetățeanului, baza ecosistemului informației este viciată.

Pe cât de gravă este situația televiziunilor locale, pe atât de mare este oportunitatea pentru jurnaliști onești, cu inițiativă, care au răbdare să identifice nevoi ale comunităților în materie de informație. Este un domeniu fără nicio concurență. Comunitatea locală poate să fie un partener în crearea de conținut. Iar nevoia de conținut a media naționale și internaționale poate să fie o sursă de venit pentru grupuri de jurnaliști independenți. Este nevoie însă de o construcție atentă, care să aibă continuitate și să fie axată pe crearea unui brand de credibilitate și integritate, cu valori jurnalistice clare, în jurul unor persoane și nu al unor companii.

Pe parcursul interviurilor nu am întâlnit o preocupare pentru urmărirea, testarea și adaptarea diverselor modele de afaceri care încearcă să iasă din cercul vicios al subvenției politice sau al dependenței de reclamă, care poate corupe.

De la un județ la altul problemele televiziunilor locale sunt aproape identice. Toate etapele importante ale procesului jurnalistic sunt de multe ori viciate: de la alegerea unui subiect până la publicarea lui, de la tipul de patronat la organizarea redacției, de la sursa finanțării la monetizarea operațiunilor de media.

În plus, televiziunile locale sunt înființate nu numai de către oameni politici, ci, în câteva cazuri, și de instituții ca primării sau consilii județene. Există întreprinderi media care au chiar spații de lucru în astfel de instituții.

Rapoartele pe fiecare județ în parte pot fi citite în capitolele care urmează. Din aceste rapoarte și din interviurile pe care le conțin ies în evidență două aspecte importante ale întreprinderii care poartă numele de televiziune locală.

Antagonismul dintre teorie și practică. Fie că este vorba de politicieni, patroni sau lucrători media, de multe ori aceștia intuiesc unde este răspunsul corect la întrebări mai delicate, dar se contrazic în practică. Unul dintre multele exemple pe care le-am detaliat în raport: Cornelia Dunăreanu de la Banat TV din Reșița este patroană de presă și redactor-șef, deci îndeplinește atât rolul de administrator cât și pe cel de coordonator editorial. Și totuși declară: „*Partea administrativă nu se suprapune peste partea editorială*”. (Cornelia Dunăreanu a candidat pentru Camera Deputaților pe listele ARD, la alegerile din 2012).

În al doilea rând, reiese **magnitudinea fenomenului de sponsorizare a televiziunilor locale** direct din banii publici ai administrației locale, sau indirect, din afaceri ale patronatului cu instituții ale statului. Televiziunea locală este cu ochii pe portofelul puterii, dar de multe ori nu ca un *watchdog*. „*Televiziunile locale sunt mai degrabă factori de PR pentru politicieni atunci când sunt la putere.*” (Marcel Tolcea, profesor universitar, șef catedră la Secția Jurnalistică, Timișoara).

Mulți dintre cei angajați în redacții nu au priorități jurnalistice în munca lor de strângere de informație, procesare și diseminare, nu respectă norme deontologice, potrivit interviurilor realizate. Mai degrabă ei îndeplinesc un rol de înregistrare și amplificare a unor mesaje concepute de alții. Din acest motiv am decis să folosim aici termenul de **lucrător media** în loc de jurnalist.

Mai jos sintetizăm temele care au apărut recurent de la județ la județ și adăugăm o analiză proprie.

2. TEME

2.1. Criterii de alegere a subiectului

Încă de la momentul alegerii subiectului, multe redacții locale pornesc de la criterii non-jurnalistice.

”În mass-media locale contactul dintre jurnalist/ manager/ patron de media și politician este direct, uneori foarte personal, ceea ce duce la o presiune asupra mass-media, la o încercare de imixtiune în politica editorială, de impunere a unei anumite modalități de abordare a subiectelor delicate, de impunere a unui embargo asupra unor subiecte sau personaje care pot sau nu pot apărea în media controlată de către mediul politic.” (Andrei Ando, director general West TV, Arad)

”Am blocat materiale de la difuzare din motive economice. Dacă se face o știre despre o firmă care are o campanie de nu-știu-ce vânzări, îi spun reporterului să nu facă știrea, pentru că acea firmă nu a vrut să încheie un contract de publicitate cu noi.” (Manager TV Galați)

Din interviurile realizate a reieșit că un criteriu important pentru unele redacții este ca subiectul ales să nu deranjeze în vreun fel prietenii de afaceri sau susținătorii politici ai patronului: „*Dacă un reporter are o informație pe care vrea să o dea pe post despre un candidat care are campania foarte bine plătită la postul tv, trebuie să întrebe conducerea postului, pentru că poate provoca un conflict.*” (Gheorghe Ilaș, jurnalist județul Timiș).

De multe ori, atunci când există un dubiu asupra intereselor proprietarilor, documentarea începe cu cererea permisiunii conducerii: „*Noi știm ce înseamnă o încălcare a unor principii și foarte rar apelăm la conducere dacă un material poate sau nu să fie demarat. (...) Să nu muncim și pe urmă să fie prea târziu, pentru că din anumite puncte de vedere nu am respectat anumite principii, întrebăm înainte să mergem la muncă.*” (Realizator emisiuni TVS Brașov).

În alegerea subiectului se ține cont și de faptul că redacția locală trăiește în mijlocul unei comunități destul de mici: „*Știu cât de mult e bine să fii liber și când să mă opresc. Și eu trăiesc în orașul ăsta, dar nu mi-l pun în cap.*” (Jurnalist freelance, colaborator Etalon TV, Vâlcea).

2.2. Metode de colectare a informației

Presa locală trăiește din conferințe de presă, comunicări oficiale și se expune abuzurilor funcționarilor publici.

”Jurnaliștii nu mai trebuie văzuți ca niște milogi care cerșesc la ușa ministerelor, primăriilor.” (Ana Maria Gâlcă, redactor-șef, prezentator și moderator Oltenia 3 TV, Dolj).

Simbioza dintre mediul politic, cel de afaceri și presă, angrenate într-un sistem de putere feudal, anihilează abilitatea lucrătorilor media de culegere a informației.

Una dintre principalele surse de informație pentru lucrătorii din media locală este administrația publică, conform multora dintre respondenți. „*Mergem la absolut toate conferințele de presă susținute de partide și doar dacă nu suntem invitați nu ajungem.*” (Producător Știi TV, Mureș).

Rezultatul este lipsa competiției pe diversitatea și contextul informației: „*În presa locală nu este o bătaie pe informație. În presa locală suntem prieteni și chiar ne ajutăm.*” (Simona Mara, jurnalist Banat TV, Caraș-Severin); „*Am văzut că televiziunile Muntenia și Valahia au o relație foarte bună. Am văzut că, dacă nu participă unii la un eveniment și participă ceilalți, își dau înregistrările, se ajută cu imagini.*” (Reprezentant PNL Giurgiu).

De multe ori, pentru o redacție locală tipică, care are în jur de zece angajați, uneltele de lucru esențiale sunt comunicatele și conferințele de presă. „*Nu avem resurse să ne ducem pe teren, bani de combustibil. Noi mergem la toate conferințele de presă (...).*” (Manager Valahia TV, Giurgiu).

Șefii de redacție susțin că nu dau prea multă atenție politicii, dar în același timp ei par să perceapă administrația locală diferit de politică: „*Evenimentul politic este pe ultimul loc în buletinele noastre de știri, jurnaliștii fiind trimiși rar la conferințele de presă ale partidelor. (...) Mergem la conferințe de presă din zona administrativă, sănătate, sport.*” (Gelu Gheorghe Chetraruc, producător general TVT 89, Timiș).

Concentrarea pe conferințe de presă și comunicate oficiale acaparează resursele redacționale: „*Ar trebui ceva mai multă independență financiară și să renunțăm la conferințele de presă. S-a neglijat teritoriul, jurnalistul s-a cantonat în municipiu.*” (Jurnalist Valahia TV, Giurgiu).

În consecință, din interviuri rezultă că metoda preferată de colectat date se rezumă deseori la informația pe care o comunică autoritățile locale și la cereri oficiale de informații: „*Problema e lipsa de documentare, tendința de a nu te documenta dincolo de comunicatele de presă și de informația brută pe care ți-o oferă cineva, comoditatea.*” (Realizatoare emisiuni TV Vâlcea 1).

Funcționarii publici abuzează de poziția de putere în care se află. „*În primul rând, ne lovim de purtătorii de cuvânt de la instituții. Sunt purtători de tăcere, nu de cuvânt.*” (Reporter Valahia TV, Giurgiu).

Frecvent, cererile primesc răspuns doar dacă televiziunea care le adresează este apropiată de „gașca” politică la putere: „*Ne lovim de o lipsă de transparență în majoritatea instituțiilor publice. Nu ni se dau informații nici măcar atunci când facem cerere scrisă în baza Legii 544.*” (Jurnalistă Focus TV, Vrancea).

O altă condiție pentru a primi un răspuns de la oficiali este să nu critici sistemul: „*Nimeni nu vrea să atace corupția din justiție, pentru că toți au nevoie de surse în justiție, nu de dușmani.*” (Cristian Franț, reporter și producător Vest TV, Caraș-Severin).

Există chiar și situații în care legea este folosită împotriva celor care cer informații: „*Ceream informații pe Legea 544, iar răspunsul apărea publicat de concurență înainte să ajungă la noi.*” (Jurnalistă „Ziarul de Vrancea”).

Din aceste cauze, lucrătorii media care sunt plătiți să producă o anumită cantitate de conținut ajung la compromisuri în procesul de documentare. Preluarea discursului politicianilor în întregime este menționată frecvent: „*Există personaje politice care s-au învățat să le dicteze jurnaliștilor articolele, care sunt exact cuvintele politicianului.*” (Nadia Iucu, jurnalist Tele Europa Nova, Timiș).

Reacția în fața abuzurilor funcționarilor publici este aproape inexistentă. Nu există multe mențiuni legate de plângeri în instanță sau procese duse la capăt pentru nerespectarea Legii 544/ 2001 privind accesul la informațiile de interes public. Sunt foarte rar descrise metodele folosite pentru a ocoli aceste abuzuri. Mulți dintre lucrătorii media nu au învățat să documenteze subiecte care să nu depindă de răspunsurile oficiale, ci să genereze astfel de răspunsuri.

În redacții nu sunt practicate tehnici de construcție de surse dedicate unui subiect anume sau construirea și utilizarea bazelor de date și ale uneltelor digitale. Astfel, tentativele independente de documentare sunt stopate facil: „*Mulți colegi au renunțat la subiecte pentru că nu au reușit să obțină informații pentru că nu i-au lăsat portarii să intre.*” (Nadia Iucu, jurnalist Tele Europa Nova, Timiș).

Ziaristi dar și redactori-șefi se plâng că oamenii nu vor să vorbească cu presa: „*Ne lovim de lipsa de deschidere a oamenilor. De multe ori sunt informații pe care oamenii nu vor să le susțină în fața camerelor și atunci e mai greu să dai pe surse. Le e teamă, multora le e teamă.*” (Redactor-șef Transilvania Live, Cluj); „*Am văzut că în Arad se poartă să fii dus cu preșul. Intervievatul acceptă să discute cu jurnalistul, dar când ajungi acolo îți se spune că nu are timp, că îți dă pe altcineva, că nu știa că vreau interviu televizat, că «mai bine scrie tu ce spun eu».*” (jurnalist TV Arad).

Lipsa de încredere în presă ar putea avea ca motiv nerespectarea de către instituții media a deontologiei în relația cu sursele. Între o sursă și un client de publicitate, jurnaliștii sunt puși de multe ori în slujba celor din urmă: „*Le atragem atenția clienților de publicitate că vin oameni la noi să se plângă, dar nu facem materiale. Parcă nu e frumos să mănânci din mâna cuiva pe de o parte și să-i dai în cap. (...) Am întrebat dacă mai avem vreun contract de publicitate, nu mai aveam, deci am dat materialul. Dacă aveam un contract, nu dădeam materialul.*” (Reporter Valea Prahovei TV); „*În agenda editorială, oamenii care ajută postul au prioritate, cei care au contracte de publicitate.*” (Jurnalist Etalon TV, Vâlcea).

Deontologia jurnalistică nu este întotdeauna importantă pentru lucrătorii media atunci când vine vorba de situații practice: „*Dacă merg să realizez un material pentru Consiliul Județean la 100 de km de Craiova, nu mă interesează cine plătește. Dacă te invită Agenția de Dezvoltare Regională la Brașov și ai o colaborare, contract, e firesc să mergi acolo la invitația lor și evident te așteaptă cu cazare, masă.*” (Nicolae Duță, redactor-șef TVS, Dolj); „*Achitarea consumației? Da, mi se pare corect.*” (Cristian Franț, reporter și producător Vest TV, Caraș-Severin); „*Dacă vorbim despre o seară cu băuturi, dar în urma întâlnirii jurnalistul obține informații pe care altfel nu le-ar putea obține, e ok. Dacă e vorba de chiolhan, nu e acceptabil.*” (jurnalist freelancer, Timiș).

În general, lucrătorul media nu stăpânește tehnici de documentare, nu știe să obțină și să construiască surse, nu știe cum să ocolească obstacole și să-și adune resurse, astfel încât devine ușor de înlocuit. „*Nu mai aveam nevoie de redactor propriu-zis. Cel care mergea pe teren lua aparatul, filma, descărca materialul aproape în formă brută și vorbea imaginea mai mult decât să-și dea cineva cu părerea. Plus că atunci am introdus prima dată sistemul prin care telespectatorii puteau să trimită materiale de pe telefonul mobil.*” (Fondator Constanța TV).

2.3. Conținutul media diseminat de televiziunea locală

2.3.1. Alegerea subiectului pe criterii non-jurnalistice și lipsa unor metode de colectare a informațiilor în afara conferințelor sau a declarațiilor de presă produce *churnalism*.

”Televiziunile locale sunt mai degrabă factori de PR pentru politicieni atunci când sunt la putere.” (Marcel Tolcea, profesor universitar, șef catedră la Secția Jurnalistică)

Este izbitoare diferența dintre teoria pe care toți cei intervievați o susțin și descrierea practică a muncii de televiziune. Deși susțin că transmit informație, din descrierile celor mai mulți intervievați reiese că televiziunile locale nu produc altceva decât *churnalism*. Termenul descrie produse media care sunt obținute din amestecarea rapidă, automată și în masă a comunicatelor de presă, a știrilor de agenție și a altor materiale pregătite de alți autori, fără verificare sau fără o contribuție proprie.

”E posibil să comande și șeful să facem o anchetă despre o anumită persoană sau o anumită societate sau să ne roage primarul sau Consiliul Județean să mai dăm un material. (...)” (Reprezentant Etalon TV, Vâlcea).

Competiția unui astfel de produs media nu se face pe relevanța informației sau a contextului adăugat. Conform celor intervievați, competiția este pe viteză, obiectivitate și impact - nimic din ceea ce nu ar putea să facă orice trecător care vede un accident, îl filmează cu telefonul mobil și-l postează online: *„Jurnalistul de calitate știe să facă abstracție de presiuni, este cel care în domeniul știrilor obține primul informația și este primul la fața locului, în domeniul jurnalismului de investigație este cel care obține informațiile, are capacitatea, tăria profesională și personală de a redacta articolul în mod obiectiv.” (Andrei Ando, director general West TV, Arad).*

2.3.2. Conținutul media: impus de patron, dictat de politicieni, plătit din bani publici și generator de șantaj.

De foarte multe ori, conținutul produs trebuie să țină seama de orientarea patronului: *„Patronul impune politica de post și politica asta e foarte clară. Trebuie să dăm materiale de o anumită culoare. Această televiziune este a unui partid, deci cum puteți avea pretenția să fie o televiziune echidistantă? (...) Mie mi se pare firesc, dacă omul dă banii... Nimeni nu a încercat să ne dea afară, pentru că nu au fost cazuri de insubordonare, de încercare de a face altceva decât politica patronatului. (...) Dacă nu-ți convine, te duci în altă parte, la o televiziune independentă, poate la CNN.” (Angajat Muntenia TV, Giurgiu).*

În cele mai multe cazuri independența jurnalistului iese din discuție. *„Aici este, cel puțin, singura televiziune care este asumată de un lider politic. (...) Adică, facem imagine exact cum ar face o firmă de marketing politic, facem pentru un lider sau un candidat, în principiu pentru partid sau pentru aliați, dar nu facem anticampanie.” (Prezentatoare din cadrul grupului MIX, Brașov).* Conținutul generat de televiziune poate fi atât de impregnat politic, încât *„Nu știi care e moderatorul și care e invitatul la un moment dat.” (Reprezentant CNA despre județul Brașov).*

Chiar și pentru televiziunile care nu sunt deținute (direct) de oameni politici, administrația locală dictează de nenumărate ori conținutul: *„Avem contracte de publicitate cu Primăria și cu Consiliul Județean în ceea ce privește știrile pe care le realizăm pentru ei și, în baza contractelor, cred că ținem cont de interesul lor.” (Jurnalistă Valahia TV, Giurgiu).*

Pentru telespectatori acapararea conținutului media de către grupuri de oameni politici ar putea fi inexplicabilă. Aceasta este generată de existența unor elite locale preferate de media: *„Aceiași oameni sunt invitați la emisiuni, apoi, în alegeri, tot ei sunt candidați. În toate posturile apar aceiași indivizi, aceleași moace, e același plictis general, se discută aceleași probleme veșnice.” (Jurnalist din grupul Transilvania, Cluj).* Explicația: în general bugetul televiziunii depinde de bunăvoința acestor indivizi pentru că autoritatea publică locală are un buget de publicitate la dispoziție: *„Dacă l-ai prins pe un primar care a tăiat fără autorizație toți copacii din localitate și el îți propune să facă publicitate la tine pentru un festival - dacă mă întrebați pe mine dacă e moral, nu știu ce să vă răspund. Moral n-ar fi, dar oameni suntem.” (Producător Neptun TV, Constanța).*

Lucrătorii media sunt obligați la politețuri: „*Întotdeauna, când intri în studio, merg pe principiul că ești invitat la mine în casă și atunci din start trebuie să te tratez cu respect și să am grijă de tine, nu să sar cu picioarele și să te calc, așa cum am văzut la televiziunile naționale. (...) Politicienii locali pur și simplu nu-ți vin la emisiuni, dacă ești foarte incomod cu ei, nu mai vin.*” (realizator emisiuni Alpha TV, Prahova).

Acest mediu profesional viciat încurajează apariția corupției și a șantajului. Politicienii știu că-și pot cumpăra o presă favorabilă: „*Să nu mai fie șantajști în presă, pentru că, din cauza lor, și viața noastră este foarte grea. Ei merg și cer bani pentru articole și ni se mai oferă și nouă bani să facem materialul respectiv să sune bine, în general de la partidele politice.*” (Coordonator știri TV Vâlcea 1). Practica șantajului sau aservirea lucrătorilor media decredibilizează industria media.

2.4. Ierarhia redacțională și organizarea întreprinderii de media

Pentru că sunt prea puțini, lucrătorii media amestecă rolurile redacționale cu cele manageriale, ceea ce poate genera conflicte de interese.

”În televiziunile locale nu există ierarhie strictă. Sunt mai multe funcții cumulate. Administratorul e și redactor-șef, editorul e și producător, și reporter. Redactorii sunt și prezentatori, unii mai și montează, alții mai și filmează.” (Editor coordonator Valahia TV, Giurgiu).

Rămâne de multe ori neclar din interviuri cine dirijează o redacție de televiziune locală, care sunt procesele interne și cine își asumă responsabilitatea: „*Nu avem redactor-șef, fiind un colectiv mic. Ne consultăm între noi să iasă bine, nu ne dirijează cineva.*” (Jurnalistă Muntenia TV, Giurgiu).

Calitatea unui produs jurnalistic vine din procese redacționale foarte clare și dintr-o separare totală a muncii de redacție de cea de afaceri. În presa locală, procesele redacționale nu există, iar jurnaliștii lucrează cot la cot cu patronii. „*Emisiunile le construim împreună cu conducerea administrativă, cu patronul televiziunii.*” (Jurnalist Etalon TV, Vâlcea); „*Noi ne facem ședințele de redacție și la grătar, la șefu’ la casă.*” (Ana Maria Gâlcă, redactor-șef, prezentator și moderator Oltenia 3 TV, Dolj).

Redacțiile locale au foarte puțini angajați, ceea ce înseamnă că aceștia sunt forțați să își asume un cumul de funcții fără o plată în plus. „*Noi suntem realizatori și producători, dar nu suntem plătiți și pentru una și pentru alta. Lucrez mai mult și e clar că altfel ar fi pentru mine să am un producător în spate care să mă ajute. Trebuie să fac și aia și aia, nu mai spun că produc și știrile.*” (Jurnalist Alpha TV, Cluj).

Foarte răspândită în redacții este dorința de specializare pe un domeniu legat de o instituție specifică, în defavoarea generaliştilor care aduc știri din toate domeniile. Se preferă specializarea pe justiție, de exemplu, ceea ce în munca de redacție se traduce în „pânde” la Tribunal și Parchet și în relatarea elementelor legate de procese, dosare instrumentate, declarații ale părților. Pentru unii jurnaliști este chiar o garanție a calității: „*Costă mult să ții un om numai pe justiție sau sau pe sănătate, chiar dacă materialele lui sunt foarte bune. E mult mai ieftin să plătești unul din asta, un mozaicar, care să nu facă nimic de calitate.*” (Cristian Franț, reporter și producător Vest TV, Caraș-Severin). Ambele forme de organizare a rolurilor jurnaliștilor sunt perdante atât pentru bunul mers al redacției cât și pentru cetățean. O specializare este necesară, însă nu în modul în care se face acum, axată pe știri produse de autorități care apoi sunt amplificate de redacție. Pe de o parte, un ziarist care trebuie să obțină știri zilnic pe un domeniu ca justiția nu își permite să critice sistemul. Altfel ar pierde știri și ar fi ocolit de comunicatorii din sistem. Pe de altă parte, un ziarist generalist nu face decât să proceseze comunicate de presă și nu se poate specializa pe adunarea de informație dintr-un domeniu sau altul: „*dacă trimiți un jurnalist de pe politic să-ți facă un subiect religios, e clar că o să aibă dificultăți.*” (Reporter Transilvania Live, Cluj). Un rol important îl are și faptul că o redacție locală are rareori destul respect, integritate și credibilitate din partea comunității ca să poată pune presiune pe diverse instituții sau politicieni pentru a forța reacții și răspunsuri.

Împărțirea defectuoasă a responsabilităților în redacție și cerința de rapiditate în defavoarea contextului transformă jurnaliștii în unelte de propagandă pentru politicieni sau instituții. Uneori atât

de mult se amestecă cu structurile a căror activitate ar trebui să o urmărească, încât în cele din urmă se angajează la aceste instituții ca purtători de cuvânt sau consilieri.

Nu în ultimul rând, amestecul redacției în atragerea de contracte de publicitate este o problemă acută. Lenormanda Florențiu este în același timp coordonatoare editorială, coordonatoare de marketing și realizatoare de emisiuni la Atlas TV din Vrancea: „*Trebuie să negociez sumele de publicitate - pentru mine chestia asta e cea mai penibilă*”. Paul Dumitru este în același timp manager al Muntenia TV și consilier județean Giurgiu: „*Profit de faptul că sunt destul de cunoscut și mă descurc. (...) Pot și angajații să aducă contracte, chiar zilele trecute au adus câteva contracte și fetele [jurnalistele postului - n.r.]*”.

2.5. Resurse umane

Lucrătorii media sunt de cele mai multe ori slab instruiți, prost plătiți și ajung să-și completeze veniturile din alte activități.

”Pot să mai câștige bani și din celelalte firme, de exemplu la Clubul Bamboo, filmează evenimente, fotografiază, ei se ocupă de sunet, de lumini. (...) Sunt plătiți separat, pentru că activitatea clubului este în weekend și în general noaptea și ei își fac turele de așa natură încât să facă prin rotație.” (Administrator și acționar Alpha TV, Cluj)

Cifrele diferă de la un județ la altul, dar conform interviurilor un lucrător în media câștigă în medie între 600 și 1.500 de lei.

”Cum poți să-i ceri unui om care ia salariu de șase milioane [600 de lei - n.r] să dea randamentul maxim?” (Fostă jurnalistă din presa scrisă, Iași)

„Este greu să-i ceri unui jurnalist care câștigă 15 milioane [1500 de lei - n.r] pe lună să sară la gâtul unui președinte de consiliu județean.” (Cristian Franț, reporter și producător Vest TV, Caraș-Severin).

Pe lângă faptul că lucrătorul media este plătit mizer, nu are parte nici de un program mai lejer: „*Nu am în minte o soluție concretă pentru un jurnalism de calitate, în condițiile în care ca jurnalist în Iași lucrez în jur de 16 ore pe zi.*” (Jurnalist radio & TV, Iași). Mulți manageri de presă au pretenția ca jurnaliștii să muncească fără un program fix: „*Lipsa de dedicare cu care își fac meseria - sunt foarte mulți jurnaliști care vin la serviciu ca la orice alt serviciu. Din păcate, nu poți face chestia asta. Dacă vii la 9 și hotărăști că pleci la 5, e foarte grav.*” (Director Transilvania Live, Cluj); „*O problemă este modul în care jurnaliștii înțeleg presa, din punctul meu de vedere, faptul că nu admit că timpul de lucru în presă este nenormat, că trebuie să aibă o capacitate de reacție extrem de rapidă și că subiectele pe care le abordează trebuie să fie de un larg interes.*” (Andrei Ando, director general West TV, Arad); „*Mulți angajați se raportează la munca în televiziune ca la un job. Vii și trebuie să tragi de ei, mulți nu înțeleg că televiziunea este ceva în care vii la ora 8 și pleci când termini.*” (Producător general Transilvania Live, Cluj). Practic, drepturile lucrătorilor media sunt călcate în general în picioare.

Chiar și cu salariu minim pentru program maxim, mulți patroni de presă își păcălesc angajații și nu le plătesc salariile luni de zile sau, uneori, niciodată: „*Televiziunea a fost plimbată prin vreo trei firme rămase cu datorii. Jurnaliștii i-au dat în judecată, pentru că nu și-au primit salariile. Au rămas fără asigurările de sănătate plătite. Am lucrat acolo o perioadă, am rămas neplătit pe ultimele două luni.*” (jurnalist, editor ziar online, Galați). În 2013, televiziunea Alpha TV din Prahova și-a încetat emisia, după ce mai mulți angajați au refuzat să mai vină la serviciu din cauza neplăților salariale și au decis să acționeze în judecată patronatul.

Situația financiară îi obligă pe ziariști să caute metode alternative pentru completarea veniturilor: „*Cine mă plătește, pentru ăla lucrez, ca mercenarii sau ca la nuntă.*” (Angajat Muntenia TV, Giurgiu); „*Lumea nu are bani și acceptă tot felul de comisioane în schimbul unor articole pro sau contra.*” (Roxana Marosy, manager Vox TV, Galați).

Munca de consultanță politică este o alternativă: „Sunt cazuri și exemple de jurnaliști care în timpul campaniei electorale își suspendă contractul de muncă pe câte o lună și sunt consultanți pentru politicieni.” (Producător general Știi TV, Mureș).

Foarte puțini lucrători media chiar ies la pensie din presă. „Nu e un loc de unde ți-ai dori să ieși la pensie, pentru că nu poți să pui bani de-o parte pentru un coșciug mai acătării.” (Gheorghe Ilaș, realizator Tele Europa Nova, Timiș). Pentru mulți, meseria de jurnalist este doar o trambulină către munca de comunicator la partid sau administrația locală sau chiar candidat pe listele partidului: „Un jurnalist trimis la un partid politic se împrietenește poate prea mult cu partidul politic. Foarte mulți jurnaliști au ajuns în partidele de care s-au ocupat.” (Lia Olguța Vasilescu, primar Craiova, PSD, fost jurnalist).

O altă caracteristică pe care o relevă interviurile este că lucrătorii media au de cele mai multe ori un grad scăzut de inițiativă: „Presiunea politică în media este aproape inexistentă, foarte mulți jurnaliști sunt foarte comozi, nu mai este presă de calitate și nu mai e nevoie de presiune politică.” (Petronela Axinte, producător TVT 89, Timiș).

Nici la capitolul pregătire profesională nu stau întotdeauna foarte bine: „Practic, sunt niște copii sau elevi care vin de pe băncile liceului și trebuie să-i înveți cum să țină o cameră în mână, cum să lucreze cu un mixer. Lucrurile acestea le învață unul de la altul.” (Ciprian Ricean, acționar, manager, editor, coordonator și producător al grupului Nova Press, Brașov); „Cameramanii sunt amatori, sunt luați de la nunți. Nu poți să-ți propui să faci ceva de performanță cu un cameraman care nu poate să regleze albul. Jurnalistul de investigații lipsește cu desăvârșire, nu mai există, nimeni nu mai face nici cea mai sumară instrucție.” (jurnalist Vox TV, Galați). De cele mai multe ori, cei buni nu sunt folosiți: „Avem și aici jurnaliști de calitate, dar nu-i folosim din cauza lipsei de eficiență.” (Constantin Tiberiu Pătru, director general Oltenia 3 TV, Dolj).

Pentru mulți lucrători media, dorința de a rămâne angajat și lipsa de cunoștințe duc la autocenzură: „La CTV era mai complicat să-ți păstrezi independența, dar nu neapărat din cauza conducerii postului, ci din cauza unui fenomen pe care eu nu l-am înțeles niciodată, a unei obediențe gratuite, nesolicitate de nimeni, față de PNL.” (Jurnalist freelance, fost colaborator CTV, Constanța).

Toate aceste probleme descurajează jurnaliștii bine pregătiți și onești să rămână foarte mult timp angajați ai unor redacții. Ceea ce ține media de vârstă în redacții foarte scăzută și nu încurajează performanța sau continuitatea profesională. Percepția publică față de lucrătorul media este nemiloasă: „Problema este faptul că jurnaliștii locali sunt percepuți de oameni ca fiind niște persoane care nu au putut face altceva, că sunt inculți, tupeiști, proști etc. Dacă portarul de la Mitropolie ne-a spus: plecați de aici, analfabeților...” (corespondent TVR în Dolj).

2.6. Patron sau manager de televiziune locală

De multe ori, aceștia se implică în actul jurnalistic pentru câștiguri directe sau indirecte din banul public.

„La Cernavodă, lucrând sau apărând pe vremea fostului și actualului primar, cea care a venit după m-a considerat ca fiind un apropiat de-al lui, a zis că e televiziunea primarului. Și eu am zis da, este televiziunea primarului orașului, indiferent care e el. (...) Eu mă consider ca un taximetrist, nu mă interesează cine stă în spatele mașinii atâta vreme cât își plătește cursa.” (Valentin Coteț, proprietar Media TV, Constanța)

Specia de patron de presă sau manager de redacție, de multe ori una și aceeași persoană, nu este, în unele cazuri, foarte diferită de modelul consacrat de publicarea stenogramelor discuțiilor dintre mogulul media Sorin Ovidiu Vîntu și angajații săi. Angajații sunt pentru acest tip de patron niște soldați care trebuie să execute comenzi pentru bunul mers al afacerilor patronului, nu pentru informarea publică.

Din punct de vedere financiar, televiziunea locală pare a fi în general o afacere de presă perdantă: „Noi suntem o televiziune comercială, dar eu în fiecare lună bag 250 de milioane de lei vechi în televiziune, ca să întrețin visul ăsta al meu din copilărie.” (Ion Martiș, proprietar Atlas TV, Vrancea).

Lipsa unui profit din afaceri oneste și transparente de televiziune explică legăturile foarte strânse dintre televiziunea locală, politica locală și banul public. „*Eu nu sunt acționar la Litoral TV, dar îl controlez. (...) Îl susțin moral și financiar*”. (Nicolae Matei, PSD, primarul orașului Năvodari din județul Constanța). Chiar fără un patron politician, rezultatul este același: „*Patronatul este de multe ori mijlocitorul dintre jurnalist și politician*.” (Ana Maria Florea, jurnalist West TV, Arad).

Din interviurile realizate, am identificat următoarele tipologii relevante de patroni care se regăsesc în toate cele 15 județe studiate:

- **omul politic** - „*Ăsta e un post care aparține unui parlamentar. E vorba de William Brînză, el e proprietarul postului*.” (Jurnalist Wyl TV, Prahova); sau **omul de afaceri** care face bani din afaceri cu statul - „*În Ploiești, totul s-a jucat între trusturile Alpha-Telegraful și Prahova. Pe românește, între Luca și Ghiță. Luca e și nașul meu de cununie*.” (Arthur Zafiriadis, fost director și proprietar formal Alpha TV).
- **mixt - este și patron și director editorial** - „*Eu sunt redactor-șef și acționar minoritar, asta fiind singura modalitate de protecție care mi s-a putut asigura în lupta cu influența politică. Să fiu acționar, ca să nu mă poată da afară*.” (Lazăr Faur, redactor-șef Info TV, Arad).
- **de fațadă**, fără nicio putere - „*A venit (...) asociatul meu, domnul Costică Rusu, și a tras pur și simplu cablurile din prize, fără să știu exact din ce motiv*.” (Elvis Bodea, proprietar Impuls TV, Bacău).

Patronul de televiziune locală care nu se implică în conținutul editorial este mai degrabă o raritate.

Dacă nu este angajat politic direct, proprietarul de presă susține că este echidistant, deși se bazează de multe ori tot pe bani obținuți din legături cu politicianul: „*N-am credibilitate dacă susțin un politician anume. În campania asta eu m-am dus și am luat bani pe contracte de la toți politicienii*.” (Proprietar Life TV Iași).

Culoarea banilor din reclamă îl împinge pe proprietarul de media să țină și frâiele editoriale: „*Mă implic în agenda/ produsele editoriale dacă lucrurile nu sunt respectate la nivel de reguli ale casei. (...) Sunt anumite subiecte pe care din motive comerciale le-am oprit să fie exprimate, pentru că nu erau exprimate corect. Am zis: <<Mai ușor, că de acolo mâncăm și noi un biscuite>>*.” (Reprezentant din conducerea Valea Prahovei TV).

O atitudine care reiese din majoritatea interviurilor este că mulți patroni de presă găsesc diverse pretexte să dirijeze redacția sau chiar să facă pe reporterul: „*Doamna Roxana Marosy a luat un microfonul, ea fiind reporter, și a intrat în secția de votare și a început să pună întrebări*.” (reprezentant CNA, Galați); „*Am oprit de la difuzare materiale pentru că jurnaliștii nu erau informați și nu verificaseră materialul foarte bine. În general nu mă implic în agenda editorială*.” (Roxana Marosy, manager la Vox TV, Galați).

Din interviurile realizate nu reiese că proprietarii sau managerii de media conștientizează că au o problemă de etică, de conținut sau o nevoie de restructurare a modelului de a face presă. Nimeni nu vorbește de schimbări structurale și majoritatea identifică originile problemelor numai în exterior, nu și în interiorul redacției. Aproape toți își pun speranțele într-o viitoare economie mai puternică: „*Totul pleacă de la economic. Dacă am trăi într-o țară cu nivel de trai mai ridicat, și presa ar fi mai independentă*.” (Director general de producție Look TV, Cluj).

2.7. Model de afacere

Captive într-un cerc vicios al compromisului, televiziunile locale sunt, de cele mai multe ori, insignifiante ca audiență și lipsite de credibilitate, ceea ce le face total dependente de banii aduși de patron de acasă și de sponsorizări din bani publici venite sub formă de contracte publicitare pentru administrația locală sau pentru politicieni.

„*În general, multe posturi locale își trag finanțările din contracte de publicitate și alte contracte încheiate cu Consiliul Județean, cu Primăria, cu tot felul de alte organizații*”

locale care țin oarecum de Primărie, iar fondurile se repartizează politic.” (Reprezentant CNA, referitor la județul Giurgiu).

În general, o televiziune locală nu produce profit: *„Noi câștigăm pe lună 100, cel mult 200 de milioane, iar salariile noastre sunt 400 de milioane cu taxe cu tot [40 000 de lei - n.r.]. Atunci, este foarte greu să trăiești pe picioarele tale ca televiziune locală.” (Reprezentant TVS Brașov).*

Conform celor intervievați, singurul model de afacere al televiziunii locale este vânzarea de publicitate sau de advertoriale (inclusiv deghizate în știri, în multe cazuri), marcate sau nemarcate ca publicitate. Aproape nimeni nu menționează explorarea diverselor posibilități de vânzare de conținut jurnalistic.

Televiziunea locală se bazează pe publicitatea acoperită din fonduri publice pentru că *„marii patroni, oamenii care chiar au bani, vorbim de cifre de afaceri de milioane de euro pe an, (...) în loc să-și cumpere publicitate în presă, își cumpără interesele și siguranța prin politicieni.” (Cristian Franț, reporter și producător Vest TV, Caraș-Severin).*

”Dacă am avea agenți economici care nu ar percepe publicitatea ca pe o obligație sau ca pe un fel de cutia milei, ci ar percepe-o ca pe o necesitate pentru firma lor și pentru susținerea unor publicații corecte, verticale, s-ar putea face un pas mare.” (Andrei Ando, director general West TV, Arad).

Practic modelul bazat pe publicitate este următorul: livrarea unui conținut gratis, către o audiență oarecare. Atunci când audiența crește, este vândută la pachet către oricine vrea să transmită un mesaj, inclusiv un mesaj camuflat. Spectatorul este produsul. În presa locală, din lipsa unor studii certificate independent de măsurare a audienței, produsul acesta are căutare mai mult printre politicieni și administratori ai banului public. Un motiv ar putea să fie faptul că aceștia nu plătesc publicitatea din propriul buzunar sau, dacă o fac, sursa sunt probabil tot banii publici.

Mulți dintre lucrătorii media care au fost intervievați, atât jurnaliști cât și manageri, încearcă să-i convingă pe oamenii de afaceri că publicitatea în presa este cel mai important lucru pentru orice afacere privată: *„Cei din mediul privat nu sunt oameni cu studii, nu au educație, s-au trezit cu bani peste noapte și nu vor publicitate.” (Director Valahia TV, Giurgiu); „Pe oamenii de afaceri nu-i interesează - mai bine se duce din gură în gură vorba, decât să se promoveze la televizor.” (Lenormanda Florențiu, coordonatoare editorială și de marketing și realizatoare de emisiuni Atlas TV, Vrancea).*

Toate acestea constituie motivul pentru care o întreprindere de media este de cele mai multe ori o afacere sponsorizată preponderent din bani publici. La o privire mai atentă, sponsorizarea vine direct sau indirect din bani publici. *„Din ceea ce știu, din păcate foarte puține [televiziuni - n.r.] se susțin din resursele date de piața publicitară, deci fie au contracte cu Primăria, fie cu Consiliul Județean.” (Cristian Georgescu, director general TTM, Mureș).* Sponsorizarea din bani publici include uneori și fondurile europene: mai multe televiziuni menționează că echipamentele și tehnologia folosite au fost cumpărate prin proiecte nerambursabile finanțate de Uniunea Europeană.

Chiar și acolo unde un om de afaceri subvenționează din propriul buzunar o operațiune media sau atrage publicitate locală, de multe ori banii pot să vină din afaceri pe care acesta le face cu instituții ale statului.

”În cazul în care se găsește finanțare, persoana sau firma respectivă are legături politice și atunci trebuie să ai o anumită înclinare.” (Simina Roz, jurnalist TV Arad)

Din aceste motive, un conflict cu politicienii locali poate însemna închiderea unei televiziuni: *„Dacă se face o înțelegere între politicieni și oameni de afaceri să nu se încheie contracte cu o instituție media, acea instituție nu va mai avea bani.” (Stelu lordache, Tele Europa Nova, Timiș).*

Dintre televiziunile incluse în această cercetare, campioana atragerii de bani publici este Neptun TV (post cu program preponderent local și regional și cu acoperire națională), televiziunea pe care a înființat-o primarul Constanței, Radu Mazăre: *„TV Neptun primește 2 milioane de euro anual - bani publici, bani de la administrația locală, fie direct, fie prin interpuși (RAJA, RADET, RATC ș.a.m.d.). E subordonată total lui Mazăre, face politica lui Mazăre.” (Christian Gigi Chiru, Președintele PDL Constanța).*

”Cred că este o găselniță politică acest tip de publicitate pe care instituțiile statului o acordă.” (Reprezentant PNL Constanța).

”Orice primar care are presă va direcționa publicitate direct prin instituția lui sau prin firmele care au contracte cu Primăria. (...) Asta a făcut Sechelariu, asta face și Stavarache, asta face și Mazăre.” (Producător Impuls TV, Bacău).

”Oltenia 3 TV depinde de contracte cu administrația, prin ilustrarea investițiilor, și mai avem și publicitate la nivel național. Fără Consiliul Județean sau Primărie ar fi foarte greu. Piața de publicitate e slabă, dezvoltarea economică a orașului e sub orice critică.” (Tiberiu Constantin Pătru, director general Oltenia 3 TV, Dolj).

Conținutul editorial al unor astfel de televiziuni trebuie să mulțumească finanțatorii politici, iar asta nu poate fi prea atractiv pentru spectator: *„Televiziunile gălățene sunt afiliate politic sau au apărut ca excrescențe politice. Mai mult de 300-500 de oameni care să le urmărească nu sunt, conform unui sondaj făcut înainte de campania electorală.” (jurnalist, editor ziar online, Galați).* De independență nici nu se pune problema: *„În momentul în care eu vin la tine și vreau publicitate și tu ești un personaj în administrația locală, eu dacă iau de la tine publicitate nu mai pot să vorbesc niciodată de tine în momentul în care tu îmi dai niște bani.” (jurnalist, producător Oltenia 3 TV, Dolj).*

Publicitatea din surse diverse și independente, deși dorită de toată lumea, nu apare ca o soluție nici măcar în viziunea proprietarilor de media. După cum declară, chiar și cu mai mulți bani din publicitate, lucrurile nu s-ar schimba radical pentru jurnaliști sau produsul media: *„Economic, dacă firmele ar investi mai mult în partea de publicitate, probabil că ar conta, nu neapărat pentru angajați, ci pentru noi, ne-ar fi mai ușor să ne susținem.” (Angela Moldovan, acționar și administrator Alpha TV, Cluj).*

În interviurile realizate am înregistrat opinii care menționează despărțirea de banul public ca o soluție pentru o presă independentă: *„În mediul economic și politic trebuie schimbat modul de gestionare al banilor publici. De la acele publicități care sunt o formă mascată de susținere a unui post sau altul.” (Cecilia Kovacs, inspector teritorial CNA Arad).*

Pentru alții însă, sponsorizarea publică sau privată este singurul model de afacere demn de urmat. Vânzarea sau sindicalizarea de conținut sau alte modele de afaceri nu sunt luate în calcul: *„Televiziunile locale trebuie finanțate de la buget exact ca și TVR, pentru că acestea depind în general de contractele cu administrația locală.” (jurnalist Oltenia 3 TV, Dolj); „Ca să fie independentă, presa trebuie să aibă în spate un acționariat care vrea să facă mecenat, care să nu protejeze niciun fel de interese.” (Cristian Georgescu, director general TTM, Mureș).*

Tipul acesta de gândire este împărtășit și de politicieni, care întrezăresc astfel o pârghie de control a presei: *„Ar trebui să fie ca la partide, ar trebui să existe o finanțare pentru orice televiziune, la nivel național, o sumă la nivel județean, ar fi o garanție, îți spunem că îți ridicăm dreptul de a primi treaba asta dacă încalci niște reguli și atunci omul stă și își vede de treabă, ar fi o soluție.” (Reprezentant PDL Brașov).*

2.8. Mentalitatea politicianului față de televiziunea locală

Este frecvent întâlnit politicianul care vrea să-i limiteze televiziunii locale funcția de canal de propagandă și să-i finanțeze rolul de instituție de educație, deși o folosește din plin pentru interese politice.

”De obicei, dacă vrei să fii un om politic adevărat, îți pleoștești o televiziune”, afirmă Sebastian Grapă, purtător de cuvânt PNL Brașov la data documentării pe teren.

Politicianul român are de multe ori păreri foarte clare despre cum ar trebui să se comporte jurnaliștii: *„Un jurnalist de calitate este (...) un jurnalist care să știe când să fie agresiv verbal sau când să stea în banca lui.” (Reprezentant PDL Vâlcea); „Un jurnalist de calitate ar trebui să facă un lucru simplu după mine: să nu intervină în ceea ce interviuează a spus, să nu intervină în spusele lui sau să comenteze spusele lui.” (Viorel Chiriac, PSD, vicepreședinte al Consiliului Județean Brașov).*

Din proprie experiență, politicianul cunoaște foarte bine nivelul de încredere pe care poate să-l aibă în presă: „Nu am încredere în niciuna dintre televiziuni, pentru că <<I know how it works>>.” (Reprezentant PNL Vrancea); „O problemă e și mentalitatea politicianilor care cred ca mass-media sunt un fel de hârtie igienică pe care o poți folosi în campaniile electorale, după care o arunci și tragi apa.” (jurnalist, editor ziar online, Galați).

Politicienii sunt sfătuiți să-și asigure spatele prin apariții televizate prietenoase sau prin deschiderea de televiziuni proprii.

”Televiziunile de aici sunt deținute de politicieni direct sau printr-o clică de interpuși. Primul lucru care mi s-a spus când am venit în Giurgiu a fost să-mi fac televiziune, că altfel nu mă reprezintă nimeni niciunde.” (Marin Anton, PDL Giurgiu).

Miza implicării în presă a politicianului este în general accesul la funcții publice și la managementul bugetelor instituțiilor publice. Este o loterie: în unele cazuri funcționează și investiția în presă dă roade, în altele rămâne fără efect.

”Televiziunile sunt 100% politice, absolut toate. O televiziune fără sprijin politic nu rezistă în România în Mileniul Trei. Nu există televiziune independentă”, a afirmat Sebastian Grapă, purtător de cuvânt PNL Brașov la data documentării pe teren.

”Toți conducătorii de partide din județ încearcă să controleze televiziunile locale, prin aparițiile lor foarte dese.” (Reprezentant PNL Giurgiu).

”Când s-a votat bugetul pe 2012 la Consiliul Local Târgu Mureș, am rămas uimiți că se aloca pentru publicitate un milion și jumătate de euro către toată presa.” (Reprezentant PSD Mureș).

Fiecare tabără politică a construit cazemata proprie de presă, atunci când a putut, astfel încât peisajul media local funcționează de multe ori într-o mentalitate beligerantă: „Eu sunt consumator de Mix, eu acolo îmi exprim ideile, acolo mă duc și-i împușc pe ceilalți.” (Sebastian Grapă, purtător de cuvânt PNL Brașov, la data documentării pe teren).

Astfel că aleșii locali cel mai adesea nu văd discuția cu presa pe care nu o dețin ca pe o datorie de a informa cetățeanul, ci ca pe un favor acordat inamicului: „De ce să mă duc la un post de televiziune care efectiv deturneză adevărul și îmi face campanie împotriva? Ca să-i mai ridic și cota?” (Gheorghe Nichita, PSD, primarul orașului Iași).

Ca orice favor, timpul acordat de politician nu lasă loc la inițiative independente din partea jurnalistului. Astfel de inițiative sunt considerate obrăznicii și pot fi pedepsite ca atare: „Îl bagi pe om în casă, îl pui la masă, îl servești cu o cafea, îi dai un ceai. Dacă dai în mine, îți dau un șut în cur de la etajul unu [la etajul I se află biroul primarului - n.r.] dacă spui neadevăruri. Adică eu te primesc în casă și tu te sui cu picioarele pe masă... îți dai seama că le dau viteză.” (Matei Nicolae, PSD, primarul orașului Năvodari, județ Constanța).

Chiar dacă unele televiziuni le sunt ostile/dușmane, unii dintre conducătorii locali fac eforturi să le țină în viață: „TEN TV are o situație mai puțin plăcută din punct de vedere financiar. (...) Eu am rugat persoana să preia, să nu se închidă.” (Titu Bojin, președintele CJ Timiș).

Din interviurile realizate rezultă că politicianul vine cu două mari propuneri legate de presă: să-i limiteze funcția de canal de propagandă și să-i finanțeze rolul de instituție de educație.

Prima propunere este paradoxală. Propaganda făcută de alții este grija principală a politicianului, deși mulți dintre oamenii politici fac tot ce pot pentru a controla instituția de presă și jurnaliști sau pentru a controla mesajul transmis: „Sunt doar niște mijloace de a-l influența pe tâmpit, de a-i băga în cap că albul e negru, că negru e alb. Atât. (...) PSD a înțeles că televiziunea este o forță și că tâmpiții de români pun botul la orice porcărie.” (membru PDL Galați).

În mentalitatea unor politicieni, cetățeanul este incapabil să discearnă singur adevărul: „Toată manipularea din România după anii '90 este pusă în practică tocmai de presă, conștient sau inconștient. În ultima vreme, s-a ieșit pe piață cu atacuri și cu așa de multă mizerie, încât populația este derutată, nu știe care este presa obiectivă, și nu poți, ca om, să ai capacitatea să selectezi informațiile care sunt

virusate de cele care sunt real exprimate și prezentate de presă.” (Christian Gigi Chiru, Președintele PDL Constanța).

O subtemă preferată legată de propaganda prin media este corupția mondială a presei, ca model general care să scuze presa locală: „Îmi arăți tu mie pe cineva care ia bani de reclamă și scrie împotriva ăluia care dă banii? Uitați-vă la presa internațională. Ce, CNN-ul e independent? Al Jazeera e independentă? Ce spune finanțatorul, asta fac jurnaliștii. (...) Nu există nicio soluție pentru o presă independentă”. (Radu Mazăre, PSD, primarul municipiului Constanța, fost jurnalist).

Propaganda și corupția, acestea sunt motivele pentru care unii politicieni doresc să transforme misiunea presei în general către o orientare educativă: „Presa ar trebui să fie educativă prin tot ceea ce face, stimulativă pentru discuții, pentru dialog și pentru libertate de exprimare, dar niciodată pentru miniciună și pentru femei goale. (...) Presa are o forță incredibilă, dar ea poate fi manipulată în așa fel încât să distrugă minți, să distrugă vieți, să distrugă conștiințe, să creeze alți monștri.” (membru PDL Galați).

2.9. Jurnaliștii de mâine

De cele mai multe ori, industria media disprețuiește studenții educați în facultăți de Jurnalism, iar educatorii au o aversiune față de implicarea studenților în munca de redacție.

”Înainte era o mare socoteală să trimit patru oameni la Evenimentul Zilei; acum e o mare rușine să-i trimit acolo, la Dan Andronic, să-i instruiască el. Înainte era o mare chestie să trimiți pe cineva la Cotidianul; acum e o rușine, e o fițuică. Și așa mai departe.” (Profesor la Facultatea de Jurnalism din cadrul Universității Alexandru Ioan Cuza din Iași).

”Niciodată în nicio instituție de presă din România nu am întâlnit ziariști profesioniști proveniți din Facultatea de Jurnalism. Excepțiile confirmă regula.” (Director Neptun TV, Constanța).

Conflictul dintre facultățile de Jurnalism și instituțiile media are o istorie îndelungată, iar interviurile din studiul de față reconfirmă existența lui. Între industrie și universitate nu pare să existe un dialog.

Instructorii din facultăți intervievați critică munca din redacție, lipsa deontologiei, lipsa de context și calitate a produselor jurnalistice. Ei susțin și că studenții sunt folosiți doar ca mână de lucru ieftină.

”Ceea ce mă irită pe mine cel mai tare este că posturile mici de televiziune adună studenți adesea bine pregătiți pe care nu știu să-i folosească, nu știu să-i pună în poziții pentru care ei sunt pregătiți.” (Scriitoare din Cluj, fost profesor de jurnalism).

Pe de altă parte, veteranii redacțiilor susțin că se confruntă cu studenți veniți fără cunoștințe practice. Și sunt convinși că meseria nu se poate învăța la facultate.

”O soluție pentru calitatea jurnalismului este desființarea Facultății de Jurnalism de la Galați. (...) Meseria asta, din punctul meu de vedere o înveți din mers, făcând practică.” (Alina Brandabur, redactor-șef TV Galați).

”Nu cred în facultăți de Jurnalism, nu cred în manuale de jurnalism care să-ți spună cum să fii, cum să procedezi. (...) les de acolo toți cu niște idei preconcepute, cu niște norme deontologice care le paralizează orice curaj. Un jurnalist lipsit de curaj mai bine stă acasă, se uită la desene animate.” (Producător Tele M, Iași).

Un alt reproș al industriei de media către universități este că în facultăți „predau oameni care nu au lucrat o oră într-o redacție sau habar n-au cum arată pe dinăuntru o redacție sau au lucrat prin anii '90, la început.” (Jurnalist din grupul Transilvania, Cluj).

În majoritatea interviurilor din redacții, lucrătorii din media se plâng de lipsa unor ocazii de specializare. Din declarațiile acestora reiese că munca de redacție este dusă de *copii* veniți direct din facultate sau tineri fără nicio educație angajați doar pentru că acceptă un salariu minim.

2.10. Publicul nu contează

Televiziunile locale nu investesc în măsurarea impactului produsului media în rândul comunităților pe care le deserveșc.

Publicul sau comunitatea nu apar ca o parte importantă a modelului de afacere dezvoltat de întreprinderea de televiziune locală. Audiența nu este măsurată credibil. Din interviuri nu reiese ca printre partenerii televiziunilor să fie și comunitatea locală.

În afară de Neptun TV (cu acoperire națională), abonată la importante fonduri publice constănțene, nicio televiziune locală nu face parte din sistemul de măsurare a audienței ARMA. Motivul oficial este lipsa banilor: *„Ca televiziune și ca ziar, ca să te măsoari și să poți să mergi către niște agenții cu niște cifre [cifre de audiență - n.r.], sunt costuri foarte mari pe care trebuie să le suportți. (...) Este un viciu de procedură: nu reușești să-ți faci cifre, că n-ai din ce să le plătești, nu reușești să iei bani din piața națională de publicitate.”* (Reprezentant Valea Prahovei TV).

Televiziunile se mulțumesc să-și măsoare impactul la public prin contabilizarea telefoanelor la redacție: *„Am avut pe cineva care m-a rugat să-i pun un anunț și, după o săptămână, m-a sunat să-l scot că l-au înnebunit câți l-au sunat. E și asta un fel de măsură dacă lumea se uită sau nu.”* (Valentin Coteț, proprietarul Media TV, Constanța).

Sau se bazează pe intuiție: *„Noi îi batem la audiențe pe anumite segmente pe cei de la București, dar, cum nu putem demonstra, agențiile de publicitate nu ne iau în considerare. Orice televiziune locală, cât de răpciugoasă ar fi la știri, la 2-3 talk - show-uri bune, cum or fi, are audiență foarte mare pentru că e vorba de oameni de-ai locului.”* (Lazăr Faur, redactor-șef Info TV, Timiș).

Cert este că nimeni nu știe cu exactitate câți telespectatori are fiecare televiziune, câți urmăresc impactul pe care îl au știrile pozitive sau atacurile politicianilor. Din întreg studiul transpare o indiferență cu privire la nevoile de informare a comunităților locale. În cele din urmă banii nu vin nici de la privitori, nici pe baza audienței, ci vin de la structura de putere locală.

2.11. Protecție și responsabilitate

Lipsa pregătirii profesionale a lucrătorilor media și a punerii în practică a ghidurilor etice contribuie la identificarea unei legi a presei ca o posibilă soluție de protecție.

Opiniile respondenților au fost împărțite în privința introducerii unei legi a presei, dar o parte dintre intervievați (din motive diverse) o susțin: *„Ar fi bună o lege a presei care să pedepsească inclusiv jurnaliștii care nu-și fac treaba.”* (Redactor-șef Iași TV Life).

Lucrătorii media se plâng de abuzuri ale politicianilor, oamenilor de afaceri, patronilor și de o situație generală de nesiguranță. Politicienii se declară de multe ori agresați de presă. Patronii sunt puși cu spatele la zid de lipsa publicității. Publicul nu pare că este luat în serios nici de către mediul politic și nici de către presă.

În lipsa unui corp de jurnaliști profesioniști, cu o continuitate în munca de presă, nu există autoreglementare care să plece din redacție, nu există discuții pe termen lung și aplicate legate de etica jurnalistică și nici responsabilitate față de comunitatea locală. Astfel munca de zi cu zi în presă conține derapaje grave de la principii de bază ale eticii jurnalistice.

O mare parte dintre cei intervievați au impresia că o lege a presei ar putea rezolva toate problemele generale și individuale la un loc. Dorința unei legi a presei este corelată direct cu foarte slaba pregătire profesională și lipsa generalizată din practica de presă cotidiană a unor minime valori profesionale.

”Avem un cod deontologic la secretariat, l-am conceput noi, am făcut un brainstorming. Nu se apelează la el.” (Consilier media VTV, Vâlcea).

Gândire de lucrător media. *„De ce nu ar fi o lege a noastră, să știm exact ce avem și ce nu avem voie să facem?” (Jurnalistă Valea Prahovei TV); „O lege a presei ar fi binevenită. Ar trebui specificat clar care sunt drepturile, rolul presei, până unde are voie să meargă până unde nu.” (Simina Roz, jurnalistă TV Arad).*

Gândire de primar. *„O lege a presei ar fi necesară. (...) De când a dispărut calomnia din Codul Penal, pot să spun că lucrurile s-au schimbat în rău. Adică, poate oricine să te-njure, pentru că ești persoană publică.” (Gheorghe Nichita, PSD, primarul orașului Iași).*

Gândire de inspector CNA. *„În momentul în care cineva i-ar sancționa pentru astfel de fapte, și-ar face fiecare treaba corect. Eu nu mai cred nimic din ce se scrie într-un ziar, cred ce văd la televizor pentru că se știe că e cineva de la CNA care se uită.” (Cecilia Kovacs, inspector teritorial CNA).*

Gândire de redactor-șef. *„Cred că este cel mai important lucru ca fiecare jurnalist să se autocenzureze.” (Cornelia Dunăreanu, redactor-șef, acționar Banat TV).*

Gândire de afacerist și politician. *„[Referitor la legea presei (n.r.)] Nu cred în constrângeri, ci mai degrabă în mica înțelegere. Eu, când conduceam o societate privată, am plătit un articol despre activitatea pe care o desfășor și vreau să sune frumos. Am plătit și a apărut articolul.” (Reprezentant PC Galați).*

Sindicatul, o structură care în teorie ar putea proteja jurnalistul, este subiectul unui alt cerc vicios. Este o structură care trezește speranțe în jurnaliști dar rămâne la nivel de dorință. În general, cei care sunt încrezători într-un sindicat, speră ca altcineva să-l creeze. Iar ceea ce au văzut până acum le-a știrbit orice încredere în organizații existente, pe care însă nu au încercat să le reformeze din interior, ca membri. *„Dacă ar fi un sindicat, aș adera, dar nu o adunătură de oameni care stau și beau și apără mai mult patronii.” (Realizator emisiuni la 1 TV Bacău).*

3. CONCLUZII

Să recapitulăm. De cele mai multe ori, dacă un jurnalist de televiziune onest, plin de idei și talent, vrea să aleagă independent un subiect, este obligat de fișa postului să se limiteze la o dare de seamă asupra activității administrației locale și partidelor politice, extrasă din conferințe de presă și alte materiale de promovare.

Metoda de colectare a informației pe care o învață în redacție se rezumă în general la cereri oficiale. Fără procese, plângeri, fără să încerce să construiască surse, baze de date și alte unelte pe care să le utilizeze ca resurse alternative.

Calitatea conținutului pe care-l produce pleacă de la un standard foarte scăzut din cauza bugetului mic, lipsei echipamentelor sau a unei echipe specializate.

Organizarea redacției nu are flexibilitate, există puțini colegi cu studii sau specializări și mulți sunt predispuși la compromis având salarii de nimic.

Dacă printr-o minune un material de calitate este produs, el ar putea să fie interzis de la difuzare de către patron în ultimul moment. Patronul are o implicare editorială directă atunci când îi sunt amenințate relațiile cu puținele societăți care cumpără publicitate sau cu prietenii politici care-i aprobă bugetul de sponsorizare din bani publici.

Politicienii și oamenii de afaceri cunosc acest mecanism și în consecință în general nu dau doi bani pe ziarști, ba chiar sunt agresivi cu cei care le încurcă strategia de PR. Uneori, politicienii nu dau doi bani nici pe public, pe care-l consideră *tâmpit*.

Din punct de vedere financiar, de cele mai multe ori televiziunile nu produc profit, iar salariile sunt la cote de avarie. Bugetul operațional este de cele mai multe ori sponsorizat din bani publici, direct sau indirect, televiziunea nu are credibilitate iar audiența este insignifiantă.

S-ar putea ieși din acest cerc vicios printr-o generație nouă, venită din facultate? Greu de crezut. În general industria disprețuiește profund facultatea de Jurnalism ca instituție. Sentimentul este reciproc.

4. RECOMANDĂRI PENTRU ZIARIȘTI

Acest studiu detaliat identifică un sistem media nefocalizat pe informarea cetățeanului și expunerea abuzurilor sistemelor de putere. Mai degrabă, media, așa cum se relevă în general din interviurile realizate, este o parte integrată într-un sistem corupt de putere care include politicieni și administratori ai banului public și companii private. Aceștia finanțează și folosesc media ca pe o unealtă de propagandă.

Problemele identificate pot fi transformate în oportunități. Atât pentru jurnaliști independenți cât și pentru comunități locale.

Este nevoie însă de o schimbare de mentalitate. Jurnalistul ar avea mai mult succes dacă ar pleca de la întrebarea: „*Ce nevoi de informare sunt în comunitatea în care pot lucra?*”, în loc de întrebarea: „*Cine-mi plătește munca?*”.

Mai jos trecem în revistă câteva dintre problemele punctuale întâlnite și recomandăm soluții.

Problemă: Informația care ajunge la public reflectă mai degrabă puncte de vedere oficiale, nefiltrate de ziarist.

Soluție: Autoritățile publice comunică informații care să le reflecte activitatea într-un mod cât mai pozitiv. Aceste informații sunt de multe ori incomplete, distorsionate sau complet false. De aceea tot ce comunică o autoritate publică trebuie tratat critic și verificat independent.

Concentrați-vă pe nevoile de informație ale comunităților locale și pe moduri inovative de livrare de conținut.

Problemă: Refuzul politicianilor de a participa la emisiuni sau dezbateri.

Soluție: Cuantificarea declarațiilor publice sau a declarațiilor făcute la televiziuni prietene cu politicianul și a promisiunilor. Creați o Hartă a Minciunilor pe modelul Center for Public Integrity¹. Pentru asistență tehnică puteți contacta grupuri de programatori și activiști pentru programe libere care promovează spațializarea și cartografierea informației².

Sau deschideți o aplicație pentru centralizarea declarațiilor politicianilor și pentru verificări ale comunității³.

Problemă: Opacitate la comunicare din partea Poliției, a Parchetului, a Tribunalului și a altor instituții.

Soluție: Documentați procesul de cerere de informație cu dată, oră, identitatea persoanei care refuză, eventual înregistrarea audio/video, sau solicitați refuzul în scris. Comunicați datele exacte și cereți sprijinul unui avocat sau al unei organizații specializate care să le centralizeze și mediatizeze⁴ și să vă asiste în aducerea cazurilor în instanță cu plângeri directe împotriva instituției și a persoanei responsabile.

Problemă: Legea 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public cel mai adesea nu funcționează sau prezintă probleme în implementare.

¹ Vedeți www.publicintegrity.org/2008/01/23/5641/false-pretenses

² Vedeți, de ex., www.geo-spatial.org, www.ceata.org.

³ Vedeți un model la www.publicinsightnetwork.org/ sau la www.factcheck.org/.

⁴ Vedeți, de ex., www.apador.org, www.activewatch.ro.

Soluție: Frecvent, legea nu funcționează nu doar pentru jurnaliști și nu este o problemă doar în România. Este o oportunitate de afacere ca un grup mic de jurnaliști să se specializeze în cereri pe 544 și în urmărirea răspunsurilor la aceste cereri, inclusiv într-o colaborare cu avocați, pentru a trage la răspundere funcționarii care fac abuz de poziție. Există mai multe inițiative de acest tip, unele conduse de ONG-uri, altele gândite ca afacere: www.muckrock.com, www.whatdotheyknow.com, www.foiamachine.org.

Website-ul NuVăSupărați.info este o resursă, atât la nivel de informație, cât și educațională, cu privire la redactarea și transmiterea cererilor de informații publice, website ce vă poate ajuta în obținerea și publicarea informațiilor necesare.

În situațiile în care există rea-voință sau lipsă de reacție din partea instituțiilor în a furniza informații publice, pasul imediat următor nu este acela de a încheia comunicarea, ci de acționa în conformitate cu prevederile legii (plângere administrativă, chemarea în contencios administrativ etc.). Pentru a trage la răspundere conducerea instituției pentru abuzul de poziție se poate apela și la consultanță juridică.

Problemă: Dependența de surse oficiale care refuză să vorbească.

Soluție: Informația nu se găsește într-un singur loc. Există baze de date obligatorii pe care diversele instituții trebuie să le mențină și există comunicate de presă pe care trebuie să le pună la dispoziție. Informația poate fi reconstituită din diversele puncte de comunicare oficială (Monitorul Oficial, Portalul instanțelor de judecată etc.) și din contactarea directă a unor persoane implicate, de exemplu avocații părților care au ajuns în instanță. Solicitați organizarea de cursuri de obținere a informației de la organizații profesionale de jurnaliști.

O altă soluție este crearea unui grup reprezentativ local, format din persoane transparente și profesioniste care sunt respectate în comunitate (judecător, polițist, purtător de cuvânt) care să preia regulat plângeri ale ziariștilor și să pună presiune pe colegii din interiorul sistemului.

Problemă: Nevoia unui sindicat puternic și lipsa de încredere în structuri existente.

Soluție: Aveți trei posibilități - ori înființați propriul sindicat, ori aderați la o organizație existentă și vă implicați în reformarea ei, ori aderați la un sindicat european. Alegeți o organizație în care aveți încredere sau care credeți că poate fi reformată, după ce-i studiați atent statutul. Înscrieți-vă împreună cu mai mulți colegi ca să puteți avea un cuvânt de spus în organizație și să vă puteți implica în monitorizarea activității ei. Investiți o taxă anuală de participare, este o garanție de sprijin. Cereți constant transparență a deciziei și a felului în care se cheltuiesc banii în acea organizație.

Problemă: Publicitatea se duce numai la televiziuni naționale.

Soluție: Televiziunea locală este o nișă pe care nu o poate acoperi o televiziune națională. Gândiți alianțe și rețele care să poată produce conținut de calitate la nivel local și pentru audiența locală. Investiți bani în măsurarea audienței.

Problemă: Modelul de afacere bazat numai pe venituri din publicitate expune actul jurnalistic de calitate unor riscuri/presiuni ce îl pot afecta negativ. Contextul presei locale amplifică aceste riscuri, piața de publicitate privată fiind încă destul de slab dezvoltată, contribuind la consolidarea dependenței mass-media private de publicitatea din bani publici sau de finanțarea unor patroni apropiați sau proveniți din mediul politic.

Soluție: Există în țări cu o democrație mai consolidată un model de televiziune non-profit sau de televiziune ca serviciu public local denumit *community TV*. Cum funcționează: primăria plătește un spațiu și tehnologia necesară, și plătește și un grup de tehnicieni care să îi asiste pe cei care vor să folosească studioul, iar autoritatea de reglementare în domeniul audiovizualului îi obligă pe operatorii de cablu să preia postul comunității în zona de acoperire. Televiziunea are reguli editoriale și deontologice și oricine le respectă poate să se programeze și să își realizeze emisiunea, stabilind independent conținutul și având asigurată asistența tehnică necesară. Acest model poate fi regândit

în context românesc, astfel încât să existe posibilitatea de a crea un serviciu comunitar, garantându-i independența.

De asemenea, un concept nou este cel de crowd-funding: persoanele interesate de un subiect/produs sau de o idee îl/o susțin financiar. Așadar, adaptați modelul de crowd-funding ideilor dumneavoastră jurnalistice.

Problemă: Lipsa de protecție. Lipsa de cursuri de profesionalizare.

Soluție: Investiți timp și resurse să deveniți membru sau asociat al unor organizații umbrelă care se ocupă de protecția jurnaliștilor, de training (cum ar fi, de ex., instruirea în tehnici de colectare a informației). Dacă organizațiile din țară nu vă mulțumesc, puteți deveni membru sau corespondent pentru asociații similare din străinătate.

Problemă: Materialele nu pot ajunge la comunitate.

Soluție: Deschideți-vă operațiunea jurnalistică în fața comunității. Creați un News Café. Organizați evenimente regulate în care să arătați cum ați documentat un material sau altul, care sunt problemele întâlnite. Oferiți cursuri de formare pe specializări ca redactare și editare, testați unelte noi, pregătiți *tool-kit*-uri pentru cetățeni implicați care vor să participe la procesul de documentare al unei redacții.

Problemă: Facultatea nu are unde să-și trimită studenții în practică.

Soluție: Deschideți publicații online pentru studenți, axate pe comunitatea locală, și angrenați ziariști independenți ca formatori. Modelul de *teaching hospital* este descris în literatura de specialitate și poate fi implementat într-un parteneriat dintre Universitate și asociații de jurnaliști independenți.

Problemă: Redacția nu poate atrage tineri mai bine pregătiți.

Soluție: Deschideți un program plătit de practică pentru studenți de la orice facultate, nu doar facultatea de Jurnalistică, și atrageți specialiști tineri pe domenii diverse, care pot învăța reguli de redactare, editare și deontologie.

Problemă: Nu există un model de afacere pentru presă.

Soluție: Este o problemă globală. Conectați-vă la canale de informație internaționale care propun și testează soluții. Surse posibile: www.niemanlab.org⁵, www.pressthink.org⁶, journalistsresource.org, civic.mit.edu, www.poynter.org, www.pewresearch.org. Conectați-vă la laboratoare de media existente (vezi un exemplu românesc la thesponge.eu) sau creați-vă propriul laborator regional împreună cu grupuri de programatori, activiști etc.

Vorbiți public despre cazuri personale și cazuri cunoscute, cu date concrete, constant. Documentați orice incident care vi se pare că vă oprește să vă faceți meseria. Construiți cărămidă cu cărămidă. Publicul nu cunoaște detalii despre problemele dumneavoastră financiare, despre propaganda postului, despre munca de redacție fără resurse, despre cooperativa patronilor cu politicieni. Și sigur nu știe despre materialele lucrate și care nu au mai intrat pe post.

Raportul de față nu își propune și nici nu poate să fie exhaustiv. Pentru că informația validată din surse cât mai diverse este importantă, am decis să deschidem o parte din datele din prezentul raport spre editare pe o hartă interactivă disponibilă pe www.activewatch.ro/freeex. Sunteți invitați deci să vă alăturați demersului nostru și să contribuiți la dezvoltarea ideilor și informațiilor cuprinse în acest raport. Scrieți-ne la freeex@activewatch.ro și completați informațiile din prezentul raport.

⁵ De exemplu: <http://www.niemanlab.org/2014/01/will-2014-will-be-the-year-the-banyan-project-finally-takes-flight/>

⁶ De exemplu: <http://pressthink.org/2013/12/a-first-look-at-newcos-structure/>

Televiziunile arădene se acuză reciproc de influențe politice

1. Context

La data documentării pe teren⁷, atunci când au avut loc interviurile pentru acest raport, în Arad existau trei televiziuni⁸: West TV (emite pe satelit), Info TV (emite pe cablu) și TV Arad (emite terestru). West TV are, începând din 9 septembrie 2008, autorizație de acoperire regională pentru județele Arad, Timiș, Bihor, Hunedoara, Caraș - Severin, Alba, Satu Mare, Maramureș, Bistrița - Năsăud și Sălaj. Celelalte două au acoperire locală, Info TV din 11 decembrie 2003, iar TV Arad din 4 octombrie 1994.

La data documentării, licența pentru **West TV** aparținea SC Astra Vagoane Călători SA⁹ (CUI: 10966616), societate deținută de SC Tristar SRL din București (50,99%), asociați tip listă (4,09%) și de Valer Blidar (44,90%). Administratorii societății sunt Gheorghe Florin Sîrbu, președintele Consiliului de Administrație (CA) și director general; Tudorin Dan Micălăcian, Dorin Ioan Chiță, vicepreședinți CA. Tristar SRL are ca activitate principală activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării și aparține familiei Blidar în proporție de 100%. Astra Vagoane Călători SA, cu obiect de activitate fabricarea materialului rulant, a avut în 2011 o cifră de afaceri netă de 106.362.543 de lei (în scădere constantă în ultimii patru ani, fiind aproape la jumătate față de 2008), un profit net de 7.780.188 de lei (și el în scădere, datoriile crescând de aproape patru ori față de 2010) și un număr de 876 angajați¹⁰. Conform datelor obținute de la Ministerului Finanțelor, în 2012 cifra de afaceri netă a societății Astra Vagoane Călători SA a fost de 54.560.078 de lei, profitul net a fost de 7.348.879 de lei, iar numărul mediu de salariați a fost de 808.

Omul de afaceri Valer Blidar are o avere estimată la 95 de milioane de euro¹¹. Astra Vagoane Călători SA, Tristar SRL și Valer Blidar dețin 90,5% din acționariatul Băncii Comerciale Feroviare, conform datelor de pe site-ul instituției bancare. **Valer Blidar este un apropiat și sponsor al Partidului Democrat Liberal**¹². Potrivit lui Andrei Ando, director general al Centrului Media West, grup media care include televiziunea West TV, bugetul operațional pe anul 2011 al televiziunii a fost de circa un milion de euro, însă nu a putut preciza dacă a existat profit. Andrei Ando a precizat că cei mai mari advertiseri sunt Universitatea de Vest Vasile Goldiș din Arad și Goldbach Media București¹³.

La data realizării interviurilor pentru prezentul raport, grila de programe fusese aprobată de CNA la 03.11.2011, durata programului local realizat fiind de 10.080 minute/săptămână¹⁴. West TV are un program regional generalist a cărui structură, pe tipuri de emisiuni, se prezintă astfel: 36,85% emisiuni informative (știri, reportaje, talk-show-uri, alte emisiuni cu caracter informativ); 1,7% emisiuni educative; 0,9% emisiuni culturale; 1,79% emisiuni religioase; 6,55% filme; 32,21% emisiuni de divertisment, 20% publicitate și teleshopping. Pe data de 14 decembrie 2011, CNA a amendat cu **100.000 de lei distribuitorul de servicii RCS/RDS pentru că începând cu 7 decembrie 2011, West TV nu mai era retransmis de RCS/RDS**. Televiziunea a fost reintrodusă în grilă în urma mai multor sesizări trimise către CNA.

”Aproximativ 70% suntem subvenționați. Din restul de 30 de procente, 95% sunt resurse de la agenți economici privați și restul instituții bugetare. Ideal ar fi ca fiecare instituție media să aibă departamente de vânzări care să asigure cel puțin 80% din contracte și nu cu instituții publice. Este nevoie de acordarea unei libertăți editoriale pentru managerii de presă, pentru redactorii-șefi

⁷ Octombrie 2012.

⁸ Conform Consiliului Național al Audiovizualului.

⁹ Tipul de activitate, potrivit clasificării CAEN: fabricarea materialului rulant.

¹⁰ Ministerul Finanțelor Publice www.mfinante.ro.

¹¹ ”Licitațiile interne, «Un tramvai numit dorință» pentru Valer Blidar”, Capital, 24 august 2012.

¹² ”Videanu își pune oamenii la Fondul Proprietatea”, Ziarul Financiar, 22 august 2010.

¹³ Goldbach Media este fosta ARBO, în prezent regia de publicitate care se recomandă ca având cea mai extinsă rețea de media locală din România: televiziune, radio și presă scrisă. Goldbach Media reprezintă, în exclusivitate, pentru clienții de publicitate naționali, 34 de canale locale de televiziune, 49 de stații locale de radio și 45 de titluri locale de presă scrisă, conform <http://www.goldbachmedia.com>.

¹⁴ Raport monitorizare CNA din 13.05.2012.

pentru ca subiectele abordate să nu fie neapărat condiționate de anumite interese patronale.” (Andrei Ando, director general West TV)

În perioada documentării, SC Infoton SRL (CUI: 3518784) deținea licența pentru **Info TV**. Structura asociațiilor SC Infoton SRL este următoarea: SC Armedia Group SRL 50% (care îl are ca asociat unic pe Dobraniș Ionuț - Ciprian), Emil Giurgiu 38,81%, Angel - Gabriel Giurgiu 1,18% și Lazăr Faur 10%, administratori fiind Emil Giurgiu și Ionuț-Ciprian Dobraniș. Armedia Grup deține 50% din SC Pro Goldradio SRL care deține licența pentru postul de radio One FM. Conform presei locale, **Armedia Group își are sediul pe Bulevardul Revoluției, la același număr cu apartamentul deținut de familia primarului Gheorghe Falcă (PDL), Dobraniș reprezentând în urmă cu câțiva ani interesele societății Pro Arhitectura deținută de familia Falcă¹⁵. Emil Giurgiu este și el un apropiat al Partidului Democrat - Liberal¹⁶.**

Aționarul minoritar Lazăr Faur, care este și redactor-șef, nu a făcut nicio precizare legată de bugetul operațional, însă a menționat că despre profit nici nu poate fi vorba, pentru că au fost blocate conturile societății. Potrivit datelor obținute de la Ministerul Finanțelor, în 2012 cifra de afaceri netă a SC Infoton SRL a fost de 16.229 de lei, o pierdere netă de 245.751 de lei și numărul de angajați a fost de 10.

”Info TV este fostul post al lui RCS. Înainte a fost Intersat, pe care l-a preluat RCS și este în continuare în rețeaua RCS, dar doar în analog plătind licența RCS la bază.” (Cecilia Kovacs, inspector teritorial CNA)

În februarie 2012, RCS/RDS a decis ca în grila de programe în locul Info TV să fie introdus TVT 89 din Timișoara. Reprezentanții Info TV au făcut reclamație la CNA. Într-o interpelare din 15 februarie 2012, deputatul PSD Ciprian Florin Luca¹⁷ a solicitat CNA lămuriri cu privire la scoaterea postului de televiziune Info TV din grila RCS/RDS¹⁸.

”Am ajuns într-un conflict foarte puternic și am fost scoși de pe cablul RCS la un moment dat și sunt convinși că din cauza politicului. Tot ce faci în acest oraș e foarte greu, dacă nu te aliniezi politic. Noi nu ne-am aliniat și o ducem foarte greu. RCS/RDS e monopol. Nașul directorului general al RCS/RDS e Băsescu. Ia, fă o chestie, să vezi cum zbori de pe cablu! Ne-am dus la CNA am făcut scandal, le-a dat amendă și ne-au băgat înapoi, dar pe o frecvență la margine unde nu ne mai vede ca înainte orașul. Așa a pățit și West TV. De ce? Am ridicat ciocul și am cotcodăcit!” (Lazăr Faur, redactor-șef Info TV)

CNA a amendat¹⁹ pe 16 februarie RCS/RDS cu 90.000 de lei pentru că a scos din grilă un post care trebuie retransmis obligatoriu. RCS/RDS a reintrodus Info TV în grilă, dar, așa cum a declarat Lazăr Faur, pe o frecvență care nu este recepționată în cea mai mare parte a orașului Arad. Faur a precizat că televiziunea se susține 100% din publicitate.

”Eu sunt redactor-șef și acționar minoritar, asta fiind singura modalitate de protecție care mi s-a putut asigura în lupta cu influența politică. Să fiu acționar, ca să nu mă poată da afară.” (Lazăr Faur, redactor-șef Info TV).

SC Radioteleviziunea Arad TV SRL (CUI: 3861439), compania care deținea, la data realizării documentării pentru prezentul raport, licența pentru **TV Arad**, a fost înființată în 1992, dar a fost radiată și și-a mutat sediul în Timișoara în aprilie 2011. Omul de afaceri Georgică Cornu, un apropiat al PDL²⁰, a devenit asociat din iulie 2010 și administrator al SC Radioteleviziunea Arad TV SRL. Georgică Cornu este acționar majoritar al TVT 89 (prin societatea MCT Impex SRL, aflată în faliment)²¹.

”TV Arad acum este un satelit al TVT 89 și face politica editorială a TVT 89.” (Cecilia Kovacs, inspector teritorial CNA)

¹⁵ ”Marele Falcă se vrea mare mogul”, Glasul Aradului, 6/02/13.

¹⁶ ”Ai de presa mea”, Flacăra Roșie, 26 septembrie 2011

¹⁷ Ciprian Florin Luca a fost de acord să fie intervievat pentru prezentul raport, apoi a precizat că nu este în localitate, pentru ca în final să nu mai răspundă apelurilor telefonice.

¹⁸ <http://www.cdep.ro/interpel/2012/i8375A.pdf>

¹⁹ <http://www.cna.ro/Decizia-nr-88-din-16-02-2012.html>

²⁰ http://www.forbes.ro/Georgica-cornu-500-miliardari-editia-2011_0_4017.html

²¹ Pentru mai multe informații vezi raportul pentru județul Timiș.

”După preluarea TV Arad, programul televiziunii a fost redus la 20%. Au preluat TV Arad ca prin acest subterfugiu să intre în Arad cu programul lor, pentru că nu au avut acces. TV Arad a fost afiliat Antena 1, după preluarea de către TVT 89, RCS a scos TV Arad și a lăsat Antena 1 București pe canalul respectiv. Atunci exista încă PRO TV local, deci legea nu era încălcată. Au existat reclamații la CNA și acțiuni în instanță.” (Cecilia Kovacs, inspector teritorial CNA)

Radioteleviziunea Arad TV SRL a avut în 2011 o cifră de afaceri de 741.266 de lei (s-a dublat față de 2009), un profit de 4.694 de lei și 19 angajați²². În 2012, cifra de afaceri netă a fost de 408.404 lei, nu s-a înregistrat profit și au existat 14 angajați, conform datelor de la Ministerul Finanțelor. La preluarea TV Arad de către TVT 89, RCS/RDS nu a inclus în grila de programe TVT 89.

În septembrie 2013 omul de afaceri Georgică Cornu a renunțat la licențele pentru Televiziunea Arad și Radio Arad, cedându-le societății Armedia Group SRL, care îl are ca acționar unic pe Ionuț Ciprian Dobraniș (vezi mai sus). Tranzacția a fost aprobată de CNA, Ionuț Ciprian Dobaniș figurând în datele CNA ca acționar unic al TV Arad și Radio Arad, acționar al INFO TV (50%), acționar ONE FM (50%)²³.

Criza economică s-a simțit în bugetele televiziunilor arădene. Jurnaliștii, editorii, producătorii și managerii intervievați au indicat ca principale probleme cu care se confruntă: lipsa finanțării, faptul că este imposibil ca o televiziune să reziste din resurse proprii, imixtiunea și presiunea politicianilor asupra redacțiilor. Lipsa fondurilor se reflectă în lipsa echipamentelor, lipsa mijloacelor de documentare, lipsa mijloacelor de transport și de comunicare. O altă problemă menționată a fost profesionalizarea și fluctuația personalului.

”În zona de vest nu există structură de presă locală care să funcționeze curat, independent, bazată pe publicitatea de piață.” (Lazăr Faur, redactor-șef Info TV)

”În cazul în care se găsește finanțare, persoana sau firma respectivă are legături politice și atunci trebuie să ai o anumită înclinare.” (Simina Roz, jurnalist TV Arad)

”Nu poți să le faci chiar pe toate aparținând unui patronat. Trebuie să urmezi o anumită traiectorie.” (Ana Maria Florea, jurnalist West TV).

Motivul pentru care managerii, producătorii și jurnaliștii au declarat că au decis să lucreze în mass-media sunt vizibilitatea, criteriul financiar și impactul opiniilor jurnalistului asupra audienței. Jurnaliștii intervievați au declarat că ar demisiona dacă ar fi obligați să realizeze un material inacceptabil din punct de vedere deontologic, dacă ideile lor nu ar fi acceptate de management, dacă ar avea un salariu mai mic, dacă ar găsi un alt loc de muncă mai bine plătit, sau dacă asupra lor s-ar face presiuni economice și politice. Salariul unui jurnalist, acolo unde nu s-a menționat clauza de confidențialitate, este între 1.000 și 2.000 de lei, iar al unui redactor-șef este între 2.000 și 3.000 de lei.

”Profesionalizarea este cea mai importantă problemă, dar, dacă îi întrebați pe jurnaliști, salarizarea. E foarte greu să găsești oameni gata formați, nici nu ne-am propus să avem oameni gata formați pentru că nici nu avem resurse să-i plătim pe cei care sunt vedete locale, regionale. Noi pornim de la zero și am căutat să creștem oameni. O problemă este modul în care jurnaliștii înțeleg, din punctul meu de vedere, presa: faptul că nu admit că timpul de lucru în presă este nenormat, că trebuie să aibă o capacitate de reacție extrem de rapidă și că subiectele pe care le abordează trebuie să fie de un larg interes.” (Andrei Ando, director general West TV)

La momentul documentării, cei intervievați pe plan local au menționat în topul preferințelor West TV, urmată de TV Arad și Info TV. West TV are contract cu Goldbach Media, broker național de publicitate, iar studiul de audiență profesional este realizat prin Dedalus și este considerat de managementul postului de televiziune ca fiind cel mai exact și pertinent mijloc pentru aflarea audienței. Realizarea și modificarea grilei de programe se bazează pe rezultatele acestui studiu.

²² Ministerul Finanțelor Publice www.mfinante.ro.

²³ ”Georgică Cornu renunță la Televiziunea Arad și la Radio Arad”, Mădălina Cerban, Mediafax.ro, 24 septembrie 2013. Vezi date acționariat publicată de CNA în decembrie 2013.

”West TV are un program amplu, generalist, regional. Dau doar filme românești și franțuzești doar în week-end, nu-și pot permite financiar altceva. Au un car mobil de transmisie în direct, singurii care au așa ceva, au dotări și un studio care poate concura cu oricare din București. Și Info TV și TV Arad sunt echilibrate, nu vin cu știri trucate, fabricate, tendențioase” (Cecilia Kovacs, inspector teritorial CNA)

”În ceea ce privește știrile, pe primul loc eu cred că se află West TV, urmată de TV Arad și Info TV. Ca emisiuni tot West TV e pe primul loc, pentru că nu e părtinitoare. Apoi urmează TV Arad și Info TV”. (Varga Glad Aurel, consilier local MC-L²⁴)

Info TV nu este în sistemul de măsurare a audienței. Aceasta se stabilește în urma sondaj de opinie efectuat de o companie din Timișoara.

”Noi avem audiență foarte mare, dar marile agenții merg la firmele care măsoară audiența. Noi îi batem la audiențe pe anumite segmente pe cei de la București, dar, cum nu putem demonstra, agențiile de publicitate nu ne iau în considerare. Orice televiziune locală, cât de răpciugoasă ar fi la știri, la 2-3 talk - show-uri bune, cum or fi, are audiență foarte mare pentru că e vorba de oameni de-ai locului. Profit? Nici vorbă, avem conturile blocate.” (Lazăr Faur, redactor-șef Info TV)

2. Percepția asupra jurnalismului. Influențe economice și politice

Relația televiziunilor cu mediul politic local este una echilibrată și echidistantă datorită reglementărilor CNA, au declarat atât managerii, cât și jurnaliștii intervievați. Mediul politic și lipsa resurselor financiare au fost indicate ca fiind dușmanul libertății de exprimare. Din punctul de vedere al reprezentantului CNA, toate trei televiziunile sunt relativ independente și se străduiesc să fie echilibrate și echidistante tocmai pentru faptul că sunt monitorizate de CNA. Jurnaliștii intervievați au declarat că țin cont de interesul formațiunilor politice care ar sprijini televiziunea, precizând că nu li s-au impus materiale în favoarea unor actori politici și nu s-au retras de la publicare materiale din motive politice. Jurnaliștii au mai declarat că există o neîncredere în rândul celor cărora li se solicită un interviu, unii dintre aceștia nedorind să răspundă întrebărilor pentru că sunt convinși că în spatele demersului jurnalistic se află anumite interese.

”Ar trebui ca mediul economic să perceapă presa ca pe un partener și publicitatea ca pe o investiție și nu ca pe o favoare. Ar trebui să înțeleagă că și de contribuția sa poate depinde obiectivitatea presei. Dacă am avea agenți economici care nu ar percepe publicitatea ca pe o obligație sau ca pe un fel de cutia milei, ci ar percepe-o ca pe o necesitate pentru firma lor și pentru susținerea unor publicații corecte, verticale, s-ar putea face un pas mare. În ceea ce privește mediul politic, acolo ar fi timpul să asistăm la o responsabilizare și maturizare a acestuia care declamă tot timpul că-și dorește o presă obiectivă, dar face tot posibilul să și-o subordoneze.” (Andrei Ando, director general West TV)

”O presă locală independentă? Nu cred că se va putea realiza acest lucru, dat fiind că finanțarea vine de la companii care și ele depind de politic. Știu un caz clar de influență politică la o televiziune locală. Nu este în regulă, dar indiferent de ce am spune noi sau ce părere am avea, aceste lucruri se întâmplă din cauza unei dependențe financiare și politice.” (Cristian Dan Cotuna, jurnalist Info TV)

”Nu există televiziune locală fără influență politică. Singura diferență este de procente, de cât de tare au reușit politicienii dintr-un loc sau altul să-și subordoneze presa locală. Și merge de la a fi proprietar al presei locale, acționar, la șantaj, cumpărare, influențare economică, publicitate. În zona de vest nu există structură de presă locală care să funcționeze curat, independent, bazat pe publicitatea de piață. Toate sunt influențate politic din punct de vedere economic. Economicul și politicul sunt frați de cruce. Presiuni? Categorie! Mi s-a tot spus: <<nu mai pot să-ți reînnoiesc contractul că am probleme cu ăștia>>. Ce să îi zic? Mulțumesc că am colaborat doi ani, bine și la revedere. Să vină oricine să facă jurnalism aici fără nici un ban, să vadă dacă poate! Ori ajunge la un dezastru financiar, ori se înhăitează cu politicienii care dețin un control asupra resurselor. În felul acesta funcționează. Altă soluție nu există.” (Lazăr Faur, redactor-șef Info TV)

²⁴ Mișcarea Creștin-Liberală (MC-L) a fost înființată în Arad de PDL și PER.

"Măsuri pentru o presă locală independentă nu se pot lua vreodată. Știm cu toții cum sunt politicenii." (jurnalist, TV Arad)

"În mass-media locale contactul dintre jurnalist/manager/patron media și politician este direct, uneori foarte personal, ceea ce duce la o presiune asupra mass-media, la o încercare de imixtiune în politica editorială, de impunere a unei anumite modalități de abordare a subiectelor delicate, de impunerea unui embargo asupra unor subiecte sau personaje care pot sau nu pot apărea în media controlată de către mediul politic. Când o instituție media reușește să fie profitabilă fără să fie subvenționată de patronat, acest caz de independență crește dramatic, pentru că nici patronul nu are interesul să intervină într-un proces care-i aduce bani" (Andrei Ando, director general West TV)

"Patronatul este de multe mijlocitorul dintre jurnalist și politician." (Ana Maria Florea, jurnalist West TV) .

"Posturile tv din Arad sunt relativ independente. Au fost mici derapaje într-o perioadă. Mă refer la TV Arad. Acolo există o anumită culoare, dar pe mine nu mă interesează asta dacă își fac treaba. În mediul economic și politic trebuie schimbat modul de gestionare al banilor publici. De la acele publicități care sunt o formă mascată de susținere a unui post sau altul. Când acele forme vor dispărea, nu vor mai fi influențe. Asta e greu de făcut. West TV e cel mai echilibrat, dar nici ceilalți nu acceptă direct intervenții. Au fost presiuni, presupun politice, de-a lungul vremii pe ei și în ciuda acestor presiuni lucrurilor au mers bine. La niciunul dintre posturile locale nu s-a făcut pe față o afiliere de tipul B1 vs. Antena 3. Singura poziționare mai evidentă a fost la TVT 89 = TV Arad în campania de la locale. Timpii alocați <<portocaliilor>> au fost mai mari, fapt constatat și prin monitorizările noastre raportate. Parțial, și Info TV s-a poziționat de-o parte a eșichierului politic. Cu toate că erau filo-PDL, au avut probleme cu Gheorghe Falcă care i-a boicotat." (Cecilia Kovacs, inspector teritorial CNA)

"În privința politicului, totul depinde de conducere. Dacă conducerea ține cu un partid sau îl agreează ori acceptă să lucrezi acolo, ori nu. Televiziunea la care lucrez nu are teoretic nicio orientare politică." (Simina Roz, jurnalist TV Arad)

"Info TV are o orientare sau afiliere politică, dar nu este asumată public." (Cristian Dan Cotuna, jurnalist Info TV)

"Mediul local de afaceri este în extrem de strânsă legătură cu cel politic mai ales într-un județ monocolor din punct de vedere politic. Noi ne-am propus să facem un alt fel de televiziune. Nu abordăm foarte mult acest mediu politic. Ai numai deservicii dacă interacționezi cu mediul politic. Încercăm să ne ținem cât mai departe de el. Cunosoc un caz de influență politică clară și o interferență masivă asupra unei televiziuni, fapt ce se reflectă și în produsul acelei televiziuni, dar nu este vorba de televiziunea noastră" (Andrei Ando, director general West TV)

"Caz clar de influență politică nu există, dar politicienii își plătesc publicitate și sunt invitați în emisiuni. Mediul local de afaceri nu este neapărat în strânsă legătură cu cel politic, sunt politicieni care au afaceri. Nu e tocmai potrivită implicarea politicului în presă. Relația televiziunilor locale, dependente de mediul economic, cu mediul politic depinde de oameni, fie jurnaliști, fie patroni de media, și afinitățile lor spre o doctrină sau alta." (Varga Glad Aurel, consilier local MC-L)

Abaterile televiziunilor arădene constau, conform rapoartelor CNA, în reluarea unor emisiuni sau știri realizate înaintea campaniei electorale și redifuzarea în timpul acesteia. În cazul Info TV, materialele redifuzate făceau referire la USL și MC-L. Pe data de 17.05.2012, la Info TV a fost prezentată o emisiune mai veche cu un candidat USL pentru Consiliul Județean Arad. Inspectorul CNA a discutat cu reprezentanții postului care au motivat că abaterea a fost cauzată de erori de programare, făcute de tehnicienii de emisie și au dat asigurări că astfel de situații nu se vor mai repeta. După patru zile, situația s-a repetat, dar atunci erau prezentați candidatul MC-L la președinția Consiliului Județean Arad și un altul, din aceeași formațiune politică, la Primăria Lipova. Explicațiile au fost identice. Și West TV a avut o situație similară: un interviu difuzat în reluare cu primarul Gheorghe Falcă, candidat la un nou mandat, în cadrul unei emisiuni care nu era declarată emisiune electorală. Explicația: eroare tehnică de programare a play-list-ului, persoanele responsabile fiind sancționate.

3. Relația în redacție

Relațiile dintre jurnaliștii în interiorul celor trei televiziuni arădene au fost descrise de cei intervievați ca fiind amicale, colegiale, în general bune. În ceea ce privește relația dintre jurnaliști și management, cei dintâi o consideră ca fiind una clasică dintre șef și subordonat. Relația cu instituțiile media centrale este considerată bună de jurnaliștii intervievați, explicația constând în faptul că unii dintre ei sunt și corespondenți ai posturilor TV de la București.

”Relația jurnaliști și management este o relație personală, dinamică, de comunicare și de colaborare. Soluții de îmbunătățire sunt acele team-building-uri pe care noi le-am încercat, nu cu foarte mare succes, dar le-am încercat.” (Andrei Ando, director general West TV)

”Relația dintre jurnaliști și management este o relație între șef și subordonat, adică șeful e șef și subordonatul, subordonat.” (Ana Maria Florea, jurnalist West TV)

Ideea de a încheia contracte publicitare în schimbul renunțării la materiale a fost respinsă de toți cei intervievați. La fel, și achitarea consumației jurnalistului în timpul documentării, dar aproape toți cei intervievați au declarat că „se practică”. Interesul public în realizarea unui material TV este pentru toți jurnaliștii intervievați principala lor preocupare. Se ține cont în realizarea materialelor de interesul clienților de publicitate, nu și de interesul administrației locale, și nici al grupului de companii din care societatea comercială ce deține televiziunea face parte. În general, materialele comandate nu sunt acceptate, cu excepția celor sociale. Majoritatea celor intervievați a declarat în mare majoritate că advertorialele, chiar dacă nu sunt marcate corespunzător, sunt în general acceptate.

”Există diferite nuanțe când se pune problema legată de implicarea managementului în produsul editorial. Fiecare structură media își stabilește o politică editorială, redacțională. Există discuții cu patronatul în care oamenii ce dețin un post TV impun rezultatele comerciale și atunci apar divergențe între patroni și jurnaliști în situația în care, cu voia sau fără voia jurnalistului, atingi unele zone de interes economic sau politic ale acționariatului. Noi am discutat fiecare caz în parte și când a trebuit să spunem niște lucruri le-am spus cu orice risc și se vede ce riscuri ne-am asumat și care sunt consecințele lor.” (Lazăr Faur, redactor-șef Info TV)

”Am de-a face câteodată cu incompetența unor colegi care decid că nu intră un material din diverse motive, pe baza unor criterii care nu au legătură cu modalitatea în care este documentat materialul.” (Cristian Dan Cotuna, jurnalist Info TV)

O jurnalistă de la TV Arad a povestit o experiență proprie în ceea ce privește modul de lucru în redacție. Ea a declarat că în timpul campaniei electorale pentru alegerile locale din 2012 i s-a solicitat telefonic de către o persoană necunoscută să nu difuzeze un material pe care-l făcuse într-o comună din județ și să predea caseta în care un primar recunoscuse că a furat.

”Nu am dat caseta și am dat știrea. Era dintr-un partid la putere în perioada aia.” (jurnalistă TV Arad)

4. Relația cu autoritățile locale

Cei intervievați au declarat că mediul politic arădean este monocolor, PDL conducând administrația locală. De fapt, majoritatea consilierilor locali sunt membri ai Mișcării Creștin-Liberale²⁵, formațiune politică care a luat locul PDL prin fuziunea acestuia, la sfârșitul lunii martie 2012, cu Partidul Ecologist Român²⁶. Mișcarea Creștin-Liberală, devenită ulterior ARD, era condusă la înființarea ei de Gheorghe Seculici, președintele organizației județene a PDL. La 1 iunie 2013, el și-a anunțat retragerea din această funcție. Primarul Gheorghe Falcă este căsătorit cu fiica lui Seculici, nașul lor de cununie fiind Traian Băsescu. Relația televiziunilor cu autoritățile locale este bună, cu toate că au existat animozități de-a lungul timpului, generate, conform celor intervievați, de primarul Gheorghe Falcă. Unii jurnaliști au declarat că au ținut cont de interesul administrației publice locale în materialele lor, dar doar dacă informația a fost de interes public, alții au spus că nu au ținut cont de acest interes.

²⁵ <http://www.primariaarad.ro/consilieri.php>

²⁶ <http://www.aradon.ro/mc-%E2%80%93-l-arad-ia-locul-pdl-arad/1079459>

”Edilul nostru șef este un tip coleric, impulsiv. Acum e prieten, mâine dușman, indiferent de televiziune. Pe acest fundal, în funcție de interesele pe care le are, a creat animozități cu posturile de televiziune. Lucrurile astea s-au văzut prin boicotarea prezenței la emsiuni. Nu a vrut să apară la postul X. S-a dus în altă parte. Până la urmă, după campanie s-a așezat la masa discuțiilor.” (Cecilia Kovacs, inspector teritorial CNA)

”Dacă spun ceva de televiziunile locale, o să dea și mai tare în mine!” (Gheorghe Falcă, primar Arad, PDL)

”Există o influență prea mare în politica editorială a presei scrise și o încercare a acestor autorități locale de a se impune și asupra audio-vizualului, binenînțeles cu excepția postului nostru de televiziune care are un patronat stabil și puternic financiar. Contracte de publicitate permanente cu autoritățile locale? Nici măcar în valoare de 1 leu. Avem contracte pentru mediatizarea unor acțiuni cum sunt zilele orașului.” (Andrei Ando, director general West TV)

”Directorul Filarmonicii duce de câteva luni bune un război cu presa. Au apărut comunicate de presă în care i-a făcut pe jurnaliști în tot felul. Primăria nu ia niciun act față de ceea ce se întâmplă, deși presa a cerut să se ia măsuri.” (Simina Roz, jurnalist TV Arad)

”Am ținut cont de interesul administrației publice locale când s-a mediatizat un material legal cu dotarea cu panouri solare a Spitalului Județean Arad.” (Cristian Dan Cotuna, jurnalist Info TV)

”Am văzut că în Arad se poartă să fii dus cu preșul. Intervievatul acceptă să discute cu jurnalistul, dar când ajungi acolo ți se spune că nu are timp, că îți dă pe altcineva, că nu știa că vreau interviu televizat, că <<mai bine scrie tu ce spun eu>>.” (jurnalist TV Arad)

5. Soluții pentru jurnalismul de calitate

Nivelul pregătirii profesionale a jurnaliștilor din Arad a fost evaluat de către cei intervievați la nota 7.

Calitatea jurnalismului este văzută de cei intervievați ca fiind strâns legată de gradul de profesionalizare a celor care lucrează în media, de obiectivitate și de modul în care jurnaliștii reușesc să facă față presiunilor de tot felul. Soluțiile pentru creșterea calității jurnalismului sunt strâns legate de stabilitatea financiară, de nevoia de cursuri de specializare începând de la documentarea și editarea unui material de televiziune, până la instruire tehnică pentru operatorii de imagine și montaj și de o salarizare mai bună.

”Jurnalistul de calitate știe să facă abstracție de presiuni, este cel care în domeniul știrilor obține primul informația și este primul la față locului, în domeniul jurnalismului de investigație este cel care obține informațiile, are capacitatea, tăria profesională și personală de a redacta articolul în mod obiectiv. Noi discutăm foarte mult despre nevoia de profesionalizare, dar nu ne punem întrebarea cum creăm acești profesioniști. De aceea, trebuie să acordăm o importanță mai mare facultăților de jurnalism.” (Andrei Ando, director general West TV)

”Jurnalistul de calitate este acela care poate transmite cât mai exact realitatea către telespectatori și poate permite să o facă ținând cont de conștiința lui. Că vrea, că nu vrea... important e să își poată permite. Dacă ai bani, tehnică și oameni poți să faci jurnalism de calitate. Dar depinde cum obții banii, de la cine și cum îi folosești.” (Lazăr Faur, redactor-șef Info TV)

”Un jurnalist de calitate în televiziunile locale este cel care nu-și ia materiale de la conferințele de presă și se mulțumește cu ceea ce primește. Companiile care dețin media ar putea încerca să-i oblige pe jurnaliști să parcurgă cursuri de profil, pentru că mulți nu sunt specializați în jurnalistică.” (Cristian Dan Cotuna, jurnalist Info TV)

Aderarea la un sindicat nu este văzută de jurnaliști ca o modalitate de protecție. În Arad nu există un sindicat și chiar dacă ar exista atât jurnaliștii, cât și managerii sau editorii intervievați nu ar deveni membri. Motivele sunt diverse, dar concluzia este că un sindicat este văzut ca parte integrantă a politicului, șansele ca acesta să fie independent sunt mici, ar fi incapabil să protejeze breasla și să reglementeze relațiile dintre jurnaliști și patronat.

Jurnaliștii fie nu cunosc exact care ar fi beneficiile apartenenței la un sindicat, fie nu sunt deloc interesați sau au alte priorități. Cei intervievați au precizat că există nevoia unei asociații profesionale serioase unde să se discute problemele fiecăruia și să se împrumute din soluțiile altora.

Dacă acest sindicat ar exista, niciunul dintre cei intervievați, indiferent de poziția lor în cadrul redacției, nu ar avea așteptări din partea acestuia. Jurnaliștii care ar adera la un sindicat ar face-o doar dacă acesta ar ajuta breasla intervenind, de exemplu, în cazul conflictelor sau disponibilizărilor în masă, pe când managerii au precizat că sindicatul trebuie să elaboreze un cod deontologic, să aibă o poziție fermă în ceea ce privește profesionalizarea breslei și să existe criterii de admitere în breaslă, așa cum există și în cazul altor bresle: notari, medici etc.

”Jurnalistul nu are nicio protecție. Degeaba vorbim noi de tot felul de asociații, nu are niciun fel de protecție!” (Lazăr Faur, redactor-șef Info TV)

”Nu am aderat la sindicat, dar avem o asociație a televiziunilor locale din România la care anoi am aderat și eu sunt chiar vicepreședintele acestei asociații. Nu cred că un sindicat al jurnaliștilor ar putea reglementa relațiile dintre jurnaliști și patronat în acest moment, pentru că jurnalistul depinde foarte mult de resursa financiară care vine de la patronat. Dacă ar exista un sindicat, mi-ar plăcea ca acesta să funcționeze pe principii etice, cum funcționează Asociația Ziariștilor Maghiari din România.” (Andrei Ando, director general West TV)

”Sindicat? Nu mă interesează! Nu simt nevoia, nu am așteptări!” (jurnalist TV Arad)

”Sindicat? Nu! Era unul în Arad nu mai există. Nu simt nevoia unui sindicat. Dacă mă confrunt cu o problemă vin și îi spun directorului în față: uite, asta nu-mi place!” (Simina Roz, jurnalistă TV Arad)

Din cauza imixtiunii politicului, o lege a presei nu este bine văzută de unii dintre cei intervievați, dar este considerată necesară pentru a stabili cadrul juridic în care media activează. Unii jurnaliști au considerat că o lege a presei îi poate proteja.

”Această lege nu trebuie văzută ca un fel de CNA care să interfereze cu activitatea redacțională, dar ar trebui, pe lângă restricțiile care ar putea fi impuse jurnaliștilor, să existe restricții și sancțiuni și pentru cei care încearcă să pună presiuni și să intimideze jurnaliștii.” (Andrei Ando, director general West TV)

”Să facă ce? Să îngrădească și mai mult libertatea de exprimare prin intervenția politicului? Ar fi un produs al politicienilor, al parlamentarilor. Nu-mi plac legile și am în minte situațiile create în alte țări de legi ale presei. Nu am încredere într-o astfel de lege, nu ca să reglementeze activitatea jurnalistică.” (Lazăr Faur, redactor-șef Info TV).

”Legea presei este necesară, însă numai că forma ei nu trebuie să fie oricum, anumite reguli cred că ar fi bune.” (Cecilia Kovacs, inspector teritorial CNA)

”Sunt de acord cu o astfel de lege. Jurnalistul s-ar simți protejat, ar ști între ce limite să se încadreze și la cine să apeleze dacă este atacat.” (Ana Maria Florea, jurnalist West TV)

”O lege a presei ar fi binevenită. Ar trebui specificat clar care sunt drepturile, rolul presei, până unde are voie să meargă, până unde nu.” (Simina Roz, jurnalist TV Arad)

Coduri deontologice au West TV și Info TV. Unii jurnaliști intervievați au afirmat că experiența profesională sau studiile din facultate reprezintă propriul lor cod deontologic. Autoreglementarea presei este o noțiune pe care nu toți cei intervievați o cunosc.

”Este singurul mecanism funcțional din presa românească. Autoreglementarea și autocenzura. Singurul care totuși te determină să creezi un produs media onest, de bun simț, de calitate.” (Andrei Ando, director general West TV)

”Autoreglementarea trebuie făcută de o asociație profesională puternică. Nu știu dacă ar reuși, dacă s-ar ține cont de ea.” (Lazăr Faur, redactor-șef Info TV)

”Nu știu dacă autoreglementarea ar reuși, dacă cei din afară, cum ar fi politicienii, nu sunt interesați de așa ceva.” (Simina Roz, jurnalist TV Arad)

Ca o opinie personală, Cecilia Kovacs, reprezentantul CNA în Arad, a declarat că o lege este oportună, din moment ce autoreglementarea nu funcționează din cauza faptului că mulți jurnaliști sunt mercenari.

”În momentul în care cineva i-ar sancționa pentru astfel de fapte, și-ar face fiecare treaba corect. Eu nu mai cred nimic din ce se scrie într-un ziar, cred ce văd la televizor pentru că se știe că e cineva de la CNA care se uită.” (Cecilia Kovacs, inspector teritorial CNA)

”Restricțiile CNA sunt de foarte multe ori aberante, nu se ține cont de interesul publicului de a fi informat.” (Cristian Dan Cotuna, jurnalist Info TV)

”Nu știu dacă este nevoie sau nu de o lege a presei, însă pentru CNA și pentru online ar trebui revizuite și introduse câteva capitole, pentru că la nivel național unele televiziuni depășesc limita oricărui ridicol.” (Varga Glad Aurel, consilier local MC-L)

Televiziunile din Bacău, „prinse în menghina” intereselor patronale

1. Context

La jumătatea anului 2012²⁷, în județul Bacău erau în total 25 de licențe de televiziune, dintre care șapte prin antenă terestră și 18 prin cablu. Dintre acestea, opt licențe erau acordate de către Consiliul Național al Audiovizualului la nivelul municipiului Bacău: Pro TV, TV Bacău (parte din grupul Deșteptarea SA), 1 TV Bacău (deținută de Ligone International SRL), Euro TV (aparținând Eco Rino SRL), Antena 1, Canal Tv (proprietatea Deyvid Com SRL), Impuls TV (deținută de Impuls Media Creation SRL) și Realitatea TV Bacău.

TV Bacău era deținută, la data documentării (iulie 2012), de omul de afaceri Dumitru Sechelariu - fost primar al Bacăului în perioada 1996-2004 (funcție deținută inițial în calitate de candidat independent, iar, din 1999, în calitate de politician PSD), fost patron al echipei de fotbal FCM Bacău și acționar majoritar al societății Transport Public SA din Bacău (prin intermediul mamei sale, Agripina Sechelariu) - și de soția acestuia, Laudietta Sechelariu²⁸. Intervievații au declarat că televiziunea face parte din grupul media Deșteptarea, care deține și ziarul omonim și postul de radio Alfa, iar cei aproximativ 30 de ziarști ai grupului sunt angajați cu carte de muncă și realizează materiale pentru toate cele trei media. Potrivit patronatului TV Bacău, **grupul Deșteptarea, din care face parte televiziunea, se susține exclusiv din publicitate, iar TV Bacău ar fi „cea mai independentă televiziune pe plan local”**. Totodată, managementul grupului a declarat că bugetul operațional al televiziunii pe anul 2011 a fost de 40.000 de lei pe lună și că nu s-a înregistrat profit.

Deținătoarea licenței audiovizuale pentru TV Bacău este Deșteptarea SA. La data documentării pe teren, acționarii Deșteptarea SA (CUI: 944300) erau: Sechelariu Gh. Dumitru - acționar principal - 97,01% și Sechelariu (Bejan) Laudietta - 2,99%²⁹. Conform datelor publicate de CNA în decembrie 2013, noii acționari ai Deșteptarea SA sunt: Sechelariu Laudietta - acționar principal - 63.72%, Sechelariu Doru Sirius - 9.07%, Sechelariu Dora Cristiana - 9.07%, Sechelariu Mara - 9.07% și Sechelariu Ema Felicia - 9.07%. În 2012 societatea comercială a avut o cifră de afaceri de 12.974.790 de lei, un profit net de 608.026 de lei și 76 de angajați, conform bilanțului depus la Ministerul Finanțelor.

”Deșteptarea a fost întotdeauna o școală de presă, au trecut pe aici toți jurnaliștii din Bacău și, având această tradiție, îi selectăm după aptitudini și îi pregătim pentru performanță. Adică, dacă au bază și doresc să fie jurnaliști, e o școală. (...) TV Bacău este cea mai independentă televiziune pe plan local. (...) Vă asigur că la Deșteptarea banii nu vin cu nicio influență pe nicio cale, deci **trustul de presă se susține independent. Nu amestecăm banii din nimic cu trustul de presă (televiziune, radio și presă scrisă) și banii vin ca publicitate.” (Laudietta Sechelariu, co-proprietara grupului Deșteptarea, la data documentării)**

”La Deșteptarea nu au fost probleme niciodată cu salariile, toți sunt [angajați - n.r.] cu carte de muncă. Aș vrea să văd și eu dacă în România funcționează toți cu acest sistem, nu pe drepturi de autor. (...) Cel mai mare finanțator al televiziunii Bacău este publicitatea de la clienții locali. (...) Am avut profit pe anul trecut, dar nu televiziunea în sine, ci societatea Deșteptarea SA, care are obiectul principal de activitate editare-tipărire ziare. Noi avem un ziar care e <<locomotiva grupului>>. Bugetele sunt independente pe fiecare [activitate din grup - n.r.]” (Managerul Grupului Deșteptarea)

În februarie 2013, Dumitru Sechelariu a decedat, la vârsta de 54 de ani³⁰, iar grupul Deșteptarea a rămas în proprietatea soției sale.

Dumitru Sechelariu a fost un om de afaceri și un politician controversat³¹, care a intrat de mai multe ori în atenția publică, atât pentru problemele pe care le-a avut cu legea, cât și pentru relațiile

²⁷ Documentarea pe teren din Bacău s-a realizat în luna iulie 2012.

²⁸ Contactat telefonic în cadrul documentării pentru acest studiu, Dumitru Sechelariu a declarat că de TV Bacău ”se ocupa” soția sa.

²⁹ Sursa: site-ul Ministerului Finanțelor (august 2013) și datele de acționariat disponibile în octombrie 2013 pe site-ul Consiliului Național al Audiovizualului (<http://www.cna.ro/Situa-ii-privind-licen-ele,6170.html>)

³⁰ ”Dumitru Sechelariu a încetat din viață”, ProSport.ro, 16 februarie 2013.

³¹ ”BIO: Dumitru Sechelariu, figură controversată a politicii și a sportului din Bacău”, Departamentul Politic, Mediafax.ro, 16

sale tensionate cu unii politicieni (ex.: Viorel Hrebenciuc, Ion Iliescu), oameni de afaceri (ex.: Gigi Becali) și jurnaliști (ex: Florin Popescu, fost jurnalist al grupului Deșteptarea, dat în judecată de Dumitru Sechelariu pentru că a publicat pe blog mai multe articole și sondaje de opinie care i-ar fi lezat imaginea, onoarea și demnitatea³²).

În anul 2005, Dumitru Sechelariu a fost reținut de procurorii anticorupție și a stat în arest preventiv timp de 44 pe zile pentru fapte de corupție, înșelăciune, abuz în serviciu contra intereselor publice și asociere în vederea comiterii unor infracțiuni³³ (schimburi, achiziții de terenuri, atribuire ilegale de lucrări etc.) săvârșite, potrivit procurorilor, în perioada în care a fost primar. Fostul primar al Bacăului a susținut însă că arestarea lui s-a făcut la comanda politică a unor politicieni PSD³⁴ (Viorel Hrebenciuc, Ion Iliescu) și a criticat condițiile „umilitoare” din arest. În 2010, Sechelariu a fost din nou reținut de procurorii Direcției Naționale Anticorupție (DNA), pentru cumpărare de influență³⁵, dar Judecătoria Sectorului 1 București a respins cererea DNA de arestare a fostului primar băcăuan³⁶.

Înainte de moartea sa, în februarie 2013, Dumitru Sechelariu a cerut să fie înmormântat în picioare, ca Alexandru Macedon, și „cu mâinile afară”, în semn că nu a furat și nu a luat nimic cu el, conform spuselor sale³⁷.

1 TV Bacău aparținea, la data documentării, companiei Ligone International SRL (CUI: 15091678), ai cărei asociați erau: Liviu Goian - vicepreședintele organizației municipale PNL și președintele Sport Club Bacău (având 40% din acțiunile televiziunii), soția acestuia, Carmen Gabriela Goian (cu 40% din acțiunile televiziunii), și Ion Rotaru, fost consilier local din partea PNL (cu 20% din acțiuni)³⁸. Totodată, directorul de marketing al 1 TV Bacău era fiul principalilor acționari ai postului.

Televiziunea avea aproximativ 30 de angajați, iar bugetul operațional al postului a fost de aproximativ 250.000 de euro în 2011, potrivit coordonatorului 1 TV Bacău.

Reprezentanții ai televiziunii au citat un studiu ARBO Media potrivit căruia televiziunea avea aproximativ 40.000 de telespectatori pe săptămână, din cei 120.000 de locuitori ai Bacăului.

Conform datelor de bilanț disponibile la Ministerul Finanțelor, Ligone International SRL în 2012 a avut o cifră de afaceri de 691.468 de lei, un profit net de 650 de lei și 30 de angajați.

”O altă modalitate de măsurare a audienței e avalanșa de telefoane sau de mailuri la emisiunile în direct”. (Coordonator 1 TV Bacău, fost jurnalist)

Televiziunea Impuls, cea mai „tânără” televiziune din Bacău, era deținută formal, la data documentării, de Elvis Nicolae Bodea (absolvent de Jurnalism) și de Romulus Toma, fiecare având jumătate din acțiuni. Elvis Bodea a declarat că, în 2012, bugetul televiziunii s-a redus de la 50.000 de lei la 35.000 de lei pe lună, din cauza problemelor financiare, și că reprezentanții postului au fost obligați să facă restructurări masive. Acesta a precizat că prioritatea sa, în calitate de proprietar, era să atragă bani din publicitate, pentru a face televiziunea autosustenabilă, dar că, la data documentării, **proprietarii finanțau Impuls TV în proporție de 89%**.

”În Bacău direct mă lovesc de faptul că celelalte televiziuni concurente nu s-au axat pe profit din Publicitate. (...) E o ambiție să transform Impuls TV în televiziunea de care are nevoie Bacăul și să o transform într-o afacere. Autofinanțarea e pe primul plan.” (Elvis Bodea, proprietar Impuls TV)

În martie 2013, omul de afaceri Costică Rusu, fondatorul Impuls TV, totodată finanțator/deținător informal al televiziunii, a închis televiziunea, invocând probleme financiare. Consiliul Național

februarie 2013.

³² ”Raportul FreeEx 2011 - Libertatea presei în România”, ActiveWatch.ro, publicat în luna mai 2012, p. 38.

³³ Ibidem.

³⁴ ”Exclusiv. Dumitru Sechelariu altfel. Amintiri din pușcărie: <<În tot ceea ce am făcut, sunt atât de curat cât poți fi într-o lume murdară>>”, Daniel Befu, Românialiberă.ro, 24 martie 2012.

³⁵ ”Dumitru Sechelariu, internat după ce a fost reținut de DNA”, V.M., HotNews.ro, 1 martie 2010.

³⁶ ”Dumitru Sechelariu a murit. Problemele cu sănătatea și cu justiția i-au marcat ultimii ani din viață”, RTV.net, 16 februarie 2013.

³⁷ ”Ultima dorință a lui Dumitru Sechelariu”, Românialiberă.ro, 16 februarie 2013.

³⁸ Sursa: site-ul Ministerului Finanțelor (august 2013) și datele de acționariat disponibile în octombrie 2013 pe site-ul Consiliului Național al Audiovizualului (<http://www.cna.ro/Situa-ii-privind-licen-ele,6170.html>)

al Audiovizualului a anulat licența postului pe 18 iulie 2013. Potrivit datelor disponibile pe site-ul Ministerului Finanțelor, în 2012 SC Impuls Media Creation SRL (CUI: 29386741) a funcționat cu 5 angajați, a avut o cifră de afaceri de 28.568 de lei și a înregistrat o pierdere netă de 55.923 de lei.

Euro TV este televiziunea cu cea mai mare vechime din Bacău. La data documentării pe teren, televiziunea se confrunta cu cea mai mare lipsă de investiții, cu numărul de personal cel mai redus, precum și cu cea mai slabă calitate tehnică, potrivit respondenților. Din aceste motive, unii dintre cei intervievați au descris Euro TV ca fiind „irelevantă din punct de vedere al audiențelor”.

”Euro TV a fost <<pe ducă>> tot timpul, inclusiv când făceam eu emisiune acolo. Nu i-am înțeles dezinteresul patronului.” (Fost jurnalist Euro TV)

”Euro TV momentan funcționează la cote de avarie, nu are nici bani, nici producție, nici nimic.” (Proprietar Impuls TV)

În aceeași perioadă (iulie 2012), Euro TV era operată prin societatea comercială Eco Rino SRL (sediul televiziunii și al societății se aflau în același loc, în afara orașului), deținută de omul de afaceri vrâncean Victor Roman, membru PSD din 1997, consilier județean de Vrancea (ales în 2004, 2008 și în 2012)³⁹.

Victor Roman este cunoscut pentru faptul că societățile comerciale la care a fost acționar (SC Roman Impex Prest SRL, SC Eco Rino SRL, SC Sanins SRL, SC Sotirex SA) au derulat lucrări publice în valoare de milioane de euro⁴⁰ (asfaltări, dezăpeziri, salubritate etc.⁴¹) cu instituțiile statului (în special cu primării conduse de PSD⁴²), preponderent în județele Vrancea, Galați și Bacău⁴³.

În decembrie 2012, Victor Roman a obținut un mandat de deputat PSD de Vrancea.

Potrivit bilanțului depus la Ministerul Finanțelor, în 2012 societatea comercială Eco Rino SRL (CUI: 16086327) a avut o cifră de afaceri de 1.652.998 de lei și un profit net de 304.611 lei și a funcționat cu 33 de angajați.

Respondenții din Bacău au desemnat criza financiară drept unul dintre obstacolele majore întâmpinate de mass-media (locale), din care derivă alte tare ale presei, precum: finanțarea insuficientă din publicitate, imposibilitatea unei televiziuni de a se autogestiona, dependența de patronate, lipsa investițiilor în jurnaliști profesioniști și produse editoriale de calitate, remunerația precară a angajaților, numărul redus de angajați, problemele cu echipamentele și dotările televiziunilor etc.

”Mediul economic prost, catastrofal, împiedică televiziunile să fie o afacere. Într-un oraș în care s-au închis aproape 90% dintre firme sau au plecat, în care șomajul a crescut, în care cantitatea de bani de pe piață s-a redus drastic, televiziunea înseamnă chestia aia neagră căreia îi dai drumul și la care se uită cineva și care se finanțează din cele 12 minute [de publicitate - n.r.] din fiecare oră. Or, în momentul în care un patron, din 300 de angajați, mai are 25-30, nu pot eu să-l conving să-mi dea reclamă.” (Producător general Impuls TV)

”De îmbunătățit este probabil situația economică a orașului, a țării, pentru că sunt niște exigențe care se abat asupra fiecăruia dintre noi, nu numai asupra unui ziarist sau a unui director de instituție.” (Jurnalist din grupul Deșteptarea)

*”Televiziunea locală nu se poate susține doar prin mijloace proprii din publicitate. **Neavând bani, nici tehnica nu este la standardele unei televiziuni naționale.** (...) Cred că agenții economici ar trebui să vadă că mass-media locală le poate oferi o vizibilitate mai mare. Să investească în presă și să nu aștepte rezultatele imediat.” (Jurnalistă de la 1 TV Bacău)*

³⁹ ”Interviu în exclusivitate: Victor Roman dezvăluie motivele pentru care vrea să ajungă parlamentar”, George Noaptes, Monitorul de Vrancea, MonitorulVN.ro, 30 noiembrie 2012.

⁴⁰ Dosar de candidat: Victor Roman, Horia Cristian și Ioan Mocan, Realitatea.net, 6 decembrie 2012.

⁴¹ ”<<Baronul>> Victor Roman, expert în afaceri cu statul”, Ștefan Borcea, Adevărul.ro, 12 septembrie 2011.

⁴² ”Victor Roman - 7 milioane de euro de la colegii primari din PSD”, Mihaela Besleaga, ZiaruldeVrancea.ro, 14 iunie 2011.

⁴³ ”Roman și Săpunaru, liderii afacerilor pe bani publici”, Mihai Boicu, ZiaruldeVrancea.ro, 16 martie 2013.

De asemenea, lipsa fondurilor pentru realizarea unor măsurători ale audiențelor pe plan local ar îngreuna atragerea de publicitate, potrivit unora dintre cei intervievați - care au indicat necesitatea creării unei structuri care să reunească televiziunile locale și să suporte costurile unor studii de audiență.

”Nu avem o măsurătoare a audienței. Dacă ar fi prețurile mai mici, ar fi mai bine, dar nu ne permitem. Dacă s-ar face o asocieră pentru televiziunile din Bacău și să suportăm fiecare o parte din costurile măsurătorilor, ar fi bine, dar nu există.” (Managerul grupului Deșteptarea)

La data documentării, administrația locală era dominată de PNL, la nivel de municipiu, și de USL (alianța PSD-PNL), la nivel județean, potrivit celor intervievați.

2. Percepția asupra jurnalismului. Influențe economice și politice

Din cauza presiunilor economice și politice, jurnaliștii din Bacău au declarat că sunt deseori împinși spre compromis, marginalizați, forțați de împrejurări să-și schimbe locul de muncă, să se „refugieze” în online sau să se reorienteze profesional. În aceste condiții, mai mulți angajați ai televiziunilor din Bacău au spus că „jonglează”/ se identifică alternativ cu rolurile de jurnaliști, consultanți de marketing (politic), PR-iști, bloggeri, fotografi de evenimente, monitori de presă pentru instituții publice/ companii private etc.

La data documentării, salariile jurnaliștilor din televiziunile locale din Bacău se situau în intervalul 1200-2000 de lei.

Concomitent, lipsa de personal din redacții a determinat ca unele funcții din televiziunile locale să se suprapună, astfel încât unii jurnaliști au ajuns să realizeze și „știri publicitare”, conform spuselor acestora. Cei mai mulți dintre intervievați au spus că **este acceptabil ca o televiziune să publice advertoriale, dacă sunt semnalate corespunzător.**

”Primul dușman al libertății presei este foamea. Faceți un studiu cine dă de mâncare ziaristilor. Libertatea de exprimare oprimată înseamnă și să nu scrii despre unul. Este cel mai pervers dușman și cel mai des întâlnit, care conduce la autocenzură, compromis. (...) Protecția jurnaliștilor în fața presiunilor politice și economice s-ar face dacă țara aceasta ar depăși statutul de țară consumatoare, să mai și producă, să existe firme bogate care să producă lucruri interesante, pe care să dorească să le vândă și care să-și facă reclamă la televizor.” (Producător General Impuls TV)

„Majoritatea jurnaliștilor vechi nu mai lucrează în presa tradițională. S-au refugiat în online sau au alte ocupații. Cred că e o variantă de fugă. Au obosit să se certe cu patronatele.” (Jurnalist Impuls TV)

”Acum nu mai există în Bacău jurnaliștii buni. (...) Dai peste <<dinozauri>>, care trăiesc din altceva decât din presă de fapt. Deci, dușmanii presei sunt și ziaristii. În Bacău, dacă ziaristii ar fi avut mai multă verticalitate, nu s-ar fi ajuns în halul ăsta.” (Blogger local, fost jurnalist din presa scrisă, la data documentării)

”Jurnaliștii ar trebui să fie plătiți la timp și decent, să nu fie tentați la o cafea, la chestii micuțe sau mai mari.” (Jurnalistă de la 1 TV Bacău)

Înregimentarea instituțiilor media în funcție de interesele politice/ economice ale patronatelor acestora, alături de obediența și neprofesionalismul unora dintre jurnaliști, decredibilizează presa locală și „alungă” companiile care vor să investească în publicitate, potrivit documentării. În plus, asocierea angajaților cu patronatele instituțiilor pentru care lucrează determină scepticismul aprioric, eschiva și chiar ostilitatea unora dintre surse în relația cu angajații televiziunilor. De asemenea, unii respondenți au declarat că patronatele televiziunilor aveau tendința să angajeze jurnaliști „obedienți” sau „neexperimentați” și că descurajează/ sprijină investigațiile jurnalistice în funcție de interesele personale.

”Cred că ar fi nevoie ca patronii să înțeleagă că obedienții te duc în faliment.” (Realizator emisiuni la 1 TV Bacău)

”Atunci când o televiziune nu-i pe profit, de unde pot să vină banii? De la niște oameni de afaceri care au interese politice.” (Blogger)

*”E un set de probleme principale. Unu: **subfinanțarea cruntă**. Adică, suntem un fel de somalezi noi. Doi: presa condusă de un singur patron. Monopatronatul este cancerul presei. Boala supremă este asta. Și implicarea politică a patronului. **Fiecare patron de presa locală are interese politice.**” (Jurnalist Impuls TV)*

*”O problemă specifică în Bacău este **obtuzitatea patronilor care nu înțeleg televiziunea, presa, în general, ca pe o afacere**. O înțeleg ca pe orice altceva, de la floretă la bătă, de la cloroform la parașută. (...) **Presiunea politică în media este omniprezentă direct și indirect**, prin faptul că unii politicieni ori sunt patroni, ori controlează patronii [de firme - n.r.] să dea sau să nu dea publicitate.” (Producător general Impuls TV)*

„Îl avem pe domnul Sechelariu ca acționar majoritar, și dânsul, în ultima perioadă, a fost destul de denigrat și, în raportul nostru cu instituțiile, am avut foarte mari probleme.” (Manager TV Bacău)

*”**Principala problemă a televiziunilor băcăuane, dar și în țară, este resursa umană, din punctul de vedere al pregătirii.** (...) Mă refer și la partea profesională, cât și la calitatea morală.” (Coordonator 1 TV Bacău)*

Reprezentanții mediului politic intervievați în cadrul acestui studiu au susținut, la rândul lor, existența subordonării televiziunilor în relație cu interesele conducerilor acestora. Reprezentanții PSD și PDL Bacău au declarat că nu aveau încredere în niciuna dintre televiziunile locale, iar reprezentantul Primăriei (PNL) Bacău a declarat că singura televiziune locală în care nu avea încredere era TV Bacău, din cauza ingerințelor patronatului în politica editorială a postului.

”Nu am încredere în niciuna dintre televiziunile locale, nu le consider independente. Apartenența politică a divagat mesajul către interesele grupului și persoanelor care dețin presa.” (Reprezentant PSD Bacău)

*”Nu am încredere în niciuna dintre televiziunile locale pentru acuratețea informației. (...) **Patronatele își impun punctele de vedere.** (...) Au fost ziariști care au plecat, nu mai există jurnalism serios în Bacău.” (Gabriel Berca, Președintele PDL Bacău, fost prefect de Bacău în perioada 2005-2008)*

”În afară de TV Bacău, consider că celelalte televiziuni locale sunt echilibrate.” (Reprezentant al Primăriei Bacău, conduse de Romeo Stavarache, politician PNL)

De asemenea, o parte a celor intervievați a declarat că presiunile politice asupra televiziunilor se fac fie prin **banii publici „direcționați preferențial” către instituțiile de presă** aservite intereselor unor instituții publice/ unor politicieni, fie prin faptul că anumiți politicieni cu atribuții de conducere le indică agenților economici care sunt **instituțiile de presă „agreate” să primească publicitate.**

*”Există destul de multe frustrări legate mai ales de partea materială, pe care din păcate nici ca management nici ca acționariat nu ai cum să le faci să dispară atât timp cât mai ales **instituțiile statului aruncă discreționar fonduri și netransparent.**” (Reprezentant 1 TV Bacău)*

Orice primar care are presă va direcționa publicitate direct prin instituția lui sau prin firmele care au contracte cu Primăria. (...) Asta a făcut Sechelariu, asta face și Stavarache, asta face și Mazăre.” (Producător Impuls TV)

Grupul Deșteptarea (și, implicit, TV Bacău, care face parte din grup) era asociat în plan local cu interesele fostului politician Dumitru Sechelariu, iar unii dintre foștii angajați au declarat că politica editorială era dictată de patronat, conform documentării realizate de autorii prezentului studiu.

De-a lungul timpului, Consiliul Național al Audiovizualului (CNA) a sancționat în mai multe rânduri televiziunea lui Dumitru Sechelariu pentru difuzarea unor emisiuni în care se făceau acuzații fără probe și fără a li se acorda drept la replică celor vizați. Numeroase sancțiuni CNA au vizat folosirea unui limbaj „injurious” sau „licențios”, „de natură a afecta demnitatea umană”, de către unii invitați din studioul TV Bacău sau chiar de proprietarul televiziunii, în cadrul unor intervenții telefonice în direct sau în calitate de invitat în studio, fără ca moderatorul să intervină. Cuantumul total al amenziilor aplicate

de CNA în perioada 2011-2012 pentru astfel de derapaje s-a ridicat la aproximativ 70.000 de lei⁴⁴. Potrivit unora dintre respondenți, emisiunile sancționate sau somate de CNA proferau critici și acuze la adresa unor rivali politici ai patronatului sau asupra concurenței din mediul de afaceri, iar un accent special l-au avut emisiunile pe tema conflictelor dintre fostul primar al Bacăului - Dumitru Sechelariu - și actualul primar - Romeo Stavarache. De asemenea, cei intervievați au precizat că disputele dintre cei doi politicieni au generat numeroase acțiuni reciproce în instanță și au împărțit presa locală în două sfere, în funcție de sprijinul asumat sau informal acordat uneia sau alteia dintre părți (cele două „baricade” ale presei fiind reprezentate cu precădere de grupul Deșteptarea, al familiei Sechelariu, pe de o parte, iar, pe de altă parte, de 1 TV Bacău, aparținând unor membri PNL, și de Ziarul de Bacău, deținut de Liviu Cenușă, vărul primarului Romeo Stavarache - PNL).

Purtătorul de cuvânt al Primăriei Bacău a declarat că **patronatul TV Bacău folosea grupul media Deșteptarea în interes personal, pentru a „șantajă” administrația locală, motiv pentru care postul prezenta informații „false”**.

*”Bacău TV este o televiziune cum n-ar trebui să fie, pe același palier cu Deșteptarea. Vorbele ne sunt distorsionate. (...) 90% dintre plângerile [către CNA - n.r.] vin de la mine. Patronul folosește televiziunea în interes personal. (...) Am trimis sute de drepturi la replică la TV Bacău și Deșteptarea în opt ani, dar nu se publică. (...) În cazul TV Bacău asimilez această politică ca o **politică de șantaj la adresa administrației**. (...) Este <<antipresă>> acolo.” (Ionuț Tomescu, purtător de cuvânt al Primăriei Bacău, fost ziarist)*

„E o <<hinghereală>> acolo [la TV Bacău - n.r.] contra dușmanilor patronului.” (Blogger local)

”Politica editorială TV Bacău este în funcție de interesul patronului pe termen lung sau scurt.” (Reprezentant PSD)

Directorul editorial al grupului Deșteptarea, totodată jurnalist în același grup, a afirmat că angajații grupului își fac meseria „cu bună-credință”, dar că TV Bacău se confruntă deseori cu sancțiuni CNA pentru neacordarea dreptului la replică din cauză că multe persoane vizate de materialele televiziunii și, mai cu seamă, membri PNL, nu ar accepta să răspundă la solicitările de informații ale jurnaliștilor și la invitațiile în studio. Reprezentanții postului au declarat că **politicienii locali de la Partidul Național Liberal, din care face parte actualul primar Romeo Stavarache, ar avea „interdicție” să vină la emisiunile televiziunii**, motiv pentru care refuză orice invitație în platourile TV Bacău. Totodată, directorul editorial a spus că, de când este angajat al instituției (din anul 2009), patronatul nu le-ar fi impus niciodată lui sau colegilor săi să publice sau să blocheze apariția unor materiale, din motive politice sau economice. Managerul grupului a mai afirmat că singurele situații când ar fi oprit materiale de la publicare au fost „când s-au făcut acuze gratuite, fără documente”.

La rândul său, Laudieta Sechelariu, co-proprietara grupului și soția acționarului majoritar al societății SC Deșteptarea SA (la data documentării pe teren), a negat ingerințele editoriale din partea patronatului și a spus că unii dintre foștii angajați ai grupului ar lansa „atacuri nefondate” la adresa familiei Sechelariu.

*”În România (...) e un modus operandi acum: oamenii se retrag din a oferi o replică sau măcar o declarație în raport cu o anumită speță prezentată și, sigur, CNA, care-și vede de treabă, ține cont de faptul că în respectiva emisiune nu s-au reliefat toate pozițiile. Și sigur că respectiva emisiune sau televiziune este amendată, avertizată ș.a.m.d. E extrem de bine statuată chestiunea asta, cel puțin în Bacău. (...) Eu am o redacție de oameni care nu sunt cumpărați, nu sunt <<cumpărabili>> și care niciodată n-au pus mâna pe ce nu era al lor. (...) Patronatul își asumă niște lucruri în momentul în care **investigațiile mele sau ale altor colegi sau anumite reportaje dau la iveală o stare neconformă de lucruri**, ca să folosesc eufemismul ăsta, stare neconformă cu legea, cu năzuințele europene, poate, sau cu alte probleme, de altă natură. Își asumă. Cunosc alți patroni care stau bine-merci la umbra unor **complicități** și care au bani, stau liniștiți, nicio problemă, nu-și aprind paie-n cap. Însă Deșteptarea e și cel mai vechi ziar, e și cel mai bine consolidat aici, în zona asta a Bacăului, și ar fi impropriu, din punctul meu de vedere, să ne trezim acum că facem altceva decât ce ar trebui să facem în el, și anume - presă.” (Directorul editorial și jurnalist al grupului Deșteptarea, începând cu anul 2009)*

⁴⁴ Deciziile CNA: nr.353 din 31.05.2012, nr.122 din 08.03.2012, nr. 777 din 22.11.2012, nr. 231 din 10.05.2012, nr. 285 din 14.04.2011, nr. 206 din 17.02.2011 etc., CNA.ro.

”Dacă-i întrebați pe alții, spun că eu fac totul la Deșteptarea, dar nu-i așa. (...) Am avut un proces cu un fost jurnalist de la Deșteptarea, care a scris apoi pe online, și am câștigat. A fost un atac la persoană destul de urât. Eu, în general, sunt pacifistă, dar a fost o acțiune făcută pentru toți - am fost atacați eu, soțul meu și cumnatul meu, s-au spus niște vorbe aiurea, pentru că așa consideră unii că e cel mai corect să spui ce crezi. Păreră mea e că oricine poate să creadă orice, dacă poate demonstra un anumit lucru. Să demonstreze. Nu m-a acționat nimeni în instanță pentru poziția mea de aici, n-am nicio problemă, sunt corectă.” (Laudieta Sechelariu, co-proprietara grupului Deșteptarea, la data documentării)

”Cei de la PNL nu au dat curs niciodată invitațiilor de a veni la emisiuni, tocmai de aceea am avut mari probleme cu CNA că am avut dezechilibru. La [alegerile - n.r.] locale, am luat somații și amenzi, cu toate că moderatorul spune că l-am invitat pe primar. Avem și scris că l-am invitat, niciodată nu ne răspunde.” (Manager TV Bacău)

Televiziunea 1 TV Bacău a fost descrisă de mai mulți respondenți ca fiind „televiziunea primarului”, „pro PNL”. Printre motivele invocate pentru această asociere s-au numărat: faptul că doi dintre patronii televiziunii, Liviu Goian și Ion Rotaru, sunt membri PNL (formațiune politică din care face parte primarul Bacăului, Romeo Stavarache), abordarea editorială a postului „favorabilă” administrației publice locale, și faptul că această televiziune și afacerile patronului Liviu Goian ar fi beneficiat de o pondere însemnată a finanțărilor/ contractelor din bani publici.

În ultimii ani, CNA a sancționat în mai multe rânduri 1 TV Bacău pentru dezechilibre în prezentarea subiectelor politice. În anul 2012, CNA a acordat televiziunii trei somații publice pentru încălcarea prevederilor legale care stabileau condițiile difuzării de informații privind: alegerea autorităților administrației publice locale⁴⁵, desfășurarea referendumului privind demiterea Președintelui României⁴⁶ și desfășurarea campaniei electorale pentru alegerea Camerei Deputaților și a Senatului⁴⁷. Astfel, CNA a constatat un „dezechilibru vădit” (în favoarea USL), în perioada 18-24 mai 2012, deoarece emisiunile și dezbaterile electorale realizate de 1 TV Bacău nu au asigurat condiții echitabile, echilibrate și corecte pentru toți competitorii din campania electorală pentru alegerea autorităților administrației publice locale. Potrivit CNA, „în cadrul emisiunilor electorale difuzate în intervalul 11-24 mai 2012 competitorii electorali ai USL și PNL au fost prezenți de câte 2 ori, iar în cele de dezbatere electorală difuzate în perioada menționată, competitorii electorali USL au participat de 3 ori, în timp ce reprezentanții celorlalți competitori electorali nu au fost prezentați deloc în acest tip de emisiuni”.⁴⁸ În iulie 2012, CNA a sancționat din nou 1 TV Bacău cu somație publică, motivând că „în cadrul emisiunilor de dezbatere difuzate în perioada 16 - 22 iulie 2012 numărul participanților care au exprimat puncte de vedere pentru și împotriva demiterii Președintelui României nu a fost egal, în sensul că punctele de vedere exprimate pro demiterea Președintelui României au fost în număr de 3, iar contra demiterii, 9”⁴⁹. Nu în ultimul rând, în noiembrie 2012, 1 TV Bacău a primit o altă somație publică din partea CNA deoarece, în cadrul emisiunilor informative cu privire la campania electorală pentru alegerea Camerei Deputaților și a Senatului competitorii electorali au avut un număr dezechilibrat de prezențe, după cum urmează: USL - 110 prezențe, ARD - 45 prezențe, PP-DD - 19 prezențe, PER - 13 prezențe, UDMR - 13 prezențe, în timp ce alți competitori electorali nu au beneficiat de nicio prezență⁵⁰.

În iunie 2012, Consiliul Național al Audiovizualului (CNA) a sancționat 1 TV Bacău cu somație publică, deoarece „sub pretextul unei autopromovări, radiodifuzorul a prezentat publicului informații cu caracter electoral, laudative la adresa d-lui Romeo Stavarache, primar al municipiului Bacău, candidat din partea USL la aceeași funcție, deși campania electorală pentru alegerile locale se încheiasă”⁵¹. Potrivit deciziei CNA, „în perioada 08 - 10.06.2012, postul de televiziune 1 TV Bacău a difuzat în cadrul calupurilor promoționale un spot propriu de promovare, spot care a avut ca și fundal sonor imnul electoral al PNL. Spotul a avut la început și la final înscris pe ecran mesajul <<Bacău este numărul 1 în inimile noastre>>, având afișată sigla postului 1 TV. În spot au fost derulate imagini din municipiul Bacău, imagini cu Spitalul Municipal, cu pasajul subteran, cu bazinul de înot, cu Sala

⁴⁵ Decizia CNA 331 din 31.05.2012, CNA.ro.

⁴⁶ Decizia CNA nr.595 din 24.07.2012.

⁴⁷ Decizia CNA nr. 766 din 22.11.2012.

⁴⁸ Decizia CNA nr. 331 din 31.05.2012.

⁴⁹ Decizia CNA nr.595 din 24.07.2012.

⁵⁰ Decizia CNA nr. 766 din 22.11.2012.

⁵¹ Decizia nr. 580 din 28 iunie 2012.

Sporturilor și cu zona pietonală din centru orașului, imagini care se regăsesc și în spotul electoral al candidatului USL la Primăria Municipiului Bacău, dl. Romeo Stavarache⁵².

Reprezentanții 1 TV Bacău au declarat că (sanctiunile CNA pentru) dezechilibrele prezentării unor subiecte politice sunt cauzate de refuzul unor invitați de a veni la emisiuni, fapt care, potrivit acestora, ar fi fost adus în atenția CNA.

De asemenea, coordonatorul postului, fost jurnalist, a declarat că 1 TV Bacău nu favorizează PNL în emisiuni, dar că **poziția publică a televiziunii coincide cu viziunea primarului și a unei zone din PNL**. Jurnaliștii 1 TV Bacău intervievați în cadrul acestui studiu au declarat că au o relație „corectă” cu mediul politic local, că au libertatea să-și aleagă singuri subiectele și că nu li s-au impus/ retras de la difuzare materiale, de către patronat sau management, din considerente politice și/sau economice. Totodată, doi jurnaliști ai televiziunii au declarat că nu țin cont de interesul administrației locale, deoarece acesta este rolul comunicatorilor instituțiilor publice.

”CNA dă multe sancțiuni pe dezechilibru pentru că nu vin cei pe care vrei să îi inviți. (...) Nu cred că producătorii riscă o amendă a CNA să te usuce la buzunar, doar așa, de dragul unei emisiuni.” (Jurnalistă 1 TV Bacău)

”Nu cred într-o presă locală independentă și nu văd de ce ar fi. Cred că o presă locală trebuie să-și asume crezurile, susținerile și așa mai departe, pentru că ar minți dacă ar spune că este independentă. Crezurile de la 1TV Bacău sunt dezvoltarea Bacăului într-un anumit mod și am încercat să ne ținem de felul în care am privit noi dezvoltarea Bacăului. De exemplu, să nu se mai fure atât. Să fie făcute numirile cât de cât pe criterii de competență. Iar mediul politic mai degrabă să nu facă, decât să facă. Cred că acum lucrurile stau așa într-o mai mare măsură decât atunci când am apărut, dovadă că suntem și singura instituție de presă din Bacău care trecând și prin criză nu am dat niciun om afară, în timp ce toți ceilalți ori s-au închis ori nu e instituție care să nu fi dat afară oameni. (...) Nu e o favorizare a PNL-ului în televiziune, ci a unui anumit mod de a privi lucrurile, care se întâmplă să coincidă cu felul în care uneori primarul vede lucrurile, nu PNL. Mai degrabă coincid pozițiile noastre publice vizavi de felul în care vrem să se dezvolte Bacăul cu viziunea pe care o are primarul actual sau zone din PNL.” (Coordonator 1 TV Bacău)

”Cred că la noi este unul dintre puținele locuri din Bacău unde pot să mă duc în biroul la șeful meu fără să-mi tremure hainele de pe mine. Noi și stăm toți împreună, iar, dacă am ceva să spus, spun, dacă am nevoie de ajutor, mă ajută, dacă nu știu ce să fac astăzi, vedem ce putem construi. (...) Toată lumea zice că suntem televiziunea primarului, dar domnul primar trece maxim o dată la trei luni pe aici, și atunci în calitate de invitat la o emisiune. Și semnătura primarului nu am văzut-o pe niciun stat de plată. (...) Patronatul este apropiat de PNL, dar nu cred că asta se vede și pe sticlă. Pentru că dacă a fost vreo problemă în primărie, în partid, întotdeauna am reflectat-o, nu a fost niciodată ceva ce nu am făcut.” (Jurnalistă de la 1 TV Bacău)

”Cum e posibil să-ți iei somație de la CNA pentru o prostie de-asta care nu folosește nimănui? Să pui imnul PNL pe clipul de identitate al postului - îți strici și ultima urmă de credibilitate dacă faci chestia asta.” (Blogger local)

”1TV Bacău a fost mereu pro PNL. E greu să te detașezi de acționariat.” (Reprezentant PSD)

Impuls TV (denumită inițial Puls TV) a aparținut omului de afaceri Costică Rusu, apropiat al Partidului Democrat Liberal⁵³, și a fost pentru scurt timp stație locală afiliată televiziunii naționale Antena 1, dar grupul Intact a reziliat contractul fără să furnizeze vreo explicație oficială, potrivit celor intervievați. O parte a respondenților a declarat că rezilierea s-ar fi produs pentru că omul de afaceri Rusu ar fi încercat să impună o politică editorială favorabilă PDL.

Deși Costică Rusu s-a retras la nivel formal din acționariatul Impuls TV, omul de afaceri a continuat să investească în televiziune, dovadă fiind și faptul că el a și închis-o, în martie 2013, la aproximativ doi ani de la înființarea acesteia. Costică Rusu a oprit emisia Impuls TV fără să se consulte cu Elvis Bodea, proprietar formal al televiziunii, declarând că, din lipsă de fonduri, trebuia să vândă o parte din

⁵² Ibidem.

⁵³ ”Gaura de la Ministerul Dezvoltării: 700 de milioane de euro s-au dus direct în conturile clientelei PDL”, Cotidianul.ro, 27 mai 2012.

echipamente pentru a achita salariile restante ale angajaților⁵⁴. Trei jurnaliști locali (Cătălin Bejan⁵⁵ - fost angajat Impuls TV, Răzvan Bibire⁵⁶, Florin Popescu⁵⁷) au scris în mediul online că motivul real ar fi fost legat de faptul că omul de afaceri ar fi încercat să folosească televiziunea împotriva președintelui Consiliului Județean Bacău, Dragoș Benea (PSD), pentru a-l șantaja.

*”A venit (...) asociatul meu, domnul Costică Rusu, și a tras pur și simplu cablurile din prize, fără să știu exact din ce motiv. Le-a spus salariaților că el nu mai poate susține financiar televiziunea, deși de un an de zile numai eu aduc bani în această firmă. I-am zis să mai aștepte măcar până pe 15 martie, pentru că mai avem contracte cu diverși colaboratori. Nu știu exact ce se va întâmpla în continuare. Poate o să ajung cumva la o înțelegere cu domnul Rusu. Dacă nu, eu oricum vreau să continui în vreun fel cu acest proiect, într-o altă locație, cel mai probabil într-o variantă ceva mai redusă, cu doar cel mult două studiouri, cu o tehnică mai redusă.”*⁵⁸ (Elvis Bodea, proprietar Impuls TV)

*”Ce a cerut Costică [Rusu - n.r.]: Timp de o lună de zile (sau până la alegerile din PSD) Dragoș Benea să fie <<futut>> câte o oră în fiecare zi. Nu o zi pe săptămână, nu 5-10 emisiuni, nu știri, nuuuuuu. Toată luna și duminica dacă se poate. <<Futaiul>> trebuia să fie de la 20.00 la 21.00 sub sigla <<Față în față>>, adică fix în emisiunea produsă și moderată de subsemnatul. Nu în alte emisiuni, nu pe alt segment orar, ci fix la mine în emisiune. Eu cred că era puțin confuz, când cerea astea pentru că nu știa nici măcar ce să-i reproșăm lui Benea sau cine ar putea fi invitat într-un asemenea tocșou.”*⁵⁹ (Relatare de pe blogul lui Cătălin Bejan, fost jurnalist Impuls TV)

La data documentării pe teren (iulie 2012), reprezentanții Impuls TV au declarat că se axau preponderent pe subiecte sociale și „știri pozitive” și că **materialele pe teme politice erau supervizate de patronul Elvis Bodea, pentru a preîntâmpina dezechilibrele în relatări.** În cei doi ani de activitate, televiziunea nu a primit nicio sancțiune CNA pentru derapaje în prezentarea vieții politice locale.

3. Relația în redacție

Relațiile din redacțiile televiziunilor din Bacău (dintre jurnaliști, dintre angajați și management) au fost descrise ca fiind „colegiale”, „de parteneriat”, „de colaborare”.

Pe de altă parte, relațiile dintre instituțiile de presă au fost descrise drept „concurrentiale” sau chiar „ostile”, iar unii respondenți au declarat că acestea depind de relațiile dintre cei care conduc (direct sau informal) televiziunile.

Ziariștii locali au declarat aproape în unanimitate că **nu există solidaritate la nivel de breaslă în Bacău.**

”Relația dintre televiziunile din Bacău nu este chiar pozitivă, pentru că e concurență, e ceva necesar. Dar dacă 1 TV Bacău e a primarului și TV Bacău e a lui Sechelariu, automat sunt probleme între ele. Deci, nu este o relație pozitivă.” (Managerul grupului Deșteptarea)

”Nu e nicio relație [între 1 TV Bacău și celelalte media din Bacău], nu avem de ce să avem o relație. Cooperative în care să se păcălească fiecare cu fiecare să facă alții, reporteri de teren care pasează imaginile la alți zece. Astea sunt niște jeguri, pe românește spus. (...) Nici nu avem cum să ne dăm seama de valoarea cuiva dacă știrile pe care le produce sau imaginile nu sunt ale lui, le ia din altă parte.” (Coordonator 1 TV Bacău)

”Ziariștii între ei se atacă reciproc, politicienii sau alte persoane nu atacă ziariștii.” (Reprezentant PSD Bacău)

⁵⁴ ”Milionarul Costică Rusu: Președintele CJ Bacău îmi datorează jumătate de milion de euro”, Răzvan Bibire, Contrasens.com, 15 martie 2013.

⁵⁵ ”S-o lămurim”, Cătălin Bejan, CătălinBejan.ro, 12 martie 2013.

⁵⁶ ”Cazul Impuls TV”, Răzvan Bibire, Contrasens.com, 14 martie 2013.

⁵⁷ ”Șantajul și solidaritatea de breaslă”, Florin Popescu, Aghiuță.com, 15 martie 2013.

⁵⁸ ”Costică Rusu a tras heblul și la Impuls TV”, Florentin Radu, ZiaruldeBacău.ro, 8 martie 2013.

⁵⁹ ”S-o lămurim”, Cătălin Bejan, CătălinBejan.ro, 12 martie 2013.

4. Relația cu autoritățile locale

În ceea ce privește relația cu instituțiile publice din Bacău, reprezentanții televiziunilor au declarat că se lovesc deseori de un „blocaj” al informației determinat de lipsa de profesionalism a comunicatorilor din instituții sau de abordarea netransparentă a conducerii unora dintre aceste structuri. O parte a respondenților a precizat că, în acest context, tratează informațiile primite cu suspiciune. De asemenea, intervievații de la TV Bacău au declarat că se confruntă cu **opacitatea instituțiilor statului și a Primăriei Bacău**, care ar fi determinată de „politizarea excesivă” a acestora. În replică, purtătorul de cuvânt al Primăriei Bacău a declarat că instituția răspunde la solicitările de informații ale tuturor jurnaliștilor și bloggerilor locali.

Din documentare a mai reieșit că **toți bloggerii din Bacău au acreditare la instituțiile publice**. Astfel, chiar dacă mulți dintre jurnaliștii locali au „migrat” pe Internet (bloguri, site-uri unde sunt afiliați mai mulți foști jurnaliști din presa tradițională etc.), ei sunt în continuare acreditați la instituțiile publice și invitați la evenimente organizate de autoritățile publice sau de mediul privat.

”Un fenomen foarte important: politizarea asta excesivă a tuturor structurilor și palierelor din zona vieții comunitare, a administrației locale, a instanțelor bunăoară - tipul ăsta de ingerință pur și simplu te strânge de gât la un moment dat. (...) Toate instituțiile controlate politic, la comanda cuiva, vor manifesta un anumit tip de ostilitate în raport cu cei care doresc să investigheze, cei care doresc să verifice niște lucruri s.a.m.d. Și de-aici încolo intrăm într-o discuție cu privire la interesul public, pe de-o parte, și cu privire la comportamentul instituției publice care nu este satrapia nimănu și nici curtea nimănu, ci trebuie să comunice cu o instituție media, dincolo de acea cerere faimoasă 544, care oricum e tratată în bătaie de joc.” (Jurnalist TV Bacău)

”Primăria ne răspunde destul de dificil la întrebări, pe 544 răspunsurile vin în 30 de zile.” (Laudieta Sechelariu, proprietara TV Bacău)

”Autoritățile locale nu sunt deschise, nu au dialog cu televiziunile care mai supără și mai spun adevărul. Este o comunicare foarte proastă, numai pe legea 544, atât, și se răspunde [la solicitările de informații - n.r.] în 30 de zile. (...) Administrația locală, prin tot ceea ce înseamnă instituții pe care le controlează, oferă cât mai puține declarații, și numai prin purtătorul de cuvânt, care nu spune nimic. (Managerul grupului Deșteptarea)

”Instituțiile publice sunt ori blocate, ori bramburite, populate cu tot felul de ființe care - începând cu <<vârfurile>>, care au singura scuză poate că se schimbă foarte des și nu au timp să înțeleagă exact cum merg lucrurile - nu vor să vorbească, pentru că a ieși în față este periculos. Sunt doar câteva instituții care mai au purtători de cuvânt cât de cât profesioniști. (...) Uneori, când ceri o situație de la trei instituții și le pui alături, zici că așa ceva nu există. Transmiți o informație sub rezerva că tu ai verificat-o, dar nu ești convins că așa e. Sursa nu-ți oferă siguranță.” (Producător General Impuls TV)

5. Soluții pentru un jurnalism de calitate

Intervievații au acordat în medie nota 7 pentru calitatea jurnalismului din televiziunile băcăuane.

În ceea ce privește îmbunătățirea calității jurnalistice, una dintre soluțiile propuse a fost investirea resurselor (timp, bani etc.) în pregătirea și instruirea jurnaliștilor, atât de către redacții, cât și la nivel individual. Respondenții băcăuani au declarat că simt nevoia unor cursuri de specializare pe teme de: documentar de televiziune, dicție, știri sportive, montaj, management de presă, jurnalism de investigație etc.

„O parte a presei din municipiul Bacău se confruntă cu necunoașterea limbii române, în primul rând, nu cu lipsa de performanță în materie de investigație TV, de anchete, de reportaje.” (Director editorial și jurnalist al grupului Deșteptarea)

”Jurnaliștii trebuie să fie lăsați să meargă la cursuri, sau să treacă o dată pe an printr-un curs, să citească, să se documenteze în continuare.” (Jurnalistă de la 1 TV Bacău)

„Nota pentru jurnalism [în Bacău - n.r.] este 7. Soluții pentru creșterea notei sunt multe. Televiziunile mai bogate ar trebui să angajeze mai mulți oameni să le lase timp să se instruiască.” (Producător Impuls TV)

”Un jurnalist de calitate este un jurnalist care simte o documentare și stăpânește limba română, ceea ce în ultima perioadă cam lasă de dorit. Unii pun virgulă între subiect și predicat, nu știu să facă legături între niște documente, să le interpreteze și să le lege. Deci, jurnaliști adevărați acum nu există în Bacău, chiar sunt foarte puțini. (...) Reportajele, anchetele - foarte puțini jurnaliști reușesc să ducă acest gen jurnalistic până la capăt, din motive de profesionalism, nu din lipsă de bani.” (Managerul Grupului Deșteptarea)

Respondenții au accentuat necesitatea ca jurnaliștii să înțeleagă că profesionalismul lor și protejarea de ingerințele politice sau economice depind în mare măsură de asumarea responsabilității individuale. Conform declarațiilor, jurnaliștii, pentru a face presă de calitate, trebuie să nu răspundă comenzilor politice/ economice ale patronatului, cu riscul de a avea o relație tensionată cu acesta.

”Dacă jurnaliștii refuză comenzile, nu-i dă afară. (...) Dacă au condei, știu meserie, au cunoștințe teoretice și legislative în spate, nu pot păți nimic, asta-i convingerea mea.” (Blogger local, fost jurnalist - la data documentării)

”Eu cred că un jurnalist adevărat își face meseria și poate să și-o facă oricând și oricum”. (Laudieta Sechelariu, proprietară TV Bacău)

”Un jurnalist de calitate este cel care poate să-i spună șefului nu, care atunci când intră într-un birou nu leșină nimeni de plăcere pentru că îl vede, un jurnalist care poate lase <<loc de bună-ziua>> și are coloana vertebrală cu toate vertebrele.” (Jurnalistă 1 TV Bacău)

”Un jurnalist de calitate este un jurnalist extrem de bine documentat, care poate să înțeleagă ce înseamnă să faci în lucrurile mici compromisuri și ce înseamnă să nu faci în lucrurile importante compromisuri.” (Coordonator 1 TV Bacău)

Majoritatea celor intervievați și-au declarat neîncrederea în sindicatele menite să le apere drepturile și au criticat „birocrația excesivă”, punerea sindicatelor în slujba intereselor liderilor acestora și lipsa unor exemple suficiente de susținere a jurnaliștilor din presa locală de către sindicatele de la nivel central.

„Nu simt nevoia unui sindicat, cred că pot să-mi reprezint și singură interesele, și dacă am o problemă cu patronatul.” (Jurnalistă de la 1 TV Bacău)

”Nu am aderat la sindicat. Orice organizație la nivel central în presă nu reușește să-i atragă pe cei din provincie, eu asta am simțit.” (Managerul grupului Deșteptarea)

”Dacă ar fi un sindicat, aș adera, dar nu o adunătură de oameni care stau și beau și apără mai mult patronii.” (Realizator emisiuni la 1 TV Bacău)

”Nu simt deloc nevoia unui sindicat. De ce să ne afiliem unei birocratii?” (Coordonator 1 TV Bacău)

”N-am încredere în asociațiile sindicale. Nu știu ce ar putea face un sindicat ca să mă convingă.” (Jurnalist Impuls TV)

Eventualitatea introducerii unei legi a presei a fost descrisă de unii intervievați ca fiind o amenințare la adresa libertății de exprimare, o modalitate de a „încorseta” presa și de a o subordona politicului, în vreme ce alți respondenți au declarat că o astfel de inițiativă legislativă ar putea să mai reducă din derapajele de la nivelul breslei și ar proteja jurnaliștii de ingerințele editoriale ale patronatelor și ale celor interesați să „controleze” presa.

”Sunt pentru legea presei, pentru că, la fel ca orice domeniu, ca orice grup social sau profesional, cred că e nevoie de unele linii de ghidaj ca să nu existe derapaje. E ca la legea fiscalului, faptul

că nu știi legea nu te scutește de eventuala încălcare. Autoreglementarea uneori nu e suficientă.” (Jurnalistă de la 1 TV Bacău)

„O lege a presei ar trebui să protejeze ziaristii pe calomnie. Dacă spui niște adevăruri și ai documente, de ce să fii luat și să mergi prin tribunale? Autoreglementarea nu are nicio eficiență.” (Manager Deșteptarea)

„Regulamentul de ordine internă precizează că toți cei de aici au voie doar la o cafea sau o apă la conferințele de presă, nu au voie fursecuri, pișcoturi și alte prostii, nici măcar atât.” (Coordonator 1 TV Bacău)

„Eu nu cred că e nevoie de o lege a presei, cred că legile care sunt în vigoare trebuie să fie respectate și interpretate corect, și atunci nu cred că e nevoie de o lege a presei, o lege a strungarilor sau o lege a mecanicilor auto. Cred că legile sunt aceleași pentru toată lumea. (...) Păi, dacă apar derapaje... În regulă, îi sancționează audiența sau justiția dacă sunt dați în judecată. Dacă nu, își pierd credibilitatea.” (Coordonator 1 TV Bacău)

„Nu se poate face o lege a presei. Cine-o face și ce scrie în ea? (...) Dacă o face lisus în persoană, tot nu iese bună. N-are cum!” (Blogger local)

”Există coduri deontologice. Și? Cine le respectă? Când intră în campanie, toată lumea înnebunește. Nu mai zic de perioada de dinainte de campanie. Toată presa înnebunește. Oamenii care par echilibrați, cu o lună înainte de alegeri încep să aibă pareri tot mai îngroșate.” (Blogger local)

„O lege a presei ar fi catastrofală din simplul motiv că sistemul nostru juridic ar încorseta presa.” (Jurnalist Impuls TV)

„O lege a presei ar fi binevenită dacă ar fi și implementată, să fie respectată. Ar fi utilă dacă ar obliga deținătorii [de televiziuni - n.r.] să nu mai folosească presa ca armă.” (Reprezentant PSD Bacău)

Televiziuni „arodate” politic în Braşov

1. Context

La data documentării pe teren⁶⁰, în Braşov funcţionau staţiile locale ale televiziunilor centrale Pro TV, Realitatea TV, Antena 1 şi B1 TV (emisiunile acestui post erau difuzate în proporţie de aproximativ 80% de televiziunea braşoveană RTT), iar principalele televiziuni braşovene cu program local consistent erau TVS, Mix TV, Mix 2 TV şi Nova TV.

Televiziunea **NOVA TV** aparţinea de societatea comercială NOVA PRESS SRL, potrivit datelor furnizate de CNA, şi era deţinută, la nivel formal, de Ciprian Ricean, care, potrivit spuselor sale, era şi managerul, editorul, producătorul şi coordonatorul televiziunii. De asemenea, administratorul societăţii care opera televiziunea era Silvia Niţă, soţia politicianului PSD Constantin Niţă, fost proprietar al televiziunii. Ciprian Ricean, unicul acţionar al televiziunii NOVA, la data documentării pe teren, a declarat că a lucrat în prealabil la una dintre companiile deţinute de Silvia Niţă.

Potrivit managerului Nova TV, postul se autofinanţează din publicitate şi are o mică pondere de contracte încheiate cu instituţiile publice. Ciprian Ricean a declarat că bugetul televiziunii pe anul 2011 a fost de aproximativ 150-200.000 de euro şi că a existat „un mic profit”.

Conform datelor de bilanţ disponibile pe site-ul Ministerului de Finanţe, NOVA PRESS SRL (CUI 13880136) a avut în 2011, o cifră de afaceri netă de 288.364 de lei şi o pierdere netă de 121.681 de lei, iar în 2012 o cifră de afaceri netă de 673.421 de lei şi un profit net de 105.687 de lei.

”Nu există un finanţator principal al televiziunii, practic se autofinanţează din ceea ce reuşeşte să producă. Există firme care dau publicitate. Nu există unul, să spunem, cel mai mare, practic sunt contracte pe care le ai o lună, două, trei. Noi, de la instituţii publice, avem foarte puţin, cu diferite primării care atunci când fac [anunţuri - n.r.] la toate televiziunile fac şi la noi, sunt câteva primării care, în perioada sărbătorilor de iarnă, doresc să spună câteva urări pe post, şi nu fac numai cu noi.” (Ciprian Ricean, acţionar, manager, editor, coordonator şi producător al grupului Nova Press)

Televiziunile **Mix TV** şi **Mix 2 TV Braşov**, operate de SC Canaris SRL (CUI: 3051742), erau deţinute, la data documentării pe teren, de Aristotel Adrian Căncescu, Preşedintele Consiliului Judeţean Braşov. Directorul administrativ al grupului media din care fac parte cele două televiziuni, alături de mai multe posturi de radio, o televiziune la Făgăraş, şi un ziar⁶¹, era Antonin Viorel Căncescu, fratele Preşedintelui Consiliului Judeţean. Directorul editorial al grupului Mix, Onelia Pescaru, totodată realizatoare de emisiuni şi coordonator al jurnalului de ştiri, a declarat că a fost pentru scurt timp membru de partid şi a candidat din partea PNL pentru un loc în Camera Deputaţilor în 2008, dar că a demisionat din partid şi s-a întors în presă după alegeri. Potrivit unora dintre respondenţii din cadrul acestui studiu, grupul Mix beneficia de o pondere mare a finanţărilor din bani publici, atribuite preferenţial.

Conform bilanţului de la Ministerul de Finanţe, în 2012 societatea comercială care operează licenţele televiziunilor Mix TV şi Mix 2 TV Braşov a avut o cifră de afaceri de 1.200.296 de lei, un profit net de 553.996 de lei şi 31 de angajaţi.

”Preşedintele Căncescu este în permanent conflict de interese cu televiziunea lui, face reclamă de la instituţie sau de la instituţiile subordonate Consiliului Judeţean, face reclamă şi plăteşte.” (Reprezentant PDL Braşov)

Televiziunea **TVS Braşov**, deţinută de SC Fastpromo SRL (CUI: 13703851), aparţinea, la data documentării, omului de afaceri Gheorghe Maftei⁶², acţionar şi în cadrul companiei RCS-RDS. Asociaţii companiei sunt: Maftei Gheorghe - asociat principal - 95% şi Paraschiv Adrian Silviu - 5%. Conform

⁶⁰ Octombrie 2012.

⁶¹ TVF (Făgăraş), Super FM (în localităţile Braşov şi Predeal), Radio Super FM (în localitatea Făgăraş), Radio Braşov, Radio Braşov Montan, Radio Braşov Special, Braşovul Tău, Mix 3, deţinute majoritar, în procente diferite, de Aristotel Adrian Căncescu şi Antonin Adrian Căncescu.

⁶² Potrivit declaraţiei coordonatorului editorial TVS.

bilanțului depus la Ministerul Finanțelor, SC Fastpromo SRL a avut în 2012 o cifră de afaceri de 934.088 de lei, un profit net de 364.576 de lei și un număr de 18 angajați.

De asemenea, TVS împărțea același sediu cu televiziunea Digi24 Brașov, deținută de RCS-RDS⁶³. Potrivit reprezentanților TVS, cel mai mare finanțator al televiziunii, la data documentării pe teren, era patronatul. Televiziunea TVS mai avea un sediu în Craiova, însă, potrivit celor intervievați, cele două redacții nu colaborau și nu făceau schimb de informații, ci se rezumau la prezentarea subiectelor locale din regiunile aferente.

”Digi este un alt concept de televiziune, TVS-ul este al concept, s-a creat și consolidat în timp de la ceea ce știm că și-au dorit oamenii să vadă. Digi vine cu un concept care pornește de la teorie la practică.” (Ovidiu Grădinar, coordonator editorial și jurnalist TVS Brașov)

Lipsa investițiilor în publicitatea TV pe plan local se numără printre cele mai stringente dificultăți întâmpinate de televiziunile brașovene, au declarat respondenții. O consecință directă a lipsei de fonduri cu care se confruntă posturile este aceea că audiențele televiziunilor din județ sunt măsurate în principal de partidele politice, în preajma campaniilor electorale, pentru a stabili pe ce posturi TV sunt mai vizibile mesajele politice. O parte a celor intervievați a declarat că aceste măsurători pot fi viciate de interesele celor care le operează și că depind de preferințele pe care le manifestă candidații la alegeri pentru o televiziune sau alta. Unii intervievați au indicat telefoanele și contactul direct cu telespectatorii ca fiind o altă formă de a măsura impactul/ audiența emisiunilor.

„Sunt probleme financiare, legate de lipsa finanțării și de faptul că societățile comerciale nu mai au bani să bage în publicitate. (...) Cred că este o problemă generală, care se aplică la nivelul întregii țări. Este foarte clar că, dacă economia nu merge, nici televiziunea, la fel și radiourile, că suntem în aceeași situație.” (Ciprian Ricean, acționar, manager, editor, coordonator și producător al grupului Nova Press)

”Este clar că la toate televiziunile problema financiară este cea mai importantă, pentru că noi trăim din publicitate și, atunci, problemele dacă sunt cum sunt, atunci automat nici firmele nu dau drumul la bani.” (Realizatoare emisiuni TVS)

„Nu avem posibilitatea măsurării electronice a audienței, se fac doar niște sondaje de opinie la anumite intervale de timp și vorbim de percepții, nu de o audiență reală. (...) Nu s-au mai făcut sondaje independente, de cineva care să nu fie plătit politic.” (Fost cadru didactic la Facultatea de Jurnalism din Brașov - actualmente desființată)

”Audiența ne-o aflăm. Bine, se fac anumite sondaje, dar care se fac în general în perioadele acestea electorale. Iar noi practicăm un stil, la emisiunea de talk-show pe care o avem, practic prin telefoanele pe care le primim cunoaștem impactul. Dacă nu primim telefoane, înseamnă că ceva ne lipsește, ori tema a fost aleasă greșit, ori invitatul. Bineînțeles că sunt invitați și invitați, una este să aduci primarul municipiului Brașov și una e să aduci un primar de comună.” (Jurnalist)

Din documentare a reieșit că salariile jurnaliștilor din televiziunile brașovene se situează între 1000/1200 de lei și 2000 de lei.

Potrivit celor intervievați, alianța politică dominantă în administrația locală din județul Brașov este USL.

⁶³ Digi24 Brașov s-a lansat în decembrie 2012.

2. Percepția asupra jurnalismului. Influențe economice și politice

Cei mai mulți intervievați din Brașov au exprimat opinia că toate televiziunile locale sunt politizate și că agendele editoriale se conformează intereselor patronilor/ companiilor care dețin televiziunile. De asemenea, conform respondenților, în Brașov este o „tradiție” ca politicienii să dețină formal sau informal cel puțin un canal de presă.

”Toate televiziunile din Brașov sunt televiziuni politice, absolut toate, nu există vreo excepție. (...) Politica este principalul dușman al libertății de exprimare în Brașov, totul e dictat politic. (...) Presa este legată de politic, banii de acolo vin, toată presa este subvenționată. (...) Fiecare televiziune răspunde propriilor interese de partid ale managementului.” (Editor știri Mix2 TV Brașov)

”Televiziunile sunt 100% politice, absolut toate. O televiziune fără sprijin politic nu rezistă în România în Mileniul Trei. Nu există televiziune independentă. (...) De obicei, dacă vrei să fii un om politic adevărat, îți pleoștești o televiziune.” (Sebastian Grapă, purtător de cuvânt PNL Brașov - la data documentării pe teren, devenit ulterior senator PNL Brașov)

”Politicile patronilor îi fac pe jurnaliști să fie dependenți și, în momentul în care ziaristul nu face politica respectivă, este dat afară. Vedeți nenumărați copii de genul acesta, ajunși pe drumuri pentru că nu s-au înrolat.” (Reprezentant PDL Brașov)

”Există, la un moment dat, la aproape toți jurnaliștii, un soi de autocenzură amestecată cu un exces de zel, autocenzura să nu spun, să nu întreb, să nu-l chem pe ăla și exces de zel de a-l critica pe contracandidat, de a-l lăuda pe cel din tabăra asta.” (Onelia Pescaru, director editorial al grupului Mix, realizatoare de emisiuni și coordonator al jurnalului de știri)

”Nu cred în deziteratul unei prese perfecte, nu există așa ceva nicăieri în România. Există interese economice ori politice.” (Fostă jurnalistă RTT Brașov)

”Televiziunile [din Brașov - n.r.] nu sunt întotdeauna independente, aici este o mare durere pe care pot să o exprim. Există o temere, temerea este legată de locul de muncă, de activitatea pe care o faci, de familia pe care trebuie să o ții. Este o temere care s-a transformat și către media, lucru care n-ar fi trebuit să se întâmple.” (Viorel Chiriac, PSD, vicepreședinte al Consiliului Județean Brașov)

”În anumite perioade, televiziunile din Brașov sunt destul de subiective, în principiu înaintea alegerilor. Având în vedere că sunt deținute sau controlate de oameni politici, ăsta este rezultatul.” (Sorin Toarcea, purtător de cuvânt în cadrul Primăriei Brașov)

”Revin la problema care, după părerea mea, este cea mai mare, cu politizarea. Pentru că, atunci nu poți fi tot timpul imparțial și echidistant. Dar pentru asta nu au vină colegii mei, ci managementul televiziunilor care aparțin unui partid.” (Realizatoare emisiuni TVS Brașov)

Televiziunea RTT Brașov este operată de societatea comercială Radioteleviziunea Transilvania SRL (CUI: 3046355). Conform datelor de acționariat făcute publice de Consiliul Național al Audiovizualului în octombrie 2013⁶⁴ și conform datelor disponibile la Ministerul Finanțelor, acționariatul acestei companii este: Taleso Design SRL (CUI: 18741171), cu 87.8043478261% din acțiuni, și Sigmirean G. Anca, cu 12.1956521739%. Asociații Taleso Design SRL sunt: Spinean Iuliana Alina - 90% și Olteanu Gabriela - 10%. În aceste condiții, asociatul principal al RTT este Spinean Iuliana Alina. În anul 2012, potrivit bilanțului depus la Ministerul Finanțelor, cifra de afaceri a societății care deține televiziunea a fost de 1.348.200 de lei, cu un profit net de 47.670 de lei.

La data documentării pe teren, televiziunea retransmitea, în proporție de aproximativ 80%, programele televiziunii naționale B1 TV, așa cum arată datele CNA. Conform unora dintre respondenții din cadrul acestui studiu, conținutul local al acestui post era favorabil primarului Municipiului Brașov, George Scripcaru (PDL). Purtătorul de cuvânt al Primăriei Brașov a declarat că această percepție este vehiculată „strict în presă”.

”RTT, ca discuții, strict în presă se spune că este <<controlată>> de domnul primar, dar, legal, nu.” (Sorin Toarcea, purtător de cuvânt al Primăriei Brașov)

⁶⁴ <http://www.cna.ro/Situa-ii-privind-licen-ele,6170.html>

Pe de altă parte, respondenții brașoveni au declarat că percepția lor este că Nova TV aparține în continuare, la nivel informal, fostului său proprietar, adică Președintelui PSD Brașov Constantin Niță, fost ministru al IMM-urilor, Mediului de Afaceri și Comerțului, în guvernul Boc din 2009, desemnat de guvernul Ponta, în decembrie 2012, ministru al Energiei⁶⁵. Ricean a declarat că grupul Nova Press nu se confruntă cu presiuni politice și că, deși „poate că unii ar spune că televiziunea este orientată spre PSD”, Nova TV difuzează materiale cu privire la toate partidele politice. De asemenea, Ciprian Ricean a declarat că familia Niță nu se implică în politica editorială a televiziunii.

Din analiza autorilor acestui studiu a reieșit că, în preajma campaniei electorale pentru alegerile parlamentare din 2012, Nova TV a difuzat preponderent știri despre politicianul PSD Constantin Niță, devenit ulterior deputat. Ciprian Ricean, managerul grupului Nova Press și acționarul formal al televiziunii Nova TV nu le-a permis autorilor acestui studiu accesul în redacție, pentru a discuta cu jurnaliștii, pe motiv că „mai bine nu”.

”În ceea ce mă privește, nu pot să spun că la televiziunea Nova simțim o presiune politică, în sensul că noi aici am avut libertate. Practic, s-a și văzut în monitorizările pe care le-a făcut CNA în campania pentru locale, i-am invitat pe reprezentanții celor de la PSD, PNL, UDMR. Poate unii ar spune că suntem orientați spre PSD, dar nu închidem ușa nimănui. (...) Dar nu cred că în Brașov ne confruntăm cu o așa presiune politică, eu nu am auzit cazuri în care un coleg de la o altă televiziune să vină să spună că a fost sub o astfel de presiune. (...) Eu stabilesc cu realizatorul de emisiuni anumite subiecte pe care vrem să le atingem sau vine realizatorul cu anumite subiecte pe care le discutăm cu ceva timp înainte cu invitatul. (...) Familia Niță nu are treabă, nu se implică. Doamna Niță este administratorul societății, domnul Niță este practic un invitat, când îl invităm, dar destul de rar.” (Ciprian Ricean, acționar, manager, editor, coordonator și producător al grupului Nova Press)

TVS Brașov a fost descrisă de majoritatea intervievaților ca neavând parti-pris-uri politice, dar ca fiind „fidelă” intereselor economice ale companiei (RCS-RDS) la care este acționar Gheorghe Maței, cel care deține postul.

”Aș putea să spun că noi avem noroc că suntem la o televiziune apolitică. Pentru noi este foarte ușor să invităm pe toată lumea. Din toate partidele au venit, și-au spus părerea. Nu atacăm, nu intrăm în detalii. (...) Ține foarte mult de patronat, patronul nostru a impus foarte clar regula: noi nu ținem cu nimeni, nu dăm în nimeni, nici măcar nu mergem la conferințele de presă uneori, de la partide, mergem la cele care vizează comunitatea.” (Realizatoare emisiuni TVS)

”Jurnalist de calitate este cel care reușește să-și mențină coloana vertebrală prin obiectivitate, ceea ce timpul a dovedit că este aproape imposibil. Nu vorbesc despre TVS, vorbesc despre televiziuni în general, pentru că știm cu toții că aproape fiecare televiziune, ca să poată să supraviețuiască, depinde de o companie, de niște salarii. Și compania are niște interese, o politică proprie a firmei, pe care nu putem să o încălcăm, pentru că ar însemna să ne pierdem locul de muncă și atunci compromisul face parte din viața noastră de zi cu zi. (...) Nu aș putea să spun că sunt constrângerii, pentru că nu vine conducerea să ne constrângă. Am spus doar că respectăm principiile de marketing și politica firmei, astfel încât să putem să depășim orice impediment de natură financiară. (...) Așa cum în casa noastră decidem pe cine primim și cui deschidem ușa, consider că și acționariatul de aici poate să decidă pe cine primește în casa lui și cui deschide ușa, atât timp cât interesul firmei nu coincide cu interesul unui material pe care eu ar trebui să-l realizez. Nu se numește constrângere, se numește o respectare a unor principii pe care eu am înțeles de-a lungul anilor că trebuie să le respect pentru a primi la rândul meu respect. (...) Noi știm ce înseamnă o încălcare a unor principii și foarte rar apelăm la conducere dacă un material poate sau nu să fie demarat. (...) Să nu muncim și pe urmă să fie prea târziu, pentru că din anumite puncte de vedere nu am respectat anumite principii, întrebăm înainte să mergem la muncă.” (Realizator emisiuni TVS Brașov)

”În cazul nostru, cea mai mare ar fi problema financiară, pentru că noi, chiar dacă suntem ai RDS-ului, vă dați seama că orice patron zice că, dacă o televiziune este curată, este foarte greu să traiască din resurse proprii. Noi câștigăm pe lună 100, cel mult 200 de milioane, iar salariile noastre sunt 400 de milioane cu taxe cu tot [lei vechi - n.r.]. Atunci, este foarte greu să trăiești pe picioarele tale ca televiziune locală. Nu scoatem nici salariile, nu vorbim de echipamente. Asta, în condițiile în care nu suntem implicați politic. Că, dacă ești implicat politic, cum sunt aici Mix și RTT și Nova - RTT este al domnului primar care este de la PDL, și MIX-ul este al domnului Căncescu, care este PNL-ist,

⁶⁵ ”Cine este Constantin Niță, propus pentru funcția de ministru al Energiei”, HotNews.ro, 19 decembrie 2012.

Nova este al PSD-ului - și bineînțeles că astea trăiesc pentru că vin oamenii politici și normal că la un moment dat se pot dirija niște bani. Noi avem relații bune cu ei, dar noi, din punct de vedere financiar, am avut aceste greutăți. În schimb, foarte multă lume ne apreciază și asta este atu-ul nostru. Ne fiind implicați politic, știrile noastre sunt echidistante, noi nu ne-am dus la Consiliul Județean azi ca să dăm în primar, iar mâine nu ne ducem la Primărie ca să dăm în Consiliul Județean. Noi am fost echidistanți și datorită acestui lucru avem aprecieri foarte bune de la telespectatori.” (Reprezentant TVS Brașov)

Grupul MIX a fost asociat de cei intervievați cu politica partidului din care face parte patronul său, Aristotel Căncescu, Președinte al Consiliului Județean Brașov, membru PNL. Din documentare a reieșit că televiziunile din acest grup media fac marketing politic/ campanii de imagine pentru membrii PNL în timpul campaniilor electorale. Potrivit jurnaliștilor, cele mai multe comenzi politice în acest sens încetează odată cu finalizarea campaniilor și atunci se revine la o stare de „normalitate”, în care jurnaliștii au libertatea să își respecte misiunea. **Presiunile politice, autocenzura și servilismul unora dintre angajații televiziunii** au fost criticate de unii angajați ai grupului, care au declarat că imaginea lor are de pierdut, chiar dacă ei aleg să-și facă onest meseria. Intervievații au invocat o lipsă de alternativă profesională în plan local ca fiind printre motivele pentru care sunt „împinși spre compromis”.

”Aici este, cel puțin, singura televiziune care este asumată de un lider politic. Restul sunt numai niște <<deontologi>>. Încercăm să facem ceea ce trebuie. (...) În campanii încercăm să echilibrăm situația, pentru că regulile CNA sunt stricte. Adică, facem imagine exact cum ar face o firmă de marketing politic, facem pentru un lider sau un candidat, în principiu pentru partid sau pentru aliați, dar nu facem anticampanie.” (Prezentatoare din cadrul grupului MIX)

„Cei de la PNL percep cumva [grupul media Mix - n.r.] ca un soi de tribună care să le ofere acces nelimitat, necondiționat. Acest fapt că [un politician PNL] se simte ca la el acasă mie nu-mi convine foarte tare, pentru că îmi dăunează imaginii mele de jurnalist obiectiv. Drept urmare, când vine, eu îi pun toate întrebările incomode, nu ocolesc aceste subiecte.” (Jurnalist Mix TV)

”Polarizarea politică ne-a creat serioase probleme. Chiar dacă noi jurnalistic am fi vrut să redăm obiectiv, existau niște presiuni politice, o dată din partea patronatului - în campania electorală, dar mai este și o rezervă de a veni la postul nostru din partea celorlalte posturi și asta ne-a adus de multe ori în fața CNA, să dăm explicații, am ieșit cu monitorizări destul de proaste. După ce miza asta dispăre, ne facem treaba, dar, în momentele de luptă politică, se acutizează foarte foarte rău și s-a lăsat și cu sancțiuni de la CNA. (...) Plângerile la CNA și le fac reciproc taberele politice, se escaladase la un moment dat acest joc al reclamațiilor. (...) CNA ne-a dat la un moment dat amenzi și la unii și la alții, să ne potolim, amenzi de o sută de milioane, ceea ce pentru un post local înseamnă destul de mult. (...) După care am făcut un pact, să nu ne mai reclamăm măcar. Dacă nu putem scăpa de a fi partinitori în campanii, măcar să ne convingem aparținătorii să nu mai facă aceste reclamații, că sunt ridicole. A ținut o vreme, e ca un joc de copii. Destul de frustrant să trăiești experiențe din astea. (...) Evident că în perioadele de maximă încărcătură electorală e și o agendă a patronatului, dar în rest, nu.” (Realizator emisiuni Mix TV Brașov)

”Dacă [managementul sau patronatul - n.r.] îmi impuneau subiecte, plecam. Am avut trei oferte până acum, de la Antena 1 București, de la B1 TV și de la Prima TV.” (Jurnalistă MIX TV Brașov)

”Eu țin la interesul public mai de fiecare dată. Tot interes public înseamnă și pasiunea pentru sânge, cu ghilimele. Depinde din ce unghi privești. Genul de presă pe care îl fac eu prezintă un mare interes public pentru că, în anchetele pe care le fac, vorbesc despre cum s-a cheltuit banul public. (...) Facem anchete despre cum se cheltuie banul public, asta înseamnă [că vizează - n.r.] administrația locală. De exemplu, vedem câți bani au venit de la Ministerul Dezvoltării, cum s-au cheltuit, dacă <<se pupă>> cu suma declarată, dacă nu.” (Jurnalistă de investigație Mix TV Brașov)

„Eu am televiziunea care mă reprezintă, Mix TV, clar. Însă colaborez cu Nova ocazional și cam atât, restul, pentru că sunt purtător de cuvânt al partidului, nu mă vor ca invitat. (...) Eu sunt consumator de Mix, eu acolo îmi exprim ideile, acolo mă duc și-i împușc pe ceilalți.” (Sebastian Grapă, purtător de cuvânt PNL Brașov - la data documentării pe teren, devenit ulterior senator PNL Brașov)

Potrivit unora dintre cei intervievați, sunt cazuri în care **presiunile/ influențele politice exercitate asupra televiziunilor brașovene se repercutază și asupra clienților de publicitate ai televiziunilor,**

prin faptul că anumiți politicieni locali îi constrâng (prin șantaj) pe oamenii de afaceri să nu cumpere publicitate la televiziunile critice la adresa lor.

”Cea mai mare problemă este presiunea economică, pentru că Brașovul e un oraș mare, important, dar e un oraș destul de suferind din punct de vedere al nivelului de trai, [sunt - n.r.] mulți someri din fosta industrie și atunci nu e foarte prosper. Publicitatea e puțină, se împarte la destule posturi de radio și TV și, în mare măsură, și această publicitate a fost direcționată și influențată politic. La un moment dat, mulți clienți aveau probleme, <<faci reclamă la postul ăla care dă în noi>>, deci presiuni au fost, oameni care sunau și spuneau: <<Nu pot continua, pentru că am probleme, nu am acces de liberă trecere, autorizație de construcție>>. E sărăcie și cred ca influența politicului e mult mai puternică decât la București. (...) Este un slalom permanent între diversele presiuni.” (Reprezentant Mix TV Brașov)

În perioada 2010-2012, politicienii au făcut mai multe plângeri la CNA acuzând televiziunile că difuzează informații false și acuzații nefondate, fără a se acorda dreptul la replică al celor vizați, și că prezintă unilateral anumite subiecte politice, în special în timpul campaniilor electorale, în funcție de interesele patronilor și ale formațiunilor politice sprijinite de către aceștia. Potrivit intervievaților, de multe ori jurnaliștii au sacrificat imparțialitatea și echidistanța în favoarea intereselor politice/ economice ale patronatelor televiziunilor.

”De obicei, în campanii se reclamă între ei, campania începe mult mai devreme, au fost multe reclamații, se spun lucruri neadevărate, sau nu s-au prezentat dovezi și moderatorul nu a avut o poziție echidistantă. Nu știi care e moderatorul și care e invitatul la un moment dat. Și au fost sancționați.” (Reprezentant CNA)

3. Relația în redacție

Respondenții brașoveni au declarat că relațiile din redacții sunt „bune”, „de amicitie”, „de colaborare” etc., iar unii dintre aceștia și-au exprimat opinia că o remunerație mai mare a angajaților media ar reduce unele tensiuni și ar îmbunătăți atât relațiile din redacții, cât și calitatea produselor jurnalistice.

”E o relație bună. Fiind totuși echipe mici, sunt apropiate, și ăsta e un avantaj. (...) Depind de toată echipa. Ai o echipă în spate, sigur că ar trebui motivată, mai bine plătită.” (Reprezentant din cadrul grupului Mix)

”E o relație de colaborare, o relație bună, de amicitie. (...) Eu le-aș dori tuturor să aibă o conducere cum avem noi aici, un patron cu ușa deschisă, care stă de vorbă cu noi, care nu ne pune sula-n coaste să facem un anumit material.” (Realizator emisiuni TVS Brașov)

4. Relația cu autoritățile locale

Unii dintre jurnaliștii brașoveni intervievați au declarat că întâmpină dificultăți în obținerea unor informații de interes public și că autoritățile locale și instituțiile publice ar fi mai deschise în relația cu jurnaliștii din presa centrală sau care lucrează pentru stațiile locale ale televiziunilor centrale.

Totodată, mai mulți intervievați au declarat că sunt situații (în special în momentele politice cu miză mare, precum campaniile electorale) în care unele partide politice le impun membrilor un embargo în a participa la televiziunile deținute/ „controlate” de politicienii/ reprezentanții autorităților locale din opoziție.

Reprezentanții TVS și Nova TV au declarat că au o relație bună cu autoritățile locale și că au acces la informațiile de interes public.

”Accesul la informație este o problemă. Adică, într-un fel reacționează cel căruia îi adresezi o întrebare dacă ești de la București și, altfel, dacă ești din provincie. Dacă eu spun că sunt de la Mix, are

o greutate povestea aceasta, nu că ar avea Mix-ul vreo problemă, dar, dacă spun că sunt de la Prima TV București sau de la Antena 3, e altă percepție, ceea ce pe mine mă enervează cumplit. (...) Depinde cât de penetrant ești și de cât de capabil ești să-ți găsești surse în interiorul acestor instituții. La nivelul dialogului direct e mai simplu, fiecare purtător de cuvânt e mai mult sau mai puțin bine pregătit.” (Jurnalistă Mix TV Brașov)

”Avem uneori această atitudine, în sensul că nu-și prezintă părerea, închid telefonul, trântesc, dar prezentăm exact așa situația. Noi explicăm: <<Suntem obligați să vă cerem părerea, nu vreți să ne-o dați, vom spune că nu ați vrut>>. Foarte rar s-a întâmplat, mai degrabă în campanie.” (Jurnalistă din grupul Mix)

”Am avut un sabotaj de la PDL în sensul că nu au venit, a fost o chestie ca la Antena 3, a fost o politică națională, cumva <<nu mergem la äia, că în felul acesta îi discredităm și nu vor prezenta partea noastră, îi discredităm>>. (...) Am încercat să contrabalansăm [citând punctele de vedere exprimate de PDL - n.r.]”. (Onelia Pescaru, director editorial al grupului Mix, realizatoare de emisiuni și coordonator al jurnalului de știri)

”Au existat de-a lungul timpului tensiuni între grupurile de presă și anumiți politicieni care au refuzat să participe la emisiuni sau să dea interviuri. (...) PDL n-a vrut să meargă la Grupul Mix, și PNL - la RTT.” (Reprezentant CNA)

”În general oamenii sunt deschiși (...). Cei care conduc instituțiile publice au o relație bună cu presa, atât Primăria, Consiliul Județean, consilierii. Nu cred că sunt situații în care cineva să fie deranjat. Avem acces, primim pe mail ordinea de zi, orice materiale. Poate că sunt mai secretoși cei care sunt de la Parchet, de la DIICOT, dar se justifică.” (Ciprian Ricean, acționar, manager, editor, coordonator și producător al grupului Nova Press)

5. Soluții pentru jurnalismul de calitate

Calitatea jurnalismului din Brașov a obținut, în medie, nota 7 de la participanții la acest studiu. Printre soluțiile indicate de respondenți pentru îmbunătățirea actului jurnalistic se numără: încetarea imixtiunilor politicului în agendele editoriale ale televiziunilor, protecția surselor, apelul jurnaliștilor la clauza de conștiință, o documentare temeinică a subiectelor abordate, prezentarea obiectivă și accesibilă a informațiilor către public, salarizarea mai bună a jurnaliștilor și evitarea evaziunii fiscale.

”Capacitatea jurnalistului de calitate este aceea de a determina oamenii să aibă încredere în el și să furnizeze informații fiind mai mult decât convingși că nu vor fi niciodată demascați.” (Jurnalistă de investigație Mix TV Brașov)

„Ar trebui să nu existe patroni politici, mai ales la modul cum este aici. Inevitabil este o luptă. (...) Dușmanii libertății de exprimare sunt politicienii, sărăcia, autocenzura, excesul de zel, lipsa de profesionalism.” (Realizatoare emisiuni Mix TV Brașov)

”Să găsească altfel resursele, inclusiv publicitatea, să reușească atât de bine să promoveze produsul pe care îl vând, astfel încât să fie atractiv pentru piața de publicitate, nu să atragă publicitate ca să fie controlat de agenții economici. Se aplică și pentru factorul politic.” (Sorin Toarcea, purtător de cuvânt al Primăriei Brașov)

”Țin în principal ca jurnalistul să fie obiectiv, să afle poate primul informația, să fie el corect și să expună așa cum trebuie, adică cu corectitudine, să nu intervină sau să fie influențat. (...) Un material de televiziune să prezinte pe cât posibil adevărul și să fie făcut astfel încât oamenii care se uită să înțeleagă ceea ce am vrut noi să spunem, adică să folosim cuvinte pe care oamenii să le înțeleagă.” (Ciprian Ricean, acționar, manager, editor, coordonator și producător al grupului Nova Press)

”Un jurnalist de calitate ar trebui să facă un lucru simplu după mine: să nu intervină în ceea ce interviuează, să nu intervină în spusele lui sau să comenteze spusele lui. Adică, pur și simplu, dacă poate să facă o anumită interpretare, să o facă în termenii în care să nu deformeze. De multe

ori, se întâmplă ca una să spunem în anumite momente și alta să apară. Mă refer la media în general.” (Viorel Chiriac, PSD, vicepreședinte al Consiliului Județean Brașov)

*”Un jurnalist de calitate este un jurnalist care este independent, care își face datoria, care ia cel puțin trei surse serioase (...). Și sunt puțini, pentru că majoritatea depind de șefi. (...) Eu vă spun un lucru, **evaziunea este imensă, se plătește la salariul minim, se mai dau niște prime pe lângă, lucruri grave. Un jurnalist nu ar trebui să accepte un asemenea tratament insultator (...). Primele se dau în funcție de executarea ordinelor.”** (Reprezentant PDL Brașov)*

”Un jurnalist de calitate este cel care își respectă profesia, care crede în deontologie și care nu își uită rolul pe care îl are, acela de a informa publicul, nu de a manipula publicul.” (Sorin Toarcea, purtător de cuvânt al Primăriei Brașov)

De asemenea, cei mai mulți dintre intervievați și-au manifestat interesul pentru urmarea unor cursuri de specializare pe diferite teme și au declarat că se impune o mai bună pregătire și selectare a angajaților media.

”Este nevoie de cursuri de specializare tot timpul, pe toate temele, pentru că este o meserie în care te perfecționezi în permanență.” (Editor știri Mix2 TV)

”Poate ar trebui să facem niște cursuri, sau facultatea de jurnalism din Brașov. Mulți vin din domenii colaterale, adică nu au studii de jurnalism la bază, sunt din economie, drept, sociologie. De exemplu, poate ar trebui cursuri pe comunicare, poate unii au nevoie de cursuri tehnice pentru operator, pentru sunetiști, pentru regizori. Practic, sunt niște copii sau elevi care vin de pe băncile liceului și trebuie să-i înveți cum să țină o cameră în mână, cum să lucreze cu un mixer. Lucrurile acestea le învață unul de la altul. Aici, în Brașov, nu există o școală de televiziune ca în București.” (Ciprian Ricean, acționar, manager, editor, coordonator și producător al grupului Nova Press)

”La noi, educația se face la locul de muncă, ia camera și învață. Or, nu e așa, trebuie să ai școală. Toți copiiiăștia sunt școliti la locul de muncă, foarte puțini au studii. Dar, dincoace [la grupul Mix - n.r.], moderatorii sunt în general sociologi și știu cum să facă o emisiune manipulată de la început la sfârșit.” (Reprezentant PDL Brașov)

”E nevoie de o selecție mai bună a jurnaliștilor, de o pregătire temeinică, pentru că teoria este una, practica - alta, și ceea ce ne lipsește în general este un pic mai multa disciplină, un pic mai mult respect, mai puțină naivitate. (...) Se simte nevoia de cursuri oricând, pe orice temă.” (Realizator emisiuni TVS Brașov)

Doi dintre politicienii locali intervievați (de la PNL și PSD) au propus ca soluție pentru independența presei alocarea unor fonduri publice de care să beneficieze televiziunile care respectă normele profesionale.

„Ar trebui să fie ca la partide, ar trebui să existe o finanțare pentru orice televiziune, la nivel național, o sumă la nivel județean, ar fi o garanție, îți spunem că îți ridicăm dreptul de a primi treaba asta dacă încalci niște reguli și atunci omul stă și își vede de treabă, ar fi o soluție.” (Reprezentant PDL Brașov)

”Așa cum există un fond al societăților care intră în faliment, de unde să plătesc banii celor care administrează societatea respectivă, așa ar trebui să existe un fond public de unde jurnalistul independent să primească leafa. Pentru că jurnalistul independent, dacă nu mai primește leafa de la un patron care are interese, va putea să scrie 100% echilibrat și echidistant. Până atunci, nu. Banul urmează întotdeauna pe cel care execută și, cu asta, basta.” (Reprezentant PNL Brașov)

Jurnaliștii intervievați și-au exprimat în general reticența de a adera la un sindicat, motivând că nu ar avea încredere în puterea unui sindicat de a le apăra drepturile și de a-i proteja în relația cu patronatul.

”Nu am aderat la un sindicat, dar ar fi necesar, pentru că sunt foarte multe probleme care ar putea fi rezolvate. Să cântărească mai mult cuvântul nostru, eventual.” (Editor Mix2 TV)

”Nu fac parte dintr-un sindicat, nici nu m-am gândit că mi-ar sprijini interesele. În măsura în care ar fi un sindicat cu o putere reală, desigur că ar putea impune patronilor anumite lucruri, dar

este utopic, de aceea nici nu m-am înscris și, din păcate, cred că toți din zona privată se confruntă cu asta.” (Reprezentant Mix TV Brașov)

Intervievații brașoveni au pledat aproape în unanimitate pentru existența unei legi a presei, argumentând că astfel s-ar reduce din presiunile politice și economice exercitate asupra presei și că jurnaliștii ar fi mai bine protejați și ar fi mai responsabili în activitatea lor.

”Nu sunt contra unei legi a presei, mi se pare ok, dar cu dezbateri, în primul rând să-mi respecte drepturile.” (Jurnalistă de investigație Mix TV Brașov)

”Trebuie schimbată puțin și legea, și să aibă mai multe drepturi jurnaliștii decât lucruri pe care să le facă. Adică, ni se cere foarte mult, nu avem foarte multe drepturi. Din contră, nu suntem foarte bine apărați, părerea mea. Ar trebui să se spună clar ceea ce putem face și ce nu, să se traseze niște linii, pentru că, de foarte multe ori, se trec anumite limite, până unde putem merge.” (Editor Mix2 TV Brașov)

”O lege a presei ar ajuta la mai multă responsabilitate a ceea ce se publică.” (Reprezentant CNA)

”Eu cred că ar trebui dată o lege prin care presa, oamenii care fac politică, să nu aibă voie să dețină instituții de presă. Noi am trecut dintr-o extremă în alta, din extrema de pe vremea comuniștilor am trecut în astălaltă, când grupurile de presă au fost cumpărate tot de oameni politici, să mintă frumos prin intermediul televizorului. Dar se demonstrează că unii vor și altceva, nu numai minciuni politice. Ar trebui o lege din asta, oamenii politici să nu aibă voie să dețină televiziuni sau ziare.” (Ovidiu Grădinar, coordonator editorial și jurnalist TVS)

”O lege bună a presei, care să respecte libertatea de exprimare și punctul de opinie, ar fi foarte bună. Să vizeze drepturile și obligațiile unui jurnalist și protecția unui jurnalist. Trebuie să vă gândiți, ar trebui să se gândească majoritatea la măsuri. Că, dacă nu e o lege, nu se iau măsuri pentru cei care greșesc. Eu aș da niște licențe ca la avocați, ca la doctori. Dacă ești jurnalist și ai făcut greșeli grave, ți se ridică licența și niciun ziar sau organ din țară nu te mai primește. Dar nu se dorește. Eu am avut două mandate de senator și am încercat la un moment dat și am vorbit cu Cristian Tudor Popescu, cu Nistorescu, care erau atunci vedete, Tinu etc.. Am vorbit cu toți în legătură cu acest subiect, o lege a presei, evident făcută cu ei, nu să le bagi pumnul în gură și să ai șurubul să direcționezi, cum se întâmplă acum la televiziunea română.” (Nicolae Vlad Popa, fost senator PDL, prim-vicepreședinte PDL Brașov - la data documentării pe teren)

”Eu am o mare problemă la capitolul presa liberă pe Internet. De exemplu, un site care aparține PD-ului a spus despre mine niște lucruri foarte urâte, inclusiv că aș fi implicat într-o rețea de pedofilie. Eu sunt familist, am trei copii, nu am cui să mă îndrept, pentru că acel site este înregistrat undeva într-o insulă, nu știu (...) Categorie, o lege a presei libere este necesară. Obligatoriu, dacă nu există cel care poate fi tras la răspundere pentru site, trebuie să dispară site-ul. Cele care sunt înregistrate în Cuba sau nu-știu-unde, alea trebuie automat scoase. Pe de altă parte, nici nu sunt de acord ca acea decizie să o ia cineva, o persoană. În viața mea oi ajunge în Senat și o să mă gândesc la un act normativ pe tema asta. Dar nu se poate ca unul să fie cel care stabilește, mai bine așa decât să fie unul singur care decide. Atunci mi-e foarte ușor să-l cumpăr.” (Sebastian Grapă, purtător de cuvânt PNL Brașov - la data documentării pe teren, devenit ulterior senator PNL Brașov)

”O lege a presei este necesară, mai mult decât necesară, chiar dacă ea poate fi riguroasă. Adică nu poate fi, trebuie să fie riguroasă. Și cred că face parte din normalizarea relațiilor dintre oamenii politici și din media, pentru că știm că relația asta se bazează pe anumite afinități, ceea ce nu este în regulă. Presa trebuie să fie cu rigorile ei, politicienii, pe de altă parte, trebuie să fie cu rigorile lor.” (Viorel Chiriac, PSD, vicepreședinte al Consiliului Județean Brașov)

Autoreglementarea la nivel de breaslă a jurnaliștilor nu funcționează și este nevoie de un efort mai mare din partea fiecărui jurnalist pentru a îndrepta această carență, conform unora dintre respondenți. Pe de altă parte, cei mai mulți intervievați s-au declarat sceptici în privința eficienței unui demers de autoreglementare și au pledat, în schimb, pentru introducerea legii presei.

”La fel cum nu vorbim despre doctrină și deontologie în partid, nu vorbim despre deontologie la ziariști. Punct.” (Sebastian Grapă, purtător de cuvânt PNL Brașov - la data documentării pe teren, devenit ulterior senator PNL Brașov)

”Eu cred că reglementarea trebuie să vină din interior către exterior, și nu de o lege care este făcută de politicieni pentru ziariști. (...) În ultimii ani, presa chiar s-a deteriorat, dar, dacă jurnaliștii sunt bine pregătiți și înțeleg ce înseamnă meseria de jurnalist și respectă codul deontologic al jurnalistului, eu cred că se rezolvă mai multe decât printr-o lege. S-a deteriorat foarte mult atât imaginea jurnalistului în sine, cât și ce crede jurnalistul despre sine, deja a devenit un fel de argat într-o instituție media. Asta e percepția mea despre cum se vede jurnalistul. (...) Așa cum am mai spus, cred că trebuie să plece din interior, să schimbe atitudinea jurnaliștilor despre sine și rolul lor în societate, adică să nu mai existe acea dependență nici de factorul politic, nici de factorul economic.”
(Sorin Toarcea, purtător de cuvânt al Primăriei Brașov)

Televiziunile din Caraș - Severin, vulnerabilizate de finanțările politice

1. Context

În județul Caraș-Severin au licență și decizie de autorizare: TV Băile Herculane și TV Reșița, ambele licențe fiind deținute de Cine-Video SRL, Next Gen Info din Bocșa, TV Băleanu⁶⁶ care emite în orașele Moldova Nouă și Oravița, Banat TV și Vest TV, ambele din Reșița. **Banat TV** și **Vest TV** au fost indicate de către cei intervievați drept cele mai importante televiziuni locale din județul Caraș - Severin.

La data documentării pe teren⁶⁷, licența pentru **Banat TV**⁶⁸, care emite atât pe cablu din 20 noiembrie 2003 cât și terestru din 3 martie 2009, aparținea SC Banat Media SRL (CUI: 17107614). SC Banat Media SRL are ca asociați pe Dunăreanu Lucian și Dunăreanu Cornelia Mariana. Banat Media SRL a avut în anul 2011, conform datelor financiare publicate de Ministerul de Finanțe, o cifră de afaceri de 779.956 de lei, un profit net de 114.062 de lei și un număr de opt angajați. În 2012, cifra de afaceri netă a societății a fost de 717.999 de lei, profitul net a fost de 16.820 de lei și au existat 14 angajați.

La Banat TV lucrează cinci redactori, totalul angajaților, cu tot cu cei de la radio, fiind de aproximativ 20. Contractele de publicitate cu autoritățile locale sunt foarte puține, punctuale și nu condiționează agenda editorială care este stabilită în funcție de evenimentele care au loc, emisiunile, invitații și temeile fiind aprobate de redactorul șef, conform documentării realizate pentru prezentul studiu.

Banat TV lucrează cu o agenție de publicitate la nivel național, procentele de publicitate fiind 80% piața liberă și 20% contracte banii administrației locale, conform Corneliei Dunăreanu, acționar și redactor-șef Banat TV. Cornelia Dunăreanu a candidat pentru Camera Deputaților pe listele ARD, la alegerile din 2012⁶⁹. Dunăreanu nu a dorit să precizeze care a fost bugetul operațional și profitul pe anul 2011. Audiența s-a măsurat prin sondaje făcute în 2011 de o companie specializată. Grila de programe nu se schimbă foarte des, doar în anii electorali și în perioada sărbătorilor.

”Nu avem un finanțator special. Dar lucrăm pe piață și trăim din piață. Partea administrativă nu se suprapune peste partea editorială. Și nici partea de marketing peste partea editorială. Sunt două lucruri diferite. Adică redactorii nu fac publicitate.” (Cornelia Dunăreanu, redactor-șef și acționar Banat TV)

Ultima sancțiune a CNA dată Banat TV, conform datelor publicate pe site-ul instituției, a fost cea din 6 ianuarie 2009, pentru că societatea comercială care deține licența, Banat Media SRL, nu începuse difuzarea serviciului de programe în condițiile stabilite prin licență. În 13 noiembrie 2008, compania a fost sancționată cu o somație pentru că în cadrul emisiunilor de știri electorale difuzate în perioada 31.10-09.11.2008 nu a prezentat în mod echitabil, echilibrat și imparțial informații cu privire la activitățile de campanie electorală ale candidaților⁷⁰. Această sancțiune a urmat alteia dată cu nouă zile înainte, pentru că într-o emisiune un invitat care candida la alegerile parlamentare a promovat formațiunea politică din care făcea parte.

Vest TV⁷¹ a primit licența pe 10 aprilie 2012, deținătoarea acesteia fiind SC Vest Transmition Via SRL (CUI: 28927040), al cărei asociat unic era la data documentării (octombrie 2012) Matei Călin Gheorghe. Vest Transmition Via SRL a fost înființată în iulie 2011 cu un capital social de 200 de lei. Managerul Vest TV este consilierul local USL Marius Bălean, fost purtător de cuvânt al Primăriei Reșița.

⁶⁶ <http://test.tvb.ro>

⁶⁷ Octombrie 2012.

⁶⁸ <http://www.btv.ro>

⁶⁹ ”Cornelia Dunăreanu, candidatul ARD, repune Reșița pe hartă”, Oana Bejenariu, ExpressdeBanat.ro, 29 octombrie 2012.

⁷⁰ <http://www.cna.ro/Decizia-nr-988-din-13-11-2008.html> ”Membrii Consiliului au constatat că, în perioada menționată, activitatea de campanie electorală a partidelor implicate în alegerile parlamentare nu a fost reflectată cu imparțialitate de către postul BANAT TV, în sensul că reprezentanții PSD-PC au apărut de 40 ori, cei ai PDL de 37 ori și cei ai PNL de 34 ori, în timp ce reprezentanții PNGCD au apărut de 7 ori, cei ai PRM și PNȚCD de câte două ori, iar reprezentanții altor formațiuni politice nu au apărut deloc.”

⁷¹ <http://vesttv-resita.ro>

Televiziunea are 20 de angajați, dintre care 10 jurnaliști, și are o emisie proprie de 25%, pentru că un procent mai mare ar însemna eforturi financiare consistente, conform jurnaliștilor și directorului Vest TV. Un reprezentant din managementul Vest TV a indicat printre principalele probleme cu care se confruntă și lipsa de experiență a unor angajați, ceea ce duce la fluctuație de personal. Măsurarea audienței, conform managementului Vest TV, se face prin deplasări în județ și discuții cu oamenii. Potrivit datelor de la Ministerul Finanțelor, societatea comercială care deține televiziunea a avut, în 2012, o cifră de afaceri netă de 288.346 de lei, profitul net a fost de 38.347 de lei și un număr de 20 de angajați.

”De când am venit aici, am preluat o grilă de programe, voi face câteva schimbări ținând cont de părerile telespectatorilor. Vest TV are un departament de marketing care încheie contracte lunare și le actualizează în permanență, televiziunea susținându-se prin contractele încheiate. A existat o finanțare la pornirea televiziunii. Există un consiliu de administrație alcătuit din mai mulți oameni de afaceri și nu avem unul anume care să susțină.” (Reprezentant din managementul Vest TV)

”Televiziunea are contracte de publicitate cu autorități publice din județ, dar acestea nu condiționează agenda editorială care se schimbă rar, pentru a nu duce la scăderea audienței.” (Dan Popoviciu, jurnalist Vest TV)

”Noi avem o relație deosebită cu clienții noștri de publicitate, pentru că în oferta standard a televiziunii sunt incluse știri publicitare, publicitate, emisiuni.” (Cristian Franț, reporter și producător Vest TV)

Grila de programe este alcătuită și în funcție de părerile telespectatorilor. Managerul se implică în produsul editorial dacă vrea să promoveze un eveniment: festival, concert, meci de handbal sau de fotbal. Conform datelor de pe site-ul CNA, compania care deține Vest TV nu a primit nicio sancțiune.

”Profesionalismul le caracterizează pe amândouă, deci nu este diferență între televiziuni. Deci, sunt amândouă la fel. Numai că Banat TV este mai longeviv, adică este de ceva ani pe piață, iar Vest TV este mai nou apărută pe piață. Deci, anul acesta a aparut. Nu mai este decât TV Băleanu și mai sunt încă două care au exclusiv videotext. Deci, practic televiziuni locale sunt doar două. Se preconizează că mai vin două. Eu nu am avut probleme nici cu Banat TV, nici cu Vest TV. Sunt ca și colegii mei.” (Gabriela Dancea, inspector CNA⁷²).

”Banat TV este mai soft și funcționează pe stilul televiziunilor care nu se prea implică în lupte, în politică, are emisiuni culturale, sociale, învățământ, iar Vest TV este o televiziune care a apărut în peisajul cărășean de mai puțină vreme, dar din ce am observat eu este o televiziune incisivă. Din televiziunile locale eu personal îmi iau pur și simplu informațiile legate de ce se întâmplă în județ.” (Ioan Popa, om de afaceri⁷³, membru PNL)

”Televiziunile de aici sunt relativ independente din cauza finanțării și a factorului politic. Ele ar trebui verificate din punct de vedere financiar de la constituire până la întreținere, subvenționare, sau cine anume susține anumite acțiuni pe care le promovează.” (Mihai Stepanescu, primar Reșița, PSD)

Managerii, editorii și jurnaliștii reșițeni intervievați au indicat că principala problemă cu care se confruntă televiziunile locale este finanțarea, pentru că în Reșița, și în general în județul Caraș-Severin, mediul de afaceri nu este foarte dezvoltat și nu există bani pentru publicitate, agenții economici refuzând să se implice în media. Lipsa de personal este o altă problemă, într-o redacție numărul jurnaliștilor fiind mai mic decât ar fi necesar. Calificarea și specializarea jurnaliștilor, dar și subfinanțarea din partea patronilor de media au fost indicate ca fiind alte probleme cu care se confruntă televiziunile locale. Conform celor intervievați, patronii din media nu încurajează angajarea de jurnaliști specializați pe diverse domenii din motive financiare. O altă problemă o reprezintă costurile mari pentru accesul la fluxurile de știri.

„De obicei instituțiile media trebuie să se căciulească pe lângă oamenii politici, pentru că sunt singurii care dau bani. Același lucru îl fac și patronii, marii patroni, oamenii care chiar au bani,

⁷² Gabriela Dancea este inspector CNA din 2003. Numărul de mobil afișat pe site-ul CNA pentru reclamații este același cu cel pentru rezervări la propriu restaurant <http://jurnalul.ro/stiri/observator/inspector-cna-avid-dupa-nunti-botezuri-parastase-626874.html>.

⁷³ Ioan Popa conduce una dintre cele mai importante firme producătoare de paste făinoase din România. Avea în 2011, conform Forbes, o avere estimată la 10-11 milioane de euro.

vorbim de cifre de afaceri de milioane de euro pe an, care în loc să-și cumpere publicitate în presă, își cumpără interesele și siguranța prin politicieni. Și, atunci, aici apare acea subfinanțare a instituțiilor de presă. Costă mult să ții un om numai pe justiție sau pe sănătate, chiar dacă materialele lui sunt foarte bune. E mult mai ieftin să plătești unul din asta, un mozaicar, care să nu facă nimic de calitate. Asta este percepția tuturor patronilor media.” (Cristian Franț, reporter și producător Vest TV)

”Lipsa publicității și implicarea politicului sunt cele mai mari probleme ale instituțiilor media locale, presiunea politică fiind cvasi-permanentă, și împiedică bunul mers al produsului jurnalistic. O altă problemă ar fi opacitatea persoanelor care știu ceva despre un subiect și care în timpul anchetei jurnalistice spun: nu mă bag, nu știu, nu vreau.” (Dan Popoviciu, jurnalist Vest TV)

Motivele pentru care cei intervievați au ales să lucreze în mass-media sunt crezul în meseria de jurnalist, salariul, sau pasiunea. Motivele pentru care cei intervievați ar demisiona sunt legate de impunerea/ interzicerea publicării unor materiale și de obligația de a folosi aparatură neperformantă.

”Echipa editorială de aici este una excelentă și, din păcate, Caraș-Severin a dus lipsă de o echipă editorială care să nu favorizeze pe nimeni. Reușesc să fac foarte mulți bani, nu atâți câți mi-aș dori, dar oricum reușesc să fac destul de mulți bani, având în vedere că vorbim de o televiziune locală. Am o relație personală cu redactorul șef, cel care a făcut echipa, și în general am mers împreună cu el în toate proiectele lui.” (Cristian Franț, reporter și producător Vest TV)

”Îmi pot pune în practică pasiunea. Aș demisiona dacă mi s-ar interzice difuzarea unui material în care dovedesc că unul dintre marii șmecheri ai județului este un bandit, dacă ar trebui să fac campanie electorală cu mai mult de o lună înainte de alegeri și dacă aș fi tratat de conducere ca un strungar și nu ca un ziarist.” (Dan Popoviciu, jurnalist Vest TV)

”Fac ceva ce-mi place, este un domeniu din care ai multe de învățat și sunt la curent în permanență cu tot ce se întâmplă.” (Reprezentant din managementul Vest TV)

”Îmi place meseria asta, pentru că eu cred în ceea ce fac.” (Cornelia Dunăreanu, redactor-șef, acționar Banat TV)

”Lucrez de cinci ani aici. Aici m-am format, și am rămas aici pentru că este o instituție care mă reprezintă, în sensul că pot scrie ce vreau și nu mă simt constrânsă în niciun fel. Aș demisiona dacă mi s-ar impune să scriu anumite texte sau să fiu instrumentul de lucru pentru anumite organizații sau formațiuni politice.” (Simona Mara, jurnalist Banat TV)

Subiecte tabu indicate de intervievați au fost: mafia imobiliară, „clanurile de romi”, Consiliul Județean sau corupția din justiție.

”Consiliul Județean este o adevărată familie: soț cu soție, cu copii angajați acolo. Nimeni nu vrea să atace corupția din justiție, pentru că toți au nevoie de surse în justiție, nu de dușmani, și atunci se preferă să se facă că nu văd și să tacă. A fost o campanie în Adevărul de Seară, dar s-a terminat rapid. De altfel, persoana care a făcut campania nici nu mai este ziarist la ora asta.” (Cristian Franț, reporter și producător Vest TV)

”Subiectele tabu înseamnă autocenzură. Dacă n-ai curaj să scrii de ceva, nu trebuie să-ți impună cineva să nu scrii. Dacă vrei să scrii, poate să-ți spună oricine să nu scrii, că tot scrii. Nu scrii la gazeta ta, dar trimiți altundeva.” (Dan Popoviciu, jurnalist Vest TV)

2. Percepția asupra jurnalismului. Influențe economice și politice

Mediul politic local este considerat de către cei intervievați drept cel mai mare dușman al libertății de exprimare. Județul Caraș-Severin a fost dominat politic în ultimii ani de PDL. Odată cu trecerea lui Sorin Frunzăverde, președintele Consiliului Județean, de la PDL la PNL, culoarea politică a județului s-a modificat radical. Toți cei intervievați au fost de părere că mediul economic este strâns legat de cel politic.

Cornelia Dunăreanu, redactor-șef și acționar Banat TV, a afirmat că presiunile politice asupra instituției media pe care o conduce nu se manifestă direct, ci prin trimiterea unor organe de control la companii care au contracte de publicitate cu televiziunea și de aceea patronii acestora preferă să nu-și facă publicitate la televiziune.

Unii dintre cei intervievați sunt de părere că USL conduce județul, cu administrația locală de partea PSD, iar cea județeană de partea PNL, iar alții au declarat că indiferent de partidul aflat la putere, județul este condus de un singur om: Sorin Frunzăverde. Acesta a refuzat să fie interviuat.

”Aici nu prea sunt conflicte [n.r. - politice], aia-i problema. Relația televiziunilor cu mediul politic local este una de echilibru. Televiziunile sunt independente.” (Gabriela Dancea, inspector teritorial CNA)

”Există un autoreglaj. Dacă un vehicul de media nu are audiență, nu mă duc la el să fac reclamă. Jurnaliștii ar trebui, poate, susținuți de mediul economic care ar trebui să se implice în promovarea, în creșterea unor jurnaliști tineri care să schimbe un pic trendul actual din presă. Sincer nu știu cine ar putea să declanșeze această acțiune. Media care trebuie să semnaleze comportamentele anormale sau abuzive ale politicianilor, astfel încât ei să fie asanați, să fie scoși din mediul politic. Compania pe care eu o conduc nu are nimic de-a face cu politicul, pentru că noi nu lucrăm cu statul. Dar acolo unde oamenii de afaceri au contact cu politicul, mă refer la drumuri, canalizări etc., inevitabil aceste două medii sunt legate. Și acolo ele trebuie controlate din timp.” (Ioan Popa, om de afaceri, membru PNL)

”Politicul domină economicul. Politic sunt numiți sau acceptați șefi de instituții. Tocmai din motivul acesta din păcate există o teamă, o mare teamă, pentru că în mare măsură oamenii se gândesc la locurile lor de muncă, ale familiilor lor.” (Mihai Stepanescu, primar Reșița, PSD)

”Dacă s-ar implica mediul economic, ar fi extraordinar. Nu se poate ca o societate comercială, cum este UCMR Reșița, să nu susțină, evident prin publicitate, nicio publicație din județ. Hidroconstrucția, la fel. Am avut o discuție cu directorul de la Hidroconstrucția și a vehiculat suma de 500 de lei pe lună, de obicei vin cu sume mici.” (Cristian Franț, reporter și producător Vest TV)

Unii dintre cei intervievați au declarat că atât Banat TV, cât și Vest TV au afinități politice, acest fapt nefiind considerat grav, pentru că nimeni nu poate fi total imparțial. Cei intervievați au declarat că au cunoștință de cazuri clare de influență politică în media, dar unii dintre ei au refuzat să dea detalii. O soluție indicată de respondenți pentru a face față presiunilor politice și economice a fost salarizarea corespunzătoare a jurnaliștilor. Mediul economic, au spus unii dintre jurnaliștii intervievați, contribuie la dependența televiziunilor de mediul politic. Companiile mari din județ nu susțin televiziunile prin contractele de publicitate, agenții economici care o fac încheie contracte de câteva sute de lei lunar.

”Banat TV are o ușoară orientare spre dreapta, dacă mai putem să numim dreapta ceea ce se întâmplă acum la noi. Și văd o amiciție între Vest TV și stânga.” (Ioan Popa, om de afaceri, membru PNL)

”Eu îi ajut pe oamenii mei, pentru că eu sunt tamponul între ei și presiunile politice.” (Cornelia Dunăreanu, redactor-șef și acționar Banat TV)

”Până și fostul redactor-șef al Radio Reșița, care aparține Societății Române de Radiodifuziune, a vrut să candideze pentru un partid la alegerile locale⁷⁴. Există tot felul de interese, televiziunile locale trebuind într-un fel verificate din punct de vedere al legăturilor politice de la constituire, întreținere, subvenționare. Banat TV este legată de PDL, dar acționarul dorea să candideze și pentru PP-DD. La Vest TV este un consilier PSD, iar TV Băleanu are ca patron un politician al Partidului Verde. În județul Caraș-Severin șefii celor trei mari partide⁷⁵ influențează în mare măsură televiziunile locale. (Mihai Stepanescu, primar Reșița, PSD)

”Cred că, în general, presa e independentă. Cunosc cazuri de influență politică, de oameni [n.r. - jurnaliști] care s-au lăsat oarecum mituiți sau au făcut compromisuri ca să poată supraviețui. Televiziunea la care lucrez nu sprijină nicio formațiune politică. Nu mi s-au impus sau retras materiale

⁷⁴ Este vorba de Doru Dinu Glăvan care a candidat din PDL pentru funcția de primar al Reșiței. <http://expressdebanat.ro/oficial-doru-dinul-glavan-este-candidatul-pdl-la-primaria-resita>

⁷⁵ PSD, PNL, PDL.

din considerente politice. Redactorul șef decide ce materiale intră când e vorba de mediul politic.” (Simona Mara, jurnalist Banat TV)

”Este foarte greu să îți piept tuturor presiunilor politice. Instituțiile mass-media ar trebui să se susțină singure și să nu depindă de factorul politic ca să aibă puterea de a se exprima liber.” (Reprezentant din managementul Vest TV)

”Este greu să-i ceri unui jurnalist care câștigă 15 milioane pe lună [lei vechi - n.r.] să sară la gâtul unui președinte de consiliu județean. Banat TV este o televiziune unde președintele Consiliului Județean, Sorin Frunzăverde, are foarte mare influență. Nu am văzut nicio știre negativă la adresa lui. Toate știrile trebuie să înceapă cu el. Este un singur baronache local aici, numele lui este Frunzăverde. Cam de fiecare dată când încep să scriu, încep presiunile. Am fost dat afară de la Ziua de Vest din cauză lui Frunzăverde. A trebuit să plec de la Jurnalul de Caraș-Severin din același motiv că nu am fost agreat de marele stăpân. Au mai fost presiuni și din partea primarului Vela⁷⁶, care acum este președintele PNL-ului, dar nu atât de mari ca cele făcute de Frunzăverde. Și da, de fiecare dată când am început să devin agresiv, dezvăluirile să fie tot mai detaliate, m-am trezit că într-o lună sau două mi-am pierdut postul.” (Cristian Franț, reporter și producător Vest TV)

”Presiunea politică în media se simte la un nivel cum nu s-a mai întâmplat și cum nu credeam că se va întâmpla vreodată în România anul 2012. Nu m-aș fi gândit niciodată acum 10 - 15 ani că presiunile politice vor fi la acest mod și că totul se va disputa pe media. Politicienii trebuie să înțeleagă că treaba lor e să facă politică, treaba presei e să-și facă treaba, pentru că până la urmă și unii și alții declarativ suntem în interesul cetățeanului. Eu am trăit și vremuri de presă independentă și le trăiesc, cred eu, încă.” (Cornelia Dunăreanu, redactor-șef și acționar Banat TV)

”Managerii agenților economici ar trebui să înțeleagă că publicitatea este o prioritate pentru firmele pe care le conduc. În Caraș-Severin nu domină un partid, ci o persoană: Sorin Frunzăverde. 99% din tot ce există presă în Caraș-Severin este influențat politic.” (Dan Popoviciu, jurnalist Vest TV)

”Știi că, de obicei, cei care se perindă la putere obișnuiesc să facă presiuni, între ghilimele, asupra celor din presă, astfel încât să-i aducă așa alături de ei.” (Ioan Popa, om de afaceri, membru PNL)

3. Relația în redacție

Relațiile dintre jurnaliști în interiorul celor două televiziuni reșitene au fost descrise de către unii dintre cei intervievați ca fiind excelente, la fel cum sunt și relațiile cu alți jurnaliști de la alte televiziuni și cu corespondenții locali. Relația dintre jurnaliști și management a fost descrisă ca fiind foarte bună, deschisă și bazată pe comunicare. Relația dintre instituțiile media locale este acceptabilă, iar cea cu cele centrale sunt bune, televiziunile locale ajutându-le pe cele centrale.

”Relația dintre management și jurnaliști este foarte bună, de colegialitate, o redacție neputând funcționa dacă nu există astfel de relații. Cu toate acestea, mai sunt conflicte între partea jurnalistică și partea tehnică, pentru că întotdeauna într-o televiziune jurnaliștii sunt vedetele și atunci mai există frustrări de moment din partea tehnicienilor. O problemă o reprezintă salariul insuficient. Nu-i plătesc suficient de bine. Așa cum cred că ar trebui.” (Cornelia Dunăreanu, redactor-șef și acționar Banat TV)

„Colaborăm, chiar ne confirmăm anumite informații pe care le avem, ne anunțăm dacă este ceva. În presa locală nu este o bătaie pe informație. În presa locală suntem prieteni și chiar ne ajutăm.” (Simona Mara, jurnalist Banat TV)

”Relația dintre manager și jurnaliști este foarte bună, deschisă și se bazează pe comunicare, iar între jurnaliști cred că ar fi și bine să existe un pic de concurență.” (Reprezentant din managementul Vest TV)

⁷⁶ Primarul Ion Marcel Vela din Caransebeș (PNL) este membru în Biroul Politic Central al PNL și Președinte PNL Caraș-Severin.

"Echipa de management este tânără, în formare, dar trebuie timp pentru a avea o relație de respect. În principiu sunt ok, ascultă ce avem de spus, nu întotdeauna sunt de acord cu ce spunem, dar cel puțin ascultă și analizează. Probabil că există o strategie și ei își urmăresc și strategia lor, dar întotdeauna ascultă jurnalistul și încearcă să găsească o mediere." (Cristian Franț, reporter și producător Vest TV)

"Relația dintre management și jurnalist este una onorabilă, iar cele dintre jurnaliști sunt ca relațiile dintre actori dintr-un teatru." (Dan Popoviciu, jurnalist Vest TV)

Acceptarea unei reclame în schimbul renunțării la difuzarea unui material și achitarea consumației în timpul documentării de către terți sunt practici de neacceptat de cei doi manageri ai televiziunilor reșițene, conform declarațiilor acestora. În schimb, în ceea ce privește materialele comandate, aceștia au oferit răspunsuri diferite.

"Materialele comandate sunt acceptabile, în cazul în care nu lezează interesele telespectatorilor. Dacă este vorba de materiale publicitare, eu cred că este în regulă. Cu respectarea, evident, a însemnelor de publicitate." (Cornelia Dunăreanu, redactor-șef și acționar Banat TV)

"Nu le accept!" (director general Vest TV)

Și jurnaliștii au avut păreri împărțite în ceea ce privește materialele comandate, acceptarea reclamei în schimbul renunțării la difuzarea unor materiale și achitarea consumației în timpul documentării.

"Materialele comandate sunt acceptabile doar dacă sunt comandate de o pensiune turistică care vrea să promoveze o zonă, sau dacă este vorba de un politician care merge să doneze sânge. Nu sunt de acord acceptarea reclamei în schimbul renunțării la difuzarea unor materiale. Achitarea consumației? Da, mi se pare corect." (Cristian Franț, reporter și producător Vest TV)

"Materialele comandate nu sunt acceptabile. Nu sunt de acord nici cu acceptarea reclamei în schimbul renunțării la difuzarea unor materiale și nici cu achitarea consumației." (Simona Mara, jurnalist Banat TV)

"Dacă sunt comandate și sunt și plătite, e ok. Le consideri publicitate, le treci la material publicitar. Trebuie să accepți reclama în schimbul renunțării la difuzarea unor materiale. Trebuie să faci treaba asta. Plata consumației? Trecem peste acest capitol." (Dan Popoviciu, jurnalist Vest TV)

Toți jurnaliștii au declarat că țin cont de reglementările din audiovizual atunci când își realizează materialele tv.

"Dacă publici ceva contrar regulilor CNA nu faci decât să primești amendă și atunci tu ca editor te gândești dacă ratingul sau audiența pe care ți-o aduce materialul sau materialele respective sunt mai mari sau mai importante, sau chiar mai profitabile decât amenda. Prefer să dau 500.000.000 amendă dacă știu că câștig un milion jumate. Cu toate acestea, niciunul dintre reportajele mele n-a intrat în atenția CNA." (Cristian Franț, reporter și producător Vest TV)

4. Relația cu autoritățile locale

Cei intervievați au spus că relația cu autoritățile locale este în general bună, dar există și câteva probleme. Jurnaliștii au declarat că țin cont de interesul public și de reglementările CNA, precum și de interesul autorităților locale acolo unde primează interesul cetățeanului.

"Problema e cu instituțiile. Mare parte nu au purtător de cuvânt, astfel că suntem pasați de la un om la altul. Dacă purtătorul de cuvânt al vreunei instituții e plecat într-o delegație, nu știu ce să răspundă unui jurnalist." (Simona Mara, jurnalist Banat TV)

"Eu am cerut Banat TV în câteva rânduri să ia punctul de vedere al administrației locale, pentru că au fost destul de multe emisiuni tendențioase, fără substrat, doar presupuneri, sau am considerat

că se fac anumite jocuri politice, că există în spate niște interese. Vest TV ne contactează destul de des. Am fost parteneri și cu Banat TV și cu Vest TV. La Vest TV la orice emisiune legată de Primărie a existat și punctul de vedere al instituției. Eu am preluat idei de la cetățeni și prin intermediul televiziunilor.” (Mihai Stepanescu, primar Reșița, PSD)

5. Soluții pentru jurnalismul de calitate

Calitatea jurnalismului este văzută de cei intervievați ca fiind strâns legată de creșterea economică a județului. Un jurnalist de calitate a fost descris de către cei intervievați ca fiind un jurnalist care are foarte multe surse, este echitabil, imparțial, documentat, are curaj, este apolitic, are studii sau cursuri în domeniu și respectă principiile meseriei. Un material de televiziune de calitate a fost catalogat de respondenți ca fiind acel material care este obiectiv, documentat, care răspunde la toate cele șase întrebări jurnalistice și transmite un mesaj foarte clar cetățenilor.

Nivelul de pregătire al jurnaliștilor a fost apreciat cu note începând de la 2 până la 9, media fiind 7. Pentru îmbunătățirea calității jurnalismului, cei intervievați au precizat că este nevoie de cursuri de: jurnalism, legislație europeană, PR, management al informației și de o salarizare mai bună, pentru că foarte mulți jurnaliști fac probabil compromisuri. **Salariile jurnaliștilor în cele două televiziuni locale sunt cuprinse între 1.000 și 2.000 de lei.**

”Un jurnalist de calitate trebuie să facă parte dintr-o redacție de calitate și atunci va învăța și va crește. Dacă crește într-o redacție de calitate e complicat să se schimbe mai târziu.” (Cornelia Dunăreanu, redactor-șef și acționar Banat TV)

”Un jurnalist de calitate trebuie finanțat, în sensul că trebuie să-și permită gadget-uri cât mai recente, de la telefon cu internet până la cameră video cât mai simplă, dar profesională, laptop etc. O soluție pentru creșterea calității unui jurnalist ar fi parteneriatele televiziunilor locale cu televiziunile mari. Asta înseamnă să participe la ședințele de redacție, să vadă cum se iau deciziile, cum se comportă o redacție într-un news alert, cum se comportă într-un breaking news, cum se distinge un subiect de eveniment, unul de politic și de unul tabloid, cum se grupează subiectele. Sunt chestiuni foarte importante care, din păcate, la nivel local, nu se prea mai țin.” (Cristian Franț, reporter și producător Vest TV)

”Nu există jurnalist de calitate! Un jurnalist trebuie să știe în primul rând să scrie românește, să respecte gramatica și să aibă un adresant, nu să scrie cărți în loc de articole.” (Dan Popoviciu, jurnalist Vest TV)

Dușmanii libertății de exprimare indicați de respondenți sunt: reprezentanții câtorva instituții publice, frăția dintre mediul economic și cel politic, teama oamenilor față de un sistem politic care domină economicul, conducerea Inspectoratului de Jandarmi. **Apărătorii libertății de exprimare sunt jurnaliștii înșiși și mai puțin societatea civilă, organizațiile sindicale nefiind considerate ca fiind active în acest domeniu.** Cei intervievați au considerat că apărătorii ai libertății de exprimare ar trebui să fie oamenii de afaceri care să conștientizeze că o presă cât mai liberă le este benefică.

”Înainte de începutul anului școlar, i-am cerut unui lider de sindicat din Învățământ să facem o emisiune despre neajunsurile cu care va începe acest an școlar și a spus că mai bine nu.” (Cristian Franț, reporter și producător Vest TV)

”Există un dușman al libertății de exprimare, o persoană căreia nu vreau să-i dezvălui identitatea. Niciodată un război cu presa nu a fost câștigat de partea adversă. Dar eu n-am purtat războaie.” (Cornelia Dunăreanu, redactor-șef și acționar la Banat TV)

”În momentul de față televiziunea Vest TV Reșița nu se află sub nicio presiune, dar din câte cunosc și potrivit jurnaliștilor s-a pus presiune din mai multe părți.” (Reprezentant din managementul Vest TV)

Sindicalizarea nu este o prioritate a jurnaliștilor cărășeni intervievați, care au declarat că sindicatul este echivalentul politicului. Totuși, aceștia au declarat că simt nevoia unui sindicat care să reprezinte juridic jurnaliștii, să mediatizeze pe plan național problemele cu care se confruntă aceștia,

să ofere ajutoare sociale în caz de șomaj și să protejeze jurnaliștii de cerințele patronilor, cerințe care nu au legătură cu deontologia. Jurnalistul Cristian Franț a relatat că a fost agresat, cu câteva zile înainte de realizarea interviului, de primarul orașului Oravița, care a încercat să distrugă camera operatorului. Au fost depuse plângeri la Poliție, care a recuperat camera de la primar, dar fără cardul de imagini, pentru că tot incidentul era filmat. Parchetul a preluat cazul. **Frecvența agresiunilor împotriva jurnaliștilor este, conform celor intervievați, de 4-5 pe an.** Un alt caz, mediatizat și pe plan național, a fost al jurnalistului Vali Popovici, corespondent Antena 1, agresat de polițiștii de Frontieră în timpul unei descinderi.

”În Reșița există un sindicat, al celor de la Radio Reșița. O asociație a jurnaliștilor, inventată mai demult. Dar acțiuni, să se facă ceva în domeniul ăsta? Nu a făcut nimeni, niciodată!” (Gabriela Dancea, inspector CNA)

”Se încearcă de doi ani de zile înființarea unui sindicat care să fie afiliat la CNSRL Cartel Alfa însă dificultatea vine din partea colegilor atunci când e vorba de alegerea unui președinte. De fiecare dată când e un nume propus pentru președinte se găsesc alți trei, patru colegi de-ai mei care zic «dă-l măi dracu pe ăsta, pe ăsta vrei să-l punem?»” (Cristian Franț, reporter și producător Vest TV)

„Nu simt nevoia unui sindicat. Sindicat egal politic. La o documentare, la o mișcare sindicală, am fost luat de guler de către mânia proletară că nu relatam ce voiau ei, adevărul lor, și încercam să fiu imparțial. S-a rezolvat, n-a fost nevoie de poliție.” (Dan Popoviciu, jurnalist Vest TV)

”Nu avem sindicat, pentru că suntem sub 20 de angajați la instituția aceasta. Eu am avut o colaborare cu Blocul Național Sindical pentru o anumită perioadă. Nu am aderat deocamdată, dar ar fi o idee bună. Simt nevoia unui sindicat al jurnaliștilor, pentru că în cazul în care ești dat în judecată, să te reprezinte într-un fel sau altul. Apoi, m-aș aștepta să organizeze cursuri pentru jurnaliști, mai ales din presa locală, pentru că aici se simte mai mult nevoia de cursuri de specializare. Mi-ar plăcea să existe și un ajutor social din partea sindicatului.” (Simona Mara, jurnalist Banat TV)

Ambele televiziuni au coduri deontologice afișate în interiorul redacției. La Banat TV acesta este modelul adoptat de Uniunea Jurnaliștilor din România, iar la Vest TV, pe lângă codul deontologic, există și un regulament de ordine interioară. O lege a presei este considerată de aproape toți cei intervievați ca fiind necesară, pentru că ar reglementa presiunile politicului asupra mass-media sau ar defini clar ce înseamnă a fi jurnalist. **Autoreglementarea este importantă, însă cei intervievați au declarat că aceasta nu poate oferi soluții.**

”O astfel de lege trebuie să stipuleze clar ce înseamnă și ce are voie sau să facă un jurnalist. Sunt foarte mulți în țara aceasta care se dau jurnaliști, dar nu sunt jurnaliști. Despre autoreglementare nu am nicio părere.” (Gabriela Dancea, inspector CNA)

”O lege a presei ar trebui să reglementeze presiunile factorului politic asupra jurnaliștilor, a jurnalismului în general, dar și libertatea prost înțeleasă de unii jurnaliști care, fără a avea dovezi, compromit oameni. Timpul a dovedit că presa nu poate fi asanată prin autocurățare.” (Ioan Popa, om de afaceri, membru PNL)

”O lege a presei trebuie făcută având în vedere interesul public. Cred că ar trebui întrebați cum văd legea respectivă și cei din presă, dar și cei care sunt subiecte ale presei. Nu știu în ce măsură pot să mă exprim eu legat de autoreglementare, dar este o măsură interesantă.” (Mihai Stepanescu, primar Reșița, PSD)

”Este importantă. Să apere jurnaliștii, să apere interesele instituțiilor media și să îndepărteze presiunile politice care se manifestă prin presiuni directe financiare asupra instituțiilor media. Cred că este cel mai important lucru ca fiecare jurnalist să se autocenzureze.” (Cornelia Dunăreanu, redactor-șef, acționar Banat TV)

”O lege a presei ar trebui să fie asemănătoare cu cea a CNA!” (Simona Mara, jurnalist Banat TV)

”O lege a presei nu trebuie să fie restrictivă, să nu fie un fel de CNA al presei scrise. Nu cred în autoreglementare. Cine e competent să facă asta?” (Dan Popoviciu, jurnalist Vest TV)

”Ar fi foarte bine să existe. În lege ar trebui stabilite cu exactitate toate drepturile și limitele.” (director general Vest TV)

Patronatele au renunțat treptat să sprijine financiar televiziunile din Cluj

1. Context

În octombrie 2012⁷⁷, cele mai importante televiziuni (regionale/locale) din județul Cluj erau Transilvania Live (televiziune de știri cu program preponderent regional și cu acoperire analogică națională), Look TV (televiziune de divertisment cu acoperire națională) și Alpha TV (televiziune cu nouă ore de program regional, care a emis pe frecvența Prima TV). Toate cele trei televiziuni emiteau analogic și digital, conform declarațiilor reprezentanților acestora. Totodată, la Cluj funcționau și stații afiliate unor televiziuni naționale, cele mai importante fiind, conform respondenților, Pro TV Cluj și TVR Cluj (stația locală a televiziunii naționale).

Lansate la sfârșitul anului 2011, posturile **Transilvania Live** (dezvoltată pe infrastructura fostei televiziuni locale NCN) și **Look TV** (denumită pentru scurtă vreme Transilvania Look) făceau parte din Transilvania Media Grup, care deținea și cotidianul Transilvania Reporter, site-ul de știri City News și platforma online DomnulePrimar.ro. Din acționariatul grupului făceau parte sociologul Vasile Dâncu (fost senator PSD; fost ministru al Informațiilor Publice (2000-2003); susținător al introducerii Legii 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public este și Președintele Institutului Român pentru Evaluare și Strategie - IRES), politicianul Ioan Rus (PSD, fost prefect al Clujului și fost vicepremier în Guvernul Năstase) și omul de afaceri Arpad Paszkany (finanțatorul echipei de fotbal CFR Cluj). În prealabil, aceștia au achiziționat (în mai 2011) NCN Studio TV SA - companie care a operat licența fostului post de televiziune clujean NCN (devenit Transilvania Live, după schimbarea acționariatului) - și mai multe media clujene (televiziunea Transilvania Channel, publicațiile „Mesagerul de Cluj” și „Servus, Cluj” și portalul CityNews.ro⁷⁸).

Deținătoarea licențelor audiovizuale pentru postul Transilvania Live este NCN Studio TV SA (CUI: 6702322), ai cărei acționari sunt: Paszkany Arpad Zoltan - acționar principal - 59.4051%, International Brand Consultants SRL (asociat unic Dâncu Vasile) - 20%, Szekernyes Karoly - 10%, Someș TV SRL - 10% și Mureșan Mariana - 0.5949%⁷⁹. Ministerul Finanțelor indică faptul că în 2012 societatea comercială a funcționat cu 35 de angajați, a avut o cifră de afaceri de 3.636.116 de lei și o pierdere netă de 14.775.773 de lei.

Licențele audiovizuale pentru Look TV sunt deținute de societatea comercială Transilvania Look SRL (CUI: 25876783), ai cărei asociați sunt: Paszkany Arpad Zoltan - asociat principal - 90% și Someș TV SRL - 10%. Potrivit bilanțului depus la Ministerul Finanțelor în 2012, Look TV avea 8 angajați, o cifră de afaceri de 1.937.500 de lei și o pierdere netă de 1.164.829 de lei.

La data documentării pe teren, reprezentanții grupului media Transilvania au declarat că intenționau să facă din **grupul Transilvania una dintre „principalele alternative la presa centrală”**, care să pună accent pe informațiile despre comunitățile din Ardeal. Potrivit acestora, dezvoltarea Transilvania Live și Look TV s-a bazat pe mai multe studii de fezabilitate și sondaje de opinie cu privire la percepția locală asupra televiziunilor, și a implicat „investiții substanțiale”. **Principalii finanțatori ai televiziunilor Transilvania Live și Look TV erau patronii**, prin intermediul companiilor acestora, care aveau publicitate la cele două televiziuni, potrivit respondenților. Managementul instituției a precizat că **salariile jurnaliștilor se situau între 1000-2500 de lei, iar salariile editorilor din grupul Transilvania se situau între 2000 și 4000 de lei.**

”Dacă mă refer la piața de televiziune locală din Cluj, ea nu există, este o piață neconcurențială. De aceea, proiectul nostru a fost de a face o televiziune regională cu ieșire națională, o încercare de a face network de televiziuni locale care să furnizeze un mesaj regional. (...) Ne-am gândit că identitatea ardeleană poate să fie obiect și subiect pentru un trust de presă, pentru că în Ardeal sunt și tensiuni etnice și fragmentări politice diferite decât în alte locuri. Transilvania este o societate a

⁷⁷ Perioada documentării pe teren în Cluj-Napoca.

⁷⁸ ”Dâncu, Rus și Paszkany au achiziționat două ziare, două televiziuni și un site din Cluj”, Florin Ciolac, Mădălina Cerban, Gândul.info, 23 mai 2011.

⁷⁹ Asociații Someș TV SRL: Opticrom Comunicații SRL - 60% și Clip Vision SRL - 40%. Asociații Opticrom Comunicații SRL: Tomșa Gheorghe Adrian - 70%, Mureșan Aurel Ioan - 15% și Filip Nicolae - 15%. Asociații Clip Vision SRL: Lăpușan Sorin Emil - 55%, Buzea Cozmin - 40% și Neamț Nicolae Sergiu - 5%.

dialogului. (...) Încercăm o nouă formulă de televiziune, care să servească identității și nevoilor comunității noastre. Vrem să dăm comunității ceva înapoi, să facem o televiziune în care să ne proiectăm identitatea noi, ardelenii.” (Vasile Dâncu, acționar în cadrul Transilvania Media Grup - la data documentării pe teren⁸⁰)

”La Cluj sperăm să creăm un pol cu oameni care să aibă opinii și să vină la televiziune și să se uite toată lumea la ei ca la cei din București.” (Director general de producție Look TV)

”Noi nu vrem să fim o televiziune locală, suntem o televiziune regională cu aspirații naționale.” (Producător general Transilvania Live - la data documentării)

”Am avut în gând să facem o televiziune de informație și de actualitate care să nu fie tributară agendei zilnice (...). Aș fi vrut să dăm mai multă producție proprie, mai multe aspecte legate de cultura și spiritul transilvan.” (Mihaela Orban, director administrativ Transilvania Live și proiect manager IRES - la data documentării)

Vasile Dâncu, acționar în cadrul grupului, a declarat că eforturile patronatului se concentrau pe recrutarea unor jurnaliști cu experiență în televiziune (mai cu seamă în televiziunile centrale), care „să facă față ritmului de lucru alert”, „să realizeze materiale de calitate” și „să asigure un flux continuu de informații transmise”. Totodată, reprezentanții grupului au declarat că s-au încheiat mai multe parteneriate cu televiziuni regionale (din Bistrița, Deva, Hunedoara, Baia Mare, Târgu Mureș⁸¹) și naționale (RTV), pentru asigurarea corespondenților locali și pentru realizarea unui schimb de informații și imagini. Un jurnalist clujean (colaborator în presa centrală) a estimat chiar că 70% din forța de muncă din presa locală clujeană s-a angajat la cele două televiziuni din grup. Totuși, la aproape un an de la lansarea televiziunilor Transilvania Live și Look TV, mai mulți angajați au declarat că încă se confruntau cu insuficiența resurselor editoriale și de infrastructură ale instituțiilor din grup, dar au precizat că erau „entuziasmați” de proiect și dispuși să lucreze mai mult, pentru a suplini aceste neajunsuri, până la eventuala consolidare a grupului.

”<<Copilăria>> instituției nu ne lasă prea mult spațiu și timp pentru faza de laborator, de creativitate, de elaborare. E ritmul impus de licența de emisie continuă, 24 din 24 de ore. (...) Este un ritm continuu, nu avem încă o structură cantitativ și calitativ atât de amplă și apare o criză care ține și de anvergura experimentului în provincie. Chiar dacă e la Cluj, capitala Transilvaniei, e o provocare, dar nu avem resurse umane, suficienți oameni pregătiți care să aspire, de exemplu, să avem un departament de investigații sau care să se ocupe cu producții noi, originale. (...) Există încă un <<heirupism>>.” (Realizator emisiuni Transilvania Live)

”Lucrurile se învață în timp. Din păcate, îți ia o perioadă până se sudează echipa, au fost și fluctuații de personal, acum ne extindem, lucrurile sunt într-o continuă mișcare și integrarea pentru unii e mai ușoară, pentru alții - mai grea. Învățăm din greșeli, că greșim cu toții. E de dorit să fie greșelile cât mai mici, dar contează perseverența și să faci meseria asta cu plăcere.” (Redactor-șef Transilvania Live)

”Acum căutăm tonul, facem experimente, vedem ce potențial au informațiile din țară, din Transilvania, din județe, analizăm la fiecare două săptămâni calitatea știrilor mari, potențialul pe care îl au liderii locali, potențialul unor subiecte locale. (...) Deocamdată suntem la 50% din potențialul proiectului nostru, dar avem un proiect pe care îl urmărim pas cu pas.” (Vasile Dâncu, acționar al Transilvania Media Grup - la data documentării pe teren⁸²)

”Trustul Transilvania a absorbit în perioada asta 60-70% din forța de muncă din presa clujeană, ceea ce este un lucru foarte bun din punct de vedere social.” (Jurnalist clujean din presa centrală)

Pe tot parcursul anului 2012, reprezentanții Transilvania Media Grup au declarat că grupul s-a aflat în faza de tatonări, experimente, reorganizări, dezvoltare a infrastructurii, a logisticii și a grilei de programe; s-a pus problema achiziționării unor spații mai mari pentru desfășurarea activității,

⁸⁰ Octombrie 2012.

⁸¹ Informații furnizate de Mihaela Orban, directorul televiziunii Transilvania Live, la data documentării pe teren - octombrie 2012.

⁸² Octombrie 2012.

s-a discutat eventualitatea creării unei școli proprii de jurnalism și a organizării unor schimburi de experiență cu jurnaliști din presa centrală și din străinătate, s-a negociat angajarea unor jurnaliști din presa centrală etc. Cu toate acestea, **grupul media Transilvania nu a reușit să depășească (cu succesul scontat) faza „de experiment” sau „de dezvoltare”** (cum au numit-o intervievații), ci a început să se „dezintegreze” treptat, pe fondul lipsei „de resurse” și/ sau „de viziune”, după cum au declarat unii respondenți. În martie 2013, Vasile Dâncu și Ioan Rus s-au retras din acționariat (la scurt timp după ce negocierea unui parteneriat cu televiziunea națională Digi 24 a eșuat), iar unicul finanțator al televiziunii de știri Transilvania Live a rămas acționarul principal, omul de afaceri Arpad Paszkany⁸³. Din acest moment, situația economică a televiziunii a intrat pe o pantă descendentă, din punct de vedere financiar, care a determinat numeroase disponibilizări și demisii⁸⁴.

Alpha TV (televiziune afiliată în trecut stației locale a televiziunii naționale Prima TV) aparținea, la data documentării, companiei de producție cinematografică, video și de programe de televiziune SC Atlas Media SRL (CUI: 18069365). Televiziunea era deținută de oamenii de afaceri Angela Moldovan (totodată administrator Alpha TV) și Radu Vlas, care desfășoară activități în construcții, comerț, imobiliare, divertisment și amenajări de spații verzi⁸⁵. Potrivit respondenților **proprietarii postului (totodată, principalii finanțatori Alpha TV)** dețineau Clubul Bamboo (în franciză) și Multiplexul Leu din Cluj-Napoca (la ultimul etaj al complexului Leu se situau televiziunea Alpha și Clubul Bamboo).

La data documentării pe teren, Alpha TV avea aproximativ 25 de angajați, iar conținutul regional al informațiilor difuzate de televiziune era asigurat de faptul că televiziunea avea parteneriate ce constau în schimburi de informații cu televiziuni din Sibiu, Mureș și Bistrița, potrivit managementului. Salariile jurnaliștilor Alpha TV se situau între 1000 și 2500 de lei. În 2012, societatea comercială care deținea televiziunea a avut o cifră de afaceri de 431.111 de lei și a înregistrat o pierdere netă de 562.111 de lei, conform bilanțului depus la Ministerul Finanțelor.

La începutul anului 2013, Alpha TV s-a închis, după ce a fost vândută către omul de afaceri piteștean Daniel Ștefănescu. Conform bilanțului depus la Ministerul Finanțelor, în 2012 societatea comercială care a deținut licența televiziunii a avut o cifră de afaceri de 431.111 lei, o pierdere netă de 562.111 lei și a funcționat cu 12 angajați.

”Radu Vlas și Angela Moldovan nu mai vor să investească în media.” (a declarat Beniamin Pascu, directorul Alpha TV, pentru presa locală⁸⁶)

Televiziunile clujene erau „nerelevante” din punct de vedere al audiențelor, la data documentării, potrivit celor mai mulți dintre intervievați. Mulți au declarat că preferau să urmărească materialele difuzate de studioul local al televiziunii publice, TVR Cluj, sau de Pro TV Cluj. Pe de altă parte, Emil Boc, primarul Clujului, a declarat că televiziunile din Cluj constituiau o sursă importantă de informare.

”Evident că televiziunile locale sunt un filtru extrem de important, care trebuie să fie avut în vedere de orice primar. Contează feedback-ul și modul în care sunt exprimate problemele cetățenilor și problemele cetății de către televiziuni, deci sunt un element important pentru informarea mea ca primar.” (Emil Boc, PDL, primarul Clujului)

Peisajul economic din Cluj era marcat, în octombrie 2012, de criza financiară, potrivit celor intervievați. Respondenții au declarat că o mare parte din aportul la bugetul local al Clujului se datora faptului că acest oraș este centru universitar și atrage anual aproximativ 100.000 de studenți din țară.

În ceea ce privește micii investitori locali, respondenții au precizat că aceștia nu priveau publicitatea în presa locală ca pe o investiție, în contextul în care au fost obligați să-și reducă drastic cheltuielile.

⁸³ Afacerile lui Arpad Paszkany includ și bani publici (vezi Ora de Cluj ”Exclusiv - Justiția arată cu degetul spre Primăria Clujului. Conversia proiectului imobiliar Cartierul Tineretului în parc verde este nelegală”, de Mihai Bacalu, 3 decembrie 2013 - <http://oradecoluj.oradestiri.ro/justitia-arata-cu-degetul-spre-primaria-lui-boc-conversia-proiectului-imobiliar-cartierul-tineretului-in-parc-fotovoltaic-aprobata-de-consilierii-locali-clujeni-nu-a-fost-legala/exclusiv/2013/12/03/>)

⁸⁴ ”Echipa Transilvania Live se destramă!”, NapocaNews.ro, 3 martie 2013.

⁸⁵ ”Radu Ioan Vlas”, Diana Drinceanu, Forbes.ro, 1 octombrie 2010.

⁸⁶ ”Alpha TV s-a închis. Vlas nu mai vrea să investească, iar vânzarea a căzut”, ȘtirideCluj.ro, 11 februarie 2013.

”Reprezentanții firmelor ar trebui să conștientizeze ce înseamnă publicitatea pentru ei.”
(Reporter Transilvania Live)

”Nu există interes publicitar, în sensul că lumea nu dă bani. Probabil [că oamenii de afaceri - n.r.] sunt mai cumpătați, nu consideră că publicitatea are impact asupra afacerilor proprii. Avem televiziunea asta din 2005 și nu am găsit o explicație logică, nu merge, pur și simplu, pe piața locală. (...) Economic, dacă firmele ar investi mai mult în partea de publicitate, probabil că ar conta, nu neapărat pentru angajați, ci pentru noi, ne-ar fi mai ușor să ne susținem.” (Angela Moldovan, acționar și administrator Alpha TV)

”Pe plan local se remarcă lipsa investitorilor care să mai aloce bugete pe partea de publicitate.”
(Redactor-șef Transilvania Live)

Firmele trăiesc de pe o zi pe alta, e mobilitate foarte mare, se închid multe. Nu apelează la presă să-și dezvolte afacerea, puține investesc în presă. Unii văd investiția în presa ca pe o pierdere.
(Jurnalist clujean din presa centrală)

”Trebuie să se investească în presa locală și în cea regională. (...) Foarte puțini oameni cu putere economică și fără niciun fel de afiliere sunt convinși să investească, asta e păcat.” (Producător general Transilvania Live)

Majoritatea celor intervievați au spus că **administrația locală clujeană este dominată de PDL**. La data documentării, primarul orașului Cluj-Napoca era Emil Boc (PDL), fostul premier al României, la nivel de municipiu funcționa coaliția PDL-UDMR, iar, la nivel județean - coaliția USL-UDMR.

2. Percepția asupra jurnalismului. Influențe economice și politice

Respondenții clujeni au indicat drept probleme generale ale televiziunilor locale românești: dependența financiară de patronate (din care derivă presiunile economice și/sau politice, precum și slaba investiție în jurnaliști și produse editoriale de calitate), autocenzura jurnaliștilor, lipsa de pregătire și de experiență a angajaților din televiziuni și autosuficiența/ dezinteresul/ demotivarea ziariștilor.

Totodată, cei intervievați au declarat că **polarizarea presei în funcție de interesele patronale a afectat credibilitatea și independența presei și a redus televiziunile la simple afaceri, deturnând misiunea acestora de la servirea interesului public la satisfacerea nevoilor imediate ale finanțatorilor instituțiilor de presă**. Înregimentarea instituțiilor de presă a fost descrisă ca o fatalitate de o parte a celor intervievați, care au pus acest fenomen pe seama contextului economic și social.

”Totul pleacă de la economic. Dacă am trăi într-o țară cu nivel de trai mai ridicat, și presa ar fi mai independentă.” (Director general de producție Look TV)

”Presiunea politică este presiunea economică. Noi am depășit o fază a televiziunilor în care era o presiune politică legată de influență, de cenzură și alte pârgii, să spunem. Acum este vorba numai de economie. (...) Acționariatul nu cred că este o presiune asupra independenței. Acționariatul vine tot de acolo, din aceea zonă de apartenență, de apropiere pentru a obține fonduri. (...) Televiziunile locale ori sunt televiziuni slabe, ori sunt televiziuni care au în spate un acționar politic care, datorită funcției sale, reușește să facă rost de contracte pentru televiziune. Dar eu știu foarte puține televiziuni locale care să aibă forță de genul ăsta, sau au în spate un grup economic puternic. (...) Economia presei începe să devină mai importantă decât instituția presei. A dispărut partea deontologică și ne-am trezit dintr-o dată că am sărit în industria presei. (...) Nu suntem o societate în care resursele circulă liber.” (Vasile Dâncu, acționar al Transilvania Media Grup - la data documentării pe teren⁸⁷)

”Investiția care s-a produs în presa din România, din momentul în care oamenii au început să aibă bani, cu minuscule excepții, este o investiție în politică și nu în presă. Oamenii cu interese politice într-o direcție sau alta și uneori schimbând partidele sau interesele sau plătindu-le pe toate - au cumpărat presa ca să aibă canale în care să-și direcționeze politica.” (Fost profesor de Jurnalism)

⁸⁷ Octombrie 2012.

”Presiunea politică pornește de la culoarea [politică a - n.r.] finanțatorului.” (Realizator emisiuni Alpha TV)

”Climatul pentru presă e atât de deteriorat, atât de aspru, atât de multe publicații închise în ultimii ani, atâția jurnaliști dați afară și importante părți de presă controlate de anumite oligarhii, cercuri de interese”. (Moderator Transilvania Live)

”În orice profesie cred că există presiuni economice, dat fiind contextul actual.” (Reporter Transilvania Live)

”Trebuie mai multă transparență și participare a comunității, mai multă democrație participativă la nivelul comunității locale pentru un mediu politic economic și politic mai sănătos. Și atunci și presa ar fi probabil independentă, lucrurile se leagă.” (Moderator Transilvania Live)

”Aceiași oameni sunt invitați la emisiuni, apoi, în alegeri, tot ei sunt candidați. În toate posturile apar aceiași indivizi, aceleași moace, e același plictis general, se discută aceleași probleme veșnice. Clujul e provincial.” (Jurnalist din grupul Transilvania)

”Problema este un partizanat accentuat care se vede în televiziuni atât la nivel local, cât și la București. Practic, ceea ce se întâmplă la ora actuală este un război mediatic. Majoritatea televiziunilor sunt alinate politic, asta este marea problemă. (...) Nu mai formăm conștiințe ci oameni politici direct. (...) Toată presa e aliniată. Unii sunt la Voiculescu, alții la Vîntu, alții la Ghiță. Până la urmă, presa e expresia realității în care trăim. Până nu se reformează clasa politică, n-avem ce să facem. Dar o să ajungeți și voi în curând să fiți pervertiți, stați liniștiți!” (Beniamin Pascu, coordonator Alpha TV, la data documentării)

În contextul prăbușirii pieței media (locale), unii respondenți au declarat că jurnaliștii sunt „condamnați” la compromis și autocenzură, motiv pentru care mulți au ales să se reorienteze profesional. Mai mulți jurnaliști rămași în breaslă pe plan local au declarat că se confruntă cu **retinerea unor politicieni și oameni de afaceri de a participa la emisiunile care tratează critic anumite subiecte care vizează modul în care își desfășoară activitatea**. Totodată, respondenții au indicat relațiile strânse dintre mediul politic și mediul de afaceri local drept un obstacol în realizarea actului jurnalistic, care „sufocă” și descurajează investigațiile jurnalistice.

”Autocenzura uneori e mai eficientă ca cenzura, asta ține de jurnalist, și-a internalizat percepția asupra raporturilor de putere care există. (...) Nu știi dacă se califică drept autocenzură, dar nu mă apuc să practic un anumit discurs care poate în altă parte s-a practicat asupra patronilor mei. Nu sunt absurd și irațional, asta cred că e valabil peste tot în lume.” (Realizator de emisiuni la Transilvania Live)

”Având o incertitudine a locului de muncă, mulți jurnaliști au probleme, nu au continuitate în muncă, ajung să facă orice, nici nu e nevoie să le impună cineva.” (Realizator emisiuni Alpha TV)

”Cel mai rău lucru la jurnaliști este autocenzura, nu presiunile care se fac asupra lor. Jurnaliștii știu ce se face în redacția respectivă și fac asta, știu ce se așteaptă. Nu putem avea o presă mai bună decât societatea, asta e părerea mea. (...) Eu cred că presa din țară este mai liberă decât presa din centrul Bucureștiului, presa centrală, pentru că îi cunosc pe jurnaliști. În presa locală sunt personalități, sunt cunoscuți în zona asta și au mult mai multă independență în a spune ceva. Lor li se verifică și consecvența, fiind într-o comunitate mică, este foarte greu ca un jurnalist să treacă dintr-o barcă în alta, de la o viziune la alta, pentru că el este cunoscut în zona asta. Nu sunt obligați să facă compromisuri. Presa este mult mai liberă.” (Vasile Dâncu, acționar al Transilvania Media Grup - la data documentării pe teren⁸⁸)

”Toți sunt dușmani ai libertății de exprimare, toată lumea. În general, adevărul supără, nu-i bine să-l spui. Nici nu caută foarte multa lume să facă valuri, au trecut vremurile alea. Pe vremea lui Năstase țin minte că erau procese consistente. Acum, dacă publici o anchetă despre o afacere ilegală, instituțiile nu iau măsuri decât împotriva ta, ca jurnalist. Te judeci pentru o chestie adevărată pe care o scrii și o dovedești cu acte.” (Jurnalist din Grupul Transilvania)

⁸⁸ Octombrie 2012.

"Cred că condiția jurnalistului nu mai are suficientă relevanță și nu se mai impune sub aspectul moral în fața cetății, cum era altădată. Mi-aduc aminte că în '90-'91, dădeam un telefon și se știa că vine presa și era un anume respect pentru presă atunci. Nu în sensul că se lipeau toți de perete și se aliniau, dar exista o anumită relație cu presa. Astăzi, condiția gazetarului este una privită cu ușurătate de către entități politice și de către societate în general și cred că aici este vina noastră, nu a societății. Noi, ca presă, am greșit, pentru că am cedat, factorul material a înghițit factorul moral. Condiția supraviețuirii, bătălia materială a făcut ca presa să cedeze." (Beniamin Pascu, coordonator Alpha TV)

"Acum totul se face la comun, se face în echipă, deci greu mai răsare un jurnalist pe care îl cunoaște toată lumea. Până în 2000 erau nume de jurnaliști cunoscuți, acum sunt mult mai puține, se lucrează altfel. Jurnaliști de investigație sunt tot mai puțini, nu trebuie să investighezi, că tu trebuie să scrii acolo ceva care trebuie să iasă pe post, rezultatul trebuie să fie oricum ăla știut. Nu mai are rost, ca în anii '90, să fie romantismul ăla în jurnalism, să caut eu să dau lovitura pe subiectul ăla. Asta e problema, că nu am auzit generația nouă, acum e mai mult robotizată, e automatizată munca asta." (Reprezentant Look TV)

"Întotdeauna, când intri în studio, merg pe principiul că ești invitat la mine în casă și atunci din start trebuie să te tratez cu respect și să am grijă de tine, nu să sar cu picioarele și să te calc, așa cum am văzut la televiziunile naționale. Fac treaba asta din bunul simț al jurnalistului, dar și din faptul că, fiind un oraș mai mic, nu e ca la București. (...) Politicienii locali pur și simplu nu-ți vin la emisiuni, dacă ești foarte incomod cu ei, nu mai vin. E dificil, la București am văzut că se feresc mai puțin, e mai ușor acolo pentru un jurnalist, cred eu. La o televiziune națională se duc politicienii indiferent ce probleme au în spate, chiar dacă nu le iese discursul așa cum ar fi dorit ei. Simplul fapt că sunt acolo pe sticlă probabil că au calculat ei și au văzut că în timp le folosește, pe când la televiziunile locale probabil au văzut că nu merită să se ducă, fiindcă nu au atât de mare vizibilitate." (realizator emisiuni Alpha TV)

"Acesta ar fi un obstacol pentru un jurnalism de calitate, autentic: complicitățile astea, ușor vinovate, între politicieni, oameni de afaceri, jurnaliști. Există o anumită atmosferă de codependență, disfuncțional, de abuz domestic. (...) În provincia românească există o mentalitate de a privi jurnalismul ca pe ceva dăunător, există tendința de a vedea prea utilitar, și asta suprimă o anumită creștere și dezvoltare, sofisticare a jurnalismului. Există și o tendință de a instrumentaliza, de a folosi jurnalismul ca instrument mai puțin de cunoaștere, de educație, coeziune socială, cât de fortificarea a unor onorii locale. (...) Aici oamenii sunt mai închiși, mai rezervați, și, desigur, apar și menajeriile politice care oarecum sufocă jurnalismul." (Realizator emisiuni Transilvania Live)

Primarul Clujului, politicianul (PDL) Emil Boc, a declarat că televiziunile din Cluj „își fac datoria de a rămâne echidistante și obiective din punct de vedere jurnalistic și din punct de vedere al interesului public” și că nu are motive să creadă că acestea ar fi partizane vreunor interese. De asemenea, edilul a precizat că independența presei depinde de fiecare jurnalist în parte.

"Eu cred că independența presei ține în primul rând de cei care fac presă. Independența e o chestiune care ține în primul rând de deontologie și de capacitatea de a rămâne integru într-o lume în care valorile sunt din ce în ce mai pervertite." (Emil Boc, PDL, primarul Clujului)

O parte a celor intervievați a declarat că există un „**decalaj de performanță**” între jurnaliștii de la nivel local (din Cluj) și cei din presa centrală, la care contribuie lipsa de pregătire și de experiență a jurnaliștilor, lipsa de investiții în presă și standardele și aspirațiile profesionale scăzute ale multora dintre angajați. Mai mult, autosuficiența, dezinteresul și demotivarea angajaților media au fost descrise atât drept cauze, cât și drept consecințe ale condițiilor de subzistență în care își desfășoară activitatea mass-media locale.

"Mie mi se pare că România e ruptă, chiar și jurnaliștii sunt ruși de ceea ce se face. Vedem asta la știrile de politică externă, sunt aproape inexistente, jurnaliștii se comportă ca și cum ar fi singuri pe lume. (...) Sunt jurnaliști care au impresia că știu totul, asta este o boală. După doi ani de stat pe sticlă au impresia că știu tot." (Jurnalist Alpha TV)

"O altă problemă este resursa umană, pentru că nu este competiția de la București și atunci standardele sunt un pic mai relaxate și oamenii au mai puține pretenții poate, de la ei înșiși în primul rând." (Redactor-șef Transilvania Live)

„În România nu sunt profesioniști, presa e la perioada pubertății, avem 16-18 ani, s-a născut în '89. (...) **Televiziunile din România nu au multă credibilitate.** Totul pornește de la faptul că în România încă nu se face presă adevărată, nu se face televiziune adevărată. (...) Sunt foarte multe televiziuni și prea orientate, adică sunt făcute multe cu un scop anume, **nu există profesionalism**, totul pornește de aici, lumea vrea să facă televiziune după ureche.” (Producător general Transilvania Live - la data documentării)

„Găsiți foarte puțini angajați în televiziunile locale care să aibă experiență și în televiziuni naționale, poate doar la nivel de producător. Este un decalaj de performanță în primul rând tehnică, de infrastructură. (...) E încă multă inerție, confuzie, și uneori ia aspecte mai infantile, mai imature, tocmai din frustrarea asta că ești subordonat, că primează tonul discusului din Capitală. Complexul acesta de inferioritate poate lua forme mai infantile și nu neapărat productive, de genul <<noi suntem mai buni>>, <<noi suntem imperiu>>. (Realizator emisiuni Transilvania Live)

”Unii jurnaliști poate nu sunt familiarizați cu un anumit domeniu și nu au nici experiență în față și atunci se trezesc deodată într-un domeniu în care nu stăpânesc nici limbajul, nu cunosc persoanele în cauză și atunci încep să facă gafe. Adică, dacă trimiți un jurnalist de pe politic să-ți facă un subiect religios, e clar că o să aibă dificultăți.” (Reporter Transilvania Live)

”Mulți angajați se raportează la munca în televiziune ca la un job. Vii și trebuie să tragi de ei, mulți nu înțeleg că televiziunea este ceva în care vii la ora 8 și pleci când termini.” (Producător general Transilvania Live)

”Lipsa de dedicare cu care își fac meseria - sunt foarte mulți jurnaliști care vin la serviciu ca la orice alt serviciu. Din păcate, nu poți face chestia asta. Dacă vii la 9 și hotărăști că pleci la 5, e foarte grav.” (Director Transilvania Live)

Unii intervievați au declarat că **o parte din carențele presei locale sunt alimentate încă din mediul universitar.** Pe de altă parte, alți intervievați au declarat că această facultate produce mulți profesioniști, care, însă, nu sunt absorbiți pe piața muncii sau nu sunt valorificați corespunzător la locurile de muncă.

”Facultatea de jurnalism este execrabilă. Acolo predau oameni care nu au lucrat o oră într-o redacție sau habar n-au cum arată pe dinăuntru o redacție sau au lucrat prin anii '90, la început.” (Jurnalist din grupul Transilvania)

”Foarte puțini absolvenți de Jurnalism lucrează în presă, cam unul din 200. Nici nu sunt bine-pregătiți, nici nu au de la cine să învețe (Jurnalist clujean din presa centrală)

”Ceea ce mă irită pe mine cel mai tare este că posturile mici de televiziune adună studenți adesea bine pregătiți pe care nu știu să-i folosească, nu știu să-i pună în poziii pentru care ei sunt pregătiți.” (Fost profesor de Jurnalism)

”Principala problemă a presei locale din Cluj este lipsa de exercițiu într-un proiect mare, lipsa aspirațiilor. În Cluj, Facultatea de Jurnalism este o facultate tot mai bună, cu parteneri externi, foarte mulți pleacă în străinătate, avem tineri foarte buni. Problema este că nu au lucrat în ritmul unei televiziuni de știri centrale și apoi mai este trecerea de la o generație de jurnaliști care știau numai să scrie la o generație de jurnaliști care știu numai să vorbească.” (Vasile Dâncu, acționar al Transilvania Media Grup - la data documentării pe teren⁸⁹)

La data documentării pe teren (octombrie 2012) **Alpha TV se confrunta cu o criză de personal și cu o lipsă acută de investiții**, care afectau calitatea produselor editoriale, potrivit celor intervievați. O parte dintre angajații Alpha TV au declarat că resursele financiare limitate ale televiziunii se reflectau în calitatea uneori mai slabă a emisiunilor și în faptul că nu se puteau face investiții suficiente în resursele umane. În consecință, potrivit acestora, multe roluri din redacție se suprapuneau, dar cei care le efectuau nu erau plătiți în concordanță cu efortul depus. Managerul televiziunii a declarat că numărul redus de personal era cauzat atât de situația economică, cât și de faptul că nu a găsit suficienți jurnaliști locali pregătiți să facă „emisiuni adevărate”⁹⁰.

⁸⁹ Octombrie 2012.

⁹⁰ Sintagma îi aparține administratorului financiar Alpha TV, Angela Moldovan.

”Noi suntem realizatori și producători, dar nu suntem plătiți și pentru una și pentru alta. Lucrez mai mult și e clar că altfel ar fi pentru mine să am un producător în spate care să mă ajute. Trebuie să fac și aia și aia, nu mai spun că produc și știrile. Păi, cât ai fi de extraordinar, ceva îți scapă printre degete. Poți face mult mai bine emisiunea dacă ai un producător în spate și, dacă te-ai ține doar de emisiunea ta, e clar ca ai avea o calitate superioară.” (Jurnalist Alpha TV)

”Mi-ar plăcea să avem o emisiune de investigații. Sincer, am căutat ani de zile pe cineva să se poată ocupa de așa ceva, nu niște oameni care să tragă foloase materiale, personale.” (Administrator și acționar Alpha TV)

Angela Moldovan, acționar și administrator în cadrul Alpha TV, a afirmat în cadrul interviului cu autorii acestui studiu că folosea televiziunea pentru a promova activitatea din celelalte afaceri deținute de patronat și că unii dintre angajații postului contribuiau contra-cost la realizarea materialelor de promovare și a fotografiilor de eveniment din cadrul celorlalte activități desfășurate de patronat. Administratorul Alpha TV a mai spus că atribuțiile sale se limitau strict la aspectele de management financiar și că nu intervenea în politica editorială a postului.

*”Organizez o dată pe an un microrevelion unde participă toți angajații și nu necesită niciun cost din partea lor. Pot să mai câștige bani și din celelalte firme, de exemplu la Clubul Bamboo, filmează evenimente, fotografiază, ei se ocupă de sunet, de lumini. (...) Sunt plătiți separat, pentru că activitatea clubului este în weekend și în general noaptea și ei își fac turele de așa natură încât să facă prin rotație. (...) Mie îmi place să gândesc în ansamblu. Mă mir că nu m-ați întrebat cum de reușim să susținem piața Clujului când este așa cum este. Mie îmi place să gândesc tot felul de legături între firme și Alfa TV. (...) **Firmele din grup sunt cel mai mare finanțator al Alfa TV**, aici se întorc produsele.” (Angela Moldovan, administrator și acționar la Alpha TV - la data documentării)*

Respondenții din grupul Transilvania a declarat că nu considerau Alpha TV un competitor pentru televiziunile Transilvania Live și Look TV, din cauza lipsei de investiții și a faptului că asociau orientarea postului ca fiind partizană PDL. O parte dintre reprezentanții Alpha TV au declarat însă că erau echidistanți și că invitau în aceeași măsură politicieni de la toate formațiunile politice. Coordonatorul Alpha TV a declarat că județul Cluj este „fieful PDL” și că televiziunea este mai orientată către politicile de dreapta pentru că aceasta ar fi așteptarea publicului, în vreme ce grupul Transilvania este orientat către politica PSD.

”Alpha TV nu este un competitor, pentru că este un post politic construit de un partid, de PDL, și în general are o slabă finanțare și nu poate să intre în competiție.” (Vasile Dâncu, acționar în cadrul Transilvania Media Grup - la data documentării pe teren⁹¹)

”Aici în Cluj este fieful PDL și unele dintre televiziuni cochetează cu ideea de dreapta a PDL, altele aparțin sau au în patronat foști și actuali PSD-iști, cum e Vasile Dâncu, care are Transilvania Live și sigur cochetează cu politicile de stânga. (...) Din partea finanțatorului avem mână liberă în ceea ce privește trasarea unei politici din acest punct de vedere. Am încercat să fim cât mai corecți, nu ni s-a impus nimic. Sunt niște așteptări, să zicem un vânt care adie mai puternic în privința promovării unor politici de dreapta, nu de partid. Facem acest lucru și pentru că este o așteptare a ardelenilor care în general sunt de dreapta, nu prea asimilează politica PSD, nu a avut trecere. Dacă e să dăm o nuanță, înclinăm mai mult către politicile de dreapta, nu neapărat către PDL.” (Beniamin Pascu, coordonator Alpha TV)

„Televiziunile clujene nu cred că sunt așa de alinate politic, ține mai mult de om. Eu, de exemplu, făcând emisiuni din 2003, am făcut emisiuni cu toți actorii politici, mi-am și impus, ca jurnalist. (...) Nu am avut niciodată cel puțin de când sunt eu aici, ingerințe de genul <<Cheamă-l pe ăla, nu-l chema pe ăla>>. (...) Avem independență totală, nu există imixtiuni.” (Realizator emisiuni Alpha TV)

”Alpha TV e o televiziune de buzunar, nici nu știu de ce există.” (Jurnalist din Grupul Transilvania)

Transilvania Live și Look TV au traversat mai multe transformări pe parcursul anului 2012, determinate de extinderea „din mers” a grilei de programe și a numărului de angajați, precum și de „tatonările” decise la nivel de management și de acționariat în ceea ce privește politica editorială.

⁹¹ Octombrie 2012.

O schimbare importantă s-a produs în a doua parte a anului 2012, când televiziunea de divertisment Transilvania Look a trecut printr-un proces de *rebranding*, devenind Look TV. Reprezentanții postului au declarat că această mișcare s-a datorat faptului că au ajuns la concluzia că o televiziune de divertisment în care să apară preponderent figuri locale nu era sustenabilă, pe de o parte pentru că era dificil să aibă un flux constant de materiale, iar, pe de altă parte, pentru că puține personalități locale erau deschise către participarea la astfel de emisiuni. În acest context, postul s-a reorientat către tratarea unor subiecte de divertisment de interes național.

Reprezentanți din conducere, de la nivel de management și producătorii generali ai celor două televiziuni au declarat că provocarea majoră a fost identificarea jurnaliștilor și tehnicienilor care să fie angrenați în proiectele grupului, în contextul pieței media limitate din regiune și a lipsei de pregătire și de experiență a multora dintre jurnaliști.

”În primul rând sunt probleme legate de resursele financiare, apoi de resurse informaționale și de profesionalizarea jurnaliștilor. În ultimii ani, toți jurnaliștii cu experiență, afectați de criză, s-au reorientat profesional, nu se mai regăsesc în instituții media, sunt foarte puțini profesioniști, se obține greu calitatea.” (Mihaela Orban, manager Transilvania Live - la data documentării)

”La numărul de personal de care avem noi nevoie, piața este destul de limitată. Sunt foarte mulți jurnaliști care s-au retras în PR sau alte domenii. (...) A fost foarte greu să găsim oameni. Ar prinde bine cursuri de specializare în orice domeniu.” (Producător Transilvania Live)

Unii dintre intervievați au acuzat lipsa de flexibilitate și de viziune de la nivel de management al grupului Transilvania și au declarat că accentul pus pe cantitate (extinderea grilei de programe, asigurarea unui flux permanent de informații etc.) se făcea uneori în detrimentul calității (investirea resurselor în documentarea unor subiecte de profunzime, pregătirea angajaților etc.). La data documentării pe teren, numeroase roluri din cadrul grupului se suprapuneau. Astfel, unele emisiuni erau realizate de un singur om, care era concomitent producător, realizator și moderator, reporterii erau uneori nevoiți să acopere și alte subiecte decât cele din aria lor de specializare, jurnaliștii din grup livrau conținut pentru mai multe platforme (print, online, tv) etc. Mai mulți jurnaliști au declarat că au semnalat aceste probleme și că, deși soluționarea lor a fost amânată pe termen nedefinit, au continuat să lucreze în acest stil.

”Pe plan profesional, mă simt prea împovărat și copleșit de managementul timpului. E nevoie de mai mult răgaz pentru idei noi, subiecte interesante. Mai mult timp și energie de a avea posibilitatea să gândești niște proiecte media mai complexe.” (Realizator emisiuni Transilvania Live)

”Dacă ai doi sau trei editori buni și doi sau trei coordonatori buni, pot să facă performanță. Celor de la Transilvania le lipsește <<vârful>> care să aibă o viziune. E o frică de a delega responsabilități. Simt nevoia de doi sau trei reporteri speciali, care să facă diferența. Ei nu se preocupă acum decât să aibă flux continuu. Nu au o platformă care să integreze în online produsele grupului.” (Jurnalist clujean din presa centrală)

”Directoarea Transilvania Live [Mihaela Orban - n.r.] este principala problemă în televiziunea aia. Își impune punctul de vedere, nu se întâmplă nimic de la ea încolo, la ea se opresc toate lucrurile.” (Jurnalist din grupul Transilvania)

În ceea ce privește abordarea subiectelor politice și economice, reprezentanții Transilvania Live și Look TV au declarat că abordau o „politică de neutralitate” care nu era influențată de afinitățile politice sau de interesele de afaceri ale acționariatului. Angajații intervievați au declarat că nu se confruntau cu ingerințe politice sau economice din partea acționariatului sau a managementului și că aveau libertate în tratarea subiectelor difuzate pe posturi. Pe de altă parte, **directorul Transilvania Live Mihaela Orban a declarat că, deși nu avea atribuții editoriale, a fost în situația de a opri de la publicare un material care susținea că un fost prefect clujean (de la PDL) folosea mașina de serviciu în interes personal, invocând că nu era bine documentat și că trata subiectul la modul „justițiar” și făcea referire la un singur caz de acest fel, cu toate că existau și altele similare.**

Reprezentanții Look TV intervievați au declarat că grupul Transilvania prezintă multe știri sportive și în special din fotbal și că acest lucru s-ar datora într-o mare măsură faptului că acționarul Arpad Paszkany este preocupat de aceste aspecte, dar că patronatul nu le-a impus această abordare.

”Noi am practicat un fel de neutralism așa politic. Nu cred că este formula cea mai bună, dar este formula pe care am găsit-o noi să ne putem consolida.” (Vasile Dâncu, acționar în cadrul grupului Transilvania, la data documentării)

”Aici nu am simțit presiuni și am lucrat în prea multe locuri încât să accept așa ceva.” (Producător general Transilvania Live)

”Nu am atribuțiuni editoriale, însă nu pot să nu remarc dacă o știre este prost scrisă sau dacă nu are toate părțile. Aici nu e vorba de ingerință, ci pur și simplu de a atrage atenția că nu e ceva corect.” (Mihaela Orban, administrator Transilvania Live - la data documentării)

”Relația televiziunilor cu mediul politic local este de pace și prietenie. Și politicienii de la diverse partide au aceeași relație. Au afaceri împreună, blaturi. E un singur partid aici și e o singură televiziune. Când scrii despre ei, poți să zici că ăla a fost de acord cu celălalt. Niciodată nu s-a putut face presă la Cluj, niciodată nu a existat posibilitatea asta. Interesant e că s-au perindat și aceiași șefi în presă din '90 până azi.” (Jurnalist din grupul Transilvania)

Grupul media Transilvania a fost descris ca fiind unul dintre puținele din România care abordau echilibrat subiectul exploatării miniere de la Roșia Montană, în contextul în care principala companie interesată de exploatare, RMGC, este cunoscută la nivel național pentru cumpărarea bunăvoinței presei prin investirea unor sume mari în publicitate. Jurnaliștii grupului au declarat că nu au întâmpinat opreliști în abordarea acestui subiect.

”La Transilvania au fost niște emisiuni care au abordat problema de la Roșia Montană, ceea ce este o raritate în presa românească.” (Jurnalist clujean din presa centrală)

3. Relația în redacție

Relațiile din redacțiile televiziunilor din Cluj au fost descrise în general ca fiind „bune”, „de colegialitate”, „de echipă”, „de competiție”.

Mai mulți respondenți au declarat că ar fi fost necesare niște *teambuilding-uri* și o comunicare mai bună cu managementul instituțiilor, pentru a soluționa în special problemele care decurgeau din insuficiența de personal și din suprapunerea unor roluri ale angajaților din redacții.

O altă problemă indicată la nivel de relații din cadrul redacțiilor s-a referit la diferențele de mentalitate dintre generațiile de angajați, care determinau în anumite situații optici foarte diferite asupra modului de lucru, potrivit respondenților.

4. Relația cu autoritățile locale

În ceea ce privește relația cu autoritățile și cu administrația locală, respondenții clujeni (cu precădere cei din grupul Transilvania) au declarat că se confruntă cu o reticentă din partea unor reprezentanți instituționali de a participa la anumite emisiuni și de a-și asuma anumite declarații. Unii intervievați au spus că mulți politicieni locali preferau „metode populiste” de a comunica public, „băile de mulțime” și contactul direct cu cetățenii.

”Ne lovim de lipsa de deschidere a oamenilor. De multe ori sunt informații pe care oamenii nu vor să le susțină în fața camerelor și atunci e mai greu să dai pe surse. Le e teamă, multora le e teamă. Ma refer aici la cazuri care pot fi sensibile, de exemplu, consumul de droguri, un caz în care sunt implicate autoritățile sau o persoană influentă. Le e teamă să susțină ce au de spus în fața camerei.” (Redactor-șef Transilvania Live)

”Instituțiile sunt închise, nimeni nu-ți vorbește sau scoți foarte greu informații de la ei.” (Producător general Transilvania Live)

”Poate fi teama pierderii locului de muncă, dacă îl aude șeful. Poziția publică pentru ei nu este convenabilă. Nu este convenabil să ia atitudine. Nu este o chestie generală, dar ne lovim de ea.” (Redactor-șef Transilvania Live)

Reprezentanții din grupul Transilvania au susținut că politicianul Emil Boc (PDL), primarul orașului, era prezent uneori săptămânal în studioul televiziunii Alpha TV, dar că evita să participe la emisiunile posturilor Transilvania Live și Look TV. Pe de altă parte, primarul Emil Boc a declarat că a participat la aproape toate emisiunile instituțiilor de presă unde a fost invitat și că singurul motiv pentru care ar fi lipsit a fost legat de timp.

”Un obstacol e blazarea oamenilor, a politicienilor, reținerea lor de a comunica prin intermediul presei. Practică metode populiste de a ieși în mijlocul oamenilor, refuză să vină la emisiuni și motivează că au contact direct cu oamenii și merg la manifestări unde se adună mai mulți oameni și au mai mare impact. (...) Reticenți sunt din toate partidele, în speță în momentul de față cel mai reticent este primarul.” (Director Transilvania Live)

”Primarul Emil Boc e un tip ciudat, care vine numai unde se simte confortabil și nu i se pun întrebări incomode.” (Jurnalist Transilvania Live)

”Trebuie să accepți, ca politician, că partea de critică este o parte componentă a activității unei primării. Trebuie să o accepți ca atare, pentru că face parte din regulile unei democrații. Deci, nu trebuie să fii deranjat dacă o critică este corectă, se bazează pe argumente și pe interes public. Întotdeauna am fost deschis și receptiv la asemenea abordări. Consider că un jurnalist care mă critica este un jurnalist care își face datoria, cât timp este de bună-credință, iar la Cluj n-am văzut să fie rea-credință în exprimarea unor puncte de vedere critice. Atâta timp cât există bună-credință, orice critică este permisă. (...) Mă duc și la emisiunile radio, și la televiziuni, oriunde sunt invitat, dacă programul îmi permite. Orice contact cu cetățeanul este binevenit.” (Emil Boc, PDL, primarul Clujului)

5. Soluții pentru un jurnalism de calitate

Printre soluțiile indicate de respondenții din Cluj pentru creșterea calității presei locale se numără: crearea unor pârgșii (sindicate, asociații profesionale șamd) care să protejeze jurnaliștii de presiunile politice și economice, autoreglementarea la nivel de breaslă, organizarea unor cursuri pentru jurnaliști, selecționarea mai riguroasă a angajaților mass-media și creșterea salariilor.

”Televiziunea este mai mult decât jurnalism, e și o artă, o formă de expresie aparte. Merge împreună cu jurnalismul, dar este și ceva separat de jurnalism. Are și valori care depășesc strict parametrii jurnalistici, care țin de prezentarea cât mai echilibrată a realității, a informației cotidiene. Are și alte valori care țin de spectacol, de dramatic de pedagogie, de educație. (...) Datorită penetranței și ponderii mari în discursul public, responsabilitatea este mai mare.” (Realizator emisiuni Transilvania Live)

”Cred că jurnaliștii de calitate sunt jurnaliștii care reușesc să depășească cea mai mare parte a condiționărilor care le afectează libertatea, adică jurnaliștii care reușesc să fie sinceri în actul jurnalistic. (...) Și mai am un criteriu care, după părerea mea, trebuie respectat (...): a avea imaginea din afară a unui profesionist, a unui om care nu are alte interese în spate atunci când scrie, nici interesul de grup. E foarte periculos să iei tonul ziarului sau al televiziunii, să fii 100% integrat în asta. (...) Eu am un model de jurnalist în România. Mă gândesc la Tolontan⁹² - așa mi se pare mie că este jurnalistul ideal, adică un om care înțelege, explică și furnizează mai ales interpretări, pentru că, în lumea de acum, mințim cel mai bine cu cifre, mințim cu date, cu lucruri inutile. Prefer un jurnalist care greșește prin faptul că interpretează singur, sincer și cu toate instrumentele pe care le are el o situație socială. Cred că este mai interesant și mai profesionist chiar atunci când greșește, decât unul care caută obiectivitate din asta calculată, să facem mereu echilibru între știre, dacă a făcut o porcărie partidul de la guvernare scriu un pic și despre opoziție ca să nu deranjez pe nimeni (...). Asta e o chestie de fabricare a știrii, într-adevăr toți avem reflexul să creăm noi echilibru, și eu am reflexul și când scriu, simt că asta este presiunea cea mai mare, să-ți păstrezi un fel de echilibru deasupra lucrurilor.” (Vasile Dâncu, acționar în cadrul grupului Transilvania, la data documentării)

În timp ce unii intervievați au văzut ideea aderării la un sindicat ca o soluție pentru protecția jurnaliștilor, o altă parte a acestora și-a declarat neîncrederea în privința eficienței organizațiilor sindicale existente.

”Un jurnalist care nu aparține unui sindicat, care nu cotizează undeva la un sindicat sau un fond de pensii, e foarte greu să reziste presiunilor.” (Vasile Dâncu, acționar în cadrul grupului Transilvania, la data documentării)

”Ar trebui să existe organizații profesionale mai puternice și mai active, care să protejeze jurnaliștii de presiunile politice și economice și ar trebui să se impună niște certificate de bune practici pentru presă, cum a propus Convenția Organizațiilor de Media.” (Jurnalist clujean din presa centrală)

”Nu m-a interesat până acum și nu cred că deocamdată o mișcare sindicală în presă ar face ceva.” (Reporter Transilvania Live)

”Marea problema a televiziunilor locale și a presei locale sunt salariile mult mai mici decât în București. Peste tot, banii sunt problema, este subplătită munca asta. (...) Un sindicat ar trebui să umble la problemele grave pe care le are presa locală, la subfinanțare, că din subfinanțare vin toate problemele. (...) Nu am aderat la un sindicat, nu știu să existe un sindicat al jurnaliștilor în Cluj. Știu că există Asociația Jurnaliștilor Profesioniști, dar nu are valoare de sindicat și nu a fost ceva serios, din punctul meu de vedere. Inclusiv titlul mi s-a părut agasant (...) Adică, ce să înțeleg, că băieții care s-au strâns acolo sunt profesioniști și restul, nu? Nu-mi plac ăștia care ei singuri își pun eticheta că sunt fantastici, autoelitiști. Din start mi se pare ca pute ceva.” (Realizator emisiuni Alpha TV)

”Va fi nevoie să facem un sindicat în organizație, că suntem destul de mulți și conform normelor, după cum știu, va fi nevoie să facem și așa ceva.” (Director Transilvania Live)

”Jurnaliștii trebuie să fie organizați, să fie apărați de organizații profesionale mult mai puternice decât sindicatele, să fie instruiți. Fiind stăpâni pe meseria lor, nu ar fi vulnerabili [la presiuni - n.r.].” (Producător general Transilvania Live)

Intervievații au declarat aproape în unanimitate că jurnaliștii din televiziunile locale clujene au nevoie de cursuri de specializare pe orice teme, dar mulți au declarat că aceste cursuri fie sunt costisitoare, fie implică deplasări pentru care este nevoie de timp și de bani.

”Orice curs este bun, poate fi un curs pe redactarea știrilor, de montaj, de editare, dar nu neapărat diferențiat pe politic sau social. Eu îi încurajez pe toți să aplice. Eu sunt pentru cursuri cât mai multe, că înveți.” (Redactor-șef Transilvania Live)

Cei mai mulți intervievați s-au declarat împotriva existenței unei legi a presei și au pledat pentru autoreglementare, dar au fost și susținători ai ideii că o lege a presei ar preîntâmpina multe dintre derapajele presei și ar asigura o mai bună protecție a jurnaliștilor.

⁹² Cătălin Tolontan, jurnalist la Gazeta Sporturilor.

„E nevoie de o lege a presei, o lege în care jurnalistul să fie apărat, și e nevoie de o lege prin care jurnalistul să poată fi tras la răspundere, pentru că sunt aberații și multe prostii care apar în presă și nu ar trebui să apară. Să fie apărat cel slab și să fie limitat cel care o ia razna.” (Producător general Transilvania Live)

„Ar trebui să existe autoreglementare făcută sincer, nu așa, de formă, și nici exagerat. Cred că singura formulă de care ar trebui să se îngrijoreze jurnaliștii este să-și crească nivelul de conștiință profesională. Jurnalistul nu se respectă pe sine, nu-și permite să se respecte pe sine într-o societate în care profesia lui nu este reglementată.” (Vasile Dâncu, acționar în cadrul grupului Transilvania, la data documentării)

„O lege a presei, în situația în care un jurnalist ar fi în pericol în timp ce își desfășoară activitatea, ar fi utilă.” (Angela Moldovan, administrator și acționar Alpha TV)

”Singura chestie care s-ar putea face pentru presă, unica pentru care aș milita la orice oră, e să existe niște standarde. Să trebuiască să dai niște examene, să fie niște criterii serioase de angajare. Să se facă o triere. Nu există oameni pentru presă. Te întrebă ce echipamente primesc, ce mașină, ce telefon, dacă vrei să îi angajezi.” (Jurnalist din grupul Transilvania)

„Proiectele de legi ale presei care au existat au fost făcute în favoarea patronatelor, nu în sprijinul presei. Pot deveni cel mai ușor mod prin care un patron de presă poate bloca un material de presă.” (Jurnalist clujean din presa centrală)

”O presă cu lege a presei în România înseamnă o presă cu arestați. Sunt de acord că cenzura economică produce corupție în presă, o produce și la noi, o produce și în Amsterdam, inclusiv în Suedia, deși presă mai curată decât cea suedeză nu a existat niciodată. Chestiile astea se întâmplă, ca accidente sau ca fenomene de masă se întâmplă, dar a pune cătușe în gura presei printr-o lege a presei este egal cu a lăsa sistemele politice nu numai să perpetueze corupția, ci să facă din corupție o regulă.” (Fost profesor de Jurnalism)

”Nu cred că este nevoie de o lege a presei. Noul cod civil este suficient pentru reglementarea raporturilor generale în ceea ce privește mass-media. În rest, autoreglementarea întotdeauna este binevenită și acolo cred că e loc de mai bine.” (Emil Boc, primarul Clujului)

Unele televiziuni constănțene susțin politicieni „din convingere”

1. Context

În august 2012, în județul Constanța erau licențiate: televiziunea prin satelit Neptun TV, opt televiziuni cu emisie prin antenă terestră în municipiul Constanța (printre care: Antena 1, Neptun TV, Pro TV, Realitatea TV, Prima TV), televiziunea prin cablu și prin satelit Litoral TV și 15 televiziuni cu emisie exclusiv prin rețele de cablu. Dintre acestea, televiziunile constănțene cu program local, exceptând stațiile locale ale televiziunilor naționale, erau: televiziunea regională cu acoperire națională Neptun TV, televiziunea Alpha Media din Medgidia, Litoral TV din Năvodari, Eforie TV din Eforie, Media TV din Cernavodă și Mangalia. În martie 2012, CNA a retras licența Constanța TV (CTV Media Group SA - licență terestră), post TV care a început să emită în 2007, devenind prima televiziune regională de știri din România, și care a avut, la rândul său, program local consistent.

La data documentării pe teren în județul Constanța⁹³, majoritatea rețelelor de cablu erau operate de RCS & RDS, iar UPC avea aproximativ un sfert din piață. La începutul anului 2012, RCS avea 75.000 de abonați pe analogic, deținând, totodată, rețele în orașele Năvodari, Cernavodă și Medgidia, iar UPC avea 6.500 de abonați pe rețelele analogice în Constanța, Ovidiu, Valu lui Traian și Cumpăna. În Mangalia, rețelele de cablu erau operate de NextGen - compania de cablu a Romtelecom și UPC, potrivit CNA.

Din punct de vedere al pieței de televiziune, unanim apreciată de intervievați ca emblematică pentru Constanța este **Neptun TV (NTV)**, creată de primarul municipiului, Radu Ștefan Mazăre (PSD), televiziune unde a fost acționar și redactor-șef pe vremea când încă nu devenise politician.

Astfel, Neptun TV a fost fondată în 1995 de Radu Mazăre, actualul primar al Constanței, Nicușor Constantinescu, actualmente Președintele Consiliului Județean Constanța, și de omul de afaceri Sorin Gabriel Strutinsky, catalogat de unii jurnaliști constănțeni intervievați drept „creierul afacerilor” lui Mazăre și Constantinescu. Pe parcurs, Radu Mazăre și Nicușor Constantinescu s-au retras la nivel formal din acționariatul companiei care operează televiziunea, Soti Cable Neptun SRL (CUI: 1869894), acționarul principal rămânând Sorin Strutinsky.

În prezent, asociații Soti Cable Neptun SRL sunt: Strutinsky Sorin Gabriel - 50%⁹⁴, Conpress Holding SRL - 25%, Cârciog Mihail Gheorghe - 12,5%, Ring Star SRL (asociat unic Moga Răzvan Adrian) - 10% și Mereuță Valeriu - 2,5%⁹⁵. Asociații Conpress Holding SRL sunt: Sanda Ciocoiu - 48%, Mihail Gheorghe Cârciog - 28%, Sorin Gabriel Strutinsky - 24%. În 2012 cifra de afaceri a Soti Cable Neptun a fost de 10.939.445 de lei, cu o pierdere brută de 3.899.994 de lei, iar numărul de angajați a fost de 165, conform bilanțului depus la Ministerul Finanțelor.

O prezență constantă pe micile ecrane constănțene de 17 ani, NTV a început prin a fi o televiziune locală, iar, de șase ani, postul are acoperire națională și program preponderent regional și local, difuzând totodată și materiale din țară, realizate de corespondenți locali sau în urma unor colaborări cu alte instituții de presă (ex: Realitatea TV, RTV, TVR).

Neptun TV este prima televiziune cu sediul în provincie care a reușit să aibă o distribuție de 66% pe rețelele de cablu și DTH la nivel național, fiind inclusă în sistemul must-carry. Postul este recepționat în rețelele UPC România, RCS-RDS digital, NextGen, DCS (AKTA), Digi TV, Dolce TV, precum și în peste 250 de alte rețele locale mici și mijlocii de cablu analog sau digital din întreaga țară⁹⁶.

Bugetul Neptun TV este de aproximativ 190.000 de euro pe lună, ceea ce înseamnă circa 2,3 milioane de euro pe an, potrivit directorului executiv Dan Dumitru. Principalul client de publicitate al Neptun TV, este compania de salubritate Polaris, din acționariatul căreia face parte deputatul constănțean

⁹³ Iulie 2012.

⁹⁴ Sorin Gabriel Strutinsky este partener cu Radu Mazăre în Conpress Group (potrivit www.investigatiimedia.ro).

⁹⁵ Sursa: datele de acționariat disponibile în octombrie 2013 pe site-ul Consiliului Național al Audiovizualului (<http://www.cna.ro/Situa-ii-privind-licen-ele,6170.html>)

⁹⁶ Detalii tehnice NTV, NTVonline.ro.

PSD Eduard-Stelian Martin⁹⁷. Directorul executiv al televiziunii a declarat că 45% dintre contractele de publicitate încheiate cu televiziunea vin din partea unor instituții publice („regii, primării, Consiliul Județean Constanța”), pentru promovarea activităților acestora, iar restul contractelor vin din zona agenților comerciali⁹⁸. În ceea ce privește contractele cu instituțiile publice, Dan Dumitru a precizat că acestea au fost atribuite „numai prin licitații, pentru că altă formulă n-a existat și nu există. Nu există încredințare directă”⁹⁹. Totodată, potrivit acestuia, Neptun TV este și o pârgie prin intermediul căreia televiziuni precum Pro TV, Antena 1 și Realitatea contractează publicitate din bani publici. Mecanismul este următorul: în urma unor acorduri încheiate, NTV funcționează ca o „agenție de servicii de televiziune pentru Primărie” care participă la licitații în numele tuturor instituțiilor de presă cu care are contracte. Ulterior câștigării licitațiilor, NTV transmite către ceilalți parteneri media comenzile de informații care trebuie aduse la cunoștința opiniei publice în virtutea contractelor încheiate cu instituțiile publice.

Televiziunea nu a înregistrat profit în 2011, un motiv fiind că s-au făcut investiții și cheltuieli pentru schimbarea emisiei și a echipamentelor de platou, potrivit directorului executiv NTV.

Fostul mare rival al Neptun TV, **Constanța TV (CTV)**, televiziune operată inițial de CTV Media Grup SA (CUI: 18313876), s-a lansat în 2007 cu investiții majore și cu sute de angajați. Printre fondatorii televiziunii se numără nume sonore din PNL, precum: senatorul Puiu Hașotti, deputații Mihai Lupu și Gheorghe Dragomir, Victor Manea, fostul Secretar de Stat de la Ministerul Agriculturii - Gheorghe Albu, Baiazid Memis, Victor Secuiu, fostul lider municipal PNL Constantin Matei, primarul din Techirghiol - Adrian Stan, fostul consilier județean și coordonatorul Departamentului de Analiză Politică și Comunicare din cadrul PNL - Dan Antonoaie Zepa, consilierul județean Gabriel Monea și consilierul local Ovidiu Cupșa. Datele de la Ministerul Finanțelor arată că, în 2009, licența CTV era deținută de CTV Media Group SA (CUI: 18313876), actualmente sub incidența Legii nr. 85/2006 - faliment (cnf. datelor de la Reg. Comerțului), ai cărei proprietari sunt Albu Nicolae și Albu Petre (frații liberalului Gheorghe Albu, unul dintre acționarii anteriori¹⁰⁰).

Potrivit unuia dintre fondatorii postului, care a dorit să-și păstreze anonimatul, CTV a fost prima televiziune din România care a implementat conceptul de videojurnalism, în 2006.

”Nu mai aveam nevoie de redactor propriu-zis. Cel care mergea pe teren lua aparatul, filma, descărca materialul aproape în formă brută și vorbea imaginea mai mult decât să-și dea cineva cu părerea. Plus că atunci am introdus prima dată sistemul prin care telespectatorii puteau să trimită materiale de pe telefonul mobil.” (Fondator Constanța TV)

Deși a avut un start „promițător”, după spusele celor intervievați, CTV a intrat în lichidare în 2011, iar licența a fost cedată companiei Dobrogea Media Vision, deținută de apropiați ai fostului prefect de Constanța, Claudiu Iorga Palaz. Ulterior, televiziunea a mai funcționat o vreme, pe o traiectorie aparentă de redresare. La scurt timp, însă, lichidatorul a făcut o cerere de revocare a cedării licenței, care a fost aprobată de CNA, iar, în septembrie 2011, televiziunea și-a încetat emisia¹⁰¹. În martie 2012, CNA a retras și licența de emisie a televiziunii.

Conform bilanțului depus în 2012, societatea comercială avea datorii în cuantum de 7.937.644 lei și venituri și cheltuieli de 0 lei.

⁹⁷ Declarație de avere, Eduard-Stelian Martin, Cdep.ro, Parlamentul României, 15 iunie 2012.

⁹⁸ Conpress Holding nu primește bani publici doar pentru activitățile de media, ci și pentru alte servicii: “Cel mai important beneficiar al banilor de la Primăria Constanța este Conpress Holding, o firmă de paza care, în ultimii șase ani, a câștigat contracte de 21.266.082,72 de lei, sumă la care se adaugă TVA. Cel mai important contract, încheiat în 2008, viza paza unor bunuri din Constanța și avea o valoare de 8.718.192 de lei fara TVA. Un alt contract, tot pentru servicii de pază, i-a fost atribuit firmei în ziua de Crăciun a anului 2008. Un contract în valoare de 4.733.568 de lei, fără TVA” (cf. www.investigatiimedia.ro).

⁹⁹ Exemple bani publici: <http://www.publicitatepublica.ro/publicitate.php?tip=detalii&anunt=2989> (312.949,81 lei; an 2012); http://www.e-achizitii.com/view_anunt_atribuit.php?id_anunt_atribuit=293082 (194.905 lei; an 2013); http://www.e-achizitii.com/view_anunt_atribuit.php?id_anunt_atribuit=278810 (3.214.512 lei; an 2013).

¹⁰⁰ <http://www.ziuconstanta.ro/stiri/social/schimbarea-la-fata-a-ctv-254354.html>

¹⁰¹ Potrivit inspectorului teritorial CNA Doina Stoica.

Dispariția televiziunii CTV a fost pusă de majoritatea celor intervievați pe seama problemelor financiare cauzate de un management defectuos și pe seama unei orientări politice excesive (favorabile PNL) a postului¹⁰².

În prezent, o parte dintre foștii angajați CTV lucrează/ au lucrat pentru Litoral TV din Năvodari și pentru Media TV din Medgidia și Mangalia.

La Medgidia, deținătoarea licenței audiovizuale a televiziunii **Alpha Media** (televiziune care emite 10 ore pe zi) este societatea comercială Alpha Media SRL (CUI: 19235750), ai cărei asociați cu drepturi egale sunt doi jurnaliști, Mioara Gârba Țuțu și Cristian Ciobănuț. În 2007, cei doi jurnaliști și-au vândut din terenurile moștenite (Mioara Țuțu) și au făcut credite la bănci (pentru care plătesc și acum) pentru a lansa televiziunea și pentru a achiziționa echipamentele necesare.

În ceea ce privește sursele de finanțare ale televiziunii, acestea provin de la societăți comerciale și instituții din Medgidia (în special, operatori regionali care implementează proiecte europene de dezvoltare și au nevoie de promovarea lor), conform intervievaților. Mioara Gârba Țuțu, directoarea televiziunii, a declarat că nu există un finanțator/ advertiser principal al televiziunii că există contracte mici încheiate cu companii private, cu societatea comercială RAJA SA (care are ca acționari Consiliul Județean Constanța și alte 33 de primării din județ)¹⁰³ și cu Primăria Medgidia (fonduri europene). Totodată, reprezentanții televiziunii au susținut că există o pondere egală a finanțărilor provenite din fonduri publice și private.

La data documentării pe teren, sediul televiziunii Alpha Media se afla într-o clădire închiriată de la compania producătoare de ciment și materiale de construcții Lafarge, principala industrie din orașul Medgidia, care avea și publicitate pe post. Cristian Ciobănuț, directorul televiziunii, a menționat însă că intenționa să aplice pentru un proiect european prin intermediul căruia să obțină fonduri pentru un sediu nou și pentru utilizarea televiziunii.

Conform Ministerului de Finanțe, SC Alpha Media SRL a avut în 2011 o cifră de afaceri de 430.190 de lei și un profit de 102.116 lei. În 2012, cifra de afaceri a societății care deține licența televiziunii a fost de 465.235 de lei, iar profitul brut a fost de 133.891 de lei.

Litoral TV (LTV) din Năvodari este o televiziune cu difuzare prin cablu și prin satelit, lansată în noiembrie 2011. Deținătoarea licenței audiovizuale este societatea comercială Media Est Vision SRL (CUI: 28507250), al cărei unic acționar este Geanina Ramona Mureș, însoțitoare de zbor, absolventă a unei facultăți de mediu și rudă de gradul al III-lea cu primarul din Năvodari, Nicolae Matei (PSD), conform edilului. Din același grup de media mai fac parte radioul Litoral FM și Gazeta de Năvodari (ziarul figura și pe cartea de vizită a primarului).

Primarul Nicolae Matei (ales pentru al doilea mandat de 71% din populația năvodăreană care s-a prezentat la alegerile locale) a declarat că cea mai mare pondere a banilor din publicitatea difuzată la Litoral TV provine din companiile sale și se ridică la suma de 40.000 de lei pe lună. Televiziunea beneficiază lunar și de finanțare din bani publici.

"Le dau [celor de la Litoral TV - n.r.] 5.000 de lei de la bugetul local. Dar serviciile pe care le fac orașului Năvodari sunt mult mai mari. Promovează tot ce înseamnă turism, tot ce înseamnă Năvodari, Casa de Cultură, ansambluri. Deci, serviciile pe care le primește orașul Năvodari sunt simbolic plătite prin banii pe care-i alocăm." (Nicolae Matei, PSD, primarul orașului Năvodari)

Primarul Nicolae Matei a mai declarat că, informal, era managerul Litoral TV. Politicianul s-a declarat impresionat de modelul de presă asiatic și a spus că viziunea sa pe termen lung este să pună televiziunea „în slujba comunității” din Năvodari și să-i educe pe locuitori prin intermediul LTV „să muncească mai mult, să fie mai serioși, să aibă alt caracter”.

În schimb, mai mulți angajați ai televiziunii au spus că intenția lor este să acopere evenimente din tot județul, nu doar din Năvodari.

¹⁰² Detalii, la secțiunea legată de influențe politice și economice.

¹⁰³ Societatea comercială RAJA SA este patronată de vicepreședintele organizației județene a PSD Constanța, Felix Stroe. SC RAJA SA are contracte de publicitate cu aproape toate mass-media locale din județ, inclusiv cu stațiile locale ale televiziunilor centrale. Felix Stroe este și patronul cotidianului local Observator de Constanța.

”Nu vrem să facem foarte multe materiale din Năvodari, tocmai ca să nu zică lumea că este o televiziune publică locală. Nu vrem să implementăm ideea de televiziune de oraș, deocamdată este televiziune de județ.” (Jurnalistă Litoral TV)

La data documentării pe teren, sediul Litoral TV se afla în aceeași clădire cu sediul PSD Năvodari, în spatele primăriei orașului.

Potrivit bilanțului, SC Media Est Vision SRL deus la Ministerul Finanțelor, în 2012 deținătoarea licențelor audiovizuale pentru Litoral TV a avut o cifră de afaceri de 1.676.308 de lei, un profit net de 275.495 de lei și un număr de 33 de angajați.

”În momentul în care Dumnezeu ți-a dat mai mult decât ai sperat, te gândești și la comunitate. Vreau să pun televiziunea în slujba comunității. Dar nici nu sunt sinucigaș să-mi tai rădăcinile singur. Ar trebui o mai mare simbioză între stat și tot ce înseamnă presă. Populația ar deveni mult mai educată. De la lună la lună ar fi tot mai puține distrugerii publice, ar trebui să avem un departament în cadrul Guvernului care să se ocupe de relația cu presa. Ce să vă spun, la chinezi, la japonezi sunt [mesaje - n.r.] subliminale care îi îndeamnă pe oameni la muncă. La noi nu mai muncește nimeni, noi avem numai ziariști, poeți, avocați, psihologi, numai vrăjeli. Da’ să văd om care vrea să zidească, care vrea să sudeze, care vrea să fie lăcătuș, care vrea să toarne piese turnate, nu. Toți trebuie să ne facem copiii numai savanți. De muncă a cam uitat toată lumea. Aici presa ar putea să aibă un mare rol educațional, pe lângă biserică, pe lângă școală.” (Nicolae Matei, PSD, primarul orașului Năvodari)

Media TV, deținută de societatea comercială A.V.E. 2000 SRL (CUI: 11731367), este o televiziune cu difuzare exclusiv prin cablu, cu licențe locale în Cernavodă, Medgidia, Mangalia și Cobadin (programul din ultima localitate fiind format doar din emisiuni înregistrate). Din 2008, televiziunea aparține unui fost sunetist, operator și reporter de la Neptun TV, Valentin Coteș, care a declarat că a avut în trecut și o companie de distribuție de presă și a fost administrator la un post de radio local.

”Nucleele” redacționale ale Media TV din cele patru orașe menționate anterior (formate chiar și dintr-un singur angajat, cum era cazul în Cobadin) difuzau preponderent programe de videotext și înregistrări de la consiliile locale, fără să dispună de investiții pentru emisia prin antenă terestră sau prin satelit, la momentul realizării acestei documentări pe teren¹⁰⁴. Media TV Medgidia se afla în reorganizare, transmițând zilnic jumătate de oră de program propriu, iar la Mangalia se realizau aproximativ două ore de conținut zilnic propriu (un buletin de știri și o emisiune seara). În iulie 2012 se lucra la crearea unei rețele prin care jurnaliștii din cele patru redacții ale televiziunii să colaboreze și să facă schimb de materiale. Ulterior, potrivit documentării, Media TV Medgidia a devenit mai activă decât redacția din Cernavodă, datorită apropierii de actualul primar, Marian Iordache, PNL, iar Media TV Mangalia a dispărut după ce primarul PSD Mihai Claudiu Tusac, care o finanța și găzduia, a fost obligat de Radu Mazăre să se retragă din cursa electorală pentru un al doilea mandat.

La data documentării pe teren, redacția televiziunii din Mangalia se afla într-un sediu închiriat de la Primărie, potrivit jurnaliștilor, iar, la Cernavodă, sediul Media TV se afla chiar în clădirea Primăriei, televiziunea având și un contract de publicitate cu consiliul local. Potrivit proprietarului și managerului general al Media TV, televiziunea nu a avut profit în ultimii trei ani.

Conform bilanțului deus la Ministerul Finanțelor, în 2012 cifra de afaceri a societății care deține licențele audiovizuale Media TV a fost de 170.784 de lei, cu un profit brut de 54.645 de lei și a funcționat cu un singur angajat.

Eforie TV a început să emită în octombrie 2011, iar, din aprilie 2012, retransmite programele Neptun TV și are trei ore de program local propriu. Acționarii societății SC Litoral Media Group SRL (CUI: 28446152), care operează televiziunea, sunt Victor Emilian Dumitrescu (cu 80% din acțiuni) și Petre Paris (cu 20% din acțiuni). Potrivit presei locale din Constanța, Victor Emilian Dumitrescu este cumnatul primarului din Eforie, Ovidiu Brăiloiu (PSD), iar asociatul Petre Paris, cameraman la TV Neptun, este cunoscut ca fiind un apropiat al Președintelui Consiliului Județean Constanța, Nicușor Constantinescu¹⁰⁵

¹⁰⁴ La momentul documentării pe teren, iulie 2012.

¹⁰⁵ ”Prin Petre Paris și Victor Dumitrescu, Nicușor și Brăiloiu și-au mai luat o televiziune”, Claudia Candet, ZiuaConstanta.ro, 26 Mai 2011 | 18:45:09.

(USL). De asemenea, Petre Paris este acționar al unei companii de arhitectură¹⁰⁶ care a avut în trecut contracte cu instituții ale statului (de ex.: 3 milioane de euro pentru Sala Polivalentă din Constanța)¹⁰⁷.

Conform bilanțului depus la Ministerul Finanțelor, deținătoarea licențelor audiovizuale pentru Eforie TV a avut în 2012 o cifră de afaceri de 1.504.071 de lei, o pierdere netă de 197.290 de lei și a funcționat cu 22 de angajați.

Măsurarea audiențelor televiziunilor din Constanța este ca și inexistentă. Excepție face televiziunea Neptun TV, membră a Asociației Române pentru Măsurarea Audiențelor (ARMA), prezentă în rapoartele oficiale folosite de industria de publicitate din România. Neptun TV a înregistrat în iulie 2012 un rating mediu la nivel național de 3.000 de telespectatori pe minut¹⁰⁸, fiind pe locul 51 într-un clasament al celor 57 de televiziuni raportate de către ARMA.

Pentru celelalte televiziuni constănțene, ca și în cazul altor regiuni din țară, singurele repere privind audiența sunt sondajele realizate în preajma campaniilor electorale și telefoanele telespectatorilor care intră în direct la emisiunile ce dezbat probleme locale. De asemenea, pentru televiziunea Media TV, care difuzează și anunțuri în format videotext, un reper îl constituie și durata publicării unui anunț.

”Am avut pe cineva care m-a rugat să-i pun un anunț și, după o săptămână, m-a sunat să-l scot că l-au înnebunit câți l-au sunat. Pentru angajări, e drept. E și asta un fel de măsură dacă lumea uită sau nu. Indiferent de motivul pentru care se uită.” (Valentin Coteț, proprietarul Media TV)

Administrația locală constănțeană este dominată la nivel municipal și județean de PSD și PNL. Cei intervievați au indicat drept principale activități economice din județ: turismul, comerțul, lucrul în portul Constanța, în șantierul naval din Mangalia și în rafinăria Petromidia din Năvodari.

Relația dintre mediul politic și mediul local de afaceri a fost descrisă de mulți intervievați ca fiind apropiată.

Radu Mazăre, primarul Constanței (PSD), a precizat că industria din municipiu nu se dezvoltă pentru că nu are tradiție. Pe de altă parte, o interpretare a altor intervievați a fost și că aproape toate activitățile economice din Constanța sunt dependente de administrația locală.

”În lume dacă vă uitați, sunt orașe cu tradiție industrială, orașe cu tradiție turistică. Constanțenii care câștigă bine din servicii de comerț și turism n-or să stea într-o fabrică.” (Radu Mazăre, PSD, primarul municipiului Constanța)

”Foarte mulți agenți economici sunt într-un parteneriat direct cu Mazăre sau cu acoliții lui. Asta e marele secret al lui Mazăre: faptul că a reușit să subordoneze tot și toate. Activitatea este, din păcate, concentrată pe zona de turism, și foarte multe dintre societățile care activează în Constanța și au venituri sunt într-o franciză a lui Mazăre. Alții nu s-au putut dezvolta. Asta este motivul pentru care suntemocoliți de investitorii mari, din multinaționale. Pentru că el și acoliții lui au prostul obicei să ceară comisioane și procente din business.” (Christian Gigi Chiru, Președintele PDL Constanța, la data documentării pe teren)

[Întrebat dacă mediul de afaceri local este în strânsă legătură cu cel politic, primarul Constanței a răspuns:] *„Ce înseamnă asta? Avem o comunicare bună, cum e și normal. Ce vrei să întrebi, dacă mă finanțează mediul de afaceri local? Tu ai văzut câți bani am băgat în campania electorală de acum? Trei lulele.” (Radu Mazăre, PSD, primarul municipiului Constanța)*

„Punctul meu de vedere este că nu poți despărți în nicio țară politicul de economic. Numai că [relațiile - n.r.] trebuie să fie transparente. Este inutil să spui că în dreapta ai economicul și în stânga ai politicul și nu au nicio legătură. În orice țară există instituții specializate, cele de lobby, dar nu le poți

¹⁰⁶ www.c3darchitects.com

¹⁰⁷ Conform presei locale: <http://www.ziuconstanta.ro/stiri/eveniment/c3d-architects-n-a-prins-la-elena-francu-o-firma-din-iasi-face-proiectul-pentru-extinderea-salii-sporturilor-24672-293633.html>

¹⁰⁸ Potrivit revistei Media Expres nr. 8 / august 2012, perioada: 1 - 31 iulie 2012; Sursa: Kantar Media Audiences, Copyright: ARMADATA S.R.L.; Ratingul reprezintă aici media lunară a numărului de telespectatori pe minut din totalul populației de peste patru ani la nivel național care a urmărit Neptun TV.

despărți. Oamenii politici trebuie să promoveze mecanisme și proiecte economice. (...) Relația dintre politic și economic este pervertită în sensul în care lumea gândește că acela care este angajat politic vine și dictează sau are o anumită legătură subterană cu mediul economic. Ceea ce se și întâmplă de multe ori, dar asta nu înseamnă că nu trebuie să milităm pentru a scoate la lumină astfel de relații și a le normaliza. Ar trebui să fie o relație normală”. (Reprezentant PNL Constanța)

2. Percepția asupra jurnalismului. Influențe economice și politice

Toți cei intervievați la Constanța (jurnaliști, editori, manageri, producători, politicieni etc.) au indicat finanțarea slabă și precaritatea resurselor ca fiind principalele probleme ale televiziunilor locale din județ. În acest context, conform respondenților, **televiziunile ajung să fie subordonate sau dependente de interesele zonei din care vine finanțarea**, ceea ce determină ca politica editorială să fie trasată pe considerente stabilite politic sau economic, ori condiționată de acestea.

Televiziunile partizane sferelor de interese care le finanțează au fost etichetate de unii politicieni drept „o normalitate”, în vreme ce alții s-au declarat îngrijorați de repercusiunile acestui fenomen.

”Ce înseamnă [ca televiziunile - n.r.] să fie independente? Independente de cine? Nu există nicăieri în lume așa ceva. (...) Nu vorbesc de bani publici. De unde au televiziunile contracte de reclamă? Au scris vreodată ceva critic la adresa celor care au contracte cu ei? Îmi arăți tu mie pe cineva care ia bani de reclamă și scrie împotriva ăluia care dă banii? Uitați-vă la presa internațională. Ce, CNN-ul e independent? Al Jazeera e independentă? Ce spune finanțatorul, asta fac jurnaliștii. (...) **Nu există nicio soluție pentru o presă independentă.**” (Radu Mazăre, PSD, primarul municipiului Constanța, fost jurnalist)

Primarul Constanței a subliniat că, pe vremea când lucra în presa locală, nu a servit interesele niciunui terț. „Pentru că n-am avut niciodată șefi. Dacă am fost și redactor-șef și patron, normal că n-am avut șefi”, a spus Radu Mazăre.

Independența financiară și profesionalismul jurnaliștilor au fost identificate drept condiții *sine qua non* pentru independența editorială/ libertatea de exprimare și credibilitatea mass-media.

”Presa poate fi independentă numai în momentul în care instituția de presă este independentă economic. În momentul în care ești dependent de sursele de finanțare, oricine poate să înceapă ziua de muncă gândindu-se că îi face o bucurie șefului dându-i în cap lui X sau lui Y. În felul ăsta, presa a ajuns un supliment publicitar. Iar, în momentul în care îi ceri unui jurnalist să fie și jurnalist și agent publicitar, iarăși este o mare problemă.” (Reprezentant PNL Constanța)

”Problema financiară este cea mai acută. În ceea ce privește libertatea presei, **presa este liberă, dar, dacă nu are finanțare, nu mai este chiar așa liberă.** Cea mai mare problemă este lipsa de personal specializat, nu sunt caractere, angajații sunt mercenari și slab pregătiți”. (Nicolae Matei, PSD, primarul orașului Năvodari)

”Presa din România cred că are o problemă de credibilitate pentru că activitatea presei este influențată de zona din care este bugetată activitatea. Dacă vorbim de ce înseamnă televiziunea și presa de stat [instituțiile publice de presă - n.r.], întotdeauna Guvernul va influența activitatea într-un procentaj mai mare sau mai mic. Dacă vorbim despre televiziuni private, e clar că acționariatul își exercită influența asupra activității trustului, sau a cotidianului respectiv, sau a televiziunii respective. Pe de altă parte, presa are o putere extraordinară. Toată manipularea din România după anii '90 este pusă în practică tocmai de presă, conștient sau inconștient. În ultima vreme, s-a ieșit pe piață cu atacuri și cu așa de multă mizerie, încât populația este derutată, nu știe care este presa obiectivă, și nu poți, ca om, să ai capacitatea să selectezi informațiile care sunt virusate de cele care sunt real exprimate și prezentate de presă.” (Christian Gigi Chiru, Președintele PDL Constanța).

Din documentarea realizată, a reieșit că Neptun TV este tributară sferei de interes a primarului Mazăre și apropiaților săi. Rădăcinile acestui fenomen stau în faptul că televiziunea a fost fondată de Radu Mazăre, înainte să devină politician, alături de Nicușor Constantinescu - în prezent Președintele

Consiliului Județean Constanța, și de prietenul acestora, omul de afaceri Sorin Strutinsky¹⁰⁹. Primii doi s-au retras la nivel formal din structura acționariatului, dar cel de-al treilea a rămas acționar majoritar al societății care operează licența televiziunii, Soti Cable Neptun. Întrebat de ce a renunțat la presă în favoarea politicii, Radu Mazăre (desemnat primar pentru al patrulea mandat cu 62,76% din voturi) a răspuns punând în opoziție jurnalistul-critic și politicianul-jucător:

”E ușor să stai numai pe margine să critici. Greu e să fii în stadion și să joci. Sunt două tipuri de jurnaliști. Sunt ăia de investigații, care spun și opinia lor, și sunt alții care dau știrea că, uite, a început să plouă la ora patru. Eu vorbeam despre jurnalismul implicat. Și jurnaliștii critică de obicei, în 95% din cazuri.” (Radu Mazăre, PSD, primarul municipiului Constanța)

Neptun TV a funcționat inițial ca rampă de lansare pe scena politică, apoi ca tribună de răspândire a mesajelor agreate de fondatorii postului, potrivit unora dintre constanțenii intervievați.

”Dacă nu-l susțineai pe Mazăre din convingere, nu rezistai la Neptun [TV - n.r.].” (Fostă jurnalistă Neptun TV)

”Neptun TV este televiziunea înființată special pentru a reprezenta interesele membrilor fondatori, adică ale celor doi care conduc orașul la ora actuală, Mazăre și Nicușor Constantinescu. Este suficient să vă uitați la jurnalele lor, că vă dumiriți instantaneu. De când au devenit televiziune națională n-am avut timp să ne dăm seama dacă au devenit mai echilibrați, n-au avut timp să demonstreze așa ceva, fiindcă am trecut printr-o mulțime de campanii electorale și alegeri. Au încălcat prevederile CNA cu bună-știință și cu riscul obținerii unor amenzi.” (Jurnalistă freelance din Constanța)

De menționat în acest context este că, potrivit deciziei CNA din 24 iulie 2012, „Consiliul Național al Audiovizualului a sancționat postul Neptun TV cu somație publică pentru încălcarea prevederilor art. 1 din Decizia privind desfășurarea campaniei pentru referendumul privind demiterea Președintelui României, întrucât în emisiunile informative difuzate în perioada 12 - 22 iulie 2012 nu a asigurat pluralitate de opinii în ceea ce privește exprimarea punctelor de vedere pro sau contra demiterii Președintelui României, în sensul că știrile în care au fost exprimate puncte de vedere pro demiterii Președintelui României au fost în număr de 30, iar contra demiterii, 8”¹¹⁰.

Totodată, faptul că Neptun TV nu s-a implicat în transmiterea campaniei electorale locale a constituit încă un argument care a alimentat opiniile potrivit cărora **postul a evitat să promoveze mesajele adversarilor politici ai celor care „controlează” și susțin financiar televiziunea.**

”În perioada campaniei electorale, ei [cei de la Neptun TV] nici măcar n-au făcut emisiuni politice, doar pentru a nu prezenta contracandidații, pe care legea te obligă să-i inviți, dacă faci campanie.” (Proprietarul unui post TV din județul Constanța)

Mai mulți intervievați au declarat că **patronatul Neptun TV stabilește politica editorială**, iar deciziile privind materialele difuzate se iau de către directorii de departamente, producători, redactorul șef și directorul executiv al televiziunii - funcții ocupate preponderent de vechi angajați ai televiziunii, apropiați de fondatorii ei. Directorul executiv al postului, fost jurnalist, a spus că intervine în agenda/produsul editorial când constată un derapaj jurnalistice sau o greșeală tehnică.

”Fiecare instituție de presă își stabilește politica editorială determinată de patronat. Fiecare își vede interesul pe care îl are, nu e nimic anormal. Important este că peste tot există un echilibru, totuși. Acolo unde un anumit post TV are o politică editorială favorabilă unui partid politic, să spunem, vedem clar felul în care se abordează o știre. Presa, în general, e subiectivă. Nu sunt lucruri concrete, doar justiția poate să ia o decizie concretă și, poate, matematică. În rest, sunt lucruri ușor subiective și interpretabile. Mi-e greu să definesc presiunile politice, pentru că, în general, politica editorială a unui post e cam aceeași. Poate se schimbă odată cu schimbarea patronatului.” (Producător Neptun TV)

”Dumneavoastră, dacă ați fi director executiv, nu ați avea un cuvânt de spus în privința calității programelor? Am și o deformație în sensul ăsta, că sunt om de știri, și, când văd o știre prost făcută,

¹⁰⁹ Așa cum am amintit și la începutul acestei analize. Pentru detalii, consultați secțiunea ”Context”.

¹¹⁰ Decizia nr. 599 din 24 iulie 2012, Consiliul Național al Audiovizualului, CNA.ro, 24 iulie 2012.

în minutul ăla îl sun pe șeful departamentului de știri și-i spun că aia nu se face așa! Avantajul și dezavantajul meu este că știu televiziune și, atunci, asta-i viața.” (Director executiv Neptun TV)

Directorul executiv Neptun TV este și cel care a elaborat codul deontologic al postului, împreună cu alți angajați cu vechime ai Neptun TV.

”Am făcut un pustiu de bine și am făcut o compilație pe care am considerat-o de bun-simț din mai multe coduri etice, la care am rugat pe toată lumea să participe.” (Director executiv Neptun TV)

Unii jurnaliști au declarat că nu știu să existe un cod etic al televiziunii, în vreme ce alții au spus că au un „cod etic transmis oral de la reporterii mai vechi, (...) oameni care au făcut presă de prin '92-'93, deci știu cu ce se mănâncă treaba asta încă de la începuturi”.

Tot la nivelul structurilor de conducere ale televiziunii se iau și deciziile editoriale care ar putea afecta relația cu contractanții de publicitate/ finanțatorii postului, conform respondenților.

”Nu accepți reclamă în schimbul renunțării la niște articole. De regulă e altfel. Există contractul respectiv de reclamă, și, în virtutea bunelor relații, în momentul în care, de exemplu, ai ceva care aduce atingere intereselor companiei cu pricina, le dai telefon și le zici: <<Am chestia asta. Vă afectează? Aveți vreun cuvânt de spus?>>. Dacă ei au un cuvânt de spus, este absolut firesc și deontologic să le prezinti și punctul lor de vedere. De regulă zic ceva. Găsesc ceva de zis sau pun pe cineva să zică ceva. Însă sunt și situații în care e de judecat cât de gravă e chestiunea. Adică, dacă e o treabă de fapt divers care este nesemnificativă pentru interesul public și interesul televiziunii, poți să treci peste ea. Dacă nu, nu.” (Director executiv Neptun TV)

”Dacă l-ai prins pe un primar care a tăiat fără autorizație toți copacii din localitate și el îți propune să facă publicitate la tine pentru un festival - dacă mă întrebați pe mine dacă e moral, nu știu ce să vă răspund. Moral n-ar fi, dar oameni suntem. N-am fost pus în situația asta. Nu am avut o funcție managerială în care să iau eu decizii de genul ăsta. Astea-s niște lucruri ce mă depășesc pe mine, se decid la nivel managerial.” (Producător Neptun TV)

În ceea ce privește dacă este acceptabilă sau nu publicarea advertorialelor, opiniile angajaților Neptun TV au fost împărțite.

„Numai CNA poate să-și dea cu părerea. Prin advertoriale se poate înțelege că vorbiți de reclamă mascată. Dacă îți apare numele unui club unde s-a distrat lumea pe litoral, poate fi voit sau involuntar. Lucrurile sunt subiective, depinde cum le privești. Eu mă raportează mai detașat. Și dacă nu arăți numele clubului, cine îl frecventează știe. Nu știu dacă advertorialele sunt ok. Marja de neglijență/ îndolență și comandă e neclară.” (Producător Neptun TV)

Întrebat dacă i s-au impus vreodată subiecte de publicat sau i-au fost retrase de la publicare anumite materiale de către management din motive politice sau economice, un angajat al televiziunii a declarat:

”Impus și propus sunt două lucruri diferite. Peste tot pe unde am lucrat, mi s-a zis: <<Am o propunere de subiect. Ce zici?>>. Uneori nu am făcut un subiect chiar dacă a venit directorul general, dacă nu s-a putut face în ziua respectivă, și l-am avut în expectativă. Unele au căzut, n-au iesit ca subiecte. Au mai fost dispute. De cele mai multe ori, e ca șeful, în sensul că se fac materialele. Din punctul meu de vedere, politica editorială este deja bine-cunoscută în toată mass-media din România. Orice televiziune din țara asta are balanța făcută. Toate au balanța făcută. Le vezi clar, când te uiti la un jurnal sau la celălalt. Când se mai schimbă patronul, se mai schimbă un pic ceva sau nu. Depinde.” (Jurnalist Neptun TV)

Radu Mazăre a descris Neptun TV drept o televiziune națională „relativ independentă”. Totodată, însă, edilul Constantei a pus semnul egal între publicul-țintă al postului și electoratul său.

”Dacă [Neptun TV - n.r.] nu era o televiziune relativ independentă, nu ar fi avut audiență, emițând de 17 ani. Era praf dacă ar fi fost vădit partizană, ca în cazul CTV. Și Antena e partizană, dar e

multă lume care nu-l hăleşte pe Bănescu, de-aia stă bine. (...) *Neptun TV e televiziunea la care am fost acționar și redactor-șef. Se suprapune pe electoratul meu. Cei care votează cu mine sunt și cei care se uită la Neptun. Adică peste 60-70%. Nu am o relație mai specială cu acest post. Eu răspund tuturor televiziunilor. Având notorietatea pe care o am, mă întrebă ăștia de la posturile naționale mai mult. În afară de perioada electorală, nu prea sunt televiziuni locale în Constanța. În perioada electorală îi finanțează, fac niște televiziuni anti-Mazăre, eu câștig, ele se închid. Pentru că, probabil, cei care îi finanțează nu sunt dispuși să plătească mai mult. Cei de la TV Neptun n-au făcut campanie. Realitatea TV locală a făcut campanie împotriva noastră, cum a făcut CTV acum patru ani.*” (Radu Mazăre, PSD, primarul municipiului Constanța)

Din analiza emisiunilor Neptun TV, disponibile on-line¹¹¹, postul nu a difuzat nicio știre critică/negativă la adresa (măsurilor) primarului Constanței sau a (măsurilor) președintelui Consiliului Județean Constanța, Nicușor Constantinescu. Autocenzura jurnaliștilor și faptul că mulți dintre angajații televiziunii sunt apropiați de cei doi politicieni au fost principalele motive invocate de intervievați pentru această situație. Redăm, în continuare, un pasaj semnificativ în acest sens, din interviul cu primarul Constanței:

Autor „Harta Televiziunilor”: „Ipotetic vorbind, dacă un jurnalist de la TV Neptun realizează un material critic la adresa dumneavoastră, intră pe post?”

Radu Mazăre: „Nicio problemă, numai să-mi ceară și mie punctul de vedere, să mă citeze. Eu îi mai cert, că se autocenzurează. Este o autocenzură în orice.”

Autor „Harta Televiziunilor”: „Autocenzura este singurul motiv pentru care Neptun TV nu difuzează materiale critice la adresa dumneavoastră?”

Radu Mazăre: „Nu știu ce să-ți spun, că eu nu le comand. Fiind la televiziunea pe care am fondat-o, jurnaliștii de la TV Neptun oricum sunt apropiați de mine și de gândirea noastră. Eu i-am format, am fost șeful lor. Am învățat eu întâi, dup-aia i-am învățat pe ei. Asta nu contest, că sunt mai apropiați.”

De-a lungul timpului, potrivit unora dintre respondenți, această *apropiere* a atras asupra televiziunii presiuni politice indirecte, exercitate prin încercări de descurajare a unor colaborări cu mediul privat de afaceri. Astfel, în funcție de „cine era pe la Guvern”, conform primarului Constanței, au existat presiuni politice asupra celor care cumpărau publicitate la Neptun TV.

Interviurile realizate la Constanța de autorii acestui studiu au mai evidențiat și că dependența televiziunilor de finanțatorii lor servește drept cauză pentru numeroase **tare ale presei locale**, precum: reglările de conturi dintre politicieni/ oameni de afaceri și dintre formațiuni politice/ companii prin intermediul televiziunilor, atribuirea preferențială și netransparentă a finanțărilor din bani publici, cenzurarea jurnaliștilor sau autocenzura (benevolă, pusă în slujba unor interese politice sau de altă natură), cumpărarea bunăvoinei presei și, în cele din urmă, decredibilizarea și chiar falimentul presei.

Însăși **dispariția postului Constanța TV (CTV)** se explică în plan local prin faptul că televiziunea a fost viciată de multe dintre fenomenele enunțate anterior. Declinul CTV a fost pus atât pe seama unui management defectuos și a obedienței unora dintre angajații televiziunii față de așteptările pe care (credeau că) le aveau patronatul și managementul de la ei, cât și pe seama unor presiuni directe care se exercitau asupra unora dintre jurnaliști.

”În România există următoarea problemă: cei care la un moment dat sunt numiți manageri pentru o televiziune devin obedienți fără să le ceară nimeni și sunt foarte departe de ceea ce ar însemna jurnalism. În loc să prezinți fapte, îți dai cu părerea exact acolo unde nu trebuie. Ori este atitudine, ori este prezentare obiectivă. În momentul în care o televiziune s-a angajat politic, a murit. Asta s-a întâmplat. [CTV - n.r.] era foarte apropiată de PNL. În momentul în care a apărut CTV, cei de la TV Neptun au fost nevoiți să se reorienteze și au făcut un pas bun pentru ei: au diminuat partea politică și, în felul ăsta, au avut de câștigat. E deja folclor că Neptun TV era asociată cu Mazăre și CTV - cu PNL. (...) CTV a greșit fiind foarte agresivă politic pe o anumită parte, ceea ce a dus la cantonarea într-un

¹¹¹ <http://www.reporterntv.ro/> și <http://www.ntvonline.ro/>

segment limitat. (...) Inițial, proiectul avusese 40 de angajați, dar se ajunsese la o chestie aberantă, de 2-300.” (Fost coordonator al postului CTV, membru PNL)

Servilismul unora dintre angajații televiziunii a fost criticat și de un jurnalist freelance care a lucrat la CTV și a decis să încheie colaborarea tocmai din acest motiv, potrivit declarațiilor sale. Alți foști angajați ai televiziunii au acuzat că erau obstructionați să-și facă munca și că li se trasau comenzi politice clare, încât, treptat, **partizanatul politic fățis și propaganda au substituit misiunea de informare a televiziunii**. Pe de altă parte, au fost și **jurnaliști care au urmat comenzile politice „din convingere”**, potrivit spuselor lor.

„La CTV era mai complicat să-ți păstrezi independența, dar nu neapărat din cauza conducerii postului, ci din cauza unui fenomen pe care eu nu l-am înțeles niciodată, a unei obediențe gratuite, nesolicitate de nimeni, față de PNL. Obediența asta nesolicitată a <<îngălbenit>> televiziunea la un moment dat, eu am simțit asta și am spus: <<Mulțumesc, nu>>. Pentru fiecare dintre noi este greu, mai ales că în presa locală știți foarte bine cât de prost sunt plătiți oamenii. Fiecare angajament înseamnă ceva. Dar încă îmi mai permit acest lux de a spune <<nu>>.” (Jurnalist freelance, fost colaborator CTV)

”CTV a început bine, dar a intrat apoi în lupta cu Mazăre. Jurnaliștii ajunseseră să facă cinci minute o știre despre gunoaiile din Constanța și nu mai conta nimic altceva. A fost un accident grav și echipa de filmare a fost trimisă unde era gunoi și nu s-a trimis niciun reporter la accident. Erau clar comenzi politice, de genul: <<Nu mă interesează aia, eu vreau să vă duceți acolo, să faceți aia, să dați în asta>>. Ni se spunea clar. Mie, reporter pe vremea aia, venea editorul producător care-mi zicea: <<Te duci acolo, pentru că așa trebuie>>.” (Fostă jurnalistă de la CTV)

”În momentul în care scriam materiale, chiar dacă erau comandate, mie nu mi se părea că le scriu forțat, pentru că într-adevăr era și credința mea, deși eu, ca jurnalist, poate n-am dreptul să am o credință în acest sens. Eu am prins perioada PDL, n-am prins perioada PNL. Eu, ca structură, să spun așa, sunt oarecum atrasă de PDL, deși n-am făcut niciodată parte din partid, dar nu suport PSD-ul. Da, nu-l suport, nu știu de ce.” (Fostă angajată CTV)

”Partea plină a paharului”, potrivit altor intervievați, a fost că CTV a contracarat/ contrabalansat mesajele unidireționale (agreate de Radu Mazăre, Nicusor Constantinescu etc.) ale grupului media format din Soti Cable Neptun, Conpress Advertising etc., deținut de apropiați ai administrației Mazăre.

„CTV începuse promițător. Se poziționase în opoziție cu actuala putere a lui Mazăre. Până la un moment dat, când au început să fie probleme cu bugetarea. Dup-aia s-a pierdut până la desființare. A fost o televiziune episodică. După ce n-a mai fost a PNL-ului, a fost a lui Palaz [Claudiu Palaz, fostul prefect de Constanța - n.r.], n-a avut treabă cu PDL. Ția a fost un speculant care a plecat din partid. El a intrat într-o competiție electorală împotriva mea, n-a avut alt scop. Nu s-a luptat decât cu mine.” (Christian Gigi Chiru, Președintele PDL Constanța)

”La Neptun TV tot timpul a existat o politică editorială, cum există peste tot. În Constanța a existat Constanța TV, care venea să contrabalanseze cumva lucrurile, fiindcă avea alt management, de altă culoare. Era clar acolo managementul PNL.” (Jurnalist de la Neptun TV)

”Constanța TV a apărut în preajma campaniei electorale și probabil că de aceea a fost mai implicată și jurnaliștii au părut chiar partinitori.” (Jurnalist de la Neptun TV)

Primarul Constanței a declarat că și-a explicat falimentul Constanța TV prin prisma faptului că televiziunea ar fi fost folosit ca armă electorală împotriva sa, asemeni altor televiziuni care au funcționat pe termen scurt.

„CTV au fost finanțați la alegerile de acum patru ani de către liberali. După ce au pierdut alegerile, nu au avut motiv să mai finanțeze și au dat faliment. Erau plătiți împotriva mea în timpul campaniei. Aici, fenomenul este următorul: când intrăm în campanie electorală, apare câte o televiziune care e plătită împotriva mea, până când eu câștig, după care ea dispare. Ați studiat ce se întâmplă în campanii? Cum au dat aștia de la Realitatea sau ăia de la CTV? M-au bălăcărit în fiecare zi, de dimineață până seara. Țtia care au Cuget Liber de opt ani de zile scriu în fiecare zi împotriva mea¹¹². Ția de la Ziua, la fel. Să mă înjure cât vor. Ei se adună acolo. Știu foarte bine jurnaliștii când

¹¹² Între timp, patronul Cuget Liber, Gheorghe Bosânceanu, s-a împăcat cu Radu Mazăre, fapt recunoscut, oficial, de către primar.

se duc acolo pentru cine lucrează. Asta e și pe afară cu publicațiile, unele sunt de stânga, unele sunt de dreapta. Normal că, dacă ăla care conduce Parisul sau cutare loc e de stânga, publicația de dreapta o să-l critice.” (Radu Mazăre, PSD, primarul municipiului Constanța)

Neptun TV și Constanța TV au avut rolul unor „școli de televiziune” pentru mulți jurnaliști constănțeni, dintre care o parte lucrează acum în presa centrală, conform celor intervievați.

Deși cei mai mulți respondenți au spus că agendele televiziunilor din județ sunt stabilite de orientarea politică a patronatului și/sau a principalilor finanțatori, **nicio televiziune din Constanța nu are o afiliere politică asumată public.**

Alpha Media din Medgidia este singura televiziune din Dobrogea care se prezintă ca independentă, fiind descrisă astfel și de majoritatea celor intervievați.

”[Alpha Media] Afîșează o independență și o obiectivitate totală.” (Jurnalistă freelance din Constanța)

”Au emisiuni diverse, sunt echilibrați.” (Doina Stoica, inspectoare teritorială CNA Constanța)

”Alpha TV de la Medgidia nu are o subordonare a unui lider important din Constanța care să îi influențeze pe de-a-ntregul activitatea. Cred că sunt destul de obiectivi. (...) I-am văzut dispuși să lucreze cu toți actorii din plan politic.” (Christian Gigi Chiru, Președintele PDL Constanța)

Proprietarii postului, amândoi jurnaliști, au precizat că dezideratul lor de a crea o televiziune independentă a fost „taxat” în numeroase ocazii de politicieni care fie au încercat să cumpere Alpha Media, fie să îi obstrucționeze activitatea (prin refuzul de a participa la emisiuni sau de a oferi informații etc.).

”Trebuie să recunoaștem că sunt și publicații sau posturi de radio sau posturi TV care sunt crescute de politicieni. Dar cei care încearcă să stea departe de politic - și mă refer la un politician care vine și bate cu pumnul în masă - au de luptat.” (Mioara Gârba Țuțu, proprietara Alpha Media și realizatoare de emisiuni la această televiziune)

”În general, cred că în Dobrogea noi suntem singurii care n-au pe nimeni politic în spate, nici în acționariat, în niciun fel. La noi a fost întotdeauna ușa deschisă pentru toată lumea. Și asta deranjează pe unii, dar îi bucură pe cei care nu au acces la media. (...) În 2008, la parlamentare, ni s-a oferit un milion de euro pentru televiziune. Toti prietenii noștri oameni de afaceri au zis că am fost nebuni și că ar fi trebuit să acceptăm milionul ăla. (...) Dar, după ce refuzi un milion de euro, nu mai vine nimeni să încerce să-ți impună materiale, credeți-mă.” (Cristian Ciobănuș, proprietar Alpha Media)

Faptul că televiziunea a încheiat de-a lungul timpului și contracte de publicitate din bani publici și faptul că primarul a fost invitat în mai multe rânduri la Alpha Media să vorbească în direct cu locuitorii din Medgidia a stârnit unele suspiciuni privind independența/ imparțialitatea postului, potrivit unora dintre intervievați. Reprezentanții televiziunii au contrazis, însă, aceste declarații.

”Cu administrația locală am avut o singură pretenție: am pus întotdeauna condiția să respectăm contractul și-atât! Dacă am o sesizare de la un cetățean că nu ți-ai făcut treaba, îți cer punctul de vedere, dar materialul îl prezint. Spre exemplu, dacă avem contract cu regia de apă, promovez în emisiuni sau materiale investiția X sau investiția Y. Dar, în momentul în care cetățeanul sună și spune <<Canalizarea mea e înfundată, am sunat de două ore la RAJA și n-a venit nimeni>>, noi suntem acolo, am filmat.” (Mioara Gârba Țuțu, proprietară și realizatoare de emisiuni Alpha Media)

Și primarul Nicolae Matei, din Năvodari, a descris Alpha Media ca fiind „independentă de cine o finanțează”.

”Eu recunosc că, spre deosebire de cei de la Alpha Media, în momentul în care ei primeau 100 de milioane [lei vechi - n.r.] de la primarul de la Medgidia și îl criticau de-l făceau varză... păi, să-mi fi făcut mie așa, le dădeam viteză de-i lua dracu’.” (Nicolae Matei, PSD, primarul orașului Năvodari)

Alpha Media și-a construit audiența prin intermediul emisiunilor care pun accent pe răspunderea autorităților și a politicienilor față de cetățeni, potrivit fondatorilor postului. Reprezentanții televiziunii au susținut că multe din problemele comunității din Medgidia au fost rezolvate după semnalarea lor

pe post, motiv pentru care locuitorii îi sună frecvent să le ceară sprijinul atunci când, de pildă, li se întrerupe furnizarea cu apă sau curent electric sau când au nevoie de diferite informații (utilitare).

”O explicație e că cetățeanului, dacă sună, [instituțiile, autoritățile - n.r.] îi închid telefonul, dar, dacă sună mass-media, sunt mai multe șanse să răspundă și să dea o explicație. E cea mai scurtă cale să primească un răspuns.” (Mioara Gârba Țuțu, proprietară și realizatoare de emisiuni Alpha Media)

Întrucât Alpha Media este o televiziune mică, cu un număr restrâns de colaboratori și cu resurse limitate, **majoritatea angajaților au roluri multiple care se suprapun** (directorul este totodată producător și moderator, realizatorii de emisiuni sunt și moderatori etc.). Potrivit proprietarilor postului, atât instruirea personalului - care se face la locul de muncă, chiar de către angajatori -, cât și suprapunerea rolurilor din cadrul redacției sunt efecte ale dificultăților financiare ale televiziunii. Prin urmare, numărul restrâns de angajați și de materiale este compensat prin colaborări (schimburi de informații) cu alte instituții media (ex.: Radio Constanța) și cu instituții publice, precum școlile.

”Nu ne permitem din punct de vedere financiar foarte multe echipe și asta înseamnă că trebuie să ne limităm. Am pornit de la o oră pe zi de emisie în 2007, acum avem aproape 10 ore de emisie pe zi și e foarte greu.” (Cristian Ciobănuș, proprietar Alpha Media)

”Ne-am axat pe parteneriate cu instituții, am încheiat parteneriate cu școlile, în așa fel încât să nu fim nevoiți să plătim foarte mult. Noi le punem la dispoziție spațiu de emisie și ei își promovează școala, elevii care au talente, care au câștigat la olimpiade și așa mai departe.” (Mioara Gârba Țuțu, proprietară și realizatoare de emisiuni Alpha Media)

Jurnaliștii de la Alpha Media au declarat că nu există cenzură în interiorul televiziunii și că fiecare colaborator are libertatea de a propune materiale spre publicare, iar intervenția patronatului în produsele editoriale vizează tratarea echidistantă a subiectelor abordate și evitarea unor derapaje jurnalistice.

Așa cum am precizat anterior¹¹³, **televiziunea Litoral TV din Năvodari este deținută printr-un interpus (o rudă) de Nicolae Matei, primarul localității**. Politicianul a susținut că a vrut astfel să sprijine o alternativă la „singura voce” din peisajul media constănțean, reprezentată de instituțiile media apropiate de administrația Mazăre.

”Eu nu sunt acționar la Litoral TV, dar îl controlez. (...) Îl susțin moral și financiar. **Media constănțeană era dezechilibrată după ce CTV s-a închis. Era o singură voce și atât.** (...) Presa constănțeană este oarecum dominată de grupul ăsta Conpress Advetising, Telegraf, TV Neptun, Radio Neptun, Radio Mamaia, Liderul de opinie - grup pe care-l controlează Mazăre și cu Nicușor Constantinescu.” (Nicolae Matei, PSD, primarul orașului Năvodari)

Această inițiativă de a face notă separată ar putea părea neobișnuită, venită din partea unui membru PSD, dacă nu ar fi de notorietate disensiunile dintre Matei și Mazăre cu privire la unele proiecte regionale (un exemplu îl constituie ideea de a crea un depozit de deșeuri la Năvodari - proiect blocat de Matei și susținut de administrația Mazăre).

”Între mine și Mazăre sunt divergențe administrative, nu politice.” (Nicolae Matei, PSD, primarul orașului Năvodari)

”El [Nicolae Matei - n.r.] este un primar PSD care, la fel ca și mine, este într-un război cu cei care dețin puterea absolută în județul Constanța, Mazăre și Nicușor Constantinescu. E greu de înțeles ce face Matei. Nu-i iubește, îi detestă, cred, dar, cu toate acestea, stă în fieful lor. El e original, nu deviază de la principiile și de la instinctele personale. El asta simte, asta face.” (Christian Gigi Chiru, Președintele PDL Constanța)

În acest context, faptul că, întâmplător sau nu, ziariștii LTV sunt, în mare măsură, foști angajați CTV, poate conduce la concluzia că televiziunea **Constanta TV a fost reiterată, la o scară mai mică, în Năvodari**, cu o altă titulatură și un alt acționariat. Aceiași jurnaliști care au lucrat la o **televiziune folosită ca replică în lupta electorală** anti-Mazăre de la Constanța activează acum la televiziunea primarului din Năvodari, care s-a poziționat, în mai multe rânduri, în contradicție cu măsurile administrației constănțene. Rezultatul, Litoral TV, este o televiziune pe care mulți dintre cei intervievați în județul

¹¹³ La secțiunea ”Context general”.

Constanța au etichetat-o drept „televiziunea lui Matei”, „televiziunea primarului”. Primarul Nicolae Matei a contrazis aceste opinii, spunând că lasă postul să fie obiectiv.

”Primarul de la Năvodari este foarte încântat, televiziunea e ca o jucărie pentru el. Jurnaliștii de acolo sunt niste copii nevinovați, fac ce li se spune.” (Jurnalistă freelance din Constanța)

”În proporție de 90-95%, Matei e deschis să lucreze, dar e rigid când e vorba de anumite persoane. E bunul lui, televiziunea lui, și n-o să-i promoveze niciodată pe contracandidații lui de la Primăria Năvodari. O televiziune trebuie să facă altceva, nu doar campanie unui proprietar, dar, în fine.” (Reprezentant PDL Constanța)

”Litoral TV e o televiziune mult prea tânără. Chiar suspect de tânără.” (Reprezentant PNL Constanța, care a subliniat că postul s-a lansat în preajma campaniei electorale locale)

”Ca să păstrezi credibilitatea, trebuie să dai din tot spectrul politic, și atunci când nu spun nimic. Și la ședințele de la Consiliul local Năvodari am dat dreptul la replică și la adversarii politici. (...) Televiziunile din Constanța sunt toate la fel. Adică toate lucrează cu aceleași arme. Adică, să nu credeți că, dacă scrie Mazăre ceva în Telegraf de mine, eu îl cruț pe partea asta. Las Litoral TV să fie obiectiv, chiar dacă mi-e coleg de partid. Este un mod de a-l ține cât de cât pe linia dreaptă.” (Nicolae Matei, PSD, primarul orașului Constanța)

Jurnaliștii LTV au recunoscut existența influențelor politice în agenda televiziunii.

„Nu există presă obiectivă, din punctul meu de vedere. În spatele oricărui ziar, oricât de mic ar fi, televiziune la fel, trebuie să existe un partid sau, dacă nu un partid, un om politic. Din cauza asta, absolut tot ce apare în ziar sau la televiziunea respectivă este influențat. Ca o instituție de presă să fie absolut independentă, ar trebui să fie finanțată de cineva absolut apolitic cu foarte mulți bani. Televiziunile sunt controlate politic, cei care le controlează zic că rivalii lor nu au ce căuta pe post, deci presiunile sunt mari.” (Jurnalistă Litoral TV)

[Intervievată despre ce măsuri crede că ar trebui luate pentru a proteja jurnaliștii în fața presiunilor politice și economice și ce ar trebui schimbat în mediul politic și economic pentru presa locală independentă, o reporteriță LTV a spus:] *„Să împușcăm politicienii? Nu știu... Dacă ne referim la partea economică, din punctul meu de vedere, ar trebui să fie plătită mai bine meseria. Politicienii ar trebui să înțeleagă faptul că media nu e o jucărie de-a lor pe care o învârt așa cum vor ei”.*

[Întrebată ce s-ar întâmpla dacă jurnaliștii LTV ar realiza materiale critice la adresa primarului Nicolae Matei, aceeași jurnalistă a răspuns:] *„Vă spun sigur că vor fi dați afară. (...) Politicienii, fiind și patronii noștri, sunt un baraj în libertatea de exprimare”.*

În ceea ce privește imixtiunea primarului din Năvodari în politica editorială a televiziunii, jurnaliștii de la Litoral TV au declarat că este semnificativă, dar că nu li s-au impus subiecte spre publicare și nici nu le-a fost blocată apariția unor materiale.

”Primarul se implică foarte mult, dar nu este genul de om care să vină să zică <<faceți așa, că zic eu>>. Dacă e o idee bună, o facem, dacă nu e realizabilă, i se explică de ce nu se poate și nu o facem. Au fost multe situații în care eu am fost Gică Contra la un moment dat și îl luasem pe <<nu>> în brațe. A mai venit cu idei, pe unele le-am pus în practică, pe altele, nu.” (Jurnalistă Litoral TV)

”Din toate informațiile pe care le am până acum, cel puțin la nivelul realizatorilor de emisiuni n-am auzit să se fi înfipt vreo decizie a patronatului sau a managementului. Sugestii probabil că au fost, dar atât. (...) Dacă vorbesc de un jurnalist de investigații, este de calitate dacă reușește să fie cât se poate de independent. E greu, dar, dacă 70% din ceea ce face el înseamnă independentă, e ok.” (Colaborator Litoral TV)

La „sugestiile” venite din partea conducerii televiziunii LTV se adaugă și „voluntariatul” unor jurnaliști de a fi pe placul politicianului care deține indirect televiziunea. Acest mecanism a fost semnalat de respondenți ca fiind prezent și foarte vizibil mai ales în campaniile electorale și la alte televiziuni constănțene (NTV, CTV).

”Aici, cu Matei, nu am absolut nimic. Adică, pe mine nu mă deranjează că trebuie să scriu de bine de el. Pe el nu îl asociez cu PSD, așa cum nu asociez PSD-ul de aici cu PSD-ul ăla mare, pentru că oamenii de aici s-au comportat extraordinar de bine cu noi. Dacă mie nu mi-ar plăcea de el, probabil că așa avea o problemă, dar până acum nu s-a întâmplat. Chiar nu s-a-ntâmplat să fiu nevoită să scriu. (...) Eu consider că am o activitate destul de bună. Dar poate că la un moment dat, v-am mai spus mai devreme, dacă într-un interval de, nu știu, șase luni, nu mi s-ar mări salariul, m-aș gândi să plec. Și, dacă nu mi s-ar da banii conform așteptărilor mele, probabil că treaba asta s-ar reflecta și în materialele pe care le-aș face.” (Jurnalistă Litoral TV)

Influența pronunțată a primarului din Năvodari asupra televiziunii Litoral TV se reflectă și în felul în care sunt priviți și tratați jurnaliștii, potrivit edilului. Astfel, întrebând dacă există politicieni sau oameni de afaceri care au făcut presiuni asupra instituției sau au amenințat ziaristii, primarul a răspuns: *„N-au avut tupeul așa, n-au avut curajul, sunt totuși respectați”.*

Media TV, televiziune cu redacții distincte în Cobadin, Cernavodă, Medgidia și Mangalia, depindea de finanțarea din bani publici de la primării și consilii județene, la data realizării documentării pe teren în județul Constanța, potrivit reprezentanților televiziunii. Totodată, postul era finanțat și din costurile de producție ale materialelor electorale televizate și din anunțurile de tip videotext.

Postul a fost descris de cei intervievați ca un „canal de anunțuri” care transmitea episodic sedințele consiliilor locale și, sporadic, în special în preajma campaniilor electorale, materiale proprii. Alți jurnaliști constănțeni au catalogat Media TV drept **„televiziunea cui dă banul”.**

Valentin Coteț, patronul Media TV, a declarat că primarii din localitățile unde era licențiat postul aveau o influență semnificativă asupra subiectelor și a materialelor difuzate.

”Îl cunosc pe patron, pe Valentin Coteț, de ani de zile. El a fost genul care a gândit din capul locului cum ar trebui să se descurce el, ca persoană. Dacă astăzi e cineva primar, el ține cu primarul. Dacă se schimbă, pe el nu-l deranjează, își schimbă și el abordarea. Asta e rețeta lui. Problema este că televiziunea lui funcționează cu bani de la buget.” (Jurnalistă freelance din Constanța)

*”Eu consider că serviciile sunt reciproce - eu îl ajut pe primar să afle problemele din oraș, să facă audiențe, el mă ajută pe mine financiar să pot să țin televiziunea. (...) La Cernavodă, lucrând sau apărând pe vremea fostului și actualului primar, cea care a venit după m-a considerat ca fiind un apropiat de-al lui, a zis că e televiziunea primarului. Și eu am zis da, **este televiziunea primarului orasului, indiferent care e el.** (...) Eu mă consider ca un taximetrist, nu mă interesează cine stă în spatele mașinii atâta vreme cât își plătește cursa.” (Valentin Coteț, proprietar Media TV)*

Jurnaliștii Media TV au declarat că încearcă să difuzeze materiale „din toate sferile de interes (social, economic, cultural, politic)”, în limita resurselor televiziunii, a echipamentelor și a timpilor de antenă. Unii dintre angajații televiziunii au făcut în trecut marketing politic sau au fost funcționari publici sau consilieri în relația cu presa la primării, potrivit declarațiilor acestora.

Reprezentanții postului au susținut că au încercat să aibă o relație „amiabilă” și „echidistantă” cu toate formațiunile politice și să reflecte nepărtinitor măsurile politicienilor locali. Proprietarul televiziunii a subliniat că au fost situații când a evitat să implice postul în campaniile electorale locale, pentru a nu-și face dușmani.

”Am încercat să nu mă împrietenesc cu un partid anume. Mai ales la campanie, că în rest, partidele se pierd, nu mai există partide. Contracandidați nu sunt decât în campanie, în rest sunt consilieri la Primărie. (...) Decât să-mi fac dușmani din neglijență că nu-i cunosc, mai bine nu fac campanie.” (Valentin Coteț, proprietarul Media TV)

Cu toate acestea, au existat cazuri când CNA a sancționat Media TV pentru **dezechilibre în prezentarea unor subiecte politice.** Astfel, potrivit unei decizii din 28 iunie, „Consiliul Național al Audiovizualului a sancționat postul de televiziune MEDIA TV cu somație publică pentru încălcarea prevederilor art. 63 din Legea nr. 67/20004 pentru alegerea autorităților administrației publice locale, întrucât în emisiunile de dezbateri electorale difuzate în perioada 14 - 21 iunie 2012 nu a asigurat condiții echitabile, echilibrate și corecte pentru toți competitorii electorali”¹¹⁴. Sancțiunea CNA a venit

¹¹⁴ Decizia CNA nr. 571 din 28 iunie 2012.

În contextul în care televiziunea a difuzat la Mangalia două zile la rând (18 și 19 iunie) o dezbatere electorală în cadrul căreia era prezentată doar poziția fostului primar Mihai Claudiu Tusac (PSD) și a unor colegi de partid ai acestuia. În luna august, la scurtă vreme după campania electorală pentru alegerile locale, angajații Media TV Mangalia au anunțat pe Facebook că „din cauza întârzierilor repetate a salariilor lucrătorilor din cadrul Media TV Mangalia, postul local de televiziune nu va mai emite nicio emisiune/ jurnal/ informație”¹¹⁵.

Patronul televiziunii a spus că, în campania electorală, au avut acces pe post toți politicienii care au cerut timpi de antenă și au plătit pentru producția materialelor sau au furnizat spoturi proprii.

”În campanii toată lumea a plătit, sau mă rog, cei care au plătit au apărut. Au cerut timpi de antenă, le-am dat răspunsul, care au vrut să vină au venit, care nu, nu, din diverse motive. Difuzarea este gratuită, dar producția, nu. Le-am zis să aducă înregistrări și au gratuit difuzarea, dacă *respectă formatul tehnic. Acum patru ani, în campanie, Partidul Conservator a venit cu un material făcut la Antena 1 de Constanța care era al lor și l-am difuzat, iar celorlalți care au zis că vor videoclipuri le-am spus că le facem la un nivel financiar mic și au avut de ales.*” (Valentin Coteț, proprietar Media TV)

[Întrebat ce ar trebui schimbat în mediul politic și economic pentru o presă locală independentă, patronul Media TV a declarat:] „*N-avem ce să schimbăm, n-avem. Adică ce să avem, ar trebui să se schimbe cam tot, cam toată mentalitatea, dar nu putem.*”

În ceea ce privește exercitarea unor presiuni politice sau economice asupra televiziunilor locale din Constanța, acesta a mai spus:

”*Eu nu prea le consider presiuni, pentru că, în afară de 5% sau poate mai mult, presa este a cuiva. Deci, dacă pe mine mă plătește X, nu știu dacă-i presiune faptul că trebuie să dau în toți ceilalți și să fac ca el. Cei de la Pro TV sunt singurii care într-adevăr nu s-au vândut tocmai pentru că nu depind financiar, dar în rest atâta vreme cât te duci să te angajezi, deja astea sunt clare.*” (Valentin Coteț, proprietar Media TV)

Pe de altă parte, un redactor-șef al televiziunii a precizat că, pentru a se proteja în fața presiunilor politice și economice, jurnaliștii trebuie să fie „mai verticali.”

3. Relația în redacție

Jurnaliștii constănțeni au definit relațiile din redacții ca fiind „cordiale”, „umane”, „de prietenie”, „ca într-o familie”.

”*Prin natura lucrurilor, am profesat în toate organizațiile de media din România, iar diferența foarte mare între București și Constanța este că aici lucrurile se desfășoară omeneste. Adică relațiile rămân umane, ritmul de lucru e firesc, viața e viață. Lumea are timp să respire. În București există atâta concentrare și atâta determinare, ca să nu zic ură, încrâncenare, încât pur și simplu oamenii ăia uită să mai zâmbescă. Și trag de angajați până la limita extremă. Transformă în practică reală, de zi cu zi, sloganul ăla că *jurnalist esti 24 de ore din 24. E un slogan care definește o atitudine, nu e un slogan care trebuie transpus mot-à-mot în viața de zi cu zi. Asta e treaba! Întrebați-i [pe angajații din televiziunile centrale - n.r.] ce viață socială sau personală au și o să vedeți că sunt niște vai mama lor, niste handicapați din punctul ăsta de vedere.*” (Dan Dumitru, directorul executiv Neptun TV)*

Jurnaliștii de la Neptun TV - televiziune cu acoperire națională, care are mai mulți angajați, departamente și funcții mai clar structurate și delimitate, și un flux continuu de informații - au precizat că principala așteptare pe care o au de la colegii lor este profesionalismul. Aceștia au precizat că există o colaborare strânsă între jurnaliști, bazată pe încredere și respect reciproc, dar și pe competiție.

La Alpha Media din Medgidia, relațiile dintre jurnaliști sunt cordiale, potrivit celor intervievați. Nu același lucru se poate spune despre relația postului cu alte instituții de media locale, motivul invocat fiind lipsa solidarității la nivel de breaslă.

¹¹⁵ ”Mangalia TV își încetează emisiă”, Ziuconstantina.ro, 26 august 2012.

”Mă interesează să existe aici o relație în primul rând de prietenie și împreună să facem un lucru de calitate.” (Mioara Gârba-Țutu, proprietară și realizatoare de emisiuni Alpha Media)

”Pe alți colegi, pentru că lucrează în instituții de presă aservite care au anumite direcții, îi înțelegi că trebuie să-și câștige pâinea, dar deranjant este că, în momentul în care un coleg este atacat sau jignit de un politician, nu reacționează. Și asta-i cea mai mare durere, și noi am trăit-o pe pielea noastră în 2009 când ne-au scos de pe cablu și nu a reacționat absolut nimeni.” (Jurnalist Alpha Media)

Jurnaliștii de la Litoral TV, mulți dintre ei foști colegi la Constanța TV, au declarat că relația anterioară de bună colegialitate este unul dintre motivele pentru care lucrează la televiziunea din Năvodari. De altfel, cei mai mulți dintre aceștia au fost recrutați de directorul de programe al postului. Întrebat ce ar îmbunătăți relațiile din redacție, un colaborator al televiziunii a argumentat necesitatea unui teambuilding.

”Pentru că echipa e relativ proaspătă și, nefiind mulți oameni, nu au timp să socializeze și atunci așa ceva ar folosi [un teambuilding - n.r.], pentru că s-ar cunoaște oamenii mai bine între ei și ar lucra mai bine. Plus că lucrăm pe segmente orare diferite, ne vedem destul de rar”. (Colaborator Litoral TV)

Jurnaliștii de la Media TV au declarat că patronul postului era singurul liant dintre redacțiile din Medgidia, Mangalia, Cobadin și Cernavodă, iar comunicarea cu acesta se făcea zilnic. Potrivit reprezentanților instituției, la data documentării pe teren din cadrul acestui studiu, se intenționa organizarea unor întâlniri cu toți jurnaliștii Media TV, în urma cărora să se creeze o rețea de colaborare între redacții.

4. Relația cu autoritățile locale

În județul Constanța, relația dintre presă și autoritățile locale este tensionată, principala cauză fiind netransparența multora dintre instituțiile publice, conform jurnaliștilor intervievați. La acest fenomen contribuie lipsa unor comunicatori pregătiți pentru a facilita accesul la informațiile de interes public, conform respondenților. Ca atare, se ajunge frecvent la situații în care **accesul la informațiile de interes public „se negociază”** de la o televiziune la alta și de la un jurnalist la altul, ori în funcție de structura acționariatului și sursele de venit ale instituțiilor media.

”Există o problemă de mentalitate față de relația cu presa mai ales în rândul celor din organele de conducere, care evită să dea anumite declarații sau pun purtători de cuvânt din anumite instituții care sunt așa, mai mult decorativi, și care oricum nu pot să spună ceea ce trebuie să spună.” (Jurnalist Neptun TV)

Totodată, majoritatea celor intervievați au susținut că **alocarea de fonduri publice pentru publicitate este deseori o tentativă de a „domestici” presa** și că nu întâmplător licitațiile sunt câștigate cu precădere de organele de presă care fac partizanate politice. Din documentare a reieșit că **finanțarea din bani publici riscă să înregimenteze politic presa locală și să o transforme într-un instrument politic.**

*„Cred că este o găselniță politică acest tip de publicitate pe care instituțiile statului o acordă. Nu ajută mass-media, ci le cumpără bunăvoința. Nevoia de a fi pe placul presei este una din marile probleme. Și, în special, **presa la ora actuală este cantonată în zona politicului**, că de aici curg subiectele. Și politicienii care încearcă să fie pe placul presei cred că gresesc.” (Reprezentant PNL Constanța)*

”Presa locală din România este în mare măsură controlată local. Adică, finanțările sunt foarte greu de găsit și de multe ori sunt dubioase. (...) O instituție de presă ar trebui să fie în primul rând autofinanțată, dar e foarte greu. Finanțarea este cea care asigură existența oricărui trust de presă. De unde vine - asta e primul lucru care îți diminuează din posibilitatea de a fi independent 100%. A nu se înțelege că e total greșit să accepți bani publici. Bine, să nu revenim la perioada 2000-2004. Nu e greșit și nici imoral să primești publicitate din bani publici, totul e să fie făcută cu bună-intenție, iar televiziunea și administrația locală să se limiteze la relația aceea comercială.” (Jurnalist freelance din Constanța)

De asemenea, relația televiziunilor constănțene cu anumiți politicieni locali sau cu unele instituții publice ori cu reprezentanți ai acestora s-a deteriorat și din cauza modului în care s-a reflectat ostilitatea dintre cei care dețineau televiziunea și politicieni/ reprezentanți ai unor instituții publice. Cei intervievați au susținut că acest lucru s-a produs atât pe fondul liniei editoriale dictate de patronat cu privire la aceștia, cât și din cauza unor **jurnaliști care au transformat de bună voie instituția la care lucrează într-o „extensie a caracterului patronului”**¹¹⁶.

Reprezentanții Neptun TV (post care beneficiază în proporție de 45% de finanțări din bani publici, potrivit managementului) au definit relația cu autoritățile locale ca fiind „bună”. Explicația furnizată a fost că din acționariatul postului au făcut parte politicieni locali influenți, dar și că televiziunea este una cu experiență și vechime în peisajul media constănțean.

”Relația cu administrația locală este bună. Mai mult decât bună. Și asta încă de ani buni, datorită faptului că, de exemplu, Radu Mazăre a fost acționar la Soti Cable, Nicușor Constantinescu, președintele Consiliului Județean, la fel, iar ei și-au vândut acțiunile actualului președinte, Sorin Strutinsky. Iar una dintre marile particularități în Constanța este că relațiile dintre oameni durează, sunt trainice. Adică, dacă ne-am întovărășit acum 15 ani, suntem tovarăși și acum, nu suntem dușmani acum, chiar dacă între timp ne-am făcut mai mari, mai faimoși și mai bogați.” (Dan Dumitru, director executiv Neptun TV)

”Avem corespondenți și în județe limitrofe, la Tulcea, Călărași, unde există o opacitate a autorităților față de presă. În Constanța, fiind foarte multe organe de presă și corespondenți ai televiziunilor centrale, în general partea aceasta a comunicației este una aproximativ bună. Așa cum se întâmplă în orașe atât de mari unde sunt atâtea surse de informare, se află informațiile. (...) Din fericire pentru noi, fiind o televiziune cu o experiență foarte mare, o televiziune care emite de multă vreme și care de cinci ani emite național, nu prea mai avem problemele respective. Relația cu presa în ceea ce privește Neptun TV este una bună, în general.” (Producător Neptun TV)

Ponderea mare a publicității din fonduri publice și apropierea Neptun TV de administrația Mazăre afectează relația televiziunii cu unii politicieni locali din opoziție sau cu structuri publice conduse de opozanți ai administrației locale, potrivit altor respondenți din Constanța.

”TV Neptun primește 2 milioane de euro anual - bani publici, bani de la administrația locală, fie direct, fie prin interpuși (RAJA, RADET, RATC ș.a.m.d.). E subordonată total lui Mazăre, face politica lui Mazăre. Eu văd lucrurile așa cum sunt. Consider că zona aia nu o să mă promoveze niciodată și încerc să găsesc alte forme de promovare. Folosesc comunicate, transmit ce am de spus ori-de-câte-ori am prilejul. Credeți că expresia <<Republica lui Mazăre>> a apărut pentru că am inventat-o eu? Nu, au impus-o ei, cei din grupul lui. (...) Cred că corupția din zona politică și a administrației influențează foarte mult presa.” (Christian Gigi Chiru, Președintele PDL Constanța)

”Relația este de obediență față de partidul lui Mazăre și de sfidare pe față pentru celelalte formațiuni politice. Conferințele de presă sunt spectacole de circ, cu întrebări puse răstit și acuzator.” (Jurnalistă freelance din Constanța)

În Constanța nu există dușmani ai libertății de exprimare, din perspectiva directorului Neptun TV.

„Nu există dușmani ai libertății de exprimare. Constanța poate fi definită ca fiind câmpul sau zona cu cea mai mare sau largă sau fără opreliști libertate de exprimare. Și asta, știți de ce? Pentru că există precedentul sau exemplul creat de Radu Mazăre, care structural e un tip nu liber, ci ultra liber. Detestă, urăște încorsetările, și formele lui de manifestare exterioară de aici pleacă, din resortul ăsta. Și, atunci, inevitabil, unii încercând să îl copieze, alții ținând cont de atitudinea lui, într-un fel sau altul, s-a ajuns la situația în care nu există restricții, ca să nu zic rigori ale libertății de exprimare.” (Dan Dumitru, directorul executiv Neptun TV)

Pe de altă parte, numeroși jurnaliști constănțeni l-au indicat pe primarul Mazăre drept o amenințare la adresa libertății de exprimare deoarece nu răspunde la solicitările de informații și pentru că a intentat numeroase procese împotriva vocilor critice din presă la adresa sa. Primarul a recunoscut că sunt publicații cu care refuză orice contact. Totodată, edilul Radu Mazăre a susținut că echipa sa de avocați a acționat în judecată jurnaliști care l-ar fi atacat nefondat.

¹¹⁶ Sintagma aparține unui politician local din Constanța.

”Pe ăia de la Ziua nu-i citesc. Le mai dau declarații câteodată, dar mai rar, dacă oricum mă înjură, indiferent ce aş spune. De-aia nici nu mai au credibilitate. Eu ştiu de când eram eu jurnalist. Dacă te pui călare pe unul şi te iei în fiecare zi, în fiecare zi de el, jumătate de an, nu mai ai credibilitate. (...) Le mai răspund. Câteodată le răspund, câteodată nu. Dacă vin unii şi-mi cer informații o dată, a doua oară, a treia oară, şi eu văd că nu țin cont sau scriu vădit invers, nu le mai dau informații a patra oară. Să scrie ce vor.” (Radu Mazăre, primarul municipiului Constanța)

Autor „Harta televiziunilor”: *„Ce părere aveți de o lege a presei?”*

Radu Mazăre: *„Nu cred că e nevoie, pentru că, chiar atunci când fac materiale defăimătoare, dacă îi dai în judecată, după câțiva ani de zile câștigi. Mi s-a întâmplat de multe ori. Am cam câștigat toate procesele astea. Am câștigat și cu Ziua, și cu Feri Predescu, și cu Cuget Liber... Cam pe toate le-am câștigat.”*

Autor „Harta televiziunilor”: *„Ce vă determină să-i dați în judecată pe jurnaliști?”*

Radu Mazăre: *„Dacă mănâncă rahat pe bani! Sunt plătiți ca să mănânce rahat fără să se documenteze. Pe mine poate să mă întrebe oricine orice. După ce mă întreabă, poate să scrie ce vrea.”*

Autor „Harta televiziunilor”: *„Sunt jurnaliști care spun că vă folosiți de procese pentru a-i intimida pe cei care vă critică sau scriu materiale negative la adresa dv.”*

Radu Mazăre: *„Hai, măi, astea-s bazaconii! Jurnalistul să fie atent când scrie. Dacă aia spunea că sunt angrenat cu lumea interlopă și nu avea probe - a pierdut. Dacă ăla de la Ziua scria că am dat o autorizație și trebuie să fiu anchetat penal și băgat în pușcărie că nu ştiu ce am făcut și nu aveam dreptul, când eu de fapt aveam dreptul, ce să facem? (...) Mie nu-mi pasă, nici nu-i citesc pe ăia care scriu împotriva mea, citesc avocații. Avocații sunt plătiți să facă ce faceți voi, plătiți să facă monitorizare. Așa-s plătiți și avocații, eu nu-i citesc.”*

Autor „Harta televiziunilor”: *„Cu alte cuvinte, nu sunteți mereu la curent cu procesele?”*

Radu Mazăre: *„Nici cu procesele, nici cu ăia care sunt plătiți să scrie de rău despre mine. Toată presa și toată lumea și toată media e pe bani. (...) Japița aia de ambasador american mai bine ne-ar lămuri cum stau la ei lucrurile decât să mă dea pe mine exemplu negativ, cum s-a întâmplat. Acolo [în SUA - n.r.] e o cenzură mai tare decât la Constanța. Eu am citit acum o lună și jumătate că a apărut pe Internet o știre dată de France Press despre fata lui Obama, care a plecat să-și facă vacanța în Caraibe, însoțită de 25 de bodyguarzi din serviciul de pază. Știrea a fost cenzurată și scoasă de pe Internet în jumătate de zi. Vreți să vă mai dau exemple? Ce dracu! Asta a venit încă o dată să-mi confirme ceea ce am înțeles despre lumea asta.”*

La Năvodari, primarul Nicolae Matei s-a autodesemnat ca fiind un dușman al libertății de exprimare.

”Dușmani ai libertății de exprimare. Sigur. Și eu pot să spun că sunt unul. Sunt situații în care s-ar putea să nu acreditez nu ştiu ce post de televiziune la ședintele de consiliu local, pentru că scrie exact pe invers fără să mă întrebe și punctul meu de vedere, (...) taie din context, mă dă ca unul care mănâncă copii cruzi de fiecare dată. (...) Cred că cel mai mare dușman este presa însăși. Ceea ce semeni aia culegi. Dacă știi să vorbești, dacă vorbești politicos, dacă ceri și punctul de vedere al meu, e altceva. Sunt om totuși, nu? Și îți răspund. (...) Îl bagi pe om în casă, îl pui la masă, îl servești cu o cafea, îi dai un ceai. Dacă dai în mine, îți dau un șut în cur de la etajul unu [la etajul I se află biroul primarului - n.r.] dacă spui neadevăruri. Adică eu te primesc în casă și tu te sui cu picioarele pe masă... îți dai seama că le dau viteză.” (Matei Nicolae, PSD, primarul orașului Năvodari)

În luna noiembrie, primarul Nicolae Matei a fost arestat sub acuzația că ar fi încercat să mituiască un ofițer de poliție pentru a obține protecție în mai multe anchete penale care îl vizau. De atunci, toate materialele pe această temă difuzate de Litoral TV, televiziunea deținută informal de edil, au prezentat situația părtinitor, punând accent pe perspectiva primarului și a susținătorilor acestuia, potrivit analizei autorilor acestui studiu.

Nicolae Matei a fost eliberat în aprilie 2013, după cinci luni de arest preventiv¹¹⁷.

¹¹⁷ “Constanța: Primarul orașului Năvodari, Nicolae Matei, eliberat din arest preventiv”, Agerpres, 17 aprilie 2013.

Jurnaliștii de la televiziunea Alpha Media din Medgidia au susținut că reprezentanții autorităților locale „nu vor să fie transparenți, dar nu au încotro”, pentru că sunt puși „în fața faptului împlinit” prin intermediul materialelor televizate.

Jurnaliștii Media TV din Mangalia au reclamat, la rândul lor, opacitatea instituțiilor publice și au semnalat că au fost cazuri în care **Primăria Mangalia a interzis accesul presei în instituție**, în perioada mandatului USL.

”În Mangalia principala problemă este netransparența administrației publice. Oamenii sunt mai temători, mai închiși, nu au încredere. Greu de tot am reușit să-i convingem că suntem o televiziune care nu ține de nimeni și că încercăm să reflectăm viața orașului așa cum o vedem noi.” (Redactor-șef Media TV Mangalia)

5. Soluții pentru un jurnalism de calitate

Printre cele mai frecvente calități identificate de respondenții constănțeni pentru a defini un jurnalist de calitate au fost „verticalitatea”, „calitatea umană”, „independentă”, „solidaritatea” și „refuzarea mitei”. De asemenea, și cunoasterea limbii române a fost invocată drept criteriu pentru un jurnalism de calitate, în condițiile în care mulți jurnaliști au indicat greșelile gramaticale ca fiind frecvente în presa locală.

”Dacă nu vrei să iei mită, nu vrei să cedezi, dacă te respecti pe tine și cineva îți impune/ respinge ceva - poți să te lupți cu el. Dacă nu reușești - pleci. Acum internetul ne oferă posibilitatea de a ne ridica puțin în picioare, de a ne îndrepta coloana, dacă o avem mai strâmbă.” (Jurnalist freelance din Constanța)

”Jurnalistul de calitate să nu se lase cumpărat. Dacă am fi uniți, am răzbate.” (Directorul Alpha Media Medgidia)

”Singura soluție este să nu mai avem cârnățari pe post de patroni de presă care folosesc ziarul sau televiziunea ca pe o măciucă. Probabil că în timp se așază lucrurile și vor rămâne pe piață televiziunile care sunt business-uri ele însele, de sine stătătoare, televiziuni pentru rațiunea de a fi și de a exista, poate că vor fi mai puține. Jurnalismul de calitate va exista în România în măsura în care vor exista și instituții de presă serioase. Cu acționariat serios, solid, cu business-plan real, adevărat, cu venituri din piață, cu tot ce trebuie.” (Directorul unei televiziuni constănțene)

”O să râdeți, dar pentru mine contează independența și obiectivitatea, deși s-au demonetizat demult. Adevărul, asta e rețeta. Spui adevărul. Bine, susținut de probele pe care le ai. Dar să urmărească doar adevărul. Dar nu poți, mai ales în provincie, este practic imposibil să spui adevărul. Încerci să spui adevărul, dar nu ești lăsat, în presa locală. La ziare este mai multă independență în presa locală.” (Jurnalistă freelance din Constanța)

”Un jurnalist de calitate e un jurnalist cu coloană vertebrală, care își asumă ceea ce face, are surse, are prestanță în momentul în care se deplasează pe teren.” (Jurnalist Neptun TV)

„Educația precară face ca toți candidații [la un post în redacție - n.r.] care încearcă să vină încoace să fie patetici, sau ridicoli. Cea mai mare parte. Rareori găsești candidați buni. Buni însemnând determinați și dotați cu bagajul de cunoștințe generale minim necesar pentru jurnalism. Nu poți să pretinzi să fii comunicator dacă nu cunoști limba română, adică dacă nu ai suficient de multe cuvinte în lexic și dacă nu știi gramatica esențială a limbii române. (...) Niciodată în nicio instituție de presă din România nu am întâlnit ziariști profesioniști proveniți din Facultatea de Jurnalism. Excepțiile confirmă regula.” (Director executiv Neptun TV)

O altă soluție propusă a fost sprijinirea unor instituții publice de radio și de televiziune care să funcționeze pe profit.

”În momentul de față România nu mai are presă de prestigiu. Dispare și pe mâna ei, dar, din punctul meu de vedere, societatea are nevoie de tipul ăsta de serviciu. Nu poți să lași o chestiune de genul acesta, care este importantă pentru modelarea creierelor, caracterelor, generațiilor, nu poți s-o

lași numai în registrul comercial. N-ai cum. Și, atunci, o soluție civilizată ar fi la nivel de țară, la nivel de stat, să ai un serviciu public de televiziune și de radio absolut profesioniste și serios așezate, dar care să funcționeze pe profit, nu pe găuri, pe pierdere.” (Dan Dumitru, director executiv Neptun TV)

Nu în ultimul rând, o remunerație mai bună ar putea sprijini jurnalismul de calitate, potrivit unora dintre cei intervievați. „Cred că majoritatea jurnaliștilor, fiind prost-plătiți, au două-trei joburi. Asta înseamnă că, după șase luni, esti aproape secătuit”, a declarat un jurnalist care colaborează în prezent cu Litoral TV, conduce o publicație online și deține o companie de media și advertising. Același jurnalist a pledat pentru necesitatea schimbului de experiență în redacții profesioniste.

Politicienii locali au propus drept soluții pentru un jurnalism de calitate sancționarea mai aspră a derapajelor, refuzul de a da curs comenzilor politice și realizarea unor emisiuni care să atragă o audiență cât mai mare. Astfel, liderul PDL Constanța a propus limitarea numărului de publicații și organe de presă și înființarea unei structuri care să pedepsească derapajele jurnalistice. Și primarul din Năvodari a declarat că sancționarea mai aspră a derapajelor ar responsabiliza presa. Primarul Constanței a propus drept soluții ca jurnaliștii să se documenteze mai bine și să refuze să dea curs comenzilor politice. Un reprezentant PNL Constanța a susținut că realizarea unor emisiuni care să atragă audiența ar putea crește independența mass-media.

„Probabil că ar trebui limitat numărul. Sunt mult prea multe publicații care trebuie să se întrețină, e o competiție care duce uneori lucrurile în zona de șantaj de presă. Cred că ar trebui să existe un for care să sancționeze și să ridice dreptul de practică pentru cei care comit derapaje grave.” (Christian Gigi Chiru, Președintele PDL Constanța)

”Eu consider că presa trebuie să aibă o mai mare responsabilitate și când greșește trebuie să și plătească, jurnalistul în principal, dar și institutia de presă trebuie să plătească pentru derapaje, prejudiciile de imagine. La noi nu se plătesc. Presa trebuie să plătească.” (Nicolae Matei, PSD, primarul orașului Năvodari)

”Am ajuns la concluzia că meseria de ziarist este oarecum similară cu cea de procuror, în sensul în care și procurorii primesc dispoziții. Dacă au coloană vertebrală, nu le duc la îndeplinire. Așa este și cu ziaristii. Constată care e adevărul și pot să spună <<nu>>. Nu pot să încep urmărirea penală a lui Mazăre sau a nu-știu-cui, pentru că nu sunt probe. Un ziarist cu coloană vertebrală poate spune: <<Dom’le, nu se confirmă, n-am cum să scriu asta>>.” (Radu Mazăre, PSD, primarul municipiului Constanța)

”As vrea de la un jurnalist, dincolo de partea de comentariu pe care o poate face cel care face o analiză, fie că este comentator economic sau altceva, să aibă capacitatea de a discerne ce este esențial în ceea ce prezintă și cât de important este pentru publicul lui ceea ce scrie. (...) Cred că piața și felul în care se reglează relația dintre telespectatori și televiziune pot să crească sau să limiteze gradul de independență. Altfel spus, cu cât ratingul este mai ridicat pe anumite segmente de programe și va avea programe care îi vor asigura prin publicitate veniturile, s-ar putea ca presiunile politice să se calmeze puțin.” (Reprezentant PNL Constanța)

Angajații media intervievați au declarat că simt nevoia unui sindicat puternic, care să-i protejeze pe jurnaliști de intruziunea politicului. Lipsa solidarității la nivel de breaslă a fost principalul argument invocat pentru incapacitatea creării unui sindicat reprezentativ.

Jurnaliștii constănțeni și-au exprimat neîncrederea în sindicatele existente, mulți susținând că au fost nemulțumiți de sindicate care nu le-au putut oferi sprijin în situații de conflicte de muncă. Mai mult, opinia cvasiunanimă a fost că sindicatele sunt niste structuri care apără, mai degrabă, interesele liderilor lor.

”Presiuni au fost peste tot, mai ales în preajma campaniilor electorale. Au apărut publicații locale la Năvodari, la Mangalia, acolo unde lupta asta crâncenă în special în preajma campaniei electorale capătă alte și alte valențe. Aș vrea să fie un sindicat care să-i reprezinte pe cei care chiar au probleme, acolo unde într-o măsură sau alta administrația locală încearcă să-și supună presa.” (Jurnalist Neptun TV)

”N-am o părere foarte bună despre sindicate. Că liderii își apără mai întâi interesele lor și-apoi interesele membrilor de sindicat.” (Jurnalistă Litoral TV)

În lipsa unor mecanisme de protecție general-acceptate și funcționale, reprezentanții Neptun TV au declarat că au apelat în mai multe situații la companii de pază private pentru a asigura integritatea fizică a angajaților și a echipamentelor televiziunii.

„În ziua alegerilor am fost să vedem ce se întâmplă și, ca să evităm orice fel de risc, acolo unde am deplasat echipe de transmisie am asigurat și un echipaj de securitate de la o firmă de bodyguardzi, și atunci oamenii au fost corecti, au mai vociferat, dar nu au fost incidente. Problema era că riscam echipamentele. Că lua unul un bolovan, îl aruncă în antena de satelit și mă costă 25.000 antena. Și lui ce-i face Poliția, nu-i face nimic. Îl ia, îl anchetează, îi dă o amendă și, cu asta, basta.” (Dan Dumitru, director executiv Neptun TV)

În ceea ce privește **existența unei legi a presei**, opiniile au fost împărțite. Pe de o parte, au fost respondenți care au opinat că o lege „făcută cu responsabilitate”¹¹⁸ ar proteja jurnaliștii de presiunilor politice și economice și le-ar asigura drepturile. Totodată, au fost și intervievați care s-au declarat în favoarea unei legi a presei pe motiv că ar reduce derapajele. Însă la fel de multe voci s-au declarat împotriva existenței unei legi a presei, argumentând că aceasta ar fi o măsură excesivă, care ar îngradi libertatea presei.

”Cred că trebuie făcut și ceva din punctul de vedere al legislației. Adică să beneficiem cumva de protecție.” (Directoarea postului Alpha Media din Medgidia)

”Ar trebui să existe [o lege a presei - n.r.], dar depinde cine o face. Poate ar avea mai multe drepturi jurnaliștii.” (Jurnalistă de la Litoral TV)

”Autoreglementarea nu e suficientă, dar, cu cât reglementezi mai mult, cu atât găsești porțițe mai multe de a trece peste reglementări. Este necesar un cod deontologic.” (Jurnalist Neptun TV)

”Să lăsăm presa să-și urmeze linia, să se formeze singură.” (Jurnalistă freelance)

”Nu cred că presa are nevoie de o lege. Nici autoreglementarea nu e suficientă. Breasla din păcate s-a degradat chiar și în definiția ei de breaslă. Nu mai există breaslă, de fapt.” (Jurnalist Litoral TV)

¹¹⁸ Potrivit unei jurnaliste Alpha Media.

Dolj: Multe televiziuni, puțini jurnaliști

1. Context

În județul Dolj, conform datelor oferite de Consiliul Național al Audiovizualului¹¹⁹, există 13 licențe TV, însă cele mai importante televiziuni din județ sunt: **Oltenia 3 TV**, **TVS**, **General TV (GTV)**, **Oltenia TV** și **TeleUniversitatea**, ultima aparținând instituției de învățământ superior din localitate. Televiziunile doljene au acoperire locală și sunt transmise prin cablu, cu excepția Oltenia TV.

Televiziunile locale craiovene au, conform celor intervievați, un caracter generalist, sunt echidistante și echilibrate, cu toate că o parte dintre cei intervievați susțin că unii jurnaliști au o opțiune politică vizibilă de foarte multe ori. Nivelul de încredere al respondenților în televiziunile locale variază. Unii au precizat că au cea mai mică încredere în GTV, alții în TVS. Oltenia 3 TV și Oltenia TV au fost indicate ca televiziunile în care cei intervievați au cea mai mare încredere.

”Posturile locale trăiesc din difuzarea de muzică populară (prețul mediu este de 200-300 de euro/contract) și ședințe de consiliu. La Craiova s-au înființat televiziuni din afacerile cu alcool și returnări de TVA.” (Reprezentant CNA despre județul Dolj)

”În televiziunile centrale bătălia este pe rating, dar la cele locale nu este așa. De aceea, cele din urmă sunt mult mai echilibrate.” (Constantin Dascălu, deputat PDL Dolj)

La data realizării documentării pe teren în județul Dolj¹²⁰, licența pentru **Oltenia 3 TV** aparținea SC Media Cover SRL (CUI: 22768434), autorizația de funcționare fiind emisă de CNA în septembrie 2010. Conform managementului televiziunii, până în 2010 patronii Oltenia 3 TV au închiriat Oltenia TV de la omul de afaceri Dinel Staicu, dar au preferat să înființeze o nouă televiziune în acel an. Asociații Media Cover SRL erau, la data realizării interviurilor, conform directorului general, Tiberiu Constantin Pătru¹²¹: Bogdan Berneanu, Marius Pîrlea, Luiza Pătru, Tiberiu Constantin Pătru și Ana Maria Gâlcă¹²².

Conform datelor oficiale de la Registrul Comerțului (august 2013), acționarii SC Media Cover SRL sunt Barcon Marius 40%, Pătru Diana-Luiza 10% și Pîrlea Marius-Ovidiu 50%.

Tiberiu Constantin Pătru a declarat că bugetul operațional pe 2011 a fost de 6 -7.000 de euro pe lună, fără profit semnificativ, și că nu existau fonduri pentru computere, camere, lumini, iar salariile, cuprinse între 1.000 și 4.500 de lei, întârziu câteodată și două luni. În anul fiscal 2012, Media Cover SRL a avut, conform bilanțului depus la Ministerul Finanțelor, o pierdere brută de 146.811 lei la o cifră de afaceri netă de 345.571 de lei.

Conform Consiliului Național al Audiovizualului¹²³, din 2013 licența aparține SC Fond Media SRL, companie înființată în februarie 2013, al cărei asociat este Lungu Mariana Monica.

Grila de programe s-a modificat rar în ultimii trei ani, unele rubrici ajungând emisiuni. Principalul advertiser este Arbomedia cu o pondere de 30%, iar 50% din publicitate vine de la autoritățile publice locale. Contractele de publicitate nu au fost plătite la timp, dar managerii oferă condiții mai bune pentru contractele încheiate pe o perioadă de șase luni. Sumele sunt mici, dar contractele sunt încheiate cu companii serioase, conform directorului general Oltenia 3 TV.

”Oltenia 3 TV are emisiuni mai profunde decât celelalte televiziuni, explicația fiind echipa mai școlită.” (Reprezentant CNA despre județul Dolj)

¹¹⁹ Vezi www.cna.ro, august 2013.

¹²⁰ Octombrie 2012.

¹²¹ Tiberiu Pătru și Bogdan Berneanu au fost arestați pentru evaziune fiscală, returnări ilegale de TVA, spălare de bani <http://www.editie.ro/articole/eveniment/bogdan-berneanu-si-tibi-patru-raman-in-arest.html>. Printr-o sentință definitivă a ICCJ din octombrie 2013, Constantin Tiberiu Pătru și Bogdan Berneanu și au primit câte 4 ani de închisoare cu executare <http://www.cvlpress.ro/02.10.2013/”jurnalistii-tva-berneanu-si-patru-condamnati-definitiv-la-inchisoare-cu-executare/>

¹²² Ana Maria Gâlcă a fost director de imagine al PNȚ-CD, conform propriei declarații. A fost cercetată penal pentru delapidare (2008) <http://www.indiscret.ro/191/dezvaluiri/6633/ana-maria-galca-cercetata-penal-pentru-delapidare.html>

¹²³ <http://www.cna.ro/Situa-ii-privind-licen-ele,6170.html>

"Oltenia 3 TV sunt echilibrați. Un fost cameraman de la Oltenia 3 TV pe vremea când televiziunea era condusă de Adrian Mititelu¹²⁴ a devenit patronul GTV." (Corespondent TVR la Craiova)

"Oltenia 3 TV are inițiative interesante cu oameni din toate partidele politice. Aici, jurnaliștii au un gen de interviuri care permit publicului să vadă și altfel omul politic, permițând astfel telespectatorului să-și formeze o idee, o imagine mai complexă despre politician." (Constantin Dascălu, deputat PDL)

"Oltenia 3 TV este împărțită egal între stânga și dreapta, pentru că și jurnaliștii sunt împărțiți din punct de vedere politic. Oltenia 3 TV are un partizanat puternic fie de stânga, fie de dreapta. Dacă are o problemă cu Primăria, vine un altul și salvează situația. În ceea ce privește activitatea Primăriei nu televiziunile sunt problema, ci presa scrisă. Gazeta de Sud este profund băsist¹²⁵." (Lia Olguța Vasilescu, primar Craiova, PSD)

"Este o televiziune ambițioasă, cu reporteri și producători dornici de a fi primii la toate evenimentele. Emisiunile sunt oarecum imprevizibile. Selectează candidații care sunt acizi, discuțiile pot fi aprige acolo. A câștigat extraordinar de rapid teren. E unul dintre posturile mele preferate." (Mario-Ovidiu Oprea, senator PNL)

"Oltenia 3 TV depinde de contracte cu administrația, prin ilustrarea investițiilor, și mai avem și publicitate la nivel național. Fără Consiliul Județean sau Primărie ar fi foarte greu. Piața de publicitate e slabă, dezvoltarea economică a orașului e sub orice critică." (Tiberiu Constantin Pătru, director general Oltenia 3 TV)

"Noi suntem a doua televiziune locală din țară ca audiență, suntem după TV Brașov ca număr de spectatori. Odată ce ne poziționăm în Top 5 nu prea ne simțim concurați de Oltenia TV. Am fi putut fi, dacă își păstrau personalul. S-au dus la Digi, s-au împrăștiat." (Ana Maria Gâlcă, redactor-șef, prezentator și moderator Oltenia 3 TV)

Licența pentru **Oltenia TV** a fost emisă în 24 aprilie 1997. Deținătoarea licenței audiovizuale este SC Forum Privat Prod Oltenia SA (CUI: 14467520), ai cărei acționari sunt: Niță Dumitru - acționar principal - 69.714% și Logofătu Radu - 30.286%. Televiziunea emite terestru. Potrivit datelor de la Ministerul Finanțelor, societatea comercială care deține Oltenia TV a avut în 2012 o cifră de afaceri netă de 56.193 de lei și un profit net de 8.051 de lei.

"Oltenia TV este printre primele posturi tv care au apărut în Craiova. Este primul post care emite în eter. S-a numit inițial Oltenia 3 TV și era o afacere a unui domn din Timișoara. A ajuns la alți proprietari, la frații Mihăilescu¹²⁶, apoi la Dinel Staicu. Când era în proprietatea lui Staicu a cerut licență prin satelit și a funcționat pe timpul alegerilor trecute. S-au făcut cheltuieli mari într-o zonă în care nu ai piață de publicitate. Oltenia TV și Oltenia 3 TV s-au separat din motive de interes economic, financiar." (Reprezentant CNA despre județul Dolj)

"Oltenia TV i-a aparținut lui Dinel Staicu, standardele fiind în general destul de joase, motivul fiind că la un moment dat Staicu a cerut realizatorilor de emisiuni să-și plătească singuri emisiunile. De exemplu, pentru o emisiune de folclor cineva trebuia să plătească 5.000 de euro pe lună și Staicu îi pune la dispoziție unda tv. Li s-a pus și condiția să aducă bani și astfel nu se putea spune că Oltenia TV avea o tendință politică, pentru că un realizator avea posibilitatea să aleagă de unde ia banii." (corespondent TVR la Craiova)

"Oltenia TV este un post echidistant. Echilibrat. Cu moderatori foarte buni, cu foarte mult bun simț și nu am ce să le reproșez. Sunt și jurnaliști care au o anumită opțiune și uneori se vede lucrul ăsta." (Constantin Dascălu, deputat PDL)

¹²⁴ Om de afaceri, investitor la FC Universitatea Craiova.

¹²⁵ Lia Olguța Vasilescu se află în conflict deschis cu ziarul Gazeta de Sud, căruia îi refuză accesul la informații de interes public care privesc activitatea primăriei.

¹²⁶ Nicu și Eugen Mihăilescu au fost trimiși în judecată în anul 2006 și sunt acuzați de înșelăciune cu consecințe deosebit de grave, evaziune fiscală, spălare de bani și asociere în vederea săvârșirii de infracțiuni. Tribunalul Dolj i-a condamnat în octombrie 2012 la 10 ani de închisoare cu executare. http://adevarul.ro/locale/craiova/fratii-mihailescu-fost-condamnati-10-ani-inchisoare-executare-controversatii-oameni-afaceri-acuzati-returnari-ilegale-tva-1_50aec1b57c42d5a6639ffec2/index.html

”Este foarte corectă!” (Lia Olguța Vasilescu, primar Craiova, PSD)

”Oltenia TV este specială, este apreciată de toate partidele, este obiectivă, acordă cu strictețe timp egal partidelor, candidaților, iar moderatorii au un stil destul de echilibrat, plăcut pentru un anumit tip de telespectator și un anumit tip de politicieni. Cei mai silențioși politicieni caută acest tip de televiziune.” (Mario-Ovidiu Oprea, senator PNL)

General TV (GTV) era la data documentării, conform inspectorului teritorial CNA, un post tv nou apărut, înființat de familia Gagiu. Deținătoarea licenței audiovizuale era în octombrie 2012 SC Ramidona SRL (CUI: 29482960), ai cărei asociați erau: Gagiu Ionel Cosmin - asociat principal - 90% și Gagiu Mirabela Elena - 10%. În prezent, licența aparține, conform CNA, SC Raioga SRL (CUI: 30464193), înființată în iulie 2012, al cărei asociat unic este Gagiu Ioan¹²⁷. Conform datelor de la Registrul Comerțului, SC Raioga SRL a avut în 2012 un profit net de 993 de lei la o cifră de afaceri netă de 23.550 de lei. SC Ramidona SRL a fost radiată în data de 7 martie 2013. Potrivit datelor de la Ministerul Finanțelor, SC Ramidona SRL a avut în 2012 o cifră de afaceri netă de 426.170 de lei și nu a înregistrat profit.

Decizia de autorizare a GTV a fost emisă în 16 februarie 2010. Televiziunea emite prin cablu. Soții Gagiu au refuzat să acorde interviuri pentru acest raport, făcând doar câteva precizări legate de o sancțiune pe care au primit-o din partea CNA.

În ziua referendumului pentru demiterea președintelui din 2012, GTV a primit o somație din partea CNA¹²⁸, nejustificată din punctul de vedere al inspectorului CNA, pentru că a difuzat un spot electoral. A fost anunțată și Poliția care a amendat postul TV pentru nerespectarea legii electorale.

Patronii GTV au refuzat să facă declarații amănunțite pe acest subiect, mulțumindu-se să precizeze că ei au respectat legea și că amenda Poliției nu a fost justificată. Purtătorul de cuvânt al Inspectoratului de Poliție al județului Dolj a promis că va identifica procesul verbal încheiat atunci pentru a fi consultat. Acest lucru nu s-a mai întâmplat.

”Membrii CNA nu au avut răbdare să asculte ce le-am spus. Emisiunile pentru sâmbătă și duminică se fac după un program de tip playlist. M-a sunat un domn de aici din Craiova, cineva din staff-ul de campanie a PDL și mi-a spus că GTV încalcă legislația. Au sunat și la Poliție. Când am ajuns la sediul televiziunii, m-am întrebat ce caută Poliția acolo.” (Reprezentant CNA despre județul Dolj)

”Incidentul de la GTV din perioada referendumului nu putea fi o defecțiune tehnică, așa cum se spune, ci o acțiune intenționată.” (Corespondent TVR la Craiova)

”Am fost o singură dată invitat la GTV în urmă cu câțiva ani. Nu urmăresc acest post. A fost problema asta la referendum. Reluau un miting electoral și cei de la Poliție au reacționat. Imediat s-a oprit emisiunea. Nu știu mai departe ce s-a întâmplat, nu știu amănunte, se spunea că era o problemă tehnică.” (Constantin Dascălu, deputat PDL)

”GTV este un fel de OTV al Doljului. Realizatorul de emisiuni și directorul postului este finul lui Dan Diaconescu. Are emisiuni aproape copiate de la OTV, dar important este că are foarte multe telefoane în direct.” (Lia Olguța Vasilescu, primar, PSD)

”GTV e ca OTV, dar această televiziune este foarte apreciată în mediul rural, fiind axată pe foarte multe emisiuni care interacționează și antrenează telespectatorii. O emisiune poate să ajungă și în toiul nopții, cam ca la OTV. Funcționează bine intervențiile, telefoanele în timpul emisiunilor.” (Mario-Ovidiu Oprea, senator PNL)

În 2008 Cosmin Gagiu a candidat ca independent la Caracal, reprezentând, conform propriilor declarații, OTV¹²⁹.

¹²⁷ născut în 1945.

¹²⁸ <http://www.cna.ro/Decizia-nr-652-din-13-09-2012.html> ”Consiliul Național al Audiovizualului a sancționat postul de televiziune GENERAL TV cu somație publică pentru încălcarea dispozițiilor Deciziei privind desfășurarea campaniei pentru referendumul privind demiterea Președintelui României, întrucât a difuzat imagini de la un miting electoral după încetarea campaniei pentru referendum.”

¹²⁹ ”Candidatii la alegerile parlamentare din 30 noiembrie 2008”, de Luminita Pirvu, HotNews.ro, 22 octombrie 2008; ”Cosmin Gagiu- candidatul OTV-ului in Caracal”, 27.11.2008, cancan.ro

Dan Diaconescu (fondator al OTV și al Partidului Poporului - Dan Diaconescu - PP-DD) și Antonie Solomon (fost primar al Craiovei, senator PP-DD, condamnat definitiv în septembrie 2013 de ICCJ la trei ani de închisoare cu executare într-un dosar de corupție) sunt nași ai familiei Gagi.

TVS emite pe cablu, a fost a doua televiziune din Craiova și inițial se numea TerraSat. Licența este deținută de SC Fastpromo SRL (CUI: 15789884), ai cărei asociați sunt Maftei Gheorghe 95% și Paraschiv Adrian Silviu 5% și este autorizată să funcționeze din 11 decembrie 2003. Acționarul principal al Fastpromo SRL, Gheorghe Maftei, este acționar minoritar al companiei de cablu RCS RDS¹³⁰. Fastpromo SRL deține și licența pentru TVS Brașov. În 2012, societatea care deține licența TVS a avut cifra de afaceri de 934.088 de lei și un profit net de 364.576 de lei și un număr de 18 angajați, conform bilanțului depus la Ministerul Finanțelor.

"TVS este al doilea post tv care a apărut în Craiova pe cablu și se numea TerraSat, actualmente fiind deținut de un acționar din Brașov din grupul RDS." (Reprezentant CNA despre județul Dolj)

"De TVS săracu' s-a cam ales prafu'. Sărăcie mare. Patronii de la firma lor i-au lăsat să moară de foame. Au încercat să fie echilibrați, dar este limba de serviciu a primăriei. Sunt slugile primăriei. Dacă nu ar fi fost așa, nu ar fi rezistat." (Corespondent TVR la Craiova)

"TVS au și emisiuni de viață, cum e <<Cafeaua de sâmbătă dimineața>>, într-un cadru relaxat, în grădini publice și-n alte locuri interesante, nu numai în studio. Nu prea urmăresc acest post, dar e posibil să fie echilibrat." (Constantin Dascălu, deputat PDL)

"TVS este un post de informare, nu unul preponderent politic, pentru că are puține emisiuni politice, predominând cele culturale, distractive." (Lia Olguța Vasilescu, primar Craiova, PSD)

"TVS este o televiziune foarte respectată, au descoperit un stil de emisiuni pe care celelalte televiziuni nu le-au încercat, este o televiziune care s-a maturizat." (Mario-Ovidiu Oprea, senator PNL)

La TVS vânzarea spațiilor publicitare asigură salariile, care sunt cuprinse între 900 și 1.400 de lei, potrivit reprezentanților televiziunii. Relația dintre management și patronat este considerată bună de către angajații TVS, mai ales că salariile au început să fie achitate la timp, în 2011 existând întârzieri și de două luni. Salariile mici au dus la scăderea numărului jurnaliștilor din TVS, aceștia fiind atrași de salariile oferite de stația locală a Digi 24. TVS produce 10-12 știri zilnic, făcute de cele trei echipe de teren. Grila de programe se schimbă foarte rar, conform respondenților. Redactorul șef discută zilnic telefonic cu patronatul despre problemele apărute, cei intervievați declarând că patronatul nu intervine în procesul editorial.

TeleUniversitatea se numără printre primele televiziuni craiovene, licența datând din 23 ianuarie 1996. Deținătoarea licenței audiovizuale este Universitatea din Craiova (CUI: 4553380). Televiziunea a fost înființată cu o sponsorizare a omului de afaceri Iosif Constantin Drăgan, care a donat toată aparatura necesară, Universitatea punând la dispoziție spațiul.

"În urmă cu 5-6 ani deputatul PSD Florentin Gust, care era director la Casa de Cultură a Studenților din Craiova, a făcut un prim pas de modernizare a postului la care soția sa era director. A câștigat un proiect european și a adus aproape în integralitate aparatura digitală, un mic car de reportaj și a pus o ordine în postul respectiv, pentru că înainte s-au întâmplat multe chestiuni în preajma alegerilor din 2004." (Reprezentant CNA despre județul Dolj)

"TeleUniversitatea este văzută ca o televiziune ambițioasă, dar cu oameni subțirei ca pregătire profesională." (corespondent TVR la Craiova)

"Cu TeleUniversitatea am avut foarte puține contacte, nefiind invitat de aproape doi ani. Urmăresc rar programele lor." (Constantin Dascălu, deputat PDL)

"TeleUniversitatea este o pepinieră pentru celelalte televiziuni, un loc unde studenții se formează." (Lia Olguța Vasilescu, primar Craiova, PSD)

¹³⁰ Gheorghe Maftei deține 4,51% din RCS Management SA, acționar majoritar al Cable Communications Systems N.V. care deține în proporție de 88.54% RDS/RCS - http://www.cna.ro/IMG/pdf/Actionari_20062013.pdf

”Este o televiziune foarte tinerească, i-a încolțit pe candidații partidelor politice cărora nu le-a dat posibilitatea să se eschiveze, punându-i să răspundă în interviuri stradale, în timp real, cetățenilor.” (Mario-Ovidiu Oprea, senator PNL)

Cei intervievați au declarat că au ales să lucreze în instituțiile media datorită libertății de exprimare, a confortului profesional și a libertății de decizie. Motivele pentru care jurnaliștii ar demisiona de la actualul loc de muncă sunt legate de impunerea în cadrul redacției a unor „lucruri” cu care jurnaliștii nu ar fi de acord, dacă echipa nu i-ar mai accepta ca membri, sau neplata salariilor.

”A trecut vremea jurnalismului făcut de amorul artei. Fac televiziune pentru că mai există și alte soluții decât investigațiile, poate mai subtile, de le arăta oamenilor în ce lume trăiesc. Eu am ales lumea reportajului” (Constantin Tiberiu Pătru, director general Oltenia 3 TV)

”Aș pleca imediat dacă aș primi o ofertă extrem de tentantă la un post de televiziune important unde să am aceleași atribuții. Cu toate acestea, mă simt legat sufletește de TVS pe care o consider familia mea” (Nicolae Duță, redactor-șef TVS)

”Am refuzat o ofertă venită din partea celor de la Digi TV. Se pare ca banii nu m-au motivat. Mirajul de a lucra într-o televiziune națională nu m-a motivat să-mi dau demisia și nici echipa de profesioniști nu m-a motivat. Singurul motiv pentru care aș pleca de aici ar fi să mă mut în altă țară și să desfășor un proiect din afara presei.” (Ana Maria Gâlcă, redactor-șef, prezentator și moderator Oltenia 3 TV)

Cea mai importantă problemă a televiziunilor locale doljene este, conform celor intervievați, subfinanțarea, care se reflectă și în salarii. Deputatul PDL Constantin Dascălu crede că Guvernul ar trebui să inițieze proiecte de presă pe care televiziunile locale să le acceseze, întrucât concurența pentru banii de publicitate determină televiziunile să evite emisiuni sociale.

”La Oltenia 3 TV jurnaliștii au decis să devină asociați tocmai pentru a scăpa de presiunile unui posibil finanțator. Televiziunile locale trebuie finanțate de la buget exact ca și TVR, pentru că în general acestea depind de contractele cu administrația locală, pentru că piața de publicitate e slabă din cauza subdezvoltării economice a orașului. Situația precară a televiziunilor locale poate fi îmbunătățită printr-o finanțare adecvată în vederea achiziționării de echipamente performante.” (jurnalist Oltenia 3 TV)

2. Percepția asupra jurnalismului. Influențe economice și politice

Mediul politic în Dolj, unde PSD domină administrația locală, se coalizează împotriva presei, indiferent de formațiunea politică, au declarat cei intervievați. Unii jurnaliști consideră că politicul intervine financiar în presă, mediul de afaceri fiind strâns legat de cel politic. Alți respondenți au indicat faptul că mulți politicieni au purtători de cuvânt sau șefi de cabinet foști jurnaliști.

”Există un partid unic aici, toți sunt prieteni între ei, sunt la băut împreună.” (corespondent TVR la Craiova)

”Când e vorba de televiziuni, când e vorba de campanie electorală, sunt tot felul de personaje care intră în politică și au companii de la care s-a dat publicitate. Aici e povestea, dacă poți face diferența și dacă poți să-l faci pe omul ăla să înțeleagă că banul lui plătește un serviciu. El nu este proprietarul televiziunii. Politicul își bagă nasul financiar în presă. De exemplu Marinescu¹³¹, care este politician la PD, europarlamentar, are un buget de la Uniunea Europeană pentru niște emisiuni. Nu ai cum să nu-l accepți pe ăsta, nu ai cum să zici că își face indirect propagandă. E vorba de o emisiune de interes public plătită de Uniunea Europeană.” (jurnalist Oltenia 3 TV)

”Nu fac investigații, nu pentru că aș deranja, ci pentru că e ineficient. În televiziunea asta toate partidele au același regim. Nu-și permite nimeni să facă o presiune directă. Nu mediul politic exercită direct presiune, presiunea se manifestă prin faptul că reduce posibilitatea de dezvoltare economică a media. Măsuri pentru a proteja jurnalștii de presiuni? Dacă vrem jurnaliști independenți trebuie să

¹³¹ Membru PDL, <http://www.marian-jean-marinescu.oltenia.ro>, fost prefect și parlamentar de Dolj

le dăm salarii și după aia să le cerem să-și facă meseria și datoria. Până atunci, povestea ține de caracter.” (Constantin Tiberiu Pătru, director general Oltenia 3 TV)

Deputatul PDL Constantin Dascălu a indicat faptul că televiziunile nu au legături politice, relația acestora cu mediul politic fiind deschisă și a menționat GTV ca având afinități către USL. Nici primarul Craiovei, Lia Olguța Vasilescu, nu știe să existe legături între politic și televiziunile locale, relațiile ținând de simpatiile personale ale jurnalistului și ale patronatului. Senatorul PNL Mario-Ovidiu Oprea a precizat că mediul politic dictează mediului economic în Dolj și a recunoscut că el nu a avut mult timp o relație bună cu presa, dar că vina i-a aparținut.

”Un jurnalist trimis la un partid politic se împrietenește poate prea mult cu partidul politic. Foarte mulți jurnaliști au ajuns în partidele de care s-au ocupat.” (Lia Olguța Vasilescu, primar Craiova, PSD, fostă jurnalistă)

”O presă locală independentă nu există, presa trăiește în strânsă legătură cu administrația, 20-30% din finanțare venind de la autoritățile locale.” (Nicolae Duță, redactor-șef TVS)

”Avem șansa să avem și un europarlamentar, Marian Jean Marinescu¹³², care ne povestește ce face Parlamentul European, nu ce face el acolo. De cele mai multe ori se duce la Oltenia 3 TV, se duce în funcție de abilitatea și cultura moderatorului.” (Reprezentant CNA despre județul Dolj)

Marian Jean Marinescu (europarlamentar PDL) și Ion Prioteasa (președintele PSD Dolj și președintele Consiliului Județean Dolj) au fost indicați de către unii dintre cei intervievați ca politicienii care controlează televiziunile locale.

”Pentru ca jurnaliștii să fie protejați de presiuni economice și politice, ei ar trebui să ia atitudine și să spună că meseria lor nu e una de cerșetori și informații ale unor personaje de la care primesc un ciot.” (Ana Maria Gâlcă, redactor-șef, prezentator și moderator Oltenia 3 TV)

”Am relații și bune și proaste cu mass-media. În campanie mi-a fost ostilă, după campanie mi-a devenit foarte prietenă. În presa care apare în campanie au nume fictive jurnaliștii. De exemplu: Expresul de Sud. Un interlop, Doru Măgaru, care mânjește candidații.” (Lia Olguța Vasilescu, primar Craiova, PSD)

3. Relația în redacție

Conform respondenților, relațiile dintre jurnaliști și dintre jurnaliști și manageri sunt amicale, neexistând o relație de subordonare. Relația dintre instituțiile media din Craiova sunt în general bune și țin de relația directă dintre jurnaliști. Relația televiziunilor cu instituțiile media centrale a fost descrisă de intervievați ca fiind una tensionată, motivul invocat fiind că subiectele preluate de la mass-media locale de către presa sunt transformate conform cerințelor șefilor.

”Presa locală nu mai are aceeași influență pe care o avea acum 10-15 ani când schimba judecători, șefi de poliție. Sunt mult mai multe televiziuni și ziare centrale care au corespondenți și care abordează aceste subiecte. Presa locală nu prea mai este o a patra putere.” (Ana Maria Gâlcă, redactor-șef, prezentator și moderator Oltenia 3 TV)

”Relația este una prietenească, ceea ce nu e un lucru bun, pentru că atunci când există nemulțumiri reproșurile se fac mai greu.” (Nicolae Duță, redactor-șef TVS)

”Noi ne facem ședintele de redacție și la grătar, la șefu' la casă!” (Ana Maria Gâlcă, redactor-șef, prezentator și moderator Oltenia 3 TV)

Cei intervievați au declarat că advertorialele sunt acceptate, dar doar dacă sunt marcate ca publicitate. Renunțarea la materiale în schimbul reclamei nu este acceptată de către cei intervievați. Consumația plătită în timpul documentării este și ea, în general, de neacceptat. Respondenții au declarat că țin cont întodeauna de interesul publicului de a fi informat, de restricțiile CNA, de interesul administrației publice locale doar dacă e de interes public, nu și dacă interesul este legat de personaje

¹³² Membru PDL, <http://www.marian-jean-marinescu.oltenia.ro>, fost prefect și parlamentar de Dolj.

din administrația locală. Se ține cont de interesul clienților de publicitate, respondenții declarând că este nevoie de o atenție sporită față de produsul pe care îl produce televiziunea pentru client sau față de cel cu care vine clientul. Jurnaliștii au declarat că cunosc și respectă Legea Audiovizualului pentru că televiziunile nu-și permit amenzi, considerate „un dezastru financiar” pentru un post local tv.

”Dacă merg să realizez un material pentru Consiliul Județan la 100 de km de Craiova, nu mă interesează cine plătește. Dacă te invită Agenția de Dezvoltare Regională la Brașov și ai o colaborare, un contract, e firesc să mergi acolo la invitația lor și evident te așteaptă cu cazare, masă.” (Nicolae Duță, redactor-șef TVS)

4. Relația cu autoritățile locale

În ceea ce privește relația cu autoritățile locale, aceasta este în general bună. Problemele indicate de către cei intervievați au fost: lipsa unui purtător de cuvânt al Spitalului Județean, lipsa transparenței unor instituții cum ar fi Direcția de Tineret și Sport, lipsa personalului specializat în relația cu presa, ceea ce duce de multe ori la oferirea de comunicate de presă care sunt pline de greșeli gramaticale sau conțin informații eronate. Despre partidele mici cum ar fi PP-DD sau PNȚ-CD s-a spus că „uită” să anunțe conferințele de presă.

”Cu autoritățile locale e bună, că s-au obișnuit că informația poate fi în folosul lor. Mai există momente când transparența lor e mai opacă. Sunt interesați să-și mediatizeze evenimente.” (Constantin Tiberiu Pătru, director general Oltenia 3 TV)

”În momentul în care eu vin la tine și vreau publicitate și tu ești un personaj în administrația locală, eu dacă iau de la tine publicitate nu mai pot să vorbesc niciodată de tine în momentul în care tu îmi dai niște bani.” (jurnalist, producător Oltenia 3 TV)

5. Soluții pentru jurnalismul de calitate

Calitatea programelor TV a scăzut, conform respondenților, din cauza subfinanțării, a pieței de publicitate care este foarte mică, a aparaturii de proastă calitate, dar și pentru că în presă au ajuns să lucreze oameni fără calificare, iar salariile foarte mici din presa locală duc la corupție în sânul breslei. Jurnaliștii din mass-media doljene au salariile cuprinse între 800 și 1.500 de lei.

”Este normal ca un om de presă să fie plătit cu șapte, opt milioane? Este foarte puțin! Oamenii se expun pericolului, stau nedormiți zi și noapte, muncesc foarte mult.” (Constantin Dascălu, deputat PDL)

”Dacă faci dintr-un fost șofer realizator de emisiuni sportive și ajunge și corespondent, dacă pui un cameraman director, nu poți să faci televiziune.” (corespondent TVR la Craiova)

”În ultimii trei, patru ani au apărut tot felul de ziarști care oferă informații umflate, nu au surse certe, ceea ce duce la lipsa de încredere a oamenilor. Se face jurnalism după ureche, un jurnalism în care un zvon devine o știre.” (jurnalist, producător Oltenia 3 TV)

Nivelul de pregătire al jurnaliștilor din media doljeană este, conform respondenților, apropiat de nota șase. Un jurnalist de calitate ar trebui, conform celor intervievați, să simtă subiectele așa cum își doresc telespectatorii/cititorii, să fie imparțial, să aibă cultură generală, să fie echilibrat, să aibă conștiința responsabilității sociale, să fie documentat și să nu accepte să-i fie modificate materialele. Un jurnalist de calitate trebuie să cunoască limba română, să ofere corect informația și să poată fi apt să facă parte dintr-o echipă, să nu aibă partizanaturi politice.

”Un jurnalist de calitate din păcate trezește nostalgii, pentru că nu prea mai văd. Avem și aici jurnaliști de calitate, dar nu-i folosim din cauza lipsei de eficiență.” (Constantin Tiberiu Pătru, director general Oltenia 3 TV)

"Jurnaliștii nu mai trebuie văzuți ca niște milogi care cerșesc la ușa ministerelor, primăriilor. Persoane publice umilesc, jignesc jurnaliștii, făcând un deserviciu meseriei." (Ana Maria Gâlcă, redactor-șef, prezentator și moderator Oltenia 3 TV)

Soluțiile pentru îmbunătățirea calității jurnalismului au fost indicate ca fiind: ridicarea nivelului de cultură generală a jurnaliștilor, cunoașterea legislației, o selecție riguroasă în cadrul breslei. Toți jurnaliștii intervievați au precizat că simt nevoia unor cursuri de specializare de la cursuri de jurnalism de investigație, la cele economice. Calitatea slabă a jurnalismului doljean ar putea fi corectată și prin infuzia de absolvenți de jurnalism.

"Există o carență de absolvenți de jurnalism care să înțeleagă ce este presa, alții din cauza salariilor mici se reprofilează." (Ana Maria Gâlcă, redactor-șef, prezentator și moderator Oltenia 3 TV)

"Foarte mulți tineri se îndreaptă spre Facultatea de Sociologie, unde a fost înființată o secție de jurnalism. Nu învață mare lucru și sunt direcționați spre presa scrisă și radio de către cei de la Universitate." (Nicolae Duță, redactor-șef TVS)

"Sunt subiecte pe care jurnaliștii le evită. În campania electorală, primarul respectiv era protejat de presa locală. Era vorba de simpatia jurnaliștilor, mai ales a corespondenților." (Lia Olguța Vasilescu, primar Craiova, PSD)

Jurnaliștii au precizat că nu au aderat la vreun sindicat fie pentru că nu au găsit unul care să-i reprezinte, fie pentru că nu au simțit nevoia. Alții au făcut parte dintr-un sindicat, din partea căruia au beneficiat de asistență juridică. La Craiova a existat un singur sindicat local. Așteptările celor intervievați ar fi ca sindicatul să se implice mai mult în problemele breslei, să ofere ajutor mai mare în cazul unor agresiuni, să lupte pentru anularea impozitelor pe drepturi de autor. Cazuri recente de agresiune nu au putut fi identificate de majoritatea celor intervievați.

"Ziariști împinși, bruscați, loviți peste cameră sunt la ordinea zilei, iar autoritățile sunt complici pentru că violența este o problemă. Ești imun deja la agresiuni verbale. E o stare naturală. Un sindicat ar trebui să se implice, să miște ceva în sistem, să mobilizeze societatea civilă în a-și spune drepturile, să facă realmente ceva, nu să vorbească la televizor. Nu există un asemenea sindicat, tocmai de aia nu am găsit un sindicat care să mă reprezinte și nici nu mi-a trecut prin cap să aderez la un sindicat." (Ana Maria Gâlcă, redactor-șef, prezentator și moderator Oltenia 3 TV)

"În toamna anului 2012, un cameraman a fost agresat de medicul de serviciu de la Spitalul Județean. Doctorița l-a îmbrâncit și apoi ea sunat la 112, spunând că a fost agresată. Problema este faptul că jurnaliștii locali sunt percepuți de oameni ca fiind niște persoane care nu au putut face altceva, că sunt inculți, tupești, proști etc. Dacă portarul de la Mitropolie ne-a spus: <<plecați de aici, analfabeților!>>... Am fost membru al Asociației Ziariștilor din România și vicepreședinte al Sindicatului <<2002>> din TVR. Un sindicat, cum era AZR, ar trebui să testeze profesional jurnalistul, să vadă dacă e competent." (corespondent TVR la Craiova)

"Am avut un sindicat local, l-am înființat noi. Suntem la AJR. Eu am avut de beneficiat de foarte multe ori. Când am avut probleme cu autoritățile, cazul meu a fost mediatizat. Sau jurnaliștii mei. Au avut asistență juridică, a existat o poziție oficială. Am fost unul dintre cei care au înființat AJR - Asociația Jurnaliștilor din România. l-am îndemnat pe subalterni să se scrie în sindicat." (Constantin Tiberiu Pătru, director general Oltenia 3 TV)

Dușmanii libertății de exprimare în Craiova indicați de respondenți au fost: lipsa curajului jurnaliștilor de a se exprima; autocenzura din cauza presiunilor economice și politice; „propria prostie”; slaba pregătire profesională; jurnalistul care nu are nimic de spus, dar insistă să practice această meserie. Alți intervievați au fost de părere că în Dolj nu există dușmani ai libertății de exprimare.

Opiniile celor intervievați sunt împărțite în ceea ce privește o posibilă lege a presei. Trei dintre jurnaliștii intervievați doresc o lege a presei care să-i protejeze, mai ales față de agresori, dar și pentru că nu există standarde, media denigrând oameni. Alții consideră inoportună o lege a presei, autoreglementarea breslei fiind singura soluție. Politicienii s-au declarat în general în favoarea unei legi a presei. Și în ceea ce privește autoreglementarea, părerile sunt împărțite: unii jurnaliști sunt de părere că funcționează, mai ales în presa scrisă, alții nu.

”Excesul de reglementare este rău, presa fiind unul dintre puținele teritorii în care șurubul trebuie lăsat slăbit. Dacă e să fie o lege, ea trebuie făcută de presă. Eu nu am simțit niciun fel de vid de reglementare în domeniul acesta.” (Mario-Ovidiu Oprea, senator PNL)

”O lege a presei trebuie să existe, dar această lege trebuie să ofere libertate deplină jurnaliștilor. Presa are în ultima perioadă o libertate foarte mare. În legea presei trebuie să existe reglementări pentru distrugerea imaginii unui om în urma difuzării unui material nedocumentat, astfel încât pentru jurnaliști să existe niște constrângeri, fiind nevoie de responsabilități materiale sau de natură penală dacă sunt chestii foarte grave. Să fie luate modele din statele civilizate, nu să ne trezim cu o lege care îngrădește libertatea presei. Guvernul ar trebui să aibă în fiecare an, chiar cu o lege trecută în Parlament, un program național de presă.” (Constantin Dascălu, deputat PDL)

”Am dorit să fac o lege a presei cât timp am fost parlamentar, dar nu am reușit tocmai din cauza presei, cu toate că o lege introdusă în Parlament, chiar dacă este bună, nu există garanția că iese din Parlament așa cum a intrat. Există o prea mare libertate a presei, faptele sunt prezentate deformat. Nu susțin neapărat o lege a presei, dar o reglementare a presei scrise după modelul CNA ar fi binevenită. La televiziune există un echilibru, la presa scrisă, nu. Partea de comentarii pe net ar trebui reglementată. Mai există și presa care apare în campaniile electorale.” (Lia Olguța Vasilescu, primar Craiova, PSD)

”Sunt pro atât timp cât e o lege care cumva... Sincer de multe ori nu mă simt protejată, la fel ca și subiecții noștri.” (Ana Maria Gâlcă, redactor-șef, prezentator și moderator Oltenia 3 TV)

”Ar trebui să existe [o lege a presei - n.r.], pentru că în România o parte a presei nu respectă standarde, denigrează oameni și rezolvă totul prin faptul că la finalul emisiunii scriu că a fost un pamflet. Nu mi se pare în regulă. Dacă ar exista legea lucrurile astea s-ar reglementa cumva. Nu poți să-l iei pe președintele României zilnic să-l faci bețiv, chior. E, totuși, președinte. Autoreglementarea nu există.” (Nicolae Duță, redactor-șef TVS)

”Legea presei? Să ne hotărâm propriile reguli! Atunci când se apuca alții să facă regulile... autoreglementarea nu există.” (corespondent TVR la Craiova)

”Am respins legea presei întotdeauna. Orice lege are măsuri coercitive. Autoreglementare? Ce-i asta? Când facem rost de caractere ne vom autoreglementa. Lipsa de repere nu se manifestă doar la noi în meserie. Nu există dușmani ai libertății presei. Există unul: jurnalistul care nu are nimic de spus, dar insistă să practice meseria asta.” (Constantin Tiberiu Pătru, director general Oltenia 3 TV)

Oltenia 3 TV are un cod deontologic, dar jurnaliștii nu știu de unde anume a fost preluat, iar la TVS nu există un cod deontologic al redacției, ci principii nescrise ale meseriei, un set de reguli ale redacției.

Televiziunile din Galați - excrescențe politice (în familie)

1. Context

La data realizării interviurilor pe teren¹³³, în Galați existau 11 licențe audiovizuale pentru difuzarea terestră, prin satelit și prin rețele de comunicații a serviciilor de programe de televiziune, conform datelor Consiliului Național al Audiovizualului (CNA). Cele mai importante televiziuni locale ca audiență, conform inspectorului teritorial al CNA, sunt: TV Galați, Vox TV, RTV Galați și Express TV. În afară de Prioritar TV, TV Cudan și Oral TV care transmit prin cablu mai există și câteva televiziuni la sate, care au numai videotext. Patronii sau francizorii sunt oameni politici, au declarat unii dintre respondenți, ceea ce explică, potrivit acestora, de ce sunt atâtea televiziuni în Galați.

”Televiziunile influențează decizia de vot. Galațiul este renumit ca un oraș cu populație îmbătrânită. Oamenii țin cu PSD în general, iar o televiziune cum este TV Galați, care este de culoare roșie, are un impact maxim. Televiziunile gălățene încearcă să-și facă datoria, dar au în spate manageri cu anumite strategii, mai ales în timpul campaniilor electorale, de susținere a unor candidați. În afara campaniei electorale cele mai bune televiziuni sunt TV Galați și Vox TV.” (Reprezentant CNA)

”Percepția publicului larg asupra televiziunilor locale este una bună. Oamenii vor informații despre ceea ce se întâmplă local.” (Manager TV Galați)

”Televiziunile gălățene sunt caracterizate de neprofesionalism, sunt angajate partinic total și își fac treaba atât cât sunt plătiți și lăsați să funcționeze. Am încredere în toate televiziunile, dar în măsura în care nu mă uit la niciuna. Ar putea fi niște mijloace extraordinare de educație, de tribună politică, de tribună socială. Sunt doar niște mijloace de a-l influența pe tâmpit, de a-i băga în cap că albul e negru, că negrul e alb. Atât.” (Membru PDL Galați)

”Televiziunile gălățene sunt afiliate politic sau au apărut ca excrescențe politice. Mai mult de 300-500 de oameni care să le urmărească nu sunt, conform unui sondaj făcut înainte de campania electorală. În prezent, câteva televiziuni se află în situația de a fi executate silit.” (Jurnalist, editor ziar online)

”În mare parte am încredere în toate, pentru că în general nu prea limitează accesul cuiva în a-și prezenta punctul de vedere. Nici nu cenzurează. În general toate prezintă ceea ce vrea cel care este invitat în emisiune.” (Membru PC Galați)

TV Galați emite în eter (licența din 7 mai 1996) și prin cablu (licența din 20 martie 2003). La data realizării interviurilor pentru acest raport, deținătoarea licențelor audiovizuale era SC ORA 7 SRL (CUI: 24108108), al cărei unic proprietar este Lăcătuș Alexandru. SC Ora 7 SRL a fost înființată în iunie 2008 și, conform datelor de la Registrul Comerțului, în martie 2013 s-a depus o notificare privind deschiderea procedurii insolvenței. În 2012 cifra de afaceri a SC Ora 7 SRL a fost de 0 lei, cu o pierdere netă de 382 de lei, conform bilanțului depus la Ministerul Finanțelor.

În iunie 2013, conform CNA, deținătoarea licențelor audiovizuale este SC Paf Media SRL, ai cărei asociați sunt: Pâslaru Valerica - 50% și Pâslaru Florin Alexandru Ioan - 50%. Pâslaru Valerica este soția deputatului PSD de Galați, Pâslaru Florin Costin¹³⁴, iar Pâslaru Florin Alexandru Ioan este fiul acestuia.

Managerul TV Galați spune că televiziunea are 30 de angajați și deține aproape 50% din piața locală, așa cum arată un studiu efectuat în 2010 de Dedalus¹³⁵, diferența fiind ocupată de suma celorlalte televiziuni. TV Galați cooperează cu Goldbach Media, broker național de publicitate, și, conform managerului, televiziunea are în fiecare an câte un client fidel, în 2011 acesta fiind un lanț de farmacii, iar anterior un operator de telefonie mobilă. Conform managerului televiziunii, contracte

¹³³ Decembrie 2012.

¹³⁴ Conform CV postat pe site-ul Camerei Deputaților <http://www.cdep.ro/pls/parlam/structura.mp?idm=283&cam=2&leg=2012&pag=0&idl=1>, Pâslaru Florin Costin a fost acționar și președintele CA al SC TV Galați SA între 2002 și 2008. În 2008 a fost ales deputat. Este la al doilea mandat.

¹³⁵ Companie de marketing și cercetare a pieței.

de publicitate au fost încheiate cu instituții descentralizate, dar nu și cu Primăria Galați, ponderea publicității este de 20% de la instituții publice și 80% din mediul privat, iar modul de aflare a audienței se face telefonic.

Grila de programe este una generalistă și este propusă de directorul de programe, după o consultare finală cu directorul general, cu redactorul șef și cu redactorul tehnic. TV Galați are 15 ore de emisie, incluzând reluările.

”TV Galați este o cloacă a unor grei din PSD, paravanul fiind Dan Nica. A fost prima televiziune din Galați unde aveau acțiuni Sidex și Șantierul Naval înainte de privatizare. Pachetul majoritar i-a revenit lui Florin Pâslaru. Avea datorii de peste 70 de miliarde de lei vechi, Finanțele au făcut plângere la Parchet, dar dosarul este plimbat pentru că băieții sunt politicieni. Mai multe firme s-au succedat la TV Galați și cu fiecare firmă se întâmpla la fel. Făcea datorii. Când s-a făcut propriu pe bunuri nu au găsit decât un stâlp de fier cu antena în vârful și o masă de montaj.” (Jurnalist, editor ziar online)

”TV Galați este o televiziune care poate fi foarte bună, dar nu e, pentru că e o televiziune care are o orientare clar politică. Este a unui partid și-și face foarte bine treaba pentru partidul ăla.” (Reprezentant PDL Galați)

Vox TV emite prin cablu (licența din 11 iunie 2009). Deținătoarea licenței audiovizuale este DELTA ROM SA (CUI: 6233005), ai cărei acționari sunt: Durbacă Eugen - acționar principal - 73.684%, Delta Com ,93 SRL (asociat unic Durbacă Eugen) - 2.93%, Agro Decvrm SRL - 1.462%, Durbacă Cristofor - 1.462% și Durbacă Valentina Simona - 1.462%. Eugen Durbacă a fost ales senator candidând pe listele Partidului Conservator¹³⁶. Este vice-lider al grupului parlamentar PC. Eugen Durbacă a fost primarul municipiului Galați între 1992 - 2000, președinte al Consiliului Județean Galați între 2004 - 2008 și vicepreședinte al Consiliului Județean Galați între 2008 - 2012.

Roxana Marosy, fiica acționarului principal Eugen Durbacă, este manager al Vox TV. Roxana Marosy nu a putut preciza bugetul operațional pe 2011, dar a declarat că nu a existat profit, precizând că este mulțumită că sunt acoperite cheltuielile. Ea a mai precizat că cel mai mare finanțator al televiziunii pe care o conduce este compania care deține licența. La Vox TV erau 20 de angajați la data documentării pe teren. Potrivit datelor de la Ministerul Finanțelor, Delta Rom SA a avut în 2012 o cifră de afaceri de 30.485.989 de lei, profit net de 195.277 de lei și 81 de angajați.

Audiența Vox TV s-a aflat, conform Roxanei Marosy, în baza unui sondaj CURS efectuat în martie 2012. Sondajul a arătat, conform managerului, că Vox TV se află la egalitate cu TV Galați, în timp ce RTV și Express TV se situează pe ultimele locuri în ceea ce privește audiența. Grila de programe s-a construit în funcție de dorințele telespectatorilor și conține foarte multe știri, muzică populară, muzică ușoară, talk-show-uri, având doar producții proprii.

”Vox TV este a lui Eugen Durbacă, singurul membru supleant al Comitetului Politic Executiv al PCR, rămas în politica la vârf, numărul doi în PC după Dan Voiculescu. Televiziunea a fost făcută să-i folosească în campania electorală. Durbacă a trecut prin vreo zece partide și a fost două mandate primar al orașului.” (Jurnalist, editor ziar online)

”Vox este o televiziune mai tânără, mai plină de viață, s-a impus mai bine pe piață. E mai colorată, e mai variată decât RTV. Informează corect publicul.” (Profesor jurnalism)

RTV emite prin cablu (licența din 18 martie 2008). Deținătoarea licenței audiovizuale este societatea comercială RTV Partener Media SRL (CUI: 25810428), ai cărei asociați sunt: Stancu Aurel - asociat principal - 81% și Randisi Vincenzo (Italia) - 19%. Aurel Stancu a candidat pentru Parlament din partea PP-DD. Potrivit datelor de la Ministerul Finanțelor, societatea comercială care deține televiziunea RTV a avut în 2012 o cifră de afaceri de 24.818 de lei și o pierdere netă de 162.744 de lei.

Televiziunea are o grilă de programe în care sunt incluse trei emisiuni în direct și un No Comment de la Consiliul Județean în care sunt preluate ședințele. Grila de programe, care nu include deocamdată știri, a fost concepută în 2009. Mecanismul de aflare a audienței, conform directorului RTV, sunt telefoanele primite în timpul emisiunilor în direct. Directorul RTV Galați a afirmat că cel mai mare finanțator este patronul, iar cei mai mari cumpărători de publicitate sunt societățile comerciale mici. Directorul a

¹³⁶ <http://www.senat.ro/FisaSenator.aspx?ParlamentarID=791b2fc5-fbb7-4ddd-819f-7765ab4148c0>

declarat că se implică în grila de programe și că, deși există o planificare a subiectelor, aceasta nu este tot timpul respectată. CNA a somat public RTV Galați în decembrie 2012 pentru încălcarea prevederilor privind campania electorală pentru alegerea Camerei Deputaților și a Senatului¹³⁷: „În fapt, în ziua de 20.11.2012, postul de televiziune RTV GALAȚI a difuzat o ediție a emisiunii de promovare electorală „Tribuna Electorală”, moderată de dl. Cezar Amariei, invitat fiind dl. Aurel Stancu, candidat în colegiul 4 Galați la Senat din partea PP-DD. În cadrul discuțiilor purtate pe această temă, dl. Aurel Stancu, nemulțumit de o presupusă atitudine a contracandidatului său din partea USL, dl. Eugen Durbarcă, (de instigare a unor angajați ai societății „Transurb Galați”, în sensul de a da jos bannerele electorale aparținând candidatului PP-DD), acesta a făcut anumite comentarii cu incidență penală sau morală de natură a aduce atingere dreptului la imagine a d-lui Eugen Durbarcă, fără a proba aceste acuzații.”

„RTV este o inițiativă a PDL, deputatul Mircea Toader fiind printre fondatori. Televiziunea a fost plimbată prin vreo trei firme rămase cu datorii. Jurnaliștii i-au dat în judecată, pentru că nu și-au primit salariile. Au rămas fără asigurările de sănătate plătite. Am lucrat acolo o perioadă, am rămas neplătit pe ultimele două luni.” (Jurnalism, editor ziar online)

„RTV Galați a crescut ca audiență în ultimul timp, transformându-se într-o televiziune-revoltă. Am avut probleme cu ei, am primit foarte multe reclamații pentru atac la persoană, denigrare, insultă. Multe din lucrurile spuse pe post erau adevărate, altele nu. RTV Galați are foarte multe emisiuni de dezvăluiri în direct, nu are audiență foarte mare și nici finanțare. Când li se dau bani, oamenii [n.r. - angajații televiziunii] fac treabă, când nu, nu.” (Reprezentant CNA)

„RTV a încercat să facă emisiuni de interes. Nu e o televiziune de scandal. Nici nu sparge piața.” (Profesor jurnalism)

„RTV e a lui Stancu, un personaj ciudat, care nu-i prost deloc, dar care consideră că poate să-și fructifice cu acest post de televiziune anumite abilități și să obțină anumite avantaje.” (Membru PDL Galați)

Express TV emite în Galați și Brăila prin cablu (licența din 23 septembrie 2010). Deținătoarea licenței audiovizuale este societatea comercială Helyos Media SRL (CUI: 26565084), ai cărei asociați sunt: Negoită Valerică Cătălin și Crihană Victor - cu câte 50%. Potrivit datelor de la Ministerul Finanțelor, societatea comercială a avut în 2012 o cifră de afaceri netă de 70.735 de lei și o pierdere netă de 162.744 de lei.

„Express TV este o porcărie. Când a început, a fost cea mai deșteaptă televiziune. A devenit o porcărie în momentul în care PSD a înțeles că televiziunea este o forță și că tâmpiții de români pun botul la orice porcărie.” (Membru PDL Galați)

„Express TV este un post de televiziune mai vechi făcut pe principii sănătoase. A fost ambiția unui om care avea monopolul pilotajului pe Dunăre. A ajuns la Cătălin Negoită, fost director al televiziunii, care se strecoară politic unde prinde o sinecură. A făcut servicii PDL.” (Jurnalism, editor ziar online)

„Express TV are cea mai mică audiență. Nici nu au bani, nici nu știu să găsească publicitate, nu au personal.” (Profesor jurnalism)

Principala problemă cu care se confruntă televiziunile locale din Galați, indicată de către cei intervievați, este piața de publicitate care este controlată politic. Alții au indicat și existența unui cotidian, urmașul fostului ziar comunist, care „a creat o atmosferă fetidă între mediul politic și mass-media locale, ducând la intoxicarea oamenilor prin presă prin prostii dictate politic. În timp, jurnaliștii au fost educați să slugărească patronatul”¹³⁸.

Alte probleme semnalate de către cei intervievați au fost subfinanțarea, salariile mici, lipsa personalului calificat, presiunea politică care este foarte accentuată, teama oamenilor că ar putea răspunde pentru declarațiile pe care le fac și instituțiile care răspund ambiguu solicitărilor de presă sau chiar evită relația cu mass-media.

„Galațiul a devenit dintr-un oraș bogat unul foarte sărac și oamenii, chiar dacă știu care este avantajul publicității, nu-și pot permite publicitatea. Presiunea politică poate fi evitată, dar depinde

¹³⁷ <http://www.cna.ro/Decizia-nr-923-din-04-12-2012.html>

¹³⁸ Jurnalism, editor ziar online.

de diplomația managerului. Primești telefoane, ți se spune direct și se atrage atenția. Presiune poate să fie atunci când elegant ți se spune ceva. Dar eu nu pot spune că am avut presiuni politice. Am ținut piept tuturor. Cineva întotdeauna trebuie să scoată castanele din foc și dacă persoana are diplomația necesară, curajul necesar, eu zic că se poate ieși din orice situație.” (Manager TV Galați)

”Orice spui ești dat în judecată, târât prin tribunale pentru simplu fapt că aduci în față un dosar, așa cum a fost și dosarul Boldea. Am luat amendă 50 de milioane de la CNA, avem procese pe rol cu diferite persoane.” (Anca Stanciu¹³⁹, redactor-șef al RTV Galați)

”Trebuie să fii un mic evazionist ca să plătești salariile jurnaliștilor, dacă nu ai o sursă de finanțare constantă.” (Jurnalist, editor ziar online)

Motivele pentru care managerii, producătorii și jurnaliștii au declarat că au decis să lucreze în mass-media sunt, potrivit respondenților, plăcerea de a face meseria, poziția pe care o dețin, provocările meseriei și utilitatea pentru comunitate. Motivele care i-ar face pe cei intervievați să demisioneze sunt legate de chestiuni morale sau financiare. **Salariile jurnaliștilor sunt cuprinse între 1.000 și 1.500 de lei.**

2. Percepția asupra jurnalismului. Influențe economice și politice

Județul Galați este dominat, conform respondenților, de USL, PC având aici una dintre cele mai puternice organizații. Unii dintre cei intervievați au spus că televiziunile locale nu sunt independente din punct de vedere politic, fapt ce se poate vedea din acționariatul unora dintre ele. Conform respondenților, TV Galați este afiliat PSD, Vox TV este afiliat PC, RTV este afiliat PP-DD, iar Express TV este afiliat PDL. Unii dintre respondenți au fost de părere că trebuie schimbată condiția jurnalistului care s-a degradat în ultimii ani. Această schimbare se poate face doar în momentul în care va exista o stabilitate financiară, în prezent jurnaliștii nefiind motivați nici moral, nici financiar. În timp ce unii dintre cei intervievați au recunoscut afilierea politică a televiziunii la care lucrează și au menționat că patronatul nu intervine în procesul editorial, jurnaliștii având libertate de mișcare, alții au declarat că în Galați se practică intensiv șantajul mediatic.

”Am blocat materiale de la difuzare din motive economice. Dacă se face o știre despre o firmă care are o campanie de nu știu ce vânzări îi spun reporterului să nu facă știrea pentru că acea firmă nu a vrut să încheie un contract de publicitate cu noi. Politic, mi se pot impune anumite materiale, dar le pot ocoli. O problemă o reprezintă CNA care nu ar trebui să dispună difuzări gratuite televiziunilor locale și să interzică plata unor emisiuni electorale în timpul campaniilor politice. Relația televiziunii cu mediul politic local este bună. Trebuie să conviețuiești. Cei de la PDL sunt mai recalcitranți. În ceea ce privește știrile, când există situații negative, se discută cu managementul firmei.” (Manager TV Galați)

”Am oprit de la difuzare materiale pentru că jurnaliștii nu erau informați și nu verificaseră materialul foarte bine. În general, nu mă implic în agenda editorială.” (Roxana Marosy, manager Vox TV)

”Se știe că partea editorială și partea administrativă nu trebuie să se intersecteze, dar în realitate se întâmplă. Mi-au fost blocate materiale din considerente de simpatii. Presiunea politică în media se face prin patronat. Patronatul este problema presei. O presă locală independentă se face prin modificarea statutului jurnalistului, poate și prin modificarea finanțării și a statutului organului de media.” (Jurnalist Vox TV)

”Galațiul este cel mai mizerabil loc, pentru că mediul politic local a controlat așa de bine mediul de afaceri, încât nu a permis dezvoltarea economică locală. Jurnaliștii sunt niște copii. Se poartă angajamentul la diferite firme ale administrației locale. Durbacă angaja oameni la Transurb¹⁴⁰. Apăreau ca angajați acolo și lucrau la televiziune. Televiziuni independente nu există. Soluția independenței stă în facilitățile pentru care MediaSind se luptă: TVA scăzut la achiziții, subvenții la energie pentru mass-media, așa cum există în toate statele civilizate ale Europei. Fără o piață liberă a publicității

¹³⁹ Anca Stanciu este fiica patronului RTV, Aurel Stancu.

¹⁴⁰ S.C. Transurb S.A. este principal operator de transport public din municipiul Galați.

mor toate instituțiile mass-media care nu sunt susținute politic. Ar trebui să existe un mediu economic benefic, asta însemnând inclusiv obținerea subvențiilor obținute de breaslă de la stat. O problemă e și mentalitatea politicianilor care cred ca mass-media e un fel de hârtie igienică pe care o poți folosi în campaniile electorale, după care o arunci și tragi apa.” (Jurnalist, editor ziar online)

”Echipele redacționale trebuie să aibă măcar autonomie, dacă nu independență politică sau economică totală.” (Profesor jurnalism)

”Un om politic sau un om pus politic într-o funcție administrativă își vede în continuare de treabă indiferent de ilegalitățile care se descoperă că le-a făcut. Pentru unii e chestia aia: dacă ajungi la închisoare ca om politic, e o virtute.” (Alina Brandabur, redactor-șef TV Galați)

”La Galați nu există presiune politică și nici chiar financiară. Sunt alte reguli în provincie. Interesele politice și financiare sunt mai mici și automat și presiunea asupra noastră este mai mică. După părerea mea, jurnaliștii de provincie sunt mult mai liberi să-și facă meseria corect, nu-i sună nimeni, nu-i ceartă nimeni. Poți să-ți alegi subiectul.” (Director de programe TV Galați)

Conform CNA, TV Galați a fost sancționată în 2012 pentru nerespectarea normelor și a regulilor privind campaniile electorale: „Membrii Consiliului au constatat existența unui dezechilibru atât în privința știrilor referitoare la competitorii electorali, cât și în privința participărilor în emisiunile electorale. De exemplu, în emisiunile informative, postul TV GALAȚI a prezentat știri despre competitorii electorali ai USL de 12 de ori, ai APP de 8 ori, ai AVB și PP-DD o dată, în timp ce despre alți competitori electorali nu a fost prezentată nicio știre”¹⁴¹.

”În general, televiziunea pe care o conduc nu are parte de presiuni politice, dar USL, de exemplu, nu a onorat nicio invitație în timpul campaniei electorale, cei de acolo fiind deranjați de emisiunile difuzate. În general, nu pot să spun că avem o presiune politică.” (Anca Stanciu, redactor-șef RTV)

”Pe plan local nu există o presiune politică prea mare. Unitatea breslei, care ar putea deveni o forță, este o măsură ce ar trebui luată pentru a ajuta jurnaliștii în fața presiunilor economice și politice.” (Roxana Marosy, managerul Vox TV)

”În televiziunile locale apartenența politică se observă în emisiunile acestora. În perioada de maximă audiență, politicul primează în grila de programe, dar nu le pot asocia politic pe nici unele cu vreun partid. N-avem ce face, fără politic nu putem să trăim. Măsurile de protecție a jurnaliștilor depind de patronatul instituției media. Nu cred în constrângeri, ci mai degrabă în mica înțelegere. Eu, când conduceam o societate privată, am plătit un articol despre activitatea pe care o desfășuram. Am plătit și a apărut articolul.” (Membru PC Galați)

3. Relația în redacție

Relațiile dintre jurnaliștii din cadrul aceleiași redacții și dintre management și jurnaliști sunt considerate de către cei intervievați în general bune, explicația dată de către cei intervievați fiind personalul redus din fiecare redacție. Relația televiziunilor locale cu cele centrale a fost indicată de către respondenți ca fiind în general bună. TV Galați este, de exemplu, stație afiliată Prima TV. Unii dintre respondenții au indicat o lipsă de solidaritate și de comunicare între jurnaliștii gălățeni.

”Relațiile dintre instituțiile media din oraș sunt constipate, presa fiind polarizată, cu jurnaliști grupați pe bisericuțe și găști. Există niște cooperative, să le spunem. Noi, de la sindicatul jurnaliștilor, avem bănuieli că sunt ziariști sub acoperire și avem destule indicii. N-am obținut dovezi. Ziariști sub acoperire, adică agenți ai serviciilor sub acoperire. Pe unul îl și știm, e notoriu, lucrează la Mediafax și de-a lungul anilor a încercat să distrugă sistematic tot ce s-a construit organizatoric în jurnalism.” (Jurnalist Vox TV)

O situație aparte în peisajul mediatic gălățean pare să o reprezinte războiul dintre RTV și Vox TV.

”Noi avem o problemă cu RTV, o televiziune locală cu rating foarte mic. Patronul, Aurel Stancu, un așa-zis jurnalist făcut la 50 de ani, fost ajutor de macaragiu, a tras țepe după țepe celor din presă.”

¹⁴¹ Decizia CNA nr. 333 din 31.05.2012. <http://www.cna.ro/Decizia-nr-333-din-31-05-2012.html>

Adică omul nu i-a plătit absolut deloc, luni de zile, pe jurnaliști. Unii și-au pierdut casa din cauza lui. A făcut foarte mult rău și nimeni nu a luat atitudine.” (Roxana Marosy, manager Vox TV)

Aurel Stancu, patronul RTV, s-a decis să candideze în același colegiu cu Eugen Durbacă, care deține Vox TV. În timpul campaniei au existat numeroase reclamații ale lui Eurgen Durbacă împotriva lui Aurel Stancu, atât la CNA, cât și la Poliție. În ziua alegerilor, conform inspectorului teritorial CNA, s-a iscat o altercație după ce membri ai PP-DD și USL s-au acuzat reciproc că dau mită. Roxana Marosy a reclamat la poliție faptul că pe 9 decembrie 2012, în ziua alegerilor, a fost agresată într-o secție de votare de patronul RTV, Aurel Stancu, care candida pe listele PP-DD. Întrebată fiind dacă Vox TV face jocul unor partide politice, Roxana Marosy a susținut că nu și că jurnaliștii nu se autocenzurează din cauza orientării politice a patronatului.

”La un moment dat a venit domnul Stancu înjurând de mama focului și acuzând în stânga și-n dreapta. Eu, cunoscând în ce este implicat domnul Stancu, i-am pus niște întrebări, într-adevăr nu l-am abordat în cel mai fericit mod. Tonalitatea mea n-a fost ok, nu am jignit. Am pus niște întrebări, dar am fost agresată. M-a făcut golancă, m-a făcut proastă. Am făcut plângere penală, am și filmarea. M-a împins, a dat în mine.” (Roxana Marosy, manager Vox TV)

”Managerul RTV a zis că intră în politică cu o zi înainte de a intra în campanie, a renunțat la funcții și a apărut ca și candidat respectând legislația. Întreaga sa campanie și-a construit-o prin atac la contracandidați. În colegiul lui principalul contracandidat era Eugen Durbacă de la PC - om de afaceri din Galați. Copiii lui au deschis VOX TV. La un moment dat, Durbacă s-a enervat și a început cu plângeri la CNA, la Poliție împotriva RTV. Unele pe bună dreptate. În ziua alegerilor, la ora 19.00, mai multe posturi au primit un pont că se dă mită. Au venit și politicieni. A apărut o altercație verbală, nu se știe de la ce. PP-DD acuza USL că dă mită, cei de la USL, invers. PP-DD erau foarte violenți, printre care și Aurel Stancu. Doamna Roxana Marosy a luat un microfonul, ea fiind reporter, și a intrat în secția de votare și a început să pună întrebări. Știind problemele de la RTV că avea angajați care lucraseră acolo, Stancu s-a iritat și a porcăit-o și s-a luat în piept cu ea. Au început plângeri și rapoartele sunt la CNA.” (reprezentant CNA)

RTV Galați a mai fost sancționat de CNA¹⁴² în 10 ianuarie 2012 cu somație publică în urma analizării reclamațiilor și rapoartelor întocmite de Serviciul Inspecție cu privire la emisiunile „Punctual” și „Tare și pe față”, difuzate în 14 și, respectiv, 19 octombrie 2011:

”Emisiunea «Punctual», moderată de dl. Aurel Stancu, avându-l ca invitat pe dl. Eugen Durbacă - vicepreședintele Consiliului Județean Galați, a fost difuzată în direct în data 13.10.2011, de la ora 20:00. În preambulul emisiunii «Punctual» a fost prezentat un punct de vedere de aproximativ 12 minute al moderatorului Aurel Stancu. Aceasta s-a referit la un incident petrecut în clădirea postului de televiziune RTV Galați după terminarea emisiunii «Punctual» difuzată joi, 13.10.2011, în sensul că petentul Marosy Mircea (om de afaceri, ginerele d-lui Eugen Durbacă), nemulțumit de unele acuzații la adresa sa făcute în emisiune, a venit la postul RTV Galați și a avut un schimb de cuvinte cu moderatorul Aurel Stancu. După prezentarea punctului de vedere exprimat de moderatorul Aurel Stancu, postul a redifuzat emisiunea propriu-zisă «Punctual» din 13.10.2011, cu o durată de 1 oră și 50 de minute. În cadrul acesteia, moderatorul a încercat să afle răspunsuri la o serie de întrebări legate de presupuse ilegalități încă de pe vremea când Eugen Durbacă era primar al municipiului Galați și de activitatea familiei în afaceri. Astfel, s-a discutat și despre ginerele acestuia, petentul Marosy Mircea, la adresa căruia au fost formulate o serie de acuzații, fără a i se solicita un punct de vedere, astfel cum prevăd dispozițiile legislației audiovizuale.”

În general, majoritatea respondenților a declarat că este de acord cu difuzarea materialelor comandate, dar doar dacă sunt materiale publicitare, nu de investigații. Acceptarea reclamei în schimbul renunțării la materiale și plata consumației jurnaliștilor în timpul documentării nu sunt acceptate. De interesul administrației publice locale s-a ținut cont în perioada sărbătorilor, pentru că Primăria avea activități pe care le organiza.

”N-aș accepta, personal, un mesaj de genul: haideti să exploatăm Roșia Montană. N-aș distruge mediul pentru îmbogățirea chiar și a noastră.” (Alina Brandabur, redactor-șef TV Galați)

¹⁴² Decizia nr. 23 din 10.01.2012 <http://www.cna.ro/Decizia-nr-23-din-10-01-2012,4748.html>

4. Relația cu autoritățile locale

Relația cu autoritățile locale a fost descrisă, în general, ca fiind una bună.

"Primarul Galațiului face tot posibilul să nu ajung la conferințele de presă, să am acces la informație. L-am dat în judecată. Asta e parodie de colaborare cu autoritatea publică." (jurnalist Vox TV)

"Jurnalistul trebuie să semnaleze greșelile, în niciun caz să preamărească administrația locală. Dar sunt activități organizate de Primăria Galați, mai ales de sărbători, care sunt în interesul gălățenilor, automat le mediatizăm." (director de programe TV Galați)

"Promovăm licitațiile autorităților publice, dar acestea se promovează gratis. Noi nu am luat nici măcar doi lei. Nu am avut contracte de publicitate cu autoritățile locale. Știm că există un fond, dar nu am beneficiat de el. Profit? De unde?" (director RTV Galați)

"Relația cu autoritățile locale din punctul meu de vedere este foarte bună. Nu am avut probleme, noi nu întrecem limita. De când am venit vreau să păstrez echidistanța, nu vreau să întrec limita." (Roxana Marosy, manager Vox TV)

"Relația cu autoritățile locale e ok, primim informații, vin la emisiuni. În general vin, cu excepția campaniei." (Anca Stanciu, redactor-șef RTV)

5. Soluții pentru jurnalismul de calitate

Calitatea jurnalismului a fost descrisă de cei intervievați ca fiind strâns legată de imparțialitate, de modul de documentare a articolelor, de personalitatea jurnalistului, de disciplină, de cunoașterea legislației, de ignorarea presiunilor care se manifestă asupra sa și de motivarea financiară, pentru că „unora dintre jurnaliști li se oferă bani în special din mediul politic și un jurnalist de calitate trebuie să refuze să primească”. Pregătirea profesională a jurnaliștilor gălățeni este de nota 7, conform mediei notelor date de către cei intervievați. Soluțiile oferite de respondenți pentru îmbunătățirea jurnalismului au variat de la: desființarea celor două facultăți de Jurnalism, la nevoia de cursuri de specializare pe teme de jurnalism, teme economice, cursuri tehnice. Un material de televiziune bine realizat trebuie să se încadreze în grila de programe în funcție de specificul postului, este pregătit din timp și verificat din punct de vedere al imaginilor, sunetului și trebuie să fie bine structurat. Soluții pentru îmbunătățirea jurnalismului au fost indicate de către cei intervievați ca fiind: revigorarea mediului economic local, salarii mai mari pentru jurnaliști, salarii care ar duce la motivarea jurnaliștilor și la lipsa de influență politică.

"E o meserie care nu se învață la facultate, ci la locul faptei." (profesor de jurnalism)

"O soluție pentru calitatea jurnalismului este desființarea Facultății de Jurnalism de la Galați. Profesorii sunt total nepregătiți, oameni care n-au făcut teren în viața lor, dar predau cursuri de jurnalism la facultate. Studenții care termină sunt catastrofați, nu depășesc nici măcar bacalaureatul pe care l-au luat, pregătirea este zero absolut. Se mai face practică la tv, dar am fost extrem de dezamăgită de tot ce mi-a trecut prin mână. Meseria asta, din punctul meu de vedere o înveți din mers, făcând practică." (Alina Brandabur, redactor-șef TV Galați)

"Acum se scot jurnaliști pe bandă rulantă. Nu văd nicio soluție pentru îmbunătățirea calității jurnaliștilor." (membru PDL)

"Facultățile de Jurnalism sunt inutile, nu produc nimic rezonabil. Cameramani sunt amatori, sunt luați de la nunți. Nu poți să-ți propui să faci ceva de performanță cu un cameraman care nu poate să regleze albul. Jurnalistul de investigații lipsește cu desăvârșire, nu mai există, nimeni nu mai face nici cea mai sumară instrucție." (jurnalist Vox TV)

"Jurnalistul de calitate este jurnalistul care respectă codul deontologic făcut de Convenția Organizațiilor Media, este conștient de clauza de conștiință - care trebuie să fie opozabilă în justiție - și nu se lasă atras de mirajul politic. Pentru un jurnalism de calitate, patronatul nu trebuie să încurajeze

cenșura sau autocenșura politică, iar mediul economic să fie prietenos și să dea un anumit statut jurnaliștilor. Un jurnalist de calitate trebuie să fie clar, concis, corect și să dea culoarea materialului tv/articolului, să se implice în probleme comunității.” (jurnalist, editor ziar online)

Aderarea la un sindicat nu este văzută ca o soluție de aproape toți cei intervievați din cauză că un sindicat nu ar putea să apere drepturile jurnaliștilor, deși în Galați există mai multe asemenea organizații.

”Atât timp cât am condus sindicatul din presa gălățeană am reușit mărirea salariilor pe plan local în urmă cu 4-5 ani. Am dat în judecată patronatele, dar ulterior sindicatul a scăzut ca putere din cauza unor puciuri succesive. Jurnaliștii care doreau să se înscrie în sindicat erau amenințați. Era sub presiune sindicatul, să fie distrus, să fie anihilat. Cumva au reușit, că i-au înspăimântat de ziarști să nu se înscrie, dădeau telefoane și mă întrebau cine mai este înscris în sindicat, cu telefonul pe speaker, ca să audă ce spun. Sunau de la Viața Liberă, vechii patroni, vroiau să știe câți jurnaliști de la Viața Liberă sunt înscriși în sindicat. Și de la TV Galați. În ultima vreme nici nu m-am mai ocupat pentru că am fost scârbit. Dacă am văzut că oamenii nu sunt interesați să fie apărați, să cotizeze, să aibă o structură, am lăsat-o baltă. Am predat ștafeta unor tineri.” (jurnalist Vox TV)

”Pe unii jurnaliști din asociație i-am afiliat la MediaSind, dar i-am pierdut pe toți, pentru că îi amenințau prin redacție.” (jurnalist, editor ziar online)

”Nici nu m-am interesat dacă există. Dacă e un sindicat cum e în Sidex, prefer să mă lipsesc. La ce syndicate am văzut, prefer să-mi apăr singură drepturile.” (Anca Stanciu, redactor-șef RTV)

”Un sindicat nu ar putea să-mi apere mie niciun fel de interese. Doar eu mi le pot proteja. Nu văd ce ar putea schimba un sindicat al jurnaliștilor aici în Galați.” (Alina Brandabur, redactor-șef TV Galați)

”Este societatea aceasta a jurnaliștilor, Dunărea de Jos, care cumva vine și în sprijinul nostru atunci când e o situație, dar nu pot spune că m-am lovit vreodată de o situație pe care să nu pot să o rezolv singură.” (director de programe TV Galați¹⁴³)

Dușmanii libertății de exprimare au fost indicați de către respondenți ca fiind mediul politic, mediul economic (un material critic la adresa unui furnizor de publicitate nu este difuzat), justiția, lumea interlopă, mentalitatea din administrația locală.

”Foarte greu se lucrează cu Poliția, Parchetul, Judecătoria, Tribunalul, Curtea de Apel. Parchetul este execrabil și așa a fost întotdeauna. Este vorba strict de oameni. La Brăila avem deschidere totală. La Galați este o cutumă, adică evită relația cu presa de teamă să nu le facă rău.” (Alina Brandabur, redactor-șef TV Galați)

”Din păcate nu am aderat la niciun sindicat. Jurnaliștii se gândesc să-și facă anul viitor. După evenimentul Stancu... să le apere drepturile, ei singuri cu siguranță nu și le pot apăra. N-au demonstrat că și le pot apăra, au fost cam 60 de păgubiți și nu a luat niciunul atitudine. Nu li s-au dat salariile de luni bune și chiar de ani. Și cu acțiuni în instanță și fără niciun rezultat.” (Roxana Marosy, manager Vox TV)

Cu excepția a doi dintre jurnaliștii intervievați, respondenții s-au declarat în favoarea unei legi a presei. O lege a presei este considerată de aceștia ca fiind binevenită, pentru că jurnaliștii din audiovizual sunt agasați de ideea de a fi controlați, pe când cei din presa scrisă nu au un CNA. O lege trebuie să includă, conform celor intervievați, drepturile jurnaliștilor, și ar trebui să prevadă până unde merge libertatea de exprimare a unui grup de presă, unde moderarea unei emisiuni poate fi cenșurată. Autoreglementarea funcționează numai la nivel individual, al jurnalistului, au fost de părere unii dintre cei intervievați. Alții sunt convingși că autoreglementarea funcționează, dar mai trebuie lucrat la părghiile ei.

”Ar trebui reglementată conduita unui jurnalist, însă nu trebuie îngrădită libertatea unui jurnalist, o lege a presei putând duce și la interzicerea publicării unor materiale.” (membru PC Galați)

¹⁴³ A declarat că este membru al Societății Jurnaliștilor Dunărea de Jos.

"Sunt pentru o lege a presei, pentru că libertatea presei, așa cum sunt toate libertățile pe care noi le-am dobândit de 22 de ani încoace, a fost înțeleasă prost. Deci, câtă vreme tu, ca jurnalist, minți sau dezinformezi, sau arunci o pastilă pe surse ce-am făcut? De ce să nu fii penalizat pentru asta? Presa ar trebui să fie educativă prin tot ceea ce face, stimulativă pentru discuții, pentru dialog și pentru libertate de exprimare, dar niciodată pentru miniciună și pentru femei goale. Jurnaliștii nu respectă nicio normă. Puțini sunt cei care respectă. Presa are o forță incredibilă, dar ea poate fi manipulată în așa fel încât să distrugă minți, să distrugă vieți, să distrugă conștiințe, să creeze alți monștri." (membru PDL Galați)

"Trebuie lucrat foarte bine, și lucrat cu oameni din presă, ca să faci această lege a presei. Trebuie lucrat mult timp la ea, trebuie cerute părerile tuturor oamenilor din presă. La această lege a presei nu trebuie să lucreze numai un grup restrâns. Ar trebui să lumineze cumva calea jurnalistului, în primul rând să se stabilească clar ce drepturi are jurnalistul și pedepse pentru cei care nu respectă conținutul legii respective." (manager TV Galați)

"Sunt pro, în măsura în care se și respectă niște principii. Accesul liber la informație pe bune, protecție reală din partea autorităților atunci când ne aflăm pe teren. În Galați autoreglementarea funcționează în măsură destul de mare pentru că există acele norme CNA care nu-ți permit din start să faci anumite lucruri. Adică ne autocenzurăm. E mult spus autocenzurăm, respectăm acele reguli din start. Cred că este nevoie de o reglementare mai strictă în presa scrisă." (Alina Brandabur, redactor-șef TV Galați)

"Sunt pro, pentru că uneori am sentimentul că și jurnaliștii sar calul mult și pentru că există presiunea asta, pe care eu nu o simt, dar o văd la posturile centrale. Presiuni politice și economice." (director de programe TV Galați)

"Depinde în ce constă legea presei. Ar trebui să existe. Nu ar strica o lege. Un jurnalist care vrea să facă o anchetă nu ar trebui să aibă pumnul pus în gură. Legea ar trebui să apere jurnalistul." (Anca Stanciu, redactor-șef RTV)

"Sunt pro, bineînțeles. Ar trebui să includă foarte multe, în primul rând un salariu minim decent de la care să se pornească. Foarte puțini respectă regulile. Lumea nu are bani și acceptă tot felul de comisioane în schimbul unor articole pro sau contra." (Roxana Marosy, manager Vox TV)

"Sunt împotriva unei legi. Luptăm pentru autoreglementare Mai trebuie lucrat la pârghiile acesteia." (jurnalist, editor ziar on-line)

"O lege a presei trebuie să aibă un articol unic: <<Presa e liberă.>>!" (jurnalist Vox TV)

Coduri deontologice au toate cele trei televiziuni. TV Galați are un cod etic, un regulament intern, aprobat încă de la înființarea televiziunii, conform directorului de programe care spune că au afișat în redacție codul deontologic al BBC, adaptat, codul deontologic fiind și o cerință a CNA. Alina Brandabur, redactor-șef TV Galați, spune că nu există un cod etic. RTV Galați urma, la data documentării, să publice codul deontologic pe site-ul televiziunii. Vox TV a avut mai multe coduri deontologice, printre care și pe cel furnizat de Convenția Organizațiilor de Media.

"Nu prea îl folosim. Avem, să zicem, instincte. Nu cred că știu jurnaliștii tineri de el, dar ei, tot așa din instinct, nu fac nimic, sunt paralizați. Se autocenzurează, asta este o problemă actuală: autocenzura." (jurnalist Vox TV)

Calitatea televiziunilor giurgiuvene trece prin buzunar

1. Context

La începutul lui 2012¹⁴⁴, principalele televiziuni din Giurgiu, Valahia TV și Muntenia TV, aveau aproximativ câte 10 angajați, plătiți în medie cu aproximativ **1.000 de lei pe lună**.

În județul Giurgiu existau opt licențe de televiziune, dintre care șapte cu distribuție prin cablu și una prin antenă terestră - Antena 1. Dintre acestea, în 2012, doar două televiziuni prin cablu - Muntenia TV și Valahia TV - aveau un program local semnificativ și consistent, cu emisiuni și știri realizate în studiourile proprii. Stația locală Antena 1 Giurgiu transmitea integral programele postului Antena 1 București, iar celelalte televiziuni locale difuzau programe de videotext. Totodată, mai existau televiziunile prin cablu Cabmedia Serv din Bolintin Vale și Lidas Prod din Giurgiu, care aveau posibilitatea de a difuza „ocazional materiale filmate”¹⁴⁵, potrivit CNA.

Mediul de afaceri din Giurgiu este slab reprezentat - micii întreprinzători locali sunt restrânși la număr și nu obișnuiesc să investească în publicitatea de presă ca mijloc de promovare¹⁴⁶. De asemenea, marile companii (românești sau străine) apelează la televiziunile locale doar sporadic, atunci când au campanii de promovare națională, conform respondenților.

Principalele surse de venit ale populației din Giurgiu provin din angajarea în instituțiile administrației și internelor, deci din fonduri publice, și din comerțul cu amănuntul (în cadrul marilor rețele comerciale). Cât privește marile companii industriale din Giurgiu, doar Șantierul Naval era într-un oarecare reviriment, având aproximativ 1.000 de angajați, dar nu avea contribuții semnificative la finanțarea audiovizualului sau a presei locale în genere.

Mediul economic din Giurgiu este în strânsă legătură cu cel politic, potrivit majorității celor intervievați.

Județul este nedezvoltat din punct de vedere economic, iar investitorii locali nu manifestă interes pentru a contracta publicitate la televiziuni, potrivit respondenților.

”În Giurgiu nu se întâmplă nimic economic. Giurgiu e nedezvoltat din punct de vedere economic.” (Reprezentant PDL Giurgiu)

”Cei din mediul privat nu sunt oameni cu studii, nu au educație, s-au trezit cu bani peste noapte și nu vor publicitate. (...) Firmele consideră că sunt vremuri vitrege și nu-și fac reclamă. Noi facem muncă voluntară aici. (...) Mediul politic și economic sunt legate. Aici nu se poate face nimic fără primar.” (Director Valahia TV)

În acest context, **televiziunile locale din Giurgiu au ajuns să fie dependente în mare măsură de fondurile publice**, potrivit reprezentanților Muntenia TV și Valahia TV.

Resursele limitate ale televiziunilor locale din Giurgiu au făcut ca multe funcții din interiorul redacțiilor să se suprapună, fără ca jurnaliștii să fie întotdeauna plătiți diferențiat (în plus) pentru activitățile adiacente muncii specificate în fișa postului. De pildă, la Valahia TV, care formează un grup de presă împreună cu ziarul Informația de Giurgiu, ziaristii realizează materiale atât pentru televiziune, cât și pentru ziar. Totodată, unele funcții administrative și editoriale se suprapun la ambele televiziuni.

”Aici e cumva atipic. În televiziunile locale nu există ierarhie strictă. Sunt mai multe funcții cumulate. Administratorul e și redactor-șef, editorul e și producător, și reporter. Redactorii sunt și prezentatori, unii mai și montează, alții mai și filmează.” (Editor coordonator Valahia TV)

”Nu avem redactor-șef, fiind un colectiv mic. Ne consultăm între noi să iasă bine, nu ne dirijează cineva.” (Jurnalistă Muntenia TV)

¹⁴⁴ Documentarea pe teren în județul Giurgiu s-a realizat în februarie 2012.

¹⁴⁵ Potrivit datelor CNA de la 31 ianuarie 2012.

¹⁴⁶ Mulți se rezumă adesea la ”împărțit fluturași”, potrivit celor intervievați.

Televiziunea Valahia TV a fost finanțată în anul 2011 în proporție majoritară din banii obținuți pe contractele de promovare din fonduri publice, atribuite de Consiliul Județean și Primăria Giurgiu, în urma organizării unor licitații, potrivit documentării. Reprezentanții Valahia TV au declarat că **salariile angajaților erau acoperite de contractele prin care difuzau integral ședințele Consiliului Local și Consiliului Județean**. De asemenea, postul a beneficiat și de un contract de publicitate pentru o investiție din fonduri europene a regiei locale de apă și canalizare din Giurgiu. Aceeași televiziune a aplicat pentru un proiect european în urma căruia a reușit să doteze redacția cu echipamente moderne și performante și să refacă studioul de înregistrare. Compania prin care operează Valahia TV a înregistrat pierderi financiare în 2011 (un deficit de 60.000 de lei), principala cauză invocată fiind plata restantă¹⁴⁷ a unei sume foarte mari pentru drepturile de autor datorate societăților de gestiune colectivă conform Legii 8/1996¹⁴⁸. Veniturile din publicitate ale televiziunii, aferente anului 2011, au fost în medie de 5.000 de lei pe lună, sumă de cinci ori mai mică decât cifra de afaceri pe 2010 a companiei care operează postul¹⁴⁹. Totodată, compania deține un grup de presă și are ca obiect principal de activitate editarea revistelor și periodicelor (ex: săptămânalul Informația de Giurgiu). Potrivit celor intervievați, unicul acționar al televiziunii, la data documentării, era un ziarist. Ion Cristea este unicul acționar al societății comercială Romprod SRL (CUI: 1289323), care deține licența Valahia TV¹⁵⁰. În 2012, societatea comercială a avut o cifră de afaceri netă de 187.614 lei, a înregistrat o pierdere netă de 101.625 de lei și a funcționat cu 10 angajați, conform bilanțului depus la Ministerul Finanțelor.

Televiziunea Muntenia TV este deținută de TV Muntenia SRL (CUI: 19737179), ai cărei asociați sunt: Dumitrescu Șerban - asociat principal - 90% și Dumitru Paul - 10%. Postul a beneficiat la rândul său de contracte din bani publici, dar în proporție mai mică decât Valahia TV, potrivit respondenților. Contractele au vizat promovarea activităților Primăriei și Consiliului Județean și difuzarea ședințelor acestora. Managementul Muntenia TV a indicat o cifră de afaceri de 96.000 de lei pe anul 2011. Problemele financiare ale televiziunii i-au determinat pe angajați să intre în grevă pentru o zi la sfârșitul lui 2011, din cauza întârzierilor salariale, la scurt timp după schimbarea patronatului televiziunii. Potrivit managementului, salariile fuseseră amânate întrucât prioritatea a fost achitarea unor restanțe la Finanțe. În ziua următoare declanșării grevei, jurnaliștii de la Muntenia TV și-au primit salariile. După acest incident, angajații televiziunii au spus că nu au mai întâmpinat întârzieri salariale¹⁵¹.

În cele din urmă, în ciuda unor dificultăți economice și a schimbării acționariatului în noiembrie 2011, SC Muntenia TV SRL a înregistrat profit. Conform declarațiilor managementului televiziunii concurente Valahia, Muntenia TV ar fi reușit să amâne în instanță plata drepturilor de autor și, în acest fel, să își salveze bilanțul anual. Încasările au fost însă mici, de 7-8000 de lei lunar¹⁵². În 2010, Muntenia TV declarase venituri totale de 57.075 de lei și înregistrase o pierdere de 157.202 de lei, potrivit Finanțelor Publice.

La data documentării pe teren, Muntenia TV era deținut de omul de afaceri Șerban Dumitrescu (care avea 90% din acțiuni) și de consilierul județean (PNL) Paul Dumitru, care preluaseră televiziunea în noiembrie 2011. Intervievat pentru prezentul studiu, Paul Dumitru¹⁵³ nu a menționat afilierea sa la un partid politic. Potrivit site-ului Consiliului Județean Giurgiu și potrivit propriilor sale declarații de

¹⁴⁷ Conform directorului televiziunii Muntenia TV, Mihai Hainagiu.

¹⁴⁸ Conform Legii 8/1996, Art. 1065. - (1) Pentru utilizarea directă sau indirectă a fonogramelor publicate în scop comercial ori a reproducerilor acestora prin radiodifuzare sau prin orice modalitate de comunicare către public, artiștii interpreți sau executanți și producătorii de fonograme au dreptul la o remunerație unică echitabilă. (2) Cuantumul acestei remunerații se stabilește prin metodologii, conform procedurii prevăzute la art. 131, 1311 și 1312. (3) Colectarea remunerației unice se efectuează în condițiile prevăzute la art. 133. (4) Organismele de gestiune colectivă beneficiare stabilesc, printr-un protocol, care se depune la Oficiul Român pentru Drepturile de Autor, proporția repartizării remunerației între cele două categorii de beneficiari. În cazul în care beneficiarii nu depun protocolul la Oficiul Român pentru Drepturile de Autor în termen de 30 de zile de la data intrării în vigoare a metodologiilor, remunerația se împarte, în mod egal, între cele două categorii de beneficiari.

¹⁴⁹ Romprod SRL Giurgiu a avut venituri totale în 2010 de 341.953 lei, conform bilanțului publicat pe www.mfinante.ro

¹⁵⁰ Sursa: site-ul Ministerului Finanțelor (august 2013) și datele de acționariat disponibile în octombrie 2013 pe site-ul Consiliului Național al Audiovizualului (<http://www.cna.ro/Situa-ii-privind-licen-ele,6170.html>)

¹⁵¹ "Raportul FreeEx 2011 - Libertatea Presei în România", ActiveWatch - Agenția de Monitorizare a Presei, ActiveWatch.ro, p. 43.

¹⁵² Potrivit directorului Paul Dumitru, de la Muntenia TV.

¹⁵³ Paul Dumitru a fost director Verachim, Combinatul Chimic din Giurgiu, închis la începutul anilor 2000.

avere¹⁵⁴ și de interese¹⁵⁵, acesta era consilier județean și membru în biroul municipal PNL. Muntenia TV nu figura în declarația de avere a consilierului județean Paul Dumitru, deși acesta deținea 10% din acțiuni și era responsabil de partea de management. Managerul Muntenia TV Paul Dumitru a avut aceeași abordare netransparentă și în privința asociatului său Șerban Dumitrescu, despre care a declarat: „Am un prieten, el e asociatul principal, lucrează în mediul privat, dar nu vă spun domeniul de activitate”. Mai mult, întrebând dacă îl cunoaște pe managerul Muntenia TV Paul Dumitru, purtătorul de cuvânt PNL Giurgiu, Ionel Muscalu, a omis la rândul său să precizeze că erau colegi de partid, rezumându-se la a spune că „domnul Paul Dumitru a lucrat de multă vreme în presă, în domeniul informației, a fost șeful cablului Tehnosat și mai apoi la UPC”.

Paul Dumitru a mai declarat că nu urmărea Muntenia TV înainte să devină unul dintre patronii televiziunii și că motivul pentru care a preluat-o este că „cealaltă nu era de vânzare”. Acesta a spus că a atras noi contracte de publicitate în virtutea relațiilor pe care le-a cultivat de-a lungul timpului și că **i-a încurajat și pe jurnaliști să găsească clienți de publicitate.**

Conform bilanțului depus la Ministerul Finanțelor, în 2012 compania care deține Muntenia TV a avut o cifră de afaceri de 239.174 de lei, un profit net de 2.110 de lei și 12 angajați.

”Nu avem un finanțator principal. Sunt mulți și mici. Publicitatea din mediul privat predomină. Am avut funcții de conducere destule și în orașul ăsta am fost bine perceput. După ce am ajuns director la Combinatul Chimic, care e cea mai mare unitate a județului, atâtea relații mi-am făcut, încât, dacă aveam nevoie de ceva oriunde în județul ăsta, mă servea oricine. Existau relații de întraajutorare pe care le-am păstrat. Profit de faptul că sunt destul de cunoscut și mă descurc. (...) Pot și angajații să aducă contracte, chiar zilele trecute au adus câteva contracte și fetele [jurnalistele postului -n.r.]. Ne descurcăm cum putem.” (Paul Dumitru, manager Muntenia TV și consilier județean Giurgiu. În trecut, Paul Dumitru a fost, printre altele, director la Combinatul Chimic Giurgiu, apoi la Alcozim Zimnicea și la UPC Giurgiu, potrivit spuselor sale.)

Televiziunile Muntenia TV și Valahia TV erau distribuite exclusiv prin cablu, cu singura diferență că Valahia TV era prezentă în toate rețelele de cablu¹⁵⁶, în timp ce Muntenia TV nu era distribuită în rețeaua UPC. Muntenia TV putea fi urmărită și în județul Teleorman. Piața de cablu din municipiul Giurgiu era estimată la un total de aproximativ 25.000 de abonați, din care compania Nextgen avea aproximativ 60% din piață, UPC deținea aproximativ 5.000 de abonați, iar compania CCC Blue Telecom deținea restul abonaților¹⁵⁷.

Nu există măsurători recente ale audiențelor televiziunilor locale din Giurgiu, deci gradul de influență efectivă a opiniei locale este greu de cuantificat, iar publicitatea este cu atât mai greu de atras. Estimările (empirice) indică un interes ridicat pentru acestea, potrivit unora dintre cei intervievați, deoarece programele televiziunilor locale ar atinge probleme de interes imediat pentru cetățenii din județ. Alți respondenți au spus însă că giurgiuvenii preferă să urmărească TVR și PRO TV. Jurnaliștii Valahia TV au declarat că află „din vorbă în vorbă” audiența și impactul emisiunilor, se orientează după numărul de accesări de pe site și mai folosesc drept barometru interacțiunea cu utilizatorii conectați la conturile lor de socializare.

Din punct de vedere politic, la data documentării pe teren, **administrația locală din județul Giurgiu era dominată de PNL**, atât prin faptul că majoritatea primăriilor din județ aparțineau PNL, cât și prin prezența majoritară a liberalilor în Consiliul Județean și Consiliul Local Giurgiu. Configurația politică la nivel local pune în opoziție aceste două instituții cu reprezentanții Guvernului (PDL) în teritoriu, de la Prefectura Giurgiu.

Spre jumătatea anului 2012, președintele Consiliului Județean Giurgiu, Dumitru Beianu, și-a dat demisia din PNL, a fost înlocuit de la șefia Consiliului Județean (ocupată în prezent de fostul senator PNL Vasile Mustățea) și a trecut în tabăra PSD, invocând relația sa tensionată cu Lucian Iliescu, primarul din Giurgiu (PNL). „Nu am fost unul dintre cei care pun în aplicare orice ordin primit de la Lucian Iliescu

¹⁵⁴ Declarația de avere nr. 15 din 31 mai 2011, aparținând lui Paul Dumitru, este disponibilă aici: [http://www.cjgiurgiu.ro/portal/giurgiu/cj/portal.nsf/0/7B8B7C640A692CF0C225781F003145C7/\\$FILE/Dumitru%20Paul.pdf](http://www.cjgiurgiu.ro/portal/giurgiu/cj/portal.nsf/0/7B8B7C640A692CF0C225781F003145C7/$FILE/Dumitru%20Paul.pdf)

¹⁵⁵ Declarația de interese nr. 44 din 31 mai 2011, aparținând lui Paul Dumitru, este disponibilă aici: [http://www.cjgiurgiu.ro/portal/giurgiu/cj/portal.nsf/0/FE9DA24F638DA698C225781F003186A8/\\$FILE/dumitru%20paul.pdf](http://www.cjgiurgiu.ro/portal/giurgiu/cj/portal.nsf/0/FE9DA24F638DA698C225781F003186A8/$FILE/dumitru%20paul.pdf)

¹⁵⁶ A declarat Mihai Hainagiu, directorul televiziunii Muntenia TV.

¹⁵⁷ A declarat Paul Dumitru, fostul director UPC Giurgiu până în 2010, în prezent directorul Muntenia TV.

- acesta a fost principalul motiv pentru care am fost executat atât de brutal. Pentru Lucian Iliescu nu contează nimic mai mult decât interesul său”¹⁵⁸, a declarat Dumitru Beianu pentru o publicație locală din Giurgiu, după ce a fost demis de la șefia Consiliului Județean. La scurtă vreme, primarul din ultimii 16 ani al orașului Giurgiu, Lucian Iliescu (PNL), a pierdut alegerile locale în favoarea candidatului independent Nicolae Barbu, susținut de PP-DD, potrivit presei locale.

2. Percepția asupra jurnalismului. Influențe economice și politice

Majoritatea celor intervievați la Giurgiu au identificat lipsa fondurilor pentru finanțarea televiziunilor locale (achiziții, deplasări, salarii) ca fiind cea mai stringentă problemă a presei locale românești, în genere, și a celei giurgiuvene, în particular.

Atât configurația politică de la nivel județean și municipal, cât și relațiile dintre politicieni, respectiv dintre politicieni și patronatele televiziunilor, s-au reflectat, de-a lungul timpului, în conținutul difuzat de cele două televiziuni locale incluse în acest studiu, potrivit celor intervievați la Giurgiu. **Aprecierile privind existența unor influențe politice au fost aproape unanime, dar acceptate deseori ca fiind „inerente” muncii de presă în televiziune, în condițiile crizei economice și a slabei finanțări din sectorul privat. Ponderea însemnată a finanțărilor din bani publici influențează agendele editoriale ale televiziunilor locale, din perspectiva celor mai mulți respondenți. La data documentării, televiziunile Valahia și Muntenia erau percepute ca fiind apropiate de (fracțiuni diferite din) PNL.**

”Se prezintă selectiv informațiile, în funcție de interesele politice locale sau județene.” (Reprezentant CNA)

”Nu am încredere în niciuna dintre televiziunile locale. Vin la conferințele de presă și nu redau decât ce le spune stăpânul lor să dea pe post. De obicei, poziția PDL nici nu se vede la televiziunile locale - de multe ori, eu trebuie să-i atac pe adversarii politici sau să fac scandal ca să apar la televizor că uite ce am făcut. Stăpânii lor sunt de la PNL. Le-au cumpărat și informațiile trec printr-un filtru groaznic. Nu ziaristii sunt de vină. E o situație foarte rea aici. Giurgiu e nedezvoltat din punct de vedere economic. Neavând unde să lucreze, ziaristii, săracii, deja nu-și mai fac meseria de ziarist. Sunt subordonați proprietarilor, care susțin PNL-ul.” (Marin Anton, președintele PDL Giurgiu, membru în Biroul Permanent Național. La data documentării pe teren, Marin Anton era secretar executiv PDL și Președintele Comisiei Infrastructură și Mediu.)

”Cu finanțarea și lipsa publicității e greu. În general, firmele mari dau bani doar când au campanii naționale. De la finanțare pleacă totul: lipsa unei dotări comparative cu televiziunile naționale etc. Din cauza lipsei publicității, niciun tip de televiziune, radio sau ziar nu poate supraviețui fără sprijinul financiar din partea unui politician. La ambele televiziuni din Giurgiu sprijinul vine din partea PNL. (...) Avem contracte de publicitate cu Primăria și cu Consiliul Județean în ceea ce privește știrile pe care le realizăm pentru ei și, în baza contractelor, cred că ținem cont de interesul lor. (...) Nu cred că o să-și revină societatea prea curând și, ca atare, nici presa. Neavând acces la publicitate de la firme mari, nu ești independent financiar.” (Jurnalistă Valahia TV)

”Toți conducătorii de partide din județ încearcă să controleze televiziunile locale, prin aparițiile lor foarte dese”. (Reprezentant PNL Giurgiu)

”Mă lovesc de tot felul de interese. Să ne lase să ne facem treaba. În toate ziarele văd politică. Toți jurnaliștii s-au canalizat pe politică. Haideți, dom'le, să facem și noi niște cazuri sociale, să spunem pe cultural ce se mai întâmplă!” (Reprezentant Valahia TV)

Reprezentanții PNL Giurgiu au admis că prezența lor precumpănea la televiziunile locale, dar au pus acest fapt pe seama configurației politice locale și au susținut că posturile Valahia și Muntenia erau independente și informau corect publicul. Dovezi ale aprecierii celor două televiziuni erau și diplomele „de excelență”, pentru „consecvență și concizie” și „tastatură de oțel” afișate în redacții, acordate de PNL.

¹⁵⁸ ”Dumitru Beianu a ieșit la atac”, OpiniaGiurgiu.ro, 12 mai 2012.

”PNL are o relație bună cu cele două televiziuni, la fel ca și celelalte partide. PNL are ocazia aici în Giurgiu să aibă conferințe de presă miercurea (organizația municipală) și vinerea (organizația județeană). Vinerea are și PDL-ul, iar televiziunile merg și la PNL și la PDL. Norocul PNL este că cei doi conducători de instituții locale, primarul municipiului și președintele Consiliului Județean, sunt amândoi liberali, și, în conferințe, apar acești oameni care sunt liberali, până la urmă. Chiar dacă ei vorbesc de dezăpezire, e o problemă pe care mulți locuitori o văd prin omul care vorbește. Când vorbește primarul, știe toată lumea că e liberal. Când vorbește președintele Consiliului Județean, același lucru. Deci, PNL este foarte prezent la cele două televiziuni locale. (...) Aș asocia televiziunile locale cu partidele care apar la televizor: PNL, PDL. Mai puțin cu PUNR, pentru că nu sunt așa de bine reprezentate. Și cu PSD mai puțin, pentru că PSD este într-o reorganizare aici la Giurgiu în momentul ăsta. (...) De fiecare dată avem miercurea și vinerea întâlniri unde toată presa e liberă să vină. Nu am oprit niciodată un om din presă să vină, pentru că ar fi o greșală. Nu toate articolele din presă sunt favorabile PNL, uneori sunt chiar rău-intenționate, dar e mai bine să ai o atitudine pozitivă și față de activitatea ta proprie și față de activitatea lor. De ce să ne facem dușmani inutili? Principiul meu este că cel mai bine e ca și dușmanii să stea în cort, nu în afara cortului. E un principiu pe care, de altfel, cred că orice om din publicitate îl practică. E vorba aia: <<mai bine să faci pipi în afara cortului și să stea în cort, decât să stea afară și să facă pipi în cort>>. Mai bine să fie alături de noi toată lumea, chiar dacă unii ne înjură, decât să stea afară și să ne înjure.” (Reprezentant PNL Giurgiu)

[Despre diplomele acordate de PNL jurnaliștilor giurgiuveni - n.r.] *„Rațiunea este una firească. Nu numai televiziunile au primit diplome, ci și celelalte instituții de presă. Nu au fost diplome de excelență, ci au fost niște diplome mai mult haioase. Am oferit <<linotipul de cristal>>, <<tastatura de oțel>>, <<ora deadline>> și așa mai departe. Am oferit aceste diplome la sfârșitul fiecărui an pentru toate instituțiile de presă din Giurgiu. Împreună cu ceilalți colegi de la departamentul nostru de imagine (...), am decis ca fiecare dintre televiziuni să primească câte o diplomă, pentru materiale politice care ne priveau pe noi. Nu le-am dat bani. Pe lângă diplome, am organizat o conferință de presă mai relaxată, în care ziariștii au putut să pună orice fel de întrebare, nimic altceva.” (Ionel Muscalu, PNL Giurgiu)*

Televiziunea Muntenia TV a fost percepută, de-a lungul timpului, ca având diverse orientări politice, în funcție de schimbarea (preferințelor) patronatului. Ca atare, potrivit unora dintre cei intervievați, Muntenia TV a fost asociată cu PSD - în speță, cu Victor Boiangiu, fost președinte al Consiliului Județean din partea PSD, care a trecut ulterior la PDL. (O ziaristă de la Muntenia TV a lucrat o perioadă pentru Guvernul României, pe vremea premierului Emil Boc, la secretariatul ministrului Valentin Iliescu, pentru Relația cu Parlamentul, fapt de istorie personală care ar putea susține ipoteza unei atitudini părtinitoare, favorabile PDL. Jurnalista a subliniat însă că nu este membră de partid și că nu împărtășește ideologia acestei formațiuni politice.) Apoi, odată cu schimbarea preferințelor/influențelor politice ale patronatului, televiziunea ar fi devenit mai apropiată de PDL. În cele din urmă, după schimbarea conducerii, Muntenia TV s-ar fi orientat către PNL (mai precis, către o fracțiune din PNL apropiată de primarul Lucian Iliescu).

”Jocurile la Muntenia erau făcute de dl Boiangiu, care a fost președinte al Consiliului Județean Giurgiu din partea PSD. Metoda e PSD-istă. Televiziunea a fost preluată de un fost PSD-ist actualmente deputat PDL, dar a vândut-o. Cât a fost patronul la PSD, era orientată către PSD, apoi, când a venit el la PDL, televiziunea a fost pro PDL. (...) Televiziunile de aici sunt deținute de politicieni direct sau printr-o clică de interpuși. Primul lucru care mi s-a spus când am venit în Giurgiu a fost să-mi fac televiziune, că altfel nu mă reprezintă nimeni niciunde. M-am încăpățânat și mă încăpățânez în continuare și sper că până la urmă jurnaliștii vor face rost de bani și își vor face ei televiziune și se vor ocupa de jurnalism, în loc să fie slugile celor din politic. Nu am nevoie de așa ceva, am nevoie de oameni obiectivi. Era o întrecere deosebită aici. Se gândeau că cine are televiziune, ăla câștigă alegerile. Cine are presă, ăla câștigă alegerile. Eu nici nu cred în așa ceva.” (Marin Anton, PDL Giurgiu)

”Toți ziariștii sunt coordonați politic și, chiar dacă eu declar că nu sunt membru și nici măcar simpatizant al vreunui partid, lucrez la o televiziune care aparține PNL. Aici lucrez ca profesionist, nu ca angajat politic, nu am nicio simpatie politică. Chiar dacă nu-mi convine, eu lucrez pentru bani aici. Vin la serviciu așa cum vine orice muncitor, îmi fac treaba cât mai bine din punct de vedere tehnic și profesional și nu mă interesează. Cine mă plătește, pentru ăla lucrez, ca mercenarii sau ca la nuntă.” (Angajat Muntenia TV)

”Înainte să preiau Muntenia TV, postul era mai apropiat de un partid [PDL - n.r.], dar acum nu mai e partizan.” (Paul Dumitru, manager Muntenia TV)

Reprezentanții Valahia TV au precizat că postul nu avea o afiliere politică directă, dar că era vizibilă opțiunea informală a patronatului pentru (o parte din) PNL, partid care domina administrația locală și care se număra printre principalele surse de informare ale televiziunii. Jurnaliștii de la Valahia TV au declarat că realizează materiale despre „absolut toate” formațiunile politice locale, atunci când acestea organizează evenimente, și au susținut că nu li s-au impus sau li s-au retras de la publicare materiale din motive politice sau economice, dar că au existat „propuneri” din partea unor politicieni. Unul dintre ziaristii Valahia TV a relatat că a fost el însuși patron de ziar, dar a trebuit să închidă publicația, ca urmare a presiunilor exercitate de politicieni PSD pe vremea când acest partid era la putere și în opoziție cu PNL.

”Afiliere - nu în mod direct. E o opțiune informală către Partidul Național Liberal a patronatului, asumată public.” (Jurnalist Valahia TV)

”În campania trecută, cealaltă televiziune era cu PDL-ul, iar noi tot cu PNL-ul. Acum, și cealaltă e tot cu PNL. (...) De când suntem aici, așa am găsit televiziunea. Știam de când ne-am angajat. Este o opțiune evidentă, deci este asumată.” (Editor Valahia TV)

”În județul Giurgiu domină Partidul Național Liberal. Are mai mulți primari. Noi aici ne învârtim. Dacă zicem că avem nevoie de ceva, noi aici apelăm, dacă avem nevoie de informare din județ.” (Manager Valahia TV)

Presa giurgiuveană (online) a scris că Valahia TV, post apropiat de fostul președinte al Consiliului Județean Dumitru Beianu (PNL), aflat în conflict declarat cu primarul Lucian Iliescu, ar fi contribuit decisiv la înlăturarea din funcție a edilului, după 16 ani de mandat. O confirmare a tensiunilor dintre Valahia TV și politicianul Lucian Iliescu a venit indirect la scurt timp după alegerile locale. La alegerile parlamentare, un jurnalist Valahia TV care filma în fața sediului PNL Giurgiu a fost agresat aparent fără motiv de soția fostului primar Lucian Iliescu, candidat la Senatul României. Smaranda Iliescu l-a lovit de mai multe ori pe reporter peste cameră, cerându-i să nu o mai filmeze¹⁵⁹. În sprijinul acesteia au sărit mai mulți membri ai partidului, care l-au bruscat pe cameraman. Potrivit înregistrării video¹⁶⁰, discuția dintre Smaranda Iliescu, soția celui care a fost primar în Giurgiu timp de 16 ani (actualmente, senator PNL), și reporterul Valahia TV a decurs în termenii următori:

Smaranda Iliescu: „De ce mă filmezi?”

Reporter Valahia TV: „Sunt pe domeniu public. Îmi fac meseria. Dumneavoastră de ce mă agresați?”

Smaranda Iliescu: „Și eu sunt pe domeniu public, fac ce vreau, cum faci tu ce vrei. (...) Pe domeniul public înseamnă că pot să fac și eu ce vreau, să-ți trag un pumn, asta e pe domeniu public.”

La nivel formal, la CNA nu există plângeri împotriva celor două televiziuni, în 2011 sau la începutul lui 2012, care să ateste dezechilibre sau partizanate politice. Experiența ultimilor ani arată că sesizările apar aproape exclusiv în campaniile electorale, pe de o parte pentru că politicienii sunt mai sensibili și mai atenți la conținutul media care face referire la ei, iar pe de altă parte pentru că în campaniile electorale se fac presiuni mai mari asupra jurnaliștilor și/sau a patronilor de presă, conform respondenților.

Editor Valahia TV: „Sesizările apar în campanie pentru că li se pare unora că nu sunt dați la fel de mult ca ceilalți.”

Autor Harta Televiziunilor: „Doar li se pare?”

Editor Valahia TV: „Nu, așa și e, din păcate. În campanie apar niște presiuni.”

¹⁵⁹ ”Jurnalist agresat de soția unui candidat PNL”, Realitatea.net, 9 decembrie 2012.

¹⁶⁰ ”9 decembrie ora 15:00 Cameraman Valahia TV agresat în plină stradă”, ValahiaTv.ro, 9 decembrie 2012.

„Perioada electorală este o perioadă de efervescentă și efervescenta asta se prelungește cam cu două-trei luni înainte de evenimentul propriu-zis. Atunci se agită spiritele și ies la lumină mai pregnant prin ce se prezintă pe post. Acesta este un barometru care mie cel puțin mi-a dat de înțeles că acolo încep să se agite spiritele. Chestia asta e la nivel de conducere a postului, nu la nivel de un simplu operator care filmează. Înainte de campania din 2008 și în general în preajma campaniilor electorale, cu câteva luni înainte, se fac presiuni asupra jurnaliștilor sau asupra patronatului. Jurnaliștii îmi spuneau <<off the record>> că se fac presiuni mari asupra lor, în general prin patronat. Chiar și indirect li se spune cum anume să trateze un material, ce nuanțe să aibă.” (Reprezentant CNA)

”Oamenii sunt mai tensionați în campanie, fiecare își urmărește interesele și scopurile și nu toți sunt obișnuiți cu presa și nu toți fac din presiunea pragului de trecut o scară. Poți să nu te împiedici de un prag, ci să urci pe el. Dar asta trebuie să o faci singur, nu te urcă nimeni. (...) Probabil că atunci [în campania electorală - n.r.] oamenii își exacerbează problemele pe care le au referitor la imaginea publică și cred că memoria concetățenilor ține de la începutul campaniei până la sfârșitul ei. Și, atunci, când apar diverse materiale, sigur că apar și sesizările. Însă asta demonstrează că televiziunile respective sunt independente, dacă patru ani nu le întreabă nimeni nimic și apoi o dată, o lună de zile, toată lumea bombardează. Nu s-au întâmplat aici la Giurgiu evenimente de genul celor de la Piatra Neamț, unde în ziua campaniei electorale cineva a difuzat emisiuni sau spoturi care să favorizeze unul dintre candidați. Nu s-a întâmplat nici măcar să apară vreo dezmințire în condițiile în care în Giurgiu, la un moment dat, adversarii primarului aruncaseră fluturași în care spuneau că a trecut la un alt partid în noaptea dinaintea alegerilor. Televiziunile nu au publicat o dezmințire, pentru că nu aveau voie să dea informații despre candidați în ziua alegerilor. Asta, din punctul meu de vedere, spune mult despre ce înseamnă profesionalismul lor.” (Ionel Muscalu, PNL Giurgiu)

Implicarea acționarilor în televiziunile locale giurgiuvene este puternică și a fost vizibilă și atunci când unii jurnaliști s-au asigurat întâi că patronatul era de acord ca ei să discute cu autorii acestui studiu. Totodată, angajați ai ambelor televiziuni locale din Giurgiu au declarat că **intervine autocenzura atunci când un material ar putea afecta „strategia firmei” care deține postul.** Alți jurnaliști au criticat mentalitatea patronilor de a folosi presa „numai în scop politic sau financiar”.

”Sunt angajat într-o firmă și trebuie să țin cont și de interesul care derivă din strategia firmei.” (Jurnalist Valahia TV)

”**Presa e o activitate strict comercială.** (...) Patronul impune politica de post și politica asta e foarte clară. Trebuie să dăm materiale de o anumită culoare. **Această televiziune este a unui partid, deci cum puteți avea pretenția să fie o televiziune echidistantă? Este undeva în țara asta așa ceva? Mie mi se pare firesc, dacă omul dă banii...** Ajung la bunul simț al lui Becali, bunul simț popular. Asta e realitatea cruntă din țara asta: cine te plătește - impune punctul de vedere. Ne asumăm răspunderea asta. Nimeni nu te obligă. (...) Nimeni nu a încercat să ne dea afară, pentru că **nu au fost cazuri de insubordonare, de încercare de a face altceva decât politica patronatului.** Nu au fost probleme din astea interne. Dacă nu-ți convine, te duci în altă parte, la o televiziune independentă, poate la CNN.” (Angajat Muntenia TV)

”Deși o televiziune e, într-adevăr, o societate comercială, până la urmă, **prea se abdică de la rostul presei în favoarea actului comercial sau politic**”. (Reporter Valahia TV)

Mulți jurnaliști din Giurgiu au declarat că resimt complexele locuitorilor unui oraș mic [orașul are aproximativ 50.000 de localnici - n.r.], unde „toată lumea se cunoaște cu toată lumea”, motiv pentru care frecvent jurnalismul se face „la mica înțelegere”, cu precauția să nu supere „prea tare” pe nimeni. Alte consecințe care s-au remarcat de pe urma acestui tip de mentalitate au fost: **rezerva/teama unor respondenți de a numi politicienii sau instituțiile care reprezintă o amenințare pentru libertatea de exprimare și paradoxul că aceiași politicieni pot alterna rolurile de dușmani și apărători ai libertății de exprimare, în conjuncturi diferite.** Întrebat ce ar trebui schimbat în mediul politic și economic pentru o presă locală independentă, un ziarist giurgiuvean a replicat: „Să nu mai fie politică”.

”Nu pot să vă dau nume de oameni, e un oraș prea mic. Și sunt și instituții, dar nu vă pot da nume de instituții. Locale și județene. În special județene. Și dușmanii sunt politicieni de la mai multe partide.” (Jurnalistă Muntenia TV. Anterior, aceeași jurnalistă declarase că măsura „cea mai rapidă și mai bună” de a proteja jurnaliștii de presiunile politice și economice este ca acestea să fie făcute publice.)

”Mărimea comunității e un dușman al libertății de exprimare. Fiind un oraș mic și oricine cunoscând pe oricine, există interese, pe de o parte, și rușinea față de vecinul tău, pe de altă parte.” (Angajat Muntenia TV)

”Dușmanii sunt politicienii, dar nu prea-și fac de cap. Nici noi nu suntem foarte răi, dar nici ei, ne tolerăm.” (Editor Valahia TV)

”Oamenii politici sunt într-o comunitate mică, înțeleg că trebuie să-i mai și critici. Se mai supără, mai ai discuții prin conferințe de presă, dar până la urmă o să le treacă”. (Jurnalist Valahia TV)

”Tot cei care ne îngrădesc [politicienii - n.r.] ne și apară, au momentele lor.” (Manager Valahia TV)

3. Relația cu autoritățile locale

Referitor la relația cu autoritățile locale, jurnaliștii din Giurgiu s-au declarat nemulțumiți de netransparența și de modul în care înțeleg unele instituții publice să respecte Legea accesului la informațiile de interes public.

Alți jurnaliști au reclamat faptul că le-a fost blocat accesul în unele instituții publice, printre care Primăria, și că au fost agresați verbal de unii funcționari publici. Totodată, intervievații s-au plâns că forțele de ordine nu intervin prompt atunci când un ziarist este agresat.

O altă problemă în relația cu autoritățile locale este aceea că unii reprezentanți ai instituțiilor publice refuză să dea declarații dacă au fost numiți în funcții de partide politice aflate în opoziție cu partidele susținute informal de instituțiile de presă, potrivit unor respondenți.

Cei mai mulți intervievați au declarat că țin cont de interesul administrației locale când realizează un material dacă subiectul abordat „folosește postului de televiziune și rolului pe care îl are administrația locală” sau când există un contract de publicitate din bani publici care impune promovarea unor evenimente.

”Au fost situații când primarul i-a smuls unui coleg al meu aparatul de fotografiat și reportofonul iar pe mine m-a împins afară din Primărie.” (Jurnalist Valahia TV)

”În primul rând, ne lovim de purtătorii de cuvânt de la instituții. Sunt purtători de tăcere, nu de cuvânt. Nu ți-ar spune să-i pici cu ceară. Nu se respectă legea accesului la informații și durează prea mult să te duci în instanță, să te plângi la șeful celui care nu-ți dă informația. Sunt puși acolo fie să ocolească răspunsurile, fie să te plimbe. Le dai telefon, nu îi mai găsești, când îi găsești nu-ți spun, apar purtători de cuvânt nepregătiți.” (Reporter Valahia TV)

„Dușmanii libertății de exprimare pentru ziariști sunt purtătorii de cuvânt din instituții și directorii, pentru că ei dau numai informațiile care convin instituției”. (Jurnalist Valahia TV)

”Sunt instituții în care nu poți să intri până nu vorbește secretara cu șeful”. (Jurnalist Valahia TV)

„Trebuie îmbunătățită legislația. La anumite evenimente, forțele de ordine ignoră amenințările la care sunt supuși ziariștii.” (Reporter Valahia TV)

”O problemă este refuzul reprezentanților unor instituții de a colabora. Asta se întâmplă din cauza comezilor politice. De exemplu, o instituție este a PDL-ului, alta - a PSD-ului, și reporterul de la o televiziune a PNL poate să fie evitat. Instituția poate e deschisă, poate ar vrea, dar un om de acolo, fiind pus de un alt partid decât partidul din care se presupune că ar face parte televiziunea, va refuza să dea declarații. Asta este o problemă foarte mare. Dacă se trece peste obstacolul ăsta, e foarte simplu. Oamenii sunt oameni, orașul e foarte mic, oricine cunoaște pe oricine. Politica e problema în orașele mici.” (Reprezentant Muntenia TV)

4. Relația în redacție

Relațiile din redacțiile televiziunilor din Giurgiu au fost descrise ca fiind bune și foarte bune de către majoritatea celor intervievați. La Valahia TV, potrivit respondenților, relațiile sunt „de prietenie”, iar comunicarea se face „de la egal la egal”. La Muntenia TV, relațiile au fost descrise ca fiind cordiale, de colaborare. Aceste aspecte s-au numărat printre motivele invocate de ziariști pentru a lucra în redacțiile respective. Pe alocuri, a fost recunoscută o barieră de comunicare între patronate și redacție, puse pe seama lipsei unei comunicări directe.

”Poate ar ajuta să ne întâlnim mai des. Am ști mai bine ce gândim noi jurnaliștii și ce gândește patronatul”. (Jurnalist Valahia TV)

”Din propria-mi experiență, am realizat că, în momentul în care te duci la serviciu cu plăcere și sunt niște relații cordiale între șefi și subalterni sau între colegi, te duci cu plăcere, și atunci ai și satisfacția muncii și randamentul este mult mai ridicat, în contextul ăsta. Dacă te duci la serviciu și ai un director tâmpit și te cerți cu el și se fac presiuni, sunt oameni care, atunci când se țipă la ei și se fac presiuni asupra lor, se apucă și muncesc, dar cea mai mare parte a oamenilor dau randament în clipa în care nu sunt stresați. Or, mai ales în cazul jurnaliștilor, care apar și pe ecran, trebuie să fie cât mai destinși, să se vadă că fac lucrul ăsta din plăcere. (...) Modul de management duce la îmbunătățirea relațiilor. Dacă lași o atmosferă mai caldă, mai apropiată, dacă întreții o atmosferă mai apropiată față de subalterni, atunci și între ei se destind relațiile.” (Paul Dumitru, acționar și manager Muntenia TV)

Întrebați ce i-ar determina să-și dea demisia de la actualul job, jurnaliștii au spus că ar opta pentru un loc de muncă mai bun, care să îi provoace profesional, sau pentru un post mai bine plătit, iar unii dintre ei au declarat că ar demisiona dacă li s-ar impune să facă ceva ce contravine principiilor lor.

”Mi-aș da demisia dacă mi-ar zice să intru în partidul care finanțează această televiziune sau dacă ar fi niște intruziuni foarte mari în activitatea mea profesională.” (Angajat Muntenia TV)

În ceea ce privește relațiile dintre cele două redacții, acestea au fost prezentate ca fiind „amicale”, de colaborare. De multe ori, jurnaliștii se ajută reciproc cu înregistrări de la evenimente și cu diferite alte informații. Relaționarea cu jurnaliștii din presa centrală se face în special pe considerente de prietenie, neexistând contracte formale de colaborare între instituțiile de presă.

”Am văzut că televiziunile Muntenia și Valahia au o relație foarte bună. Am văzut că, dacă nu participă unii la un eveniment și participă ceilalți, își dau înregistrările, se ajută cu imagini.” (Reprezentant PNL Giurgiu)

5. Soluții pentru un jurnalism de calitate

Dificultățile financiare și slaba profesionalizare au vulnerabilizat televiziunile giurgiuvene. Pe o scală de la 1 la 10, cei intervievați au evaluat că nivelul de pregătire al jurnaliștilor giurgiuveni este (în medie) de nota 7. Majoritatea angajaților Valahia TV și Muntenia TV nu aveau studii de Jurnalism, iar mulți dintre ei nu aveau deloc studii superioare, la data realizării acestei documentări. Câțiva absolvenți de Jurnalism rămași în Giurgiu lucrau în presa scrisă sau aveau colaborări cu televiziunile naționale, iar unul dintre aceștia era purtătorul de cuvânt local al unui partid politic, potrivit celor intervievați.

Cele mai frecvente soluții propuse de respondenți pentru un jurnalism local de calitate au vizat o mai bună pregătire a jurnaliștilor (mulți nu știau ce înseamnă „advertorial”), investirea în cursuri cu specialiști în domeniu și schimburi de experiențe, finanțarea deplasărilor pentru ziariști, o mai bună documentare a știrilor din teren și **evitarea folosirii conferințelor de presă ca principală sursă de informare.**

Autosuficiența și lipsa de interes ale unora dintre jurnaliști au fost indicate, la rândul lor, drept cauze ale degradării actului jurnalistic.

”Toți tratează presa ca un loc de muncă, nu îi interesează ce cheltuieli sunt. Ei vin ca la un loc de muncă, își fac partea lor de lucru și gata. Poate nici nu e problema lor să se ocupe de mai mult. Să

facă materiale mai ample, să fie Jurnalul mai bun - nu îi interesează. Asta ar fi o problemă a mea cu angajații. Asta e jobul, nu putem să facem mai multe știri. Materialele de-abia le facem. Eu aș vrea mai mult. Încerc să fac o echipă care să plece în județ. Am cunoscut câțiva jurnaliști de la București. Erau croiți să facă treabă, să cerceteze. (...) Un jurnalist de calitate ar trebui să aibă studii, să caute tot timpul materiale, să lucreze într-un mod cât mai eficient. Niciodată să nu se mulțumească și să zică: <<Am unu-două materiale, gata, mi-am făcut treaba>>. Să caute tot timpul, să fie interesat 12 din 24 ce se întâmplă, să fie activ. Asta e ce lipsește". (Manager Valahia TV)

"Presa locală e într-o comunitate mică, e greu să faci presă aici, se cam știe tot. E greu să aduci ceva nou și să fii și inedit. Ar trebui ceva mai multă independență financiară și să renunțăm la conferințele de presă. S-a neglijat teritoriul, jurnalistul s-a cantonat în municipiu." (Jurnalist Valahia TV)

"Jurnaliștii trebuie să se informeze cât mai bine despre orice se întâmplă, să se raporteze la ceea ce află ca profesioniști, nu ca simpli cetățeni." (Reporter Valahia TV).

La Giurgiu, calitatea actului jurnalistic trece (și) prin buzunar. Multe dintre propunerile de soluții pentru un jurnalism de calitate indicate de cei intervievați se referă la confortul material (creșterea salariilor) și la dotările studiourilor. Totodată, respondenții au susținut în unanimitate că o finanțare predominantă din mediul privat și salariile mai mari ar contribui decisiv la creșterea calității prestației editoriale și jurnalistice a televiziunilor locale.

"Nu avem resurse să ne ducem pe teren, bani de combustibil. Noi mergem la toate conferințele de presă, dar nimeni nu ne înțelege că noi facem asta doar pur și simplu pentru informare. Avem niște cheltuieli, dar nu ne susține nimeni, din păcate". (Manager Valahia TV)

"Când presa va fi independentă, atunci va fi și jurnalismul de calitate. Dar, în România, slabe speranțe. Independența asigură și calitatea omului, în primul rând. Și, dacă omul e de calitate, respectă niște principii morale, de bun-simț - se respectă pe el, și, atunci, și publicul va fi respectat. Când vor fi independenți, când nu vor mai depinde de diverse partide, atunci poate vom vorbi de profesia de jurnaliști. Acum sunt niște angajați buni de gură și care scriu frumos, ai unor partide sau ai unor oameni cu interese." (Angajat Muntenia TV)

"În primul rând, acționariatul majoritar al societăților care dețin instituții de presă ar trebui să nu fie implicat politic direct sau indirect, prin rude, cunoștințe sau alte forme de nepotism. În general, multe posturi locale își trag finanțările din contracte de publicitate și alte contracte încheiate cu Consiliul Județean, cu Primăria, cu tot felul de alte organizații locale care țin oarecum de Primărie, iar fondurile se repartizează politic. Ar trebui ca posturile să se autofinanțeze și să aibă publicitate din alte activități economice decât cele ale acționariatului. Să aibă bani din afaceri private, care nu au legătură cu statul, astfel încât să nu depindă de bugetul local, de contractele cu Consiliul Județean ș.a.m.d. [Politicienii - n.r.], chiar dacă nu-ți spun explicit să îi susții, asta este un fel de lege nescrisă." (Reprezentant CNA despre județul Giurgiu)

Majoritatea celor intervievați la Giurgiu s-au declarat împotriva unei legi a presei, pe motiv că ar afecta libertatea de exprimare. Cei care au pledat în favoarea unei legi au susținut că aceasta ar trebui elaborată de breaslă, pentru o mai mare protecție a jurnaliștilor în fața presiunilor și a agresiunilor.

"Legea presei nu e necesară, n-are rost. Jurnaliștii știu ce-au de făcut, nu trebuie să-i învețe nimeni. Se elimină singuri cei care mint, mai ales în comunitățile mici". (Reporter local)

"Eu sunt pentru libertatea presei. O lege a presei nu face altceva decât să îngreiească libertatea." (Paul Dumitru, manager și acționar Muntenia TV)

"Nu știu dacă o lege a presei este cea mai stringentă problemă a societății românești în momentul de față. Nu cred că e nevoie. Autoreglementarea cred că e mult mai importantă, pentru că, până la urmă, dacă s-ar adopta un cod deontologic extrem de bine pus la punct de presă, cred că ar fi mult mai bine decât să vină o normă propusă și susținută de oameni politici în Parlament, care au propriile interese și care nu reprezintă presa și interesele presei. Presa este o lume în mișcare, o lume dinamică, în care ce era valabil acum șapte ani, opt ani, zece ani nu mai este absolut deloc valabil. De aceea cred că legea presei, venită de la politicieni, ar fi mai mult o intruziune decât o rezolvare a problemelor

presei.” (Ionel Muscalu, absolvent de Jurnalism, administrator public al Consiliului Județean Giurgiu și purtător de cuvânt al PNL Giurgiu, la data documentării. Ulterior, politicianul a devenit președintele organizației municipale PNL Giurgiu).

”Sunt pentru o lege a presei. Eu, venind dintr-un partid care are două trusturi [centrale - n.r.] de presă împotriva, m-aș concentra pe obiectivitatea presei. În momentul în care nu prezinți corect și obiectiv o știre, ar trebui să existe niște sancțiuni. Răspunderea jurnalistului trebuie să existe. O lege a presei nu ar duce la îngrădirea presei, ci la responsabilizarea presei. (...) Nu văd cum s-ar putea autoreglementa, dacă jurnaliștii depind foarte mult de banii patronului.” (Marin Anton, președintele PDL Giurgiu)

”În ceea ce privește protecția ziariștilor, e nevoie de o reglementare. Sunt pentru o lege a presei care să fie inițiată de profesioniști din presă.” (Jurnalist Valahia TV)

”Ar fi mai utilă o lege, pentru că ce s-a întâmplat până acum arată că autoreglementarea nu funcționează”. (Reprezentant CNA despre județul Giurgiu)

O altă necesitate invocată pentru creșterea calității presei din Giurgiu a fost aceea ca **jurnaliștii să respecte codul deontologic și să facă apel la clauza de conștiință** pentru a se proteja de presiuni.

”Le interzic jurnaliștilor să ceară bani de la surse. La nivelul orașului Giurgiu nu există cazuri de șantaj de presă, dar la nivelul altor ziariști din presa centrală, dacă va uitați la averile lor, ale celor care au funcții mari și care au intrat și în politică - să fim serioși! Cum dracu a venit ala din Caracal și are acum Rolls-uri și yacht-uri? Sau Sorin Roșca Stănescu...” (Paul Dumitru, manager și acționar Muntenia TV)

”Un jurnalist de calitate este un om care știe să facă față presiunilor, care ține un echilibru între etica profesională și presiunile exercitate asupra lui”. (Reporter Valahia TV)

În ceea ce privește existența unor coduri deontologice ale redacțiilor, televiziunile au afișat pe site-uri adaptări ale codului deontologic ARCA.

”Am adaptat după cel de la ARCA, să nu vină să spună că e al lor și că trebuie să-l plătim. Am văzut în codul etic că sunt noțiuni generale de jurnalism. Tot timpul se aplică. Scriem opiniile tuturor, cităm”. (Reprezentant Valahia TV)

Cei mai mulți jurnaliști și-au manifestat neîncrederea în a adera la un **sindicat** menit să le protejeze drepturile. S-au întâlnit reacții de tipul: „Nu mai vreau, nu-mi trebuie. Nu mai am prea mare încredere. Mișcarea sindicală din România este varză”, sau: „N-am nicio așteptare, sunt dezamăgit de prestația sindicală din România, mai repede se poate rezolva în instanță”. Au fost și intervievați care s-au declarat dispuși să adere la un sindicat care să îi protejeze pe jurnaliști de imixtiunile patronatului. Directorii televiziunilor nu au vrut să investească în aderarea la o asociație patronală, considerând, conform spuselor acestora, că este o cheltuială inutilă.

”Există Uniunea Ziariștilor Profesioniști, care nu e un sindicat, dar are oarecum și atribuții sindicale, dar nu am aderat, pentru că nu mi-a plăcut cum s-a încercat constituirea, cu lideri impuși.” (Reporter Valahia TV)

”Nu am aderat la niciun sindicat, dar simt nevoia. M-aș aștepta ca un sindicat să facă un pic curățenie în patronat, să mai scăpăm de patroni de presă cu interese politice.” (Jurnalist Valahia TV)

”Am încercat [să ader la un sindicat - n.r.]. Nu mă ajută nimeni să mă reprezinte. Doar așa, să cotizez lunar să țin sindicatul că e și el sindicat, nu am niciun beneficiu. Am încercat să mă duc la diverse, dar nu am găsit avantajele. Cu ce mă reprezintă pe mine? Am auzit că e 100 de euro pe lună la ARCA, dar n-am atâția bani.” (Manager Valahia TV)

Televiziunile „imobiliare” din Iași

1. Context

La jumătatea anului 2012¹⁶¹, în județul Iași existau 20 de licențe de televiziune, dintre care nouă licențe prin antenă terestră la nivelul municipiului Iași, 10 licențe pentru televiziuni cu difuzare prin cablu și o licență prin satelit (ultima aparținând studioului teritorial al televiziunii publice - TVR Iași). În municipiul Iași, televiziunile private cu licență prin antenă terestră erau Tele M Iași (operată prin Tele M SA), Iași TV Life (operată de societatea comercială Iași TV Life SRL) și TV Bit (operată de Iași TV - Bit SRL), iar restul licențelor aparțineau stațiilor locale ale unor televiziuni comerciale naționale, și unor televiziuni din alte localități sau județe. Televiziunile locale ieșene aveau distribuție pe aproape toate rețelele de cablu din județ, însă niciuna nu emitea în sistem digital. În județul Iași operau 32 de companii de cablu¹⁶², la data documentării, principalii operatori fiind UPC și RCS & RDS, cu un număr relativ echilibrat de abonați, urmași de NextGen, potrivit estimărilor CNA.

Cele mai importante televiziuni ieșene, Tele M și Iași TV Life, sunt deținute de doi oameni de afaceri cu activități în domeniul imobiliar.

Astfel, deținătoarea licenței audiovizuale a televiziunii ieșene Tele M este Tele M SA¹⁶³ (CUI: 1969117), deținută în proporție majoritară de Moldova Universal SA¹⁶⁴ (67.8225%) și Alimentara SA¹⁶⁵ (32.1749%), companii al căror acționar principal este dezvoltatorul imobiliar Dănuț Cătălin Prisecariu, rezident canadian, absolvent de management, turism și comerț, fost membru PSD în perioada 2003-2006, potrivit declarațiilor sale.

În ceea ce privește televiziunile Iași TV Life și TV BIT (cea de-a doua retransmite B1TV), acestea aparțin societăților Iași TV-BIT SRL (CUI: 21374830) și Iași TV Life SRL (CUI: 1969354), deținute de antreprenorul Bogdan Nicolai Cihodaru, de profesie inginer mecanic auto (implicat în afaceri imobiliare, construcții, cadastru, vânzări și turism, potrivit declarațiilor sale), și de soția acestuia, Gabriela Cihodaru. Astfel, în cazul TV BIT, deținătoarea licenței audiovizuale este societatea comercială IAȘI TV-BIT SRL, ai cărei asociați sunt: Cihodaru Nicolai Bogdan - asociat principal - 99% și Cihodaru Gabriela - 1%. La Iași TV Life, deținătoarea licenței audiovizuale este societatea comercială IAȘI TV LIFE SRL, ai cărei asociați sunt: Cihodaru Gabriela - asociat principal - 85% și Cihodaru Nicolai Bogdan - 15%. Din grupul media compus din Iași TV Life și TV BIT face parte și săptămânalul regional 7 Est. În ceea ce privește TV BIT, această televiziune retransmitea, la data documentării, producții ale postului național B1 TV, însă reprezentanții televiziunii au declarat că aveau în plan să o transforme în post de divertisment cu programe proprii. Motivul amânării acestui demers a fost acela că emisiunile de divertisment realizate pe plan local nu pot concura cu cele naționale, care dispun de bugete de publicitate ce permit investiții substanțiale în realizarea acestui tip de producții, conform respondenților.

Bugetele televiziunilor locale Tele M și Iași TV Life pe anul 2011 au fost de aproximativ jumătate de milion de euro, respectiv de 170.000 de euro, potrivit patronatelor, care sunt, totodată, principalii finanțatori ai acestor instituții media. De asemenea, reprezentanții posturilor au declarat că niciuna din cele două televiziuni nu a înregistrat profit în ultimii ani. Conform bilanțului depus la Ministerul Finanțelor, în 2012 Tele M SA a avut o cifră de afaceri de 501.067 de lei și un număr de 30 de angajați. În 2012, cifra de afaceri netă a societății care deține televiziunea Iași TV Life a fost de 0 lei și s-a înregistrat o pierdere netă de 626 lei, conform bilanțului depus la Ministerul Finanțelor. BIT TV a

¹⁶¹ Documentarea pe teren în județul Iași s-a făcut în iulie 2012.

¹⁶² Numărul total de case care recepționează serviciile de televiziune era de aproximativ 231.000, potrivit Anuarului Media Express.

¹⁶³ Acționari Tele M SA: Moldova Universal SA, Alimentara SA, Dabija Olteția (0.0024%), Bujorean Costel - (0.0001%) și Fălcută Aurora - (0.0001%). În decembrie 2013 în datele de acționariat puse la dispoziție de CNA ca deținător al licenței Tele M figurează SC Tele M SRL care are același CUI ca Tele M SA.

¹⁶⁴ Acționarii Moldova Universal SA: Prisecariu Cătălin Dănuț - 71.7898%, Moldova Marketing & Management Consulting SRL - 24.7024% și alte persoane fizice - 0.8326% și persoane juridice - 2.6752%.

¹⁶⁵ Acționarii Alimentara SA: Prisecariu Cătălin Dănuț - 55.43%, Moldova Marketing & Management Consulting SRL - 25.32% (Prisecariu Mihaela - 95% și Dianu Antoaneta - 5%), Alți acționari persoane fizice - 10.13%, Moldova Universal SA - 8.99% și Alte persoane juridice - 0.13%.

avut în 2012 o cifră de afaceri netă de 0 lei și o pierdere netă de 20.107 lei, conform bilanțului depus la Ministerul Finanțelor.

Potrivit celor intervievați, cea mai mare problemă a instituțiilor de presă ieșene este ponderea scăzută a finanțărilor din publicitate, fapt care a determinat **dependența televiziunilor de patronate și scăderea investițiilor în jurnaliști și produse editoriale de calitate**. Respondenții ieșeni au declarat că publicitatea locală ar fi dificil de atras pentru că societățile comerciale ar considera promovarea la televiziunile locale drept o cheltuială „inutilă” și preferă să se îndrepte spre stațiile locale ale televiziunilor centrale, care au audiență mai mare, dar și pentru că unii clienți de publicitate ar asocia televiziunile locale cu proprietarii acestora și cu afacerile și interesele lor colaterale, în care nu doresc să investească. Cei intervievați au precizat că **situația economică la nivelul județului Iași este marcată de criza financiară**, care contribuie semnificativ la scăderea investițiilor în publicitate. Bugetul municipiului Iași a scăzut treptat în ultimii ani și a ajuns, de la 980 de milioane de lei în 2009, la 675 de milioane de lei în 2012¹⁶⁶. Respondenții au declarat că un aport semnificativ la bugetul local îl aduc universitățile din Iași, care atrag anual peste 100.000 de studenți din țară, companiile private (străine) de IT și de consultanță, precum și industria antibioticelor.

”Oamenii consideră publicitatea o cheltuială și nu o investiție. După munca titanică pe care o depui să-i explici unei firme de ce are nevoie de publicitate, se ajunge la sumele de bani și acolo se blochează tot. Nu cred că este în zona Moldovei vreun post de televiziune care este pe autogestiune financiară.” (Lia Anton, manager grup Iași TV Life - TV BIT - 7 Est)

Bugetele de publicitate sunt din ce în ce mai greu de atras. (Emanuel Medvedev, manager Tele M)

”Problema cu care se confruntă televiziunile locale este legată de finanțare, pentru că nu se pot susține din punct de vedere economic din publicitate, oricât s-ar încerca, și atunci, cel puțin în zona privată, depind în totalitate de [finanțare de la - n.r.] patronat.” (Jurnalist Tele M)

Reprezentanții Iași TV Life și Tele M au declarat că este acceptabilă practica publicării de advertoriale, atâta timp cât acestea sunt semnalate corespunzător. Aceștia au precizat că nu au contracte de publicitate cu autoritățile publice locale (managerul Iași TV Life a declarat că excepție face săptămânalul regional 7 Est, care aparține aceluiași grup media). Potrivit primarului municipiului, singura instituție de presă finanțată de instituția pe care o reprezintă este ziarul Curierul de Iași, publicație editată de Primărie care apare o dată pe săptămână pe suport de hârtie și este actualizată zilnic online¹⁶⁷. Primarul a mai declarat că există și contracte de promovare din fonduri publice atribuite prin licitație instituțiilor media locale care întrunesc condițiile legale.

Audiențele posturilor locale se bazează preponderent pe estimări empirice și sondaje de opinie realizate de partidele politice și de televiziuni, conform respondenților. Managerul Tele M a declarat că televiziunea la care este angajat a încheiat un contract de publicitate cu agenția de publicitate Goldbach Media și că Tele M are cea mai mare audiență la nivel local, potrivit unui studiu Dedalus Millward Brown realizat în perioada 10 aprilie - 4 mai 2012. La polul opus, patronul Iași TV Life, vicepreședinte al Patronatului Presei din România - RoMedia¹⁶⁸, a declarat că măsurătorile de audiențe realizate la nivel local plasează televiziunea sa în vârful audienței. Totodată, Bogdan Cihodaru a pledat pentru „unificarea televiziunilor locale sub un brand comun” - o formă de afiliere care să măsoare audiențele la nivel local și care să atragă publicitate pentru aceste instituții media.

Din interviuri a reieșit că lipsa fondurilor, deficitul și fluctuația de personal din redacții și numărul limitat de ore de emisie ale televiziunilor ieșene contribuie deseori la suprapunerea rolurilor angajaților din redacții și la imposibilitatea realizării unor materiale de profunzime (reportaje, investigații).

De-a lungul timpului, în contextul în care soluțiile de business în media au devenit unele de subzistență, numeroși jurnaliști ieșeni au ales să se orienteze către presa centrală (mulți au precizat că televiziunile locale sunt percepute ca „rampe de lansare” în presa centrală), ori s-au reprofilat și au pătruns în alte domenii (PR, publicitate, administrație publică etc.).

¹⁶⁶ Analiză: Gheorghe Nichita, primar de două mandate într-un oraș unde o stradă e asfaltată în patru ani, Mediafax.ro, 25 aprilie 2012.

¹⁶⁷ Conform site-ului ziarului Curierul de Iași - Curierul-Iasi.ro

¹⁶⁸ Conform patronului Iași TV Life.

Cât despre jurnaliștii angajați în televiziunile locale, aceștia sunt în cea mai mare pondere plătiți pe contracte de colaborare remunerate în jurul a 1.500 de lei și colaborează și cu alte instituții de presă locale și centrale, sau cu edituri, instituții de cultură și organizații nonguvernamentale. La data documentării, Tele M avea aproximativ 40 de angajați și colaboratori, iar lași TV Life avea 20, potrivit reprezentanților celor două instituții.

”Absolvenți de Jurnalism sau chiar studenți de la Jurnalism [din Iași - n.r.] stau cam doi-trei ani în presa locală, după care ori se lasă de meserie și se îndreaptă spre partea de comunicare, marketing etc., ori se duc la București și încearcă să lucreze în presă acolo.” (Fostă jurnalistă locală, actualmente reprezentantă a unei organizații nonguvernamentale care face traininguri pentru jurnaliști)

”Principala problemă a jurnaliștilor e lipsa de timp cauzată de constrângerile bugetare. Adică, nu ne putem permite să avem suficient de mulți reporteri și suficient de buni.” (Producătoare emisiuni Tele M)

”Cantitatea de publicitate nu este suficientă pentru a susține producția de emisiuni.” (Manager Iași TV Life)

Administrația publică locală și județeană ieșeană este dominată de USL (alianța PSD-PNL).

2. Percepția asupra jurnalismului. Influențe economice și politice

Intervievații ieșeni au indicat **credibilitatea scăzută a presei la nivel național** drept una dintre principalele cauze ale declinului (financiar al) organelor de presă. Decredibilizarea presei a fost pusă deopotrivă pe seama presiunilor exercitate de patronate și de sfere de interese locale economice și „transpartinice” (politicieni de la mai multe partide și oameni de afaceri se grupează în funcție de obiective comune), cât și pe seama înmulțirii unor practici **lipsite de etică și profund nocive pentru imaginea breslei, precum șantajul de presă și materialele făcute la comandă** (una dintre cele mai prospere publicații scrise și online din Iași este „consacrată”, potrivit intervievaților, pentru astfel de practici și a pierdut mai multe procese din acest motiv). De asemenea, **autocenzura și servilismul unora dintre jurnaliști au fost indicate drept cauze ale declinului moral al presei.**

O parte a respondenților a declarat că, înainte de accentuarea și generalizarea crizei financiare, mulți profesori de la Facultatea de Jurnalism din Iași îi sfătuiau pe studenți să se îndrepte către presa centrală. Motivele principale erau legate de faptul că, după spusele unora dintre intervievați, exista o **discrepanță mare între principiile jurnalismului și compromisurile profesionale pe care erau obligați să le facă ziariștii în media locale, pe fondul lipsei de resurse, iar alternativele de angajare în domeniu pe plan local erau limitate.** La data documentării, mulți dintre cei intervievați au declarat că situația a devenit mai tensionată decât în perioada 2000-2004, când mass-media erau „măcinate de presiuni politice” și „conduse” în foarte mare măsură de PSD, deoarece, între timp, numărul instituțiilor media a scăzut, iar **presa a fost pusă în slujba intereselor patronale și s-a deprofesionalizat, astfel încât jurnaliștii profesioniști din televiziunile locale au devenit excepții care confirmă regula.**

În acest context, mulți dintre cei intervievați au spus că **patronatele folosesc televiziunile ca „arme”/ „unelte” prin care să obțină avantaje economice, să-și promoveze afacerile, să-și „regleze conturile” cu concurența și să influențeze deciziile politicianilor din administrația locală.**

În contrapondere, acționarii principali ai televiziunilor Iași TV Life și Tele M au invocat motive personale pentru investițiile în presă, care țin de „informarea corectă și echidistantă” a publicului. Bogdan Cihodaru a relatat că a luat decizia de a deține un grup media după ce un membru al familiei sale s-a operat - context în care, potrivit spuselor sale, a realizat că anumite informații „importante” sunt greu accesibile publicului. Pe de altă parte, Dănuț Prisecariu a declarat că a devenit patron de presă pentru „a da ceva înapoi” mediului ieșean, care „i-a permis să facă bani” să-și dezvolte afacerile.

*”Unii dintre patroni își pun preventiv televiziunile în slujba autorităților și a oamenilor politici. (...) Văd foarte mulți jurnaliști tineri care sunt primii care cedează presiunilor, ba chiar o fac cu foarte mare bucurie. Cred că este și o **lipsă de cultură jurnalistică și o lipsă de cultură politică, și demnitatea s-a refugiat în presă în niște cotloane.** (...) Având în vedere ultimii ani și toate*

disponibilizările din presă, cred că după '90 suntem în cea mai gravă situație a presei, atâta vreme cât fluxurile economice, mai ales aici, la nivel local, nu funcționează.” (Jurnalist Tele M)

”Cred că sunt cele mai dure constrângeri. Înainte erau mai multe jurnale, te mai puteai mișca, dar acum nu ai unde să mergi, peste tot e greu.” (Jurnalist angajat la stația locală a unei televiziuni centrale)

”Probabil că echidistanța postului ține de patronat. Nu este neapărat voința noastră. (...) În momentul în care patronul vrea să transforme instituția de presă într-o unealtă, o face, independent de dorința jurnaliștilor sau a instituției în sine. (...) Dacă vrei să-l faci pe un jurnalist să tacă, te iei de patron - nu-i accepți o autorizație sau îi trimiți de vreo două ori un control fiscal. (...) Orice instituție de presă din Iași este instituția unui patron, care are fie o culoare politică, fie interese financiare; și asta se întâmplă nu numai la presa locală, ci este vorba și de presa națională.” (Manager Iași TV Iași Life)

”Nu cunosc niciun individ care să dețină în proprietate o instituție media locală sau regională și care să trăiască din acest business. În Moldova, nu știu. Proprietarii media au alte afaceri, un conglomerat, iar partea asta de media o folosesc ca instrument de luptă, nu ca să informeze lumea. (...) Eu aveam următoarea tehnică până acum vreo câțiva ani: pe studenții foarte răsăriți îi împingeam spre București. Până a început nenorocirea și la București. Înainte era o mare socoteală să trimit patru oameni la Evenimentul Zilei; acum e o mare rușine să-i trimit acolo, la Dan Andronic, să-i instruiască el. Înainte era o mare chestie să trimiți pe cineva la Cotidianul; acum e o rușine, e o fițuică. Și așa mai departe. N-a mai rămas nimic de fapt nici din presa scrisă, nici din televiziune. Starea asta n-a fost nici în 2004. Dependența economică și interesele patronatului au început să dicteze de vreo trei sau patru ani politicile editoriale în mod vizibil și să transforme în mercenari oameni care de regulă nu aveau stofa asta. Toată lumea zicea că mercenari sunt <<dinozaurii>> din presa comunistă. Nu. Eu am stat de vorbă cu șefi de redacții care mi-au zis că mercenari sunt cei tineri, care se duc, execută comanda întocmai și la timp.” (Profesor la Facultatea de Jurnalism din cadrul Universității Alexandru Ioan Cuza din Iași)

”Sunt unii [oameni de afaceri - n.r.] care vor să folosească presa. Și, pe termen scurt, poate câștigă, dar, pe termen lung, pierd sigur. (...) Sunt oameni care au doar interese și încearcă să folosească presiunea unui canal media, fie că-i televiziune, fie că-i ziar, pentru a condiționa anumite structuri ca să obțină avantaje. Există și presa adevărată, care se întreține din ceea ce se face în presă, fără să condiționeze administrația publică locală. (...) Există un principiu în jurnalismul românesc și, în special, în cel autohton, al nostru, al Iași-ului: <<nu lăsa adevărul să-ți omoare știrea>>. Treaba asta am înțeles-o până la un punct, dar confecționarea de știri în defavoarea adevărului mi se pare că este un lucru rău. (...) Presa, cu cât este mai neutră, cu atât reușește efectiv să fie credibilă.” (Gheorghe Nichita, PSD, primarul Municipiului Iași)

”Dependența financiară îi face pe jurnaliști să schimbe politica editorială în funcție de cel care plătește. (...) Totul pleacă de la bani. Presa nu-i independentă, pentru că nu-i independentă financiar. Aici este problema.” (Marius Spânu - la data documentării, președinte al organizației municipale PDL Iași)

În anul 2012, Consiliul Național al Audiovizualului a sancționat televiziunile locale Iași TV Life și Tele M cu amenzi de 7.000 de lei, respectiv de 10.000 de lei, pentru maniera în care au prezentat unele subiecte legate de viața politică locală.

Concret, în luna martie, CNA a amendat Tele M cu 10.000 de lei pentru trei emisiuni (din lunile ianuarie și februarie) în cadrul cărora s-ar fi adus acuzații fără probe, de natură a-i prejudicia imaginea primarului Gheorghe Nichita, fără a se fi cerut și punctul de vedere al celui vizat în legătură cu faptele imputate¹⁶⁹, potrivit Consiliului. Ulterior, reprezentanții Tele M au contestat sancțiunea, invocând invitații repetate pe care i le-ar fi adresat primarului de a veni în platourile televiziunii, dar CNA a respins cererea acestora de a micșora amenda.

”Uitați-vă la nivel național cât de futilă este o amendă de 100 de milioane, când miza ta este, în unele cazuri, o afacere de milioane de euro. (...) O să zâmbiți, dar, la nivel local, o amendă CNA îți poate închide business-ul. (...) Vi se pare normal ca CNA să judece [sancționeze - n.r.] cu aceeași

¹⁶⁹ Decizia nr. 116 din 8 martie 2012.

valoare financiară o televiziune locală al cărei buget este infim față de cel al postului Antena 3, să spunem? Mi se pare o formă de discriminare. (...) Eu aș vrea să existe un cod etic al CNA.” (Jurnalist Tele M)

În iunie 2012, CNA a sancționat lași TV Life cu o amendă în valoare de 7.000 de lei pentru difuzarea unei emisiuni cu caracter electoral după încetarea campaniei electorale locale și pentru nerespectarea obligației legale de a asigura desfășurarea unei campanii electorale echitabile, echilibrate și corecte pentru toți competitorii¹⁷⁰. Potrivit CNA, în data de 7 iunie 2012, lași TV Life a difuzat o emisiune cu politicianul (PSD) Sorin Iacoban, candidat la Consiliul Local Iași pentru alegerile ce urmau să se desfășoare pe 10 iunie. Formatul televiziunii, care constă în reluarea „în buclă”, din oră în oră, a informațiilor difuzate, a permis ca emisiunea respectivă să fie prezentată de mai multe ori, până a doua zi, 8 iunie - dată la care, conform legii, televiziunile nu mai aveau voie să difuzeze materiale referitoare la candidații de la alegerile locale. Deși reprezentanții televiziunii nu au încadrat emisiunea respectivă ca având caracter electoral, CNA a constatat contrariul, prin faptul că invitatul, deși nu vorbea despre alegeri, era unul dintre candidați.

Totodată, monitorizările CNA au relevat că lași TV Life a săvârșit un „dezechilibru semnificativ” în reflectarea candidaților la alegerile locale, pe toată durata campaniei electorale. Consiliul a constatat că, per ansamblu, reprezentanții USL au beneficiat de un număr de 102 apariții cu o durată totală de 35 de ore, competitorul PSR a beneficiat de 53 de apariții cu o durată de 18 ore, reprezentanții PDL au beneficiat de 49 de apariții cu o durată totală de 49 de ore, competitorul electoral PP-DD a beneficiat de 74 de apariții cu o durată de 25 de ore și 7 minute, în timp ce la polul opus s-au aflat competitorii PV și UPSC cu 8, respectiv 10 apariții, cu o durată de aproximativ 3 ore¹⁷¹. Prin urmare, informațiile difuzate de lași TV Life pe durata campaniei electorale au favorizat net USL, alianță politică dominantă în administrația locală ieșeană (atât înainte de alegeri, cât și ulterior).

Reprezentanții televiziunii au contestat sancțiunea și au declarat pentru autorii acestui studiu că au colaborat în campanie cu „absolut toate partidele politice”, dar că dezechilibrul era inevitabil, în condițiile în care, potrivit spuselor acestora, USL ar fi realizat cele mai multe subiecte de presă. Cei intervievați au declarat că dezechilibrele în emisiunile de dezbatere au printre cauze și refuzul unor politicieni de a participa la discuții față-în-față cu adversarii politici. Mai mult, managerul lași TV Life și redactorul șef au declarat că în Iași se știa din sondaje cine va ieși primar, „pentru că societatea alt concurent nu vedea”¹⁷², fapt care ar fi determinat mediul politic să nu investească foarte mult în campanie.

”Partidul pierzător nu investea foarte mult efort, pentru că știa că oricum nu are foarte mare succes, iar cel câștigător zicea că o să iasă și nu merita să investească foarte mult efort. (...) Dacă alte partide nu au produs știri, este greu să echilibrezi cantitatea de știri.” (Manager Iași TV Life)

”Nu puteai să îngrădești dreptul la campanie al unora pentru că ceilalți nu voiau să-și facă.” (Redactor-șef Iași TV Life)

Majoritatea celor intervievați au declarat că politica editorială a televiziunilor locale ieșene depinde în mare măsură de relația patronatelor acestora cu mediul politic local și, în special, cu politicienii din partidele care domină administrația publică locală (PSD, PNL). Angajații lași TV Life și Tele M au declarat însă că încearcă să fie echilibrați și echidistanți, pentru a-și păstra credibilitatea. Totuși, unii jurnaliști au declarat că sunt companii care evită să cumpere publicitate la televiziunile unde lucrează, pentru a nu fi asociate cu interesele patronale ale acestora, sau că sunt reprezentanți ai unor instituții care refuză să ofere informații invocând același motiv. În ce privește abordarea subiectelor care țin de viața politică locală, jurnaliștii Tele M au declarat că sunt critici la adresa puterii, în timp ce jurnaliștii lași TV Life au declarat că preferă o abordare neutră a subiectelor politice. Unii dintre reprezentanții lași TV Life au criticat opțiunea televiziunii concurente de a avea permanent o poziție critică în relație cu politicienii de la conducere și au pus această abordare pe seama intereselor economice ale patronatului Tele M. Pe de altă parte, reprezentanții Tele M au susținut că postul concurent sprijină politicienii și oamenii de afaceri apropiați patronatului lași TV Life.

¹⁷⁰ Decizia nr. 547 din 20 iunie 2012, Consiliul Național al Audiovizualului, CNA.ro.

¹⁷¹ Decizia nr. 547 din 20 iunie 2012, Consiliul Național al Audiovizualului, CNA.ro.

¹⁷² Conform managerului lași TV Life.

Reprezentanții lași TV Life au declarat că modelul de jurnalism adoptat de televiziune este bazat pe un format austriac, conform căruia știrile și dezbaterile sunt reluate „în buclă” pe parcursul întregii zile, astfel încât telespectatorii pot urmări toate informațiile difuzate, la ore diferite. Potrivit patronatului postului, acest model a fost preluat după ce mai mulți jurnaliști lași TV Life au făcut schimburi de experiență la televiziuni din Germania și Austria.

Angajații lași TV Life au declarat că încearcă să aibă o relație „bună” și „echidistantă” cu întreg spectrul politic și cu mediul de afaceri local și că, din acest motiv, nu au întâmpinat recent presiuni din partea sferei politice sau economice. Potrivit acestora, unii politicieni sau oameni de afaceri ar fi încercat în trecut să facă presiuni asupra patronatului lași TV Life pentru influențarea agendei editoriale, dar patronatul nu a cedat acestor presiuni și nu a intervenit în activitatea jurnaliștilor.

”În Iași, presiunile politice sunt destul de scăzute. Noi, ca post de televiziune, am intrat în campanie și am mers cu toate partidele, nu am avut parti-pris-uri. I-am invitat pe toți, s-au declarat chiar mulțumiți. Cam toți au venit.” (Redactor-șef lași TV Life)

”N-am credibilitate dacă susțin un politician anume. În campania asta eu m-am dus și am luat bani pe contracte de la toți politicienii. De ce? Pentru că avem credibilitate. Concurența, care a dat într-o singură direcție patru ani de zile, n-a luat bani nici de la ăia, nici de la ăia.” (Proprietar lași TV Life)

Potrivit unora dintre angajații lași TV Life, patronatul nu se implică în probleme editoriale, iar deciziile asupra materialelor sunt luate de redactorul șef, uneori împreună cu managementul postului. Jurnaliștii lași TV Life au precizat că nu s-au ferit să abordeze subiecte „sensibile” pentru politicienii sau oamenii de afaceri locali, atunci când acestea erau de interes public, întrucât o astfel de abordare ar fi distrus credibilitatea lor și a postului. Pe de altă parte, patronatul și managementul lași TV Life au declarat că au fost situații în care s-a evitat abordarea unor subiecte cu impact negativ asupra unor politicieni sau oameni de afaceri locali. **Bogdan Cihodaru, proprietarul lași TV Life, a declarat că televiziunea sa nu a difuzat niciodată materiale critice la adresa clienților săi de publicitate, pentru a nu afecta relația comercială cu aceștia.** Totodată, managerul lași TV Life a declarat că în presa locală ieșeană nu există agresiuni la adresa jurnaliștilor și „nu se discută subiecte de milioane ca să fie nevoie de tăcerea unui jurnalist sau să îți fie frică că ai spus ceva”.

Primarul orașului a declarat că lași TV Life are o relație „civilizată” cu mediul politic ieșean.

”Am preferat în timpul campaniei electorale să nu dăm în nimeni. (...) Atunci când lovești în unul, ar trebui să lovești în toți. Pentru că, în caz contrar, îți urci puterea în cap. Și e bine totuși să fii prieten cu cei care sunt la putere. Nu-i bine, atunci când ești atât de mic, să fii împotriva lor.” (Manager lași TV Life)

”Nu au fost oprite materiale de la publicare de către patronat. Se fac uneori presiuni de către cei care urmează să apară (...). De obicei sună la patronat, patronatul ne spune nouă și noi zicem da, ok, lasă că dăm mai tare, pentru obrăznicia asta. Deci chiar și cu intervenții, materialul apare.” (Jurnalist lași TV Life)

”S-ar putea ca banii pe care-i primești pentru publicitate să nu fie suficienți pentru a suporta critica telespectatorilor. Sunt unele materiale de un impact atât de mare pentru Iași, încât nu știu câți bani ar trebui să-mi dea cineva, ca să refuz aceste materiale. (...) Nu poți să iei bani de la un client pentru publicitate și, în momentul în care vine publicitatea lui, să bați niște știri absolut negative. Nu există, pentru că pierzi contractul. Când sunt informații grele, treci peste contract și le publici. Când sunt informații de scandal, din astea lejere, prefer să mă abțin. Nu sunt nici pro, nici contra, dar mă abțin. Și-au fost mai multe situații când am preferat să mă abțin, pentru că mă băgam într-o troacă de porci fără să am de ce.” (Reprezentant lași TV Life)

Din documentarea realizată a reieșit că Tele M este o televiziune autodeclarată și percepută din exterior ca fiind „critică la adresa puterii locale”. Din declarațiile unora dintre respondenți, faptul că televiziunea prezintă frecvent materiale despre cum sunt administrați banii publici în Iași și despre derapajele unor politicieni locali de la vârf a atras încrederea unei părți a publicului în Tele M. Potrivit altora dintre cei intervievați, poziția critică asumată a postului Tele M în relație cu administrația publică locală - coroborată cu conflictul „de notorietate” dintre proprietarul Tele M și primarul din Iași și cu faptul că multe dintre investigațiile postului vizează subiecte legate de interesele

economice ale patronatului - ar afecta credibilitatea televiziunii și ar pune sub semnul îndoielii independența editorială a unora dintre jurnaliști.

”Noi avem un discurs constant împotriva unora dintre acțiunile primarului Gheorghe Nichita pe care le considerăm nocive pentru oraș. Ne-am păstrat acest discurs constant de circa opt ani. Adică, nu fluctuăm în funcție de eventualele contracte pe care le-am avea cu municipalitatea sau cu alți oameni de afaceri din anturajul primarului. (...) Personal am tendința aceasta de a fi un spin în coasta puterii. Și probabil că, indiferent cine ar fi acolo, că s-ar numi PDL sau PSD, analiza obiectivă asupra gesturilor puterii ar trebui să fie o prioritate.” (Jurnalist Tele M)

Angajații televiziunii intervievați în cadrul acestui studiu au declarat în unanimitate că este opțiunea lor profesională să critice administrația publică și că patronul Dănuț Prisecariu nu le impune și nu le oprește de la difuzare materiale sau subiecte, din rațiuni politice sau economice. Pe de altă parte, foști angajați ai postului au denunțat presiuni din partea patronatului și ingerințe în politica editorială, precum și nerespectarea drepturilor angajaților. Omul de afaceri Prisecariu a negat aceste acuzații, pe care le-a etichetat ca fiind „povești”, „minciuni”, „lipsite de probe”. Primarul Gheorghe Nichita a sprijinit acuzele la adresa patronului Prisecariu și a declarat că foști jurnaliști de la Tele M i s-ar fi plâns că se făceau presiuni asupra lor și ar fi plecat de la Tele M pentru că „nu mai puteau suporta”. Totodată, primarul a declarat că unii dintre foștii jurnaliști ai televiziunii, la emisiunile cărora ar fi participat în trecut, s-ar fi alăturat între timp echipei sale de campanie.

„Până la urmă, eu îi știu foarte bine pe colegii mei și nu se poate pune problema de presiune asupra lor. Oamenii s-au dus într-o anumită măsură la TeleM și pentru că întâmplător împărtășesc opinia patronatului. Adică nu vine nimeni să le spună că de azi [trebuie - n.r.] să nu-ți mai placă Nichita sau să fii critic la adresa primarului. Practic aici s-a ajuns în presa românească: ai o anumită convingere, te duci la un ziar sau la o televiziune unde ești liber să o exprimi.” (Jurnalist Tele M)

”Nu este un militantism impus printr-o constrângere politică sau economică asupra jurnaliștilor. Dacă eu am o anumită opinie, ceva e greșit și spun că lucrul ăsta e greșit, pot fi considerată cumva militantă, dar asta nu înseamnă că o fac pentru interese, ci pentru că așa cred. (...) Foarte sincer, dacă asupra mea s-ar face presiuni, eu aș pleca în secunda doi, n-am niciun fel de rețineră.” (Realizatoare de emisiuni Tele M)

”În primul rând, în clipa în care aș ști că am dreptate în ceea ce spun și mi s-ar oferi argumente subiective pentru a renunța la sentimentul de dreptate pe care-l am, aș pleca. În al doilea rând, în momentul în care oamenii care se află în subordinea mea ar fi tratați într-un fel care ar contraveni principiilor mele, aș pleca. Și, în al treilea rând, în momentul în care aș simți că devin o marionetă în mâna cuiva, indiferent dacă vorbim de redactor-șef, de patron, de cine-știe-ce partid politic, aș avea decența și aș pleca. (...) Dacă fiecare jurnalist ar avea unde să plece, credeți-mă că presa ar arăta altfel. Însă constrângerile de natură materială fac din jurnalist, adeseori, un instrument în mâna cuiva.” (Producător Tele M)

”Am plecat de la TeleM deoarece acolo chiar erau presiuni din partea patronatului.” (Fost jurnalist Tele M)

”Comanda o făcea direct patronul, dar nu vorbea cu mine, vorbea cu directoarea de atunci.” (Alt fost jurnalist Tele M)

”Jurnaliști cu care am avut în decursul anilor emisiuni nu mai sunt la Tele M de ani de zile. Unii dintre ei lucrează în campanie pentru mine.” (Gheorghe Nichita, PSD, primarul Municipiului Iași)

În ceea ce privește relația patronului Tele M cu primarul orașului și felul în care se răsfrânge aceasta asupra (materialelor) televiziunii, primarul a acuzat că omul de afaceri Dănuț Prisecariu folosește televiziunea ca instrument de șantaj, iar proprietarul Tele M a declarat că primarul încearcă să „preia frâiele” televiziunii.

Dănuț Prisecariu, patronul Tele M, fost membru PSD în perioada 2003-2006, a declarat că în trecut a avut o relație „foarte amiabilă” cu actualul primar al Iașului, Gheorghe Nichita (PSD). Prisecariu a mai afirmat că l-ar fi sprijinit pe Gheorghe Nichita, prin intermediul televiziunii sale,

să obțină funcția de edil, în anul 2004, cu prețul unor derapaje ("Este singurul derapaj pe care mi-l asum", a declarat proprietarul Tele M).

"În 2004 erau presiuni din partea patronatului și le-am evitat plecând. (...) Atunci, postul Tele M era practic o platformă a lui Gheorghe Nichita și a PSD-ului." (Fost jurnalist Tele M)

Potrivit lui Dănuț Prisecariu, relațiile lui și ale televiziunii sale cu Gheorghe Nichita s-au deteriorat după ce Nichita a ajuns primar și ar fi încercat să „controleze” Tele M și să dicteze politica editorială a postului.

Prisecariu a declarat că primarul Nichita i-ar fi propus, prin interpuși, să blocheze apariția materialelor critice realizate de Tele M la adresa edilului, a apropiaților și a colaboratorilor din sfera sa de influență, în schimbul facilitării obținerii unor autorizații necesare pentru activitățile economice ale patronului Tele M. Prisecariu a catalogat această propunere drept „șantaj” și a relatat că, după ce a refuzat-o, ar fi început „abuzurile” administrației publice locale și a instituțiilor cu atribuții de control ("dirijate politic", conform patronului Tele M) în relație cu televiziunea și cu afacerile desfășurate de companiile sale pe plan local. Ca atare, potrivit declarațiilor patronului Tele M, primarul și apropiații ai acestuia ar fi început să-i saboteze afacerile, i-ar fi cerut să se retragă de la anumite licitații publice, i-ar fi anulat „pe nedrept” unele autorizații, ar fi făcut presiuni asupra unor agenți economici să-și retragă publicitatea de la Tele M și ar fi instrumentat anchetarea sa penală de către magistrați corupți sau vulnerabili la presiuni pentru fapte pe care nu le-ar fi săvârșit (evaziune fiscală, deturnare de fonduri).

O parte dintre angajații Tele M au susținut, la rândul lor (atât în cadrul interviurilor realizate de autorii acestui studiu, cât și în luările de poziție ale televiziunii și sesizările adresate organizațiilor de media și unor politicieni de la conducerea țării¹⁷³), că administrația publică ar fi făcut presiuni în mai multe situații în care televiziunea a difuzat materiale critice la adresa edililor ieșeni. În fapt, reprezentanții Tele M au precizat că Primăria Municipiului Iași ar fi încercat în anul 2004 și în anul 2013 să „pună presiune asupra patronatului postului Tele M, încercând să descurajeze jurnaliștii” prin adoptarea unor măsuri care blocau accesul în parcare Hotelului Traian, deținut de Dănuț Prisecariu, proprietarul Tele M. Jurnaliștii au susținut că, în 2004, Primăria ar fi blocat accesul în parcare hotelului după ce televiziunea ar fi dezvăluit „maniera ilegală” în care consilierii locali au votat proiectul Madison, redenumit ulterior Palas. Atunci, potrivit reprezentanților televiziunii, Consiliul Concurenței a pus în vedere Prefecturii Iași să anuleze decizia Primăriei de a bloca accesul în parcare hotelului Traian.

În martie 2013, Tele M a semnalat că autoritățile au blocat din nou accesul în parcare hotelului deținut de proprietarul postului, invocând lucrări de amenajare, la scurt timp după difuzarea unor materiale critice la adresa viceprimarului (PSD) Mihai Chirica. Contactat (în martie 2013) pentru a-și exprima punctul de vedere, viceprimarul Mihai Chirica a negat că măsurile luate de Primăria Iași ar fi constituit vreodată o „vendetă” la adresa Tele M. „La Hotel Traian nu există parcare. Este haos acolo, lumea își parchează mașinile pe scări și pe esplanada pietonală. Nu a fost o reacție abuzivă, venită peste noapte, și nu este cazul să amestecăm lucrurile. Hotelul Traian nu dispune de parcare proprie, ci folosește abuziv, de ani de zile, domeniul public”, a mai spus viceprimarul Chirica. Viceprimarul a menționat că îi consideră pe jurnaliștii Tele M niște profesioniști, dar că printre ei ar fi și „uscături”, și că proprietarul hotelului încearcă să se folosească de televiziune, în loc să găsească o soluție pentru problema parcării. Mihai Chirica a catalogat drept „tendențioasă și părtinitoare” întrebarea autorilor prezentului raport: „De ce administrația publică a luat măsuri abia acum, când Tele M a difuzat informații critice la adresa dumneavoastră, dacă spuneți că problema parcării s-a perpetuat timp de mai mulți ani?”.

"O anumită parte a presei pune presiune pe demnitarii acestui stat". (Mihai Chirica, PSD, viceprimar Iași)

Intervievat (în luna iulie 2012) în cadrul acestui studiu, primarul Gheorghe Nichita (aflat la cel de-al treilea mandat) a respins acuzațiile proprietarului Tele M și a spus că este un susținător al „investitorilor onești” din Iași. Primarul a declarat că, până în 2004, perioadă în care a fost director la Regia de Apă și Canal din Iași (instituție care avea publicitate la Tele M¹⁷⁴), a avut o relație „apropiată”, „de comunicare” și colaborare „reciproc avantajoasă” cu proprietarul Tele M. Nichita a precizat că relațiile au devenit

¹⁷³ "Atac incredibil al edililor ieșeni la adresa Tele M", TeleM.ro, 8 martie 2013.

¹⁷⁴ A declarat primarul Gheorghe Nichita.

„încordate” de când a devenit primar, pentru că proprietarul Tele M ar fi transformat televiziunea într-un instrument de „șantaj” și ar fi încercat să obțină anumite avantaje economice „necuenite” de la administrația locală. Potrivit primarului, Tele M și o publicație locală online din Iași i-ar fi „urmărit” și „hărțuit” familia și ar fi lansat acuzații fără probe la adresa lui și a membrilor familiei sale.

”Nu mi se pare corect ca tu să fii patron de post de televiziune, să ai o groază de dosare penale și să faci pe lupul moralist într-un oraș și să blochezi investitorii, să condiționezi administrația publică, să-ți pui consilieri pe ici, pe colo, că poate reușești în felul ăsta să obții autorizații. (...) Nu poți intra în biroul primarului să-l condiționezi. Vii cu proiecte, dar nu vii cu presiunea că, dacă nu găsește soluții imediat, începi să-l bălăcărești [la televiziune - n.r.]. (...) „Acum un an și ceva prezentau știrile când își făcea câinele meu nevoile în fața casei, comentau în direct. Cei de la Bună Ziua Iași și cei de la TeleM stăteau după mine. Unde ies, unde intru, unde intră nevastă-mea, ce cumpără din magazin. Unde intră fiică-mea. (...) Nu poți să intri cu ciubota în viața unei familii. Sunt eu primarul, politicianul, da, eu sunt responsabil, dar lăsați-mi familia în pace. Soția mea nu face politică. Nu beneficiază de funcții administrative. Nu a vrut să fie niciodată directoare, nici măcar director adjunct, nimic. Vrea să se ocupe de creșterea copiilor și-a familiei. Lăsați-mi soacra în pace! Lăsați-mi până și câinele în pace, că-i câinele meu, are și el dreptul la intimitate.” (Gheorghe Nichita, PSD, primarul Municipiului Iași)

Primarul din Iași este cunoscut și pentru faptul că, din fondul pentru Sărbătorile Iașului, a acordat câte 150 de lei în plic reprezentanților mass-media care au acceptat această formă de plată. Mai mulți reprezentanți ai presei (organizații de media, jurnaliști) au criticat această măsură și au invocat codurile deontologice care le interzic ziariștilor să accepte cadouri în bani sau alte favoruri materiale care pot fi interpretate că influențează actul jurnalistic¹⁷⁵. Purtătorul de cuvânt al Primăriei Iași a negat că această practică ar fi o formă de mită, spunând că banii constituiau un „buget de criză” destinat tuturor jurnaliștilor ieșeni¹⁷⁶.

Intervievați în cadrul prezentului studiu, patronii televiziunilor Tele M și Iași TV Life au avut poziții opuse cu privire la eveniment. Astfel, patronul Iași TV Life a declarat că această remunerație este acceptabilă, atâta timp cât se acordă fără discriminare tuturor jurnaliștilor, și că n-ar avea nimic împotriva să existe bugete speciale, acordate tuturor jurnaliștilor locali, în funcție de audiențe. Pe de altă parte, patronul Tele M a declarat că le-a interzis jurnaliștilor să primească banii și că le-a cerut, în caz contrar, să se „transfere” la alte organe de presă.

De asemenea, primarul Gheorghe Nichita a afirmat că „mărul discordiei” între proprietarul Tele M și Primăria Iași ar fi fost aprobarea „proiectului de amenajare urbanistică Palas care îmbină partea de loisir și partea de afaceri”¹⁷⁷. Potrivit primarului, ansamblul Palas, dezvoltat de omul de afaceri Iulian Dascălu, prin compania Iulius Group, ar fi fost aprobat de Consiliul Local Iași într-o zonă care prezenta interes și pentru dezvoltatorul imobiliar Dănuț Prisecariu.

Legalitatea parteneriatului public-privat dintre Consiliul Local Iași și compania Iulius Group a fost contestată în instanță de două societăți comerciale ale patronului Tele M. Totodată, televiziunea omului de afaceri Dănuț Prisecariu a prezentat o serie de investigații care susțineau ilegalitatea proiectului. Mai mult, patronul Tele M a declarat că ansamblul Palas ar fi avut publicitate la televiziunea sa și că omul de afaceri Iulian Dascălu ar fi anulat contractul de promovare, după prezentarea unor informații critice la adresa proiectului, invocând în instanță nerespectarea condițiilor de publicitate din contract.

Omul de afaceri Iulian Dascălu, aflat pe locul 40 în topul celor mai bogați români, cu o avere estimată la aproximativ 100 de milioane de euro, este cel mai mare proprietar de mall-uri din România (cu patru centre comerciale, în Iași, Suceava, Cluj și Timișoara) și are „cel mai scump proiect imobiliar dezvoltat de un român” - Palas Iași - o investiție de circa 265 de milioane de euro¹⁷⁸, potrivit revistei Forbes.

În noiembrie 2010, după patru ani de procese, Curtea de Apel Oradea a anulat prin sentință irevocabilă¹⁷⁹ decizia Consiliului Local Iași care dispunea trecerea unui teren din proprietatea publică

¹⁷⁵ Codul Deontologic al Jurnalistului elaborat de Clubul Român de presă, Codul Deontologic al Jurnalistului elaborat de Convenția Organizațiilor de Media etc.

¹⁷⁶ Raportul FreeEx 2011, ActiveWatch - Agenția de Monitorizare a Presei, ActiveWatch.ro, p. 21.

¹⁷⁷ Din spusele primarului Gheorghe Nichita.

¹⁷⁸ ”13 pentru 2013: Iulian Dascălu și proiectele gigant”, Oana Coșman, Forbes.ro, 23 ianuarie 2013.

¹⁷⁹ Curtea de Apel Oradea, Secția Comercială de Contencios Administrativ și Fiscal, Dosar nr. 3293/35/CA/2006 - R, Decizia

a municipalității în domeniu privat (este vorba de terenul pe care a fost construit ansamblul Palas, denumit inițial Madison). Decizia Curții de Apel Oradea a venit ca urmare a unui recurs declarat în contencios administrativ de SC Alimentara SA și SC Turism Moldova SA (companii deținute în proporție majoritară de Dănuț Prisecariu, proprietarul Tele M) împotriva Consiliului Local al Municipiului Iași și împotriva SC Iulius Group SRL (companie deținută de Iulian Dascălu).

Instanța a stabilit „încălcarea prevederilor legale imperative care reglementează regimul juridic al proprietății publice” și „nelegalitatea deciziei de trecere a terenului din proprietatea publică în proprietatea privată a municipiului”, întrucât zona amplasării complexului Palas (lângă Palatul Culturii din Iași) ar fi fost de utilitate publică. Totodată, potrivit magistraților, pe terenul respectiv erau situate și monumente istorice din proprietatea publică.

Motivația instanței a precizat și că „trecerea în proprietatea privată a fost făcută doar pentru a se eluda dispozițiile imperative care reglementează regimul proprietății publice și [pentru - n.r.] a se putea încheia contractul de asociere cu un anumit investitor privat”. Astfel, în motivație se arată că Iulius Group SRL își depusese oferta înainte ca intenția Consiliului Local Iași de a iniția un parteneriat în domeniul concesiunii de lucrări utilitare să fie făcută publică. Curtea de Apel Oradea a constatat că societățile patronului Tele M „au depus mai multe scrisori de intenție prin care au solicitat concesiunea sau depunerea unei oferte concrete în situația încheierii unui parteneriat public-privat”. „Chiar dacă, formal, și aceste oferte au fost supuse la vot, intenția Consiliului Local de a încheia un anumit tip de contract cu un anumit investitor privat era deja evidentă” și „s-au schițat în linii mari condițiile în care se va încheia contractul de asociere cu S.C. Iulius Group S.R.L” - se mai arată în motivația instanței. Mai mult, instanța a arătat că „intenția Consiliului Local Iași de a da doar o aparență de legalitate” cedării terenului „rezidă și din aceea că informarea cetățenilor prin publicarea intenției despre adoptarea hotărârii s-a realizat doar cu 5 zile înaintea adoptării acesteia, în perioada Crăciunului” și a precizat că „importanța problemelor discutate (...) ar fi impus acordarea unei perioade mai îndelungate de dezbateri publice, prin informarea din timp a cetățenilor asupra acestor probleme de interes public”.

Consiliul Local Iași și Iulius Group au cerut revizuirea deciziei Curții de Apel Oradea, iar primarul Gheorghe Nichita, care a susținut în mai multe rânduri că proiectul Palas a fost realizat „în beneficiul comunității locale”¹⁸⁰ (inclusiv în interviul acordat în cadrul acestei documentări), a declarat că „două judecătore au dat o decizie nelegală, superficială și bazată pe interpretări tendențioase”. „Practic, cele două judecătore au luat mot-à-mot ceea ce a susținut reclamantul, fără a avea o opinie”¹⁸¹, a spus primarul Gheorghe Nichita. În aprilie 2012, Curtea de Apel București a respins revizuirea deciziei Curții de Apel Oradea și a întărit sentința care contesta legalitatea dezvoltării proiectului Palas. Reacția reprezentanților Iulius Group a fost că „Decizia Curții de Apel București de respingere a unei părți din motivele de revizuire formulate de către Consiliul Local Iași și Iulius Group, chiar dacă nu modifică situația creată prin decizia Curții de Apel Oradea, rămâne fără niciun impact asupra finalizării ansamblului Palas, deoarece contractul de asociere în participațiune dintre Consiliul Local Iași și Iulius Group rămâne în vigoare. În continuare, Înalta Curte de Casație și Justiție a României judecă cererea de revizuire formulată de Consiliul Local Iași și Iulius Group, bazată pe motivele de competența sa”¹⁸². **Deși existau două sentințe definitive și irevocabile care susțineau ilegalitatea proiectului, ansamblul Palas a fost inaugurat, în luna mai 2012, în prezența premierului Victor Ponta (PSD).** În octombrie 2012, Înalta Curte de Casație și Justiție a admis cererea de revizuire formulată de Consiliul Local Iași și de Iulius Grup și a anulat decizia Curții de Apel Oradea, stabilind astfel legalitatea proiectului Palas¹⁸³.

Cu foarte puține excepții, respondenții ieșeni au declarat că **mediul de afaceri local este în strânse legături cu sfera politică** și că aceste relații se propagă în anumite situații la nivel regional sau chiar național. Mai mult, intervievații au declarat că se produc ingerințe, condiționări reciproce și suprapuneri între rolurile de politicieni și oameni de afaceri.

nr. 976/ 2010 - R, Ședința publică din 18 noiembrie 2010, Președinte: Filimon Marcela - judecător, Judecător: Blaga Ovidiu - cu opinie separată, Judecător: Sotoc Daniela, Grefier: Tudor Adina.

¹⁸⁰ ”E definitiv: afacerea Palas - Iași este ilegală”, Petrișor Cană, EvZ.ro, 25 noiembrie 2010.

¹⁸¹ Primarul Iașului acuză două judecătore din Oradea că au luat o hotărâre nelegală, Ziare.com apud NewsIn, 5 ianuarie 2011.

¹⁸² ”Marea inaugurare sau marea demolare? Palas Iași, declarat ilegal de Curtea de Apel București, dar lupta în justiție continuă”, Răzvan Zamfir, Businesscover.ro, 6 aprilie 2012.

¹⁸³ ”Înalta Curte de Casație și Justiție a decis: Ansamblul Palas Iași, în deplină legalitate”, Cristina Mihai, Wall-Street.ro, 19 octombrie 2012.

”Sunt oameni de afaceri care au trimis oameni din firma lor la toate partidele și i-au sprijinit să ajungă la niveluri destul de importante de decizie.” (Marius Spânu - la data documentării, președinte al organizației municipale PDL Iași)

”Unii oameni de afaceri din Iași au gândit la un moment dat că pot să controleze politicul și-au încercat să-și aducă oameni apropiați din firmele lor în [mediul - n.r.] politic. Unii au reușit, alții nu.” (Gheorghe Nichita, PSD, primarul municipiului Iași)

”În Iași, economia fără politică nu se face. Cred că așa este peste tot. Nu poți obține autorizație, nu poți desfășura o activitate fără a avea tangențe sau o prietenie deosebită cu sfera politică.” (Manager Iași TV Life)

”E foarte greu, în ziua de azi, să distingi economicul de politic. În fiecare zonă economică se află un centru de influență politică. (...) Mai nou, dacă politicienii n-au în spate și niște afaceri, nu se simt oameni împliniți.” (Producător Tele M)

”Mediul de afaceri este indiscutabil strâns legat de cel politic.” (Jurnalist angajat la stația locală a unei televiziuni centrale)

3. Relația în redacție

Jurnaliștii au descris relațiile din redacție ca fiind: „prietenoase”, „colegiale”, „bazate pe respect reciproc”, „de profesionalism”. Unii dintre respondenți au declarat că resimt necesitatea organizării unor teambuilding-uri, întrucât, fiind puțini angajați care trebuie să îndeplinească roluri diferite în redacții, atmosfera este uneori tensionată, iar gestionarea eventualelor conflicte se face „din mers”.

”Eu nu cred că trebuie să existe o relație foarte apropiată între jurnaliști și management. Trebuie să existe o relație de respect reciproc.” (Jurnalist Tele M)

4. Relația cu autoritățile locale

Cei mai mulți reprezentanți ai televiziunilor ieșene incluse în acest studiu au semnalat că nerespectarea dreptului de acces la informațiile de interes public de către reprezentanții unora dintre autoritățile locale este un obstacol de care se lovesc frecvent în exercitarea meseriei lor.

Jurnaliștii Tele M au pus acest fenomen pe seama relației tensionate a primarului în raport cu televiziunea și au declarat că edilul nu acceptă niciodată să participe la emisiunile postului. Pe de altă parte, primarul a susținut că refuzul de a participa la emisiuni a venit după ce unii jurnaliști ar fi realizat materiale „tendențioase” și ar fi difuzat informații false la adresa lui.

Reprezentanții Iași TV Life au declarat că uneori este nevoie de mai multă insistență, dar că în general li se furnizează informațiile solicitate.

”Când ceri informații de la instituțiile publice din Iași le obții, însă depinde ce ceri. Nu că încalcă legea, dar încearcă să te dribleze (...). Și faci așa câte un schimb de adrese, ceri sancționarea celui care nu a dat, iar până îți dau informația este prea târziu uneori.” (Jurnalist Iași TV Life)

”Marea mea problemă este în continuare accesul la informație publică. (...) Jurnaliștii se confruntă, în primul rând, cu un soi de blocaj al informației la nivel de sursă, atunci când sursa este instituția publică. De multe ori, lucrul acesta vine pe baza unor prejudecăți din piață, pentru că tu, dacă ești asumat în piață ca fiind un opozant al primarului Gheorghe Nichita, toate instituțiile publice afiliate mai mult sau mai puțin Primăriei au un soi de jenă, de timiditate.” (Producător emisiune de investigații, Tele M)

”De ce să mă duc la un post de televiziune care efectiv deturneză adevărul și îmi face campanie împotrivă? Ca să-i mai ridic și cota? Primarul înseamnă o persoană publică cu notorietate. Prezența mea într-o emisiune legitimează acea emisiune.” (Primar Gheorghe Nichita, PSD)

5. Soluții pentru un jurnalism de calitate

Media notelor acordate de intervievați pentru calitatea presei locale de la televiziunile din Iași a fost 7. Lipsa independenței presei, nerespectarea normelor deontologice, slaba pregătire a jurnaliștilor și lipsa investițiilor în calitatea jurnalistică au fost principalele probleme invocate. Cei intervievați au declarat că autoreglementarea la nivel de breaslă s-a încercat în mai multe rânduri, dar că efectele au fost slabe, iar **presa s-a deprofesionalizat treptat**. În aceste condiții, mare parte din cei intervievați au spus că investițiile în publicitate ar „salva” jurnalismul.

”Din nefericire, începe să dispară orice criteriu deontologic. Dispare minima responsabilitate, asta-i cumplit.” (Profesor de Jurnalism din Iași)

”Presa, cât timp este susținută economic, devine independentă de mediul politic. Nu toate firmele susțin mediul politic, unele da. Presa, dacă ar fi susținută financiar cu onestitate, ar fi independentă și mediul politic nu ar avea ce să-i facă. Totul se rezumă la bani.” (Redactor-șef Iași TV Life)

De asemenea, mulți jurnaliști au declarat că o soluție pentru păstrarea independenței profesionale este aceea de a avea mai multe joburi, la instituții de presă diferite, astfel încât să-și poată permite oricând să-și dea demisia, în cazul în care se fac presiuni asupra lor. Totodată, deținerea unui blog personal a fost văzută de respondenți ca o cale de a se exprima liber. Totuși, freelancing-ul nu a fost indicat drept o soluție pentru presa din Iași - respondenții s-au declarat sceptici în privința faptului că un jurnalist ar putea trăi din această activitate și că s-ar putea impune pe piață.

”Din păcate, libertatea de exprimare s-a cam mutat pe bloguri. La noi a fost un exod foarte mare de jurnaliști la București. Au mai rezistat doar cei care au mai putut lucra într-un loc unde au putut face ceea ce cred. Cred că, în cazul meu, asta a fost în zona culturală.” (Jurnalist Tele M)

”Independența poate să vină din orientarea acționariatului, dar depinde și de resursele umane. Pe programe, aproape toți realizatorii nu au acest singur job, inclusiv eu. Și atunci nu depinzi 100%. (...) E o soluție la independența jurnaliștilor.” (Realizatoare emisiuni Tele M)

”Nu am în minte o soluție concretă pentru un jurnalism de calitate, în condițiile în care ca jurnalist în Iași lucrez în jur de 16 ore pe zi.” (Jurnalist radio & TV)

”Ce freelancer? Cine-ți cumpără materialele? Freelancing-ul merge în momentul în care ai o piață de produse editoriale și în care ai actori de pe piață care vor să cumpere produse tale.” (Profesor de jurnalism)

”Cum poți să-i ceri unui om care ia salariu de șase milioane [600 de lei - n.r] să dea randamentul maxim?” (Fostă jurnalistă din presa scrisă)

Unii intervievați au declarat că o lege a presei ar îmbunătăți calitatea actului jurnalistic și ar veni în sprijinul instituțiilor de media, în vreme ce alții au declarat că o astfel de lege ar face „mai mult rău” și ar pune și mai mare presiune pe jurnaliști.

”Autoreglementarea ar trebui să fie suficientă pentru că, în momentul în care o să avem o lege a presei, nu o să avem niciun control când va trece prin Parlament și cred că va da naștere unor abuzuri tocmai prin trecerea unor articole mai puțin mediatizate sau introduse în ultima clipă prin comisii.” (Jurnalist Tele M)

”Ar fi bună o lege a presei care să pedepsească inclusiv jurnaliștii care nu-și fac treaba.” (Redactor-șef Iași TV Life)

”Sunt foarte suspicios cu ideea de lege a presei. Există un reflex necondiționat, pavlovian, al politicianului, de a obstrucționa direct sau indirect, voluntar sau involuntar, presa. O poate obstrucționa cu zâmbetul pe buze sau o poate obstrucționa la modul agresiv, însă mereu va exista tentația aceasta din partea politicianului de a delimita lanțul aceluși „câine de pază” al societății.” (Jurnalist Tele M)

”Pentru o presă locală independentă ar fi nevoie de mai multă autoreglementare din partea jurnaliștilor. Eu nu cred că e nevoie de o lege a presei, pentru că nu poți obliga pe cineva care lucrează în domeniul acesta. Nu prea văd cum poate fi pusă în practică o lege a presei.” (Fost jurnalist Tele M)

”Trebuie găsite soluții legislative de dat posibilitatea televiziunilor locale să câștige bani. Una ar fi asta: interzicerea posturilor afiliate televiziunilor naționale.” (Patron TV)

”E cea mai mare amenințare, o lege a presei.” (Profesor de jurnalism)

”La noi, legile sunt făcute atât de bine încât toți știu să se strecoare. E o vorbă, se strâng parlamentarii și zic facem o lege „nouă”, nu „vouă”. Asta este zicala și cam așa se întâmplă.” (Jurnalistă Tele M)

O lege a presei ar fi necesară. Să știți că eu nu sunt procesoman. Mai mult sunt dat în judecată decât dau în judecată. Dar, de când a dispărut calomnia din Codul Penal, pot să spun că lucrurile s-au schimbat în rău. Adică, poate oricine să te-njure, pentru că ești persoană publică. (Primar Gheorghe Nichita)

”Ideal ar fi ca dumneavoastră, breasla, să propuneți o astfel de lege.” (Marius Spânu - reprezentant PDL la data documentării. La începutul lui 2013, politicianul a fost demis din funcția de președinte al Organizației Municipale PDL Iași. Marius Spânu este cunoscut și pentru că a propus un proiect de lege a presei, în septembrie 2010, alături de alți parlamentari români¹⁸⁴. Proiectul propunea ca presa scrisă și online să intre sub autoritatea CNA și sprijinea introducerea licențelor pentru toate instituțiile de presă¹⁸⁵.)

Au fost jurnaliști care au indicat necesitatea unor cursuri de specializare pe teme de jurnalism de investigație, producție de emisiuni și montaj, dar și intervievați care au declarat că în presă nu este nevoie de cursuri, ci de „abilități înnăscute”.

”Nu simt nevoia a nimic instituțional. Nu cred în facultăți de Jurnalism, nu cred în manuale de jurnalism care să-ți spună cum să fii, cum să procedezi. Nu există rețete. Eu cred în ideea că ori te naști cu instinctul jurnalist, ori îl dobândești foarte greu și-l mimezi artificial și se vede. În aniiăștia de când sunt în presa din Iași, cei mai slabi jurnaliști au venit de la Facultatea de Jurnalism Alexandru Ioan Cuza. O fi cea mai bună, însă ies de acolo toți cu niște idei preconcepute, cu niște norme deontologice care le paralizează orice curaj. Un jurnalist lipsit de curaj mai bine stă acasă, se uită la desene animate. În clipa în care îți dispare curajul și te porți cu mânuși cu instituțiile statului sau cu cei cu care lucrezi, din start ai de pierdut.” (Producător Tele M)

Dacă jurnaliștii nu au stofă de acasă, poți să-i îmbraci în cursuri, dar oricum mai buni nu vor deveni. (Manager Iași TV Life)

¹⁸⁴ Silviu Prigoană, Doru Leșe, Florin Anghel, Alin Popoviciu, Iustin Cionca Arghir, Adrin Nițu, Corneliu Olar, Brândușa Novac, Mate Andras, Tudor Ciuhodaru.

¹⁸⁵ ”Prigoană propune ca presa scrisă și online să intre sub autoritatea CNA”, Adelina Dragomir, Mediafax.ro, 9 septembrie 2010.

Televiziunile din Mureș, asociate cu partide politice

1. Context

La data documentării pe teren¹⁸⁶, în județul Mureș funcționau opt posturi principale de televiziuni locale (Știi TV, Erdely TV, Televiziunea Târgu-Mureș, TVR Târgu-Mureș, Realitatea TV Târgu-Mureș, Antena 1 Târgu-Mureș, Prima TV Târgu-Mureș, Pro TV Târgu-Mureș), potrivit informațiilor furnizate de Consiliul Național al Audiovizualului (CNA). Exceptând stațiile locale ale televiziunilor naționale, cele mai relevante televiziuni locale mureșene erau Televiziunea Târgu-Mureș (TTM), Știi TV și Erdely TV (ETV), conform respondenților¹⁸⁷.

Televiziunea Târgu-Mureș (TTM) realiza emisiuni bilingve, în limba română și limba maghiară.

”O bună parte din populația din Mureș este de naționalitate maghiară și, prin urmare, se impune a avea știri și emisiuni și în limba română și în limba maghiară. Noi suntem o televiziune cu caracter multicultural.” (Cristian Georgescu, director general TTM)

La data documentării, TTM avea aproximativ 30 de angajați și era deținută de omul de afaceri Ionuț Șandru (activ în industria petrolului și gazelor¹⁸⁸), membru PSD. Director general TTM era Cristian Georgescu, consilier județean din partea UNPR, fost purtător de cuvânt al Prefecturii Târgu-Mureș și fost senator PSD în legislatura 2004-2008¹⁸⁹. Reprezentanții instituției au declarat că bugetul TTM pe anul 2011 a fost de aproximativ 600 de milioane de lei vechi și că principalul finanțator al postului era patronul. De-a lungul timpului, Televiziunea Târgu-Mureș a avut contracte de colaborare cu televiziuni regionale și naționale precum: Neptun TV, Transilvania Live și B1 TV, potrivit conducerii postului.

TTM aparține societății Marketing Politic și Sondaje SRL, al cărei unic acționar este SC Prorom SRL (CUI: 17684906), administrator fiind Ioan Șandru¹⁹⁰. În anul 2012, societatea comercială a avut o cifră de afaceri de 163.547 de lei și o pierdere netă de 351.414 lei, conform bilanțului depus la Ministerul Finanțelor.

Știi TV aparținea, la data documentării pe teren, societății SC Info Statistics SRL (CUI: 15165635), potrivit managementului televiziunii.

Info Statistics SRL, societatea comercială care deține licența Știi TV, este deținută de Cătană Marius Cristian (acționar principal - 95%) și de Cătană Emilia Lucia (5%)¹⁹¹. Datele de bilanț disponibile pe site-ul Ministerului Finanțelor indică pentru anul 2012 o cifră de afaceri de 1.885.224 de lei, un profit de 72.252 de lei și un număr de 4 angajați.

Societatea comercială era condusă de omul de afaceri Marius Cătană, fost membru PSD până în 2005¹⁹², actualmente cunoscut ca apropiat al primarului orașului Târgu-Mureș, Dorin Florea (PDL)¹⁹³. Coordonatorul Știi TV era Marius Pașcan¹⁹⁴, fost jurnalist, fost purtător de cuvânt al Primăriei Târgu-Mureș (conduse de edilul Dorin Florea), fost prefect, candidat la Președinția Consiliului Județean Mureș (în 2012, din partea Alianței Pentru Mureș - compusă din PDL, UNPR și PER¹⁹⁵), care a obținut un post de senator PDL în decembrie 2012¹⁹⁶. Anterior lui Marius Pașcan, televiziunea Știi TV a fost coordonată de

¹⁸⁶ Octombrie 2012.

¹⁸⁷ Jurnaliști, editori, manageri, producători, politicieni, reprezentanți ai unor instituții publice etc.

¹⁸⁸ ”Presa târgmureșeană”, Dan Mașca, Blog.InMureș.ro, 29 iulie 2010.

¹⁸⁹ Radu Cristian Georgescu, Sinteza activității parlamentare în legislatura 2004-2008, Camera Deputaților, Cdep.ro.

¹⁹⁰ Sursa: site-ul Ministerului Finanțelor (august 2013) și datele de acționariat disponibile în octombrie 2013 pe site-ul Consiliului Național al Audiovizualului (<http://www.cna.ro/Situa-ii-privind-licen-ele,6170.html>)

¹⁹¹ Sursa: datele de acționariat disponibile în octombrie 2013 pe site-ul Consiliului Național al Audiovizualului (<http://www.cna.ro/Situa-ii-privind-licen-ele,6170.html>)

¹⁹² ”Sindicalistul Marius Cătană a demisionat din PSD”, Adrian A. Giurgea, 26 noiembrie 2005, RomâniaLiberă.ro.

¹⁹³ ”Mogulii mici și mijlocii”, Adriana Duțulescu, Jurnalul.ro, 24 septembrie 2010.

¹⁹⁴ ”Scrisoare deschisă”, Marius Pașcan, MariusPașcan.ro, 2012.

¹⁹⁵ ”Alegeri locale 2012. Rezultate finale. Dorin Florea a obținut al patrulea mandat la Primăria Târgu-Mureș”, Ela Giurgea, Gândul.Info, 11 iunie 2012.

¹⁹⁶ Emil Marius Pașcan, Sinteza activității parlamentare în legislatura 2012 - prezent, Cdep.ro.

Ioana Roman, fostă jurnalistă, fostă purtătoare de cuvânt PDL Mureș, devenită consilier local din partea PDL, potrivit angajaților televiziunii (Ioana Roman a candidat fără succes în decembrie 2012 la alegerile parlamentare, pentru un post de deputat din partea ARD¹⁹⁷).

Știi TV avea aproximativ 20 de angajați și colaboratori, la data documentării, și difuza numai patru ore de program local zilnic, din motive legate de finanțarea slabă a postului, potrivit respondenților. Reprezentanții televiziunii au declarat că postul urma să-și extindă grila de programe la șase ore, după încheierea unui contract cu Primăria, care le permitea să amplaseze fibră optică în zona centrală a orașului (unde se situează Primăria, Palatul Culturii, Consiliul Județean), pentru a transmite în direct ședințele Consiliului Local și Județean și evenimentele organizate în special de administrația publică locală (ex.: Festivalul Vinului etc.).

”Am amplasat fibra optică acolo pentru că dorim să transmitem în direct ședințele de Consiliul Local și Județean, ca urmare a unui considerent foarte simplu: lumea nu știe ce se hotărăște acolo.” (Producător general Știi TV)

Sediul Știi TV se afla în incinta Hotelului President¹⁹⁸, deținut de omul de afaceri mureșean Sorin Țerbea, totodată unul dintre principalii advertiseri ai televiziunii, potrivit respondenților. Producătorul general al televiziunii a declarat că postul beneficia și de publicitate națională, prin intermediul ArboMedia. La data documentării, SC Info Statistics SRL (deținătoarea Știi TV) era printre principalii operatori de televiziuni locale din județ care beneficiau de publicitate din bani publici de la Primăria Târgu-Mureș, conform anunțurilor de atribuire de servicii de promovare¹⁹⁹ și potrivit declarațiilor unora dintre respondenți.

Purtătorul de cuvânt al Primăriei Târgu-Mureș a declarat că instituția pe care o reprezenta avea contracte de publicitate cu toate televiziunile locale, dar reprezentanții Erdely TV și TTM au negat această informație și au declarat că în ultimii ani nu au mai avut contracte de publicitate din bani publici cu Primăria.

”Advertiserul principal al televiziunii din rândul instituțiilor publice este Primăria.” (Producător Știi TV)

”Primăria Târgu-Mureș are contracte de publicitate cu toate televiziunile.” (Aurel Trif, Purtător de cuvânt al Primăriei Târgu-Mureș)

”Nu avem contract cu autoritățile locale pentru publicitate.” (Szepessy Előd, director executiv ETV)

”Bani de la Primărie nu am primit de trei ani - și mă refer la contract de publicitate.” (Cristian Georgescu, director general TTM)

Erdely TV (ETV) este o televiziune regională cu sediul în Târgu-Mureș care emite în limba maghiară. În aceeași clădire cu televiziunea funcționează și postul de radio omonim. Potrivit respondenților, televiziunea și radioul sunt sprijinite de fundațiile Jenő Janovics și Communitas, înființate de (membri) UDMR. Totodată, directorul executiv ETV, Szepessy Előd, fost membru UDMR²⁰⁰, a îndeplinit rolul de consilier în cadrul Ministerului Comunicațiilor în 2008, când la conducerea acestui minister se afla politicianul UDMR Karoly Borbely²⁰¹. De asemenea, din managementul (de marketing) al radioului Erdely FM făcea parte, la data documentării, Csep Andrea - consilier județean din partea UDMR (aceasta a candidat pentru un post de senator la alegerile parlamentare din 2012²⁰²).

¹⁹⁷ ”Rezultate finale alegeri parlamentare 2012 Mureș. Frunda, în afara Legislativului”, Ana-Maria Adamoae & Andreea Udrea, EvZ.ro, 11 decembrie 2012.

¹⁹⁸ În octombrie 2012, în același hotel funcționa și Realitatea TV Mureș.

¹⁹⁹ ”Pedeliștii spumegă că Oltchim a dat 100.000 pentru trustul lui Voiculescu. Despre publicitatea pe firme abonate, pe sute de mii de euro, de la Primăria Târgu-Mureș prin firme cu televiziuni de propagandă PDL nu suflă nimic!”, Florentin Deac, FlorentinDeac.blogspot.ro, 2 octombrie 2012.

²⁰⁰ Conform declarației lui Szepessy Előd.

²⁰¹ ”Cazul Borbely. Consilierul Szepessy Szabolcs și legăturile cu Marko Bela. Familia UDMR: tata - consilierul fostului lider, copiii - consilieri în ministere, liderii maghiari - foști parteneri de afaceri”, Attila Biro, HotNews.ro, 13 iulie 2011.

²⁰² ”Rezultate alegeri parlamentare Mureș: Laszlo Borbely și Marko Bela, cei mai votați candidați mureșeni”, Alexandru Ramadan, Adevărul.ro, 10 decembrie 2012.

ETV colaborează cu jurnaliști și cu televiziunea publică din Ungaria, făcând schimb de informații de interes pentru comunitatea maghiară, iar angajații ETV fac training de două ori pe an cu specialiști media din Ungaria, conform reprezentanților televiziunii. Bugetul operațional al postului ETV pe anul 2011 a fost de 1.400.000 de lei, iar principalul finanțator a fost fundația Communitas, a declarat directorului televiziunii. În ianuarie 2013, Consiliul Național al Audiovizualului a introdus postul regional Erdely TV în sistemul „must carry”²⁰³, din care fac parte televiziunile pe care operatorii de cablu au obligația să le retransmită.

Erdely TV este deținută de societatea comercială ETV Center SRL (CUI: 16887660), al cărei asociat unic este Fundația Janovics Jenő Alapítvány²⁰⁴. De asemenea, cifra de afaceri a societății care deține licența a fost în 2012 de 100.943 de lei și s-a înregistrat un profit net de 1.146 de lei, conform datelor de bilanț disponibile la Ministerul Finanțelor.

Cei mai mulți angajați ai televiziunilor mureșene îndeplinesc concomitent mai multe roluri în redacție, din cauza numărului redus de personal, dar nu sunt remunerați în acord cu efortul depus, potrivit documentării.

Totodată, respondenții din cadrul televiziunilor mureșene au declarat că, pe fondul investițiilor scăzute în bugetele de publicitate locale, se confruntă cu numărul insuficient de angajați și colaboratori și cu limitarea cheltuielilor pentru salarii, profesionalizare, producții editoriale, echipamente și deplasări de presă. În acest context, fluctuația de personal din redacțiile televiziunilor mureșene este mare și mulți profesioniști fie aleg să se reorienteze profesional, fie se îndreaptă către alte televiziuni (eventual centrale), fie sunt obligați să aibă mai multe joburi (în presa scrisă, print, tv și/sau online), conform respondenților.

Salariile jurnaliștilor mureșeni din televiziunile locale se situau în medie în intervalul 1000-2000 de lei, potrivit celor intervievați.

”Principala problemă care cred că e aplicabilă peste tot cred că este criza financiară, care a făcut în așa fel încât activitatea să se restrângă foarte mult. S-a comprimat același volum de muncă cu angajați mai puțini. (...) Presa cred că ar putea fi ajutată de economie, în general, pentru că, dacă roțile economiei se mișcă, altfel pot arăta și televiziunile. Din păcate, criza a arătat că trebuie să faci un efort de adaptare mai mare, să faci poate același efort pe aceeași remunerație sau poate pe o remunerație mai mică, să faci din acel efort aceeași calitate sau mult mai bine decât era înainte. (...) Anchete mai puțin se fac în ziua de azi în România și asta poate e păcat. Noi, din punct de vedere al resursei umane, foarte rar reușim să facem lucrul ăsta, pentru că nu poți să stai să documentezi un subiect, și un jurnal se rezumă poate strict la știri.” (Producător Știi TV)

”În presa locală nu sunt bani. Oamenii lucrează pentru niste salarii derizorii și, din această cauză, jurnaliștii adevărați, profesioniști, pleacă sau se reorientează.” (Jurnalist TTM)

”Eu aș mai face investigații, dar nu mai am timp, pentru că mi-am găsit tot felul de preocupări.” (Producător TTM)

”În general în Târgu-Mureș nu mi se pare că au rămas prea mulți jurnaliști de calitate. Cred că cei buni s-au cam cărat.” (Editor-prezentator Știi TV)

”În Târgu-Mureș se produc mutații profunde în ceea ce privește migrarea de la un post de televiziune la altul. E un caz general fluctuația de personal.” (Aurel Trif, Purtător de cuvânt al Primăriei Târgu-Mureș)

Niciuna dintre televiziunile locale mureșene incluse în acest studiu nu era (complet) pregătită pentru trecerea la sistemul de digitalizare, potrivit celor intervievați. Aceștia au declarat că s-au purtat discuții despre achiziționarea echipamentelor necesare, dar că acest proces a fost amânat din cauza cheltuielilor implicate.

”Posturile locale sunt departe, nici cele naționale nu sunt pregătite pentru digitalizare. (...) Momentul digitalizării pieței TV locale e foarte departe în momentul de față. Asta e situația și la

²⁰³ ”România TV a intrat pe lista televiziunilor <<must-carry>>, stabilită de CNA”, Mediafax, RTV.net, 22 ianuarie 2013.

²⁰⁴ Sursa: site-ul Ministerului Finanțelor (august 2013) și datele de acționariat disponibile în octombrie 2013 pe site-ul Consiliului Național al Audiovizualului (<http://www.cna.ro/Situa-ii-privind-licen-ele,6170.html>)

nivelul televiziunilor naționale, deși era un termen asumat pentru 2012.” (Attila Szasz, fost membru CNA - la data documentării, Attila Szasz era redactor-șef adjunct la Radio România Târgu-Mureș)

”Suntem singura televiziune locală [din Mureș - n.r.] care are atât emisie pe cablu analog, cât și pe cablu digital. (...) Nu e o digitalizare în sine pe zona de aparatură, asta urmează.” (Producător general Știi TV)

Măsurarea audiențelor televiziunilor locale mureșene se baza preponderent pe sondaje de opinie și pe contactul direct cu telespectatorii, potrivit respondenților, întrucât **studiile veritabile de audiență implicau cheltuieli considerate de reprezentanții televiziunilor ca fiind „greu de suportat”**.

”Cea mai mare problemă este legată de monitorizarea producțiilor; mă refer la cotele de piață și la audiența pe care postul o obține. Astfel de demersuri sunt extraordinar de scumpe și, de cele mai multe ori, o televiziune locală nu-și permite să achite, cu câteva excepții, un astfel de serviciu, deși ar fi foarte util, dar de multe ori este mai scump decât suma salariilor din postul respectiv.” (Cristian Georgescu, director general TTM)

„Măsurarea audienței pe plan local e practic imposibilă. Și dacă ar veni o firmă, televiziunile nu-și permit să plătească studii de piață autentice, care să spună cu toate variabilele necesare câți se uită la tine, care e nivelul de educație ș.a.m.d. (...) Mai degrabă s-au făcut în trecut niște sondaje, în care eu, sincer, nu cred, pentru că sondajul de opinie nu respectă toate standardele unui studiu de piață (...) și mai are o problemă: cel care îl face e clar că vrea să iasă bine și, atunci, e irelevant.” (Producător General Știi TV)

”Nu am putut să comandăm un studiu de audiență, dar primim feedback de la cetățeni.” (Reprezentant Erdely TV)

Potrivit respondenților, **la data documentării nu exista un partid politic care să domine administrația locală mureșeană**. Primarul municipiului Târgu-Mureș era un politician PDL (Dorin Florea), iar consiliile locale și județene erau compuse în mare parte din politicieni PDL, UDMR și USL, conform respondenților. O parte a respondenților a precizat că „lupta politică” pe plan local se dădea îndeosebi între unii politicieni români și maghiari, dar că electoratul acestora nu se împărțea neapărat pe criterii etnice. O parte dintre respondenți a susținut că între politicienii locali se ducea mai degrabă un „război mediatic”.

”Nu este niciun partid politic care să domine și asta, din punct de vedere al democrației, e bine. (...) Nu sunt alianțe [politice - n.r.] stabile, sunt ad-hoc, și eu zic că acest lucru e bun pentru o democrație. Nu e nicio majoritate care să facă ce vrea ea.” (Jurnalist Radio România Târgu-Mureș)

”La nivel local, războiul ăsta politic nu e atât de acut, și nici la București nu e atât de acut. E mai mult mediatic decât personal și ideologic. (...) Există o cutumă aici, la Târgu-Mureș: consilierii locali se ceartă, indiferent de culoarea politică pe care o au, și se ceartă de obicei cât sunt camerele de luat vederi în sală. După ce au plecat camerele de luat vederi, credeți-mă, se votează în draci, în jumătate de oră au plecat acasă.” (Producător general Știi TV)

”Aici, bătălia mea politică a fost mereu cu UDMR, eu m-am bătut cu UDMR-ul electoral.” (Dorin Florea, primarul Municipiului Târgu-Mureș, PDL)

”Eu nu cred în conflicte interetnice. Sunt interese mascate etnic. Când [politicienii - n.r.] trebuie să colaboreze [între ei - n.r.] ca să primească niște bani, așa de bine lucrează!” (Jurnalist din presa scrisă maghiară)

2. Percepția asupra jurnalismului. Influențe economice și politice

La data documentării pe teren, **toate cele trei televiziuni locale mureșene incluse în acest studiu depindeau în cea mai mare proporție de finanțarea dintr-o singură sursă (de la patronat sau de la instituții publice, ori de la alte instituții apropiate de mediul politic)**, potrivit respondenților. Cei mai mulți dintre intervievații mureșeni au susținut că acest fapt alimentează percepția că televiziunile locale nu sunt independente și că jurnaliștii se autocenzurează și se conformează așteptărilor impuse/

sugerate de finanțatori. Cu alte cuvinte, potrivit unora dintre respondenți, instituțiile de presă mureșene funcționau, în unele situații, ca „platforme de promovare” a intereselor politice/ economice ale finanțatorilor.

”Jurnalismul nu este rentabil, din reclame nu ies suficienți bani, întodeauna se găsește un investitor de unde vin banii și atunci acela stârnește o dependență. Trebuie să vină banii din reclame de la mai mulți investitori, nu numai de la unul singur. (...) Dacă apare un finanțator, finanțatorul evident are și pretenții, ca să spun așa.” (Redactor Erdely Tv)

”Sunt interese și probabil că sunt realizatori sau posturi care exprimă subiectiv anumite informații. (...) Nu neapărat că ar fi presiuni, dar jurnaliștii lucrează la un trust de presă și, drept urmare, trebuie să se uite cine dă salariile și, în funcție de asta, de aici apare subiectivismul.” (Reprezentant CNA)

„Sursa principală de finanțare a activității media, cea corectă, respectiv publicitatea, a scăzut drastic și ofertele nu mai sunt atât de multe și atât de variate. (...) Toată lumea și-ar dori să existe venituri mai mari într-o astfel de instituție. Din ceea ce știu, din păcate foarte puține [televiziuni - n.r.] se susțin din resursele date de piața publicitară, deci fie au contracte cu Primăria, fie cu Consiliul Județean. (...) Ca să fie independentă, presa trebuie să aibă în spate un acționariat care vrea să facă mecenat, care să nu protejeze niciun fel de interese.” (Cristian Georgescu, director general TTM)

”Există două categorii de jurnaliști în Târgu-Mureș: cei care își asumă orientarea celor care le alimentează cardurile cu remunerația lunară și cei care se implică mai mult. (...) Un partid politic, dacă e să-l gândim strict în termeni de marketing, dacă are la dispoziție un trust de presă, îl folosește ca platformă de promovare. Probabil respectivul partid poate să atragă și niște resurse economice, pentru că partidul nu o să sponsorizeze niciodată din cotizații o televiziune sau o publicație sau un post de radio.” (Producător Știi TV)

”Dependența de bugetele publice (...) îți determină oarecum politica editorială. (...) Dacă vreun jurnalist are vreo tendință de independență, s-ar putea să se trezească fără locul de muncă. (...) Ar trebui să nu ne fie teamă și să avem coloană vertebrală, numai că teama de a-ți pierde locul de muncă, trăind într-un haos economic, e mare. (...) Asta trebuie să învețe colegii jurnaliști: că nu sunt sclavii politicienilor, nu sunt sclavii nimănu, niciunui șef de administrație, niciunui patron. Ei sunt în slujba publicului, trebuie să informeze corect și să nu manipuleze ordinar.” (Producător TTM)

”Televiziunile sunt conduse de partide. Nu există o televiziune în Târgu-Mureș să fie condusă de un consiliu independent, nu de către primar sau alți politicieni. (...) Ziariștii încearcă, dar televiziunile în sine nu sunt independente.” (Jurnalist din presa scrisă maghiară)

”Publicitatea care se primește pe bani publici - cu asta se închide gura presei. Taxele sau chiriile care se încasează pe anumite spații în care se desfășoară activități jurnalistice, diplomele care se primesc politic și administrativ (...) - toate sunt modalități prin care presa e controlată, verificată, șantajată etc.” (Blogger local, fost jurnalist din presa scrisă)

”În presa locală sunt cooptați oameni care să fie buni să facă ce le cere patronul. (...) Când s-a votat bugetul pe 2012 la Consiliul Local Târgu-Mureș, am rămas uimiți că se alocă pentru publicitate un milion și jumătate [de lei - n.r.]²⁰⁵ către toată presa. Nu numai către televiziuni. (...) Consilierii noștri au ridicat atunci problema că nu este nevoie ca instituția Primăriei și Consiliul Local să-și facă imagine pe atâția bani. (...) Banii aceia s-au repartizat prin diferite licitații presei. (...) Au fost licitații la care nu are sens să-ți depui dosarul, că ți se zice din start <<nu>>.” (Reprezentant PSD Mureș)

În ceea ce privește percepția privind relația televiziunilor mureșene cu mediul politic local, majoritatea respondenților a indicat faptul că fiecare dintre posturile incluse în acest studiu ar avea o afinitate/ ar fi mai apropiată de o formațiune/ alianță politică. Concret, cei intervievați au susținut că Știi TV este mai apropiată de PDL, Erdely TV este mai apropiată de (o parte din) UDMR, iar TTM - de PSD.

²⁰⁵ Hotărârea nr. 1 din 26 ianuarie 2012 privind adoptarea bugetului local al municipiului Târgu-Mureș pentru anul 2012 stabilea în proiectul de buget aprobat pentru anul 2012 suma de 1.500.000 de lei pentru ”reclamă și publicitate”. <http://www.tirgumures.ro/buget2012/buget2012.pdf>

Printre argumentele care au dus la aceste asocieri se numără: apartenența politică a unora dintre acționarii/ finanțatorii/ managerii/ jurnaliștii televiziunilor, sursele de finanțare, atribuirea preferențială a unor contracte de publicitate din bani publici, abordarea părtinitoare a unor subiecte politice (în special în campaniile electorale), existența unor presiuni politice/ economice care influențează agenda editorială etc.

Totodată, potrivit respondenților, în județul Mureș există **jurnaliști care își suspendă temporar activitatea de bază/ contractul de muncă în perioadele electorale și devin consilieri pentru politicieni**. Acest fenomen a fost descris de intervievați atât ca un mod transparent de delimitare a celor două activități, cât și ca exprimare fățișă a unor opțiuni politice care ar putea să afecteze credibilitatea jurnaliștilor.

”Cum aici piața de publicitate e mult mai mică, evident că aceste televiziuni trăiesc din alte surse și sunt dependente direct de sursa de finanțare. (...) Piața locală și națională de media ar trebui să funcționeze pe bazele unei piețe reale. În momentul de față, nici mass-media naționale, nici cele locale nu funcționează pe principii de piață. Sunt mult mai multe interese implicate și, din cauza asta, e o piață total deformată.” (Jurnalist Radio România Târgu-Mureș)

„Nu poți să negi că unele televiziuni trag mai mult către un partid, dar noi, aici, în Târgu-Mureș, suntem destul de cuminiți, nu prea știm să aruncăm <<bombe>> către X sau Y, chiar nu am văzut în jurnalele noastre precum văd la București. (...) Cred că fiecare formațiune politică are segmentul ei într-o anumită televiziune, dar nu cred că i s-a negat vreunui partid vreodată accesul în a-și publica informația.” (Editor Știi TV)

”Presiunea politică în mod sigur este. Asta diferă de la televiziune la televiziune, depinde de cum sunt finanțate și cine sunt proprietarii televiziunilor respective.” (Szepessy Elod, director executiv Erdely TV)

*”Cred că e plină lumea de ipocrizie și de deontologie, până la urmă. **Fiecare post de televiziune din lumea asta cred că are o orientare politică**. Până și faptul că spui că nu ai o orientare politică e tot o orientare, pentru că înseamnă că ești la pace cu toți până la un moment dat.” (Jurnalist Știi TV)*

*”E prea mare presiunea politică. (...) Din păcate, **televiziunile particulare din țară sunt conduse de partide politice sau de oameni care sunt foarte apropiați de partide politice**. La Târgu-Mureș aceste posturi locale au și ele coloratura lor politică; la unele se simte mai puternic, la altele - mai puțin.” (Jurnalist TTM)*

*”**Toți politicienii încearcă să controleze presa**. Cred că și noi am încercat, cred că fiecare vrea, ai nevoie de media favorabile.” (Reprezentant PSD Mureș)*

*”**Televiziunile locale aparțin unui partid fiecare**, asta e părerea mea personală. Acum, cu campania electorală, pe locale se vede foarte clar în ce direcție se joacă posturile de televiziune.” (Reprezentant UDMR)*

”Sunt cazuri și exemple de jurnaliști care în timpul campaniei electorale își suspendă contractul de muncă pe câte o lună și sunt consultanți pentru politicieni. Dintre colegii mei, niciunul nu a făcut asta la niciun partid.” (Producător general Știi TV)

”Uniunea noastră a recomandat ca aceia care se implică în campanie (sunt în staff-ul unui candidat și fac materiale de propagandă) să-și suspende activitatea de ziarist.” (Karacsony Zsigmond, Președinte Uniunea Jurnaliștilor Maghiari din România)

Reprezentanții Televiziunii Târgu-Mureș (TTM) intervievați au declarat că nu au existat niciodată ingerințe editoriale din partea patronatului/ managementului în realizarea știrilor, dar o parte dintre aceștia au spus că au existat situații când li s-a cerut de către conducere să nu invite la emisiunile postului anumite persoane. Directorul general al postului a declarat că nu a interferat pe partea editorială decât dacă un client de publicitate sau o instituție publică i-a semnalat că nu i s-a acordat drept la replică. Deși televiziunea a fost asociată de o parte a celor intervievați cu PSD, angajații TTM care au participat la acest studiu au declarat că materialele postului sunt „nepărtinitoare” și că încearcă să le realizeze „cât mai corect”.

”Eu personal țin foarte mult la imparțialitate. Această televiziune s-a străduit să nu fie partizană unei persoane sau alteia.” (Cristian Georgescu, director general TTM)

”Noi avem o situație privilegiată, pentru că avem un patron bogat care are și carnet de membru [de partid - n.r.] și care momentan nu se amestecă în politica editorială. (...) Nu sunt niște emisiuni care să nască tot felul de suspiciuni și conflicte, sunt destul de pozitive.” (Producător TTM)

Angajații Știi TV intervievați pentru acest studiu au declarat că nu li se impune/ blochează apariția unor materiale de către patronat sau management și că relatează „neutru” și „obiectiv” despre toate formațiunile politice. Pe de altă parte, mai mulți respondenți de la instituțiile de presă concurente, precum și reprezentanții PSD și PNL intervievați, au susținut că Știi TV ar fi o televiziune orientată către PDL.

”Relatăm neutru, obiectiv despre orice formațiune. (...) Mergem la absolut toate conferințele de presă susținute de partide și doar dacă nu suntem invitați nu ajungem. (...) Televiziunea este mai apropiată de PDL doar din prisma faptului că acționariatul este apropiat de PDL. (...) La noi vin și de la PNL, și de la UDMR, și de la Partidul Civic Maghiar și de la Partidul Popular al Maghiarilor. Eu zic că relația televiziunii cu mediul politic e una echilibrată și am încercat să o menținem așa. Îmi place să cred că am încercat să fiu cât se poate de echilibrat cel puțin pe zona mediului politic.” (Producător Știi TV)

”Eu am ținut să fiu pe cât se poate de obiectivă, deși știu că nu există obiectivitate în presă. Nu lovesc în nimeni fără motiv, sau să fac o știre de dragul de a face o știre că-mi spune cineva.” (Editor Știi TV)

Reprezentanții Erdely TV (ETV) intervievați au declarat că se axează pe „temele importante pentru comunitatea maghiară” și că țin cont întotdeauna de interesul publicului. În replică la faptul că majoritatea celor intervievați (reprezentanți PSD, PDL, PNL și angajați din instituțiile de presă concurente) au asociat această televiziune cu UDMR, angajații postului au declarat că nu au întâmpinat presiuni politice din partea niciunei formațiuni politice și că, deși fundația care sprijină ETV este apropiată de UDMR, acest lucru nu influențează politica editorială.

”Nu avem presiuni politice. Proprietarul televiziunii este o fundație și presiuni politice chiar nu sunt. Se poate zice că fundația e mai apropiată de UDMR, dar în emisiunile noastre nu se regăsește. Noi am difuzat foarte multe dezbateri între formațiunile politice maghiare și în toate știrile noastre sunt teme cu toate partidele politice.” (Szepessy Elod, director executiv Erdely Tv)

”Nu mi se impun subiecte și nici nu sunt interzise teme.” (Prezentatoare Erdely TV)

”Vin foarte puține propuneri de la management, am foarte mare libertate.” (Redactor Erdely TV)

”Ceea ce văd eu este că UDMR nu dictează nicăieri nicio știre, nimic.” (Reprezentant UDMR Mureș)

3. Relația în redacție

Investițiile limitate în resursele umane, materiale și logistice (echipamente, salarii, deplasări de presă, profesionalizarea angajaților, calitatea produselor media, numărul de angajați etc.) și comunicarea insuficientă cu managementul/ patronatul sunt printre principalele aspecte care afectează relațiile din interiorul televiziunilor mureșene, potrivit celor intervievați.

La data documentării, conducerea Erdely TV nu permitea accesul la Internet pe toate calculatoarele din redacție și impunea un program de lucru inflexibil, după spusele unora dintre intervievați.

Din documentare a reieșit că unii angajați TTM resimțeau uneori „o lipsă de comunicare” cu reprezentanții din conducerea postului pe teme legate de (re)organizarea redacției, angajări și restructurări, achiziții de echipamente.

Angajații Știi TV au descris relațiile din redacție ca fiind „bune” și „apropiate” și că singurele tensiuni care apar sunt legate de structura subdimensionată a redacției și de nivelul salariilor.

4. Relația cu autoritățile locale

Din documentare a reieșit că asocierea unor televiziuni cu orientarea politică a patronatelor acestora determină în unele situații ostilitatea/ eschiva unor reprezentanți ai autorităților publice care fac parte din/ sprijină partidele politice rivale - în relația cu anumite instituții de presă.

Dintre reprezentanții autorităților publice intervievați, unii și-au declarat neîncrederea în televiziunile locale, invocând documentarea insuficientă a unor subiecte și faptul că uneori sunt invitați la emisiuni pentru care în prealabil se stabilesc anumite subiecte de discuție, dar în studio sunt abordate alte teme.

”N-am încredere în niciuna, pentru că televiziunile sunt cele care manipulează poporul. Toată lumea s-a obișnuit cu consumarea televiziunii și altceva nu facem toată ziua. Stăm în fața televizorului, ne definește viața. Și nu vorbesc despre știrile de la ora cinci sau 23. Din când în când văd și niște știri locale care nu au valoare de știri, și totuși sunt difuzate sau poate că sunt comandate din spate, de organizatori. (...) De ce nu merg politicienii în emisiunile de televiziune? Poate este un jurnalist care te cheamă pe o temă, vorbești cu el la telefon despre temă, ajungi în redacție, ajungi în studio, și se discută o altă temă. Politicienii noștri [de la UDMR - n.r.] nu se ridică de la masă dacă pățesc așa ceva, dar se poate întâmpla să nu fii pregătit pentru o temă. Dacă ai respect față de tine, față de cei care te-au ales, trebuie să fii pregătit, să ai răspuns.” (Reprezentant UDMR Mureș din Consiliul Județean)

„Părerea mea e că și presa, la rândul ei, ar trebui să se implice, alături de societatea civilă, în problemele curente ale urbei, lucru care nu se întâmplă foarte des. Nu vreau să acuz breasla jurnaliștilor, din care provin și eu, dar există destul de multe momente în care intervine o blazare din partea lor. Se mulțumesc pur și simplu să ia informația și să o dea mai departe, fără a mai aștepta un feedback din părțile de unde a fost transmisă informația, în așa fel încât ne obligă pe noi, ca autoritate locală, să revenim asupra unei informații transmise, de două, de trei, de patru ori. (...) Vorbesc cu producătorul, stabilim subiectele, nu și răspunsurile, pentru că nu e cazul. Primarul se descurcă foarte bine să comunice. Dar subiectele trebuie să le discutăm înainte, ca să știm ce teme abordăm. (...) La emisiuni nu se întâmplă să nu știm subiectele, ci doar la sincroanele pe care le dă primarul aici, la Primărie, sau în cadrul conferințelor de presă.” (Aurel Trif, Purtător de cuvânt al Primăriei Târgu-Mureș)

”Jurnaliștii vin la toate evenimentele, participă, sunt deschiși, doar că după aceea constăți că nu ți-a apărut știrea, sau nu mai era loc, sau sunt scoase din context anumite chestii.” (Reprezentant PSD)

”În momentul în care am fost făcut în toate felurile, normal că am o anumită rețineră față de unii ziariști. Dar nu sunt ziariști, ieri erai <<aproximativ>> și mâine te numești ziarist și poți să faci orice, și eu ca autoritate locală trebuie să fiu prostul clasei, să înghit. (...) Am dat în judecată ziariști care m-au făcut în toate felurile, care și-au bătut joc de familia mea, care i-au creat mamei mele un accident cerebral.” (Dorin Florea, Primarul Municipiului Târgu-Mureș, PDL)

O parte a angajaților Televiziunii Târgu-Mureș (TTM) au declarat că au fost situații în care s-au confruntat cu presiuni din partea administrației locale sau a mediului politic local și că au avut clienți de publicitate care au fost „presați” de mediul politic să nu se mai promoveze la TTM. Totodată, un reprezentant din conducerea TTM a declarat că a renunțat la doi foști colaboratori ai televiziunii, pe motiv că aceștia ar fi fost dispuși să accepte „foloase necuvenite” de la unii reprezentanți ai autorităților locale, în schimbul realizării unor materiale.

”Am avut, culmea, presiuni din partea unor foști jurnaliști care acum sunt purtători de cuvânt sau consilieri locali, sau consilieri ai unor persoane din autoritățile locale. Ne-au sugerat întrebări pe care să nu le punem ca să nu deranjăm și ne-au sugerat alte întrebări, ca să îi deranjăm pe alții.” (Jurnalist TTM)

Reprezentanții Știi TV au declarat că Președintele Consiliului Județean, Ciprian Dobre (PNL), nu participă la nicio emisiune a acestei televiziuni, dar că politicianul nu le-a dat nicio explicație oficială

pentru decizia sa. Un reprezentant al cabinetului lui Ciprian Dobre a declarat că „Știi TV la nivel local este o televiziunea ce face lobby sau este mai apropiată de un partid care conduce momentan municipiul Târgu-Mureș, PDL” și că „de cele mai multe ori, obiectivitatea lipsește”.

”Președintele CJ Mureș, de la PNL, nu vorbește cu acest post de televiziune. Probabil considerentele pot fi doar de ordin politic, deși dânsul nu a fost lezat în interese de niciun fel. Toate materialele care s-au dat despre dânsul aici au fost fundamentate, au respectat legea. Dacă realizăm un material ce contravenea legii, putea foarte ușor să ne facă plângere la CNA. (...) Cu noi personal nu are nimic. Avem o colegă care s-a dus la Realitatea TV și acum ei îi răspunde la întrebări. Altei colege, care încă lucrează aici, niciodată nu îi răspunde la telefon și niciunuia dintre noi nu îi răspunde.” (Reprezentant Știi TV)

Angajații Erdely TV au declarat că au o relație „corectă și nu foarte strânsă” cu mediul politic și autoritățile locale. Pe de altă parte, primarul (PDL) Dorin Florea a declarat că „nu are acces” la televiziunile maghiare și că acestea ar fi „coordonate politic”.

”Toate televiziunile maghiare este clar că sunt coordonate și că programele lor sunt limitate doar la a prezenta un anumit punct de vedere, unilateral. Eu am avut probleme foarte importante de dezvoltarea orașului, de viziuni, de strategii asupra unor perioade care vor veni, și nu s-au acceptat. Acolo e decizie politică certă, nu mă bag, nu e treaba mea, nu cunosc. Știu un singur lucru: că eu nu am acces acolo.” (Dorin Florea, Primarul Municipiului Târgu-Mureș, PDL)

”Foarte puțini oameni vor să apară la TV, începând de la oamenii simpli până la directorii instituțiilor. Poate pentru că au o teamă că pot fi trași la răspundere de superiori.” (Redactor Erdely TV)

5. Soluții pentru un jurnalism de calitate

Măsurile indicate de intervievați pentru îmbunătățirea calității presei locale au vizat: raportarea la consumator, o mai bună documentare, diversificarea formelor de finanțare, promovarea unui jurnalism nepărtinitor și de bună-credință, asumarea unor criterii profesionale de acces în breaslă, instituirea unor sindicate ale jurnaliștilor independente de influențele politice, respectarea unui cod deontologic, sancționarea publică a derapajelor din rândul breslei.

”Cea mai importantă calitate a unui jurnalist ar trebui să fie buna-credință și raportarea la consumator, nu la cei despre care se scrie - ci la cei pentru care se scrie. (...) Nu e de ajuns ca un material bun să fie conform regulilor, ci trebuie să fie și interesant. Aici intervine și factorul subiectiv, talentul, cât de creativ este jurnalistul. Dar, dacă nu există un cod de conduită clar asumat, e foarte greu sau degeaba ești talentat și creativ dacă nu ai bună-credință și nu respecti consumatorii, în primul rând.” (Jurnalist Radio România Târgu-Mureș)

”Eu cunosc oameni care n-au 18 ani și se pretind jurnaliști, în cartea de muncă scrie jurnalist. Atunci, hai să definim un pic ce înseamnă acest lucru. (...) Nu există așa ceva, autoreglementare. Indiferent cât de grav se calcă pe bec, prea puțin ecou există.” (Jurnalist mureșean din presa scrisă)

”E problema după 2008, e o problemă de media, pentru că, la un moment dat, mass-media s-au vândut ușor și asta e răsplata, toată lumea are impresia că poți fi cumpărat foarte ușor și nu dai doi bani pe tine. Nu s-au creat holdinguri de presă puternice, niciunul nu rezistă.” (Jurnalistă TTM)

”Trăim într-o societate care a derapat spre superficial și spre aproximativ și spre subcultural. (...) Imbecilizarea asta prin televiziune li se datorează jurnaliștilor și acestui CNA care este absent. (...) România e o țară aflată în plin proces de integrare, în plin efort; o parte micuță populației dorim acest lucru, că restul nu este interesat, pe restul îi interesează un galoș de gumă sau o bere. (...) Ar trebui prezentată și România pozitivă, adică un efect bun al unei măsuri, o mentalitate pe care vrei să o schimbi în oraș. Știri că noi lucrăm cu populația nu sunt prezentate, numai aproximativul, circul și negativul. Nu te miri ca societatea să reacționeze altfel, dacă asta îi dai. Îi dai mocirlă, mocirlă crește. (...) Tancul sovietic în România a fost televizorul, acolo s-a mințit. Eu consider televiziunea principalul vinovat, a bătut orice înseamnă valoare în această țară și a adus în fața publicului subcultura, gunoiul. Mi-e scârbă să mă gândesc cum te văd ambasaderele țărilor când se uită și văd gunoaiile din televiziune.

(...) Dacă aş avea bani pentru o televiziune, aş da bani să facă lucrurile cu aceeaşi exigenţă cu care le tratez eu în administraţia locală. (...) Presa de buzunar şi de partid e interesată numai de gunoaie.“ (Dorin Florea, primarul Municipiului Târgu-Mureş)

”Eu am o problemă cu liderii de sindicat şi nu mă ascund după deget. Un lider de sindicat care are afinităţi politice pe faţă nu cred că mă poate reprezenta.” (...) (Producător general Ştii TV)

”Nu sunt împotriva presei <<prietene>>, dar sunt împotriva presei părtinitoare. Poate să existe o presă <<prietenă>> care să urmărească activitatea unui anumit om politic, dar, când urmăreşte numai un anumit om sau o structură politică şi este împotriva celorlalţi, este o problemă.” (Reprezentant PNL Mureş)

De asemenea, respondenţii mureşeni au declarat că o lege a breslei (făcută de jurnalişti) sau o autoreglementare eficientă la nivel de breaslă ar putea reglementa raporturile dintre mass-media şi politicieni, ar întări şi ar proteja statutul şi rolul jurnalistului şi ar contribui la (re)credibilizarea presei.

„Legea presei nu cred că este utilă. Eu cred că din sânul presei ar trebui să vină o reglementare care să fie aplicabilă, asumată şi recunoscută şi care să aibă şi consecinţe dacă cineva o încalcă. (...) Autoreglementarea la televiziunile locale nu cred că funcţionează deloc, aşa cum nu cred că funcţionează nici la nivel naţional, sau funcţionează foarte slab sau prost. Posturile locale sunt şi mai expuse, sunt şi mai slabe faţă de voinţa patronilor. (Jurnalist Radio România Târgu-Mureş)

”Trebuie să existe o lege a presei, ar trebui să existe o reglementare pentru toată lumea. Nu mi se pare normal ca noi, care lucrăm în audiovizual, să avem CNA, iar cei din presa scrisă să facă orice. Pe de altă parte, ar trebui o lege care să ne apere drepturile, dreptul la libera exprimare, care să zicem că există şi nu există în România. (...) Am senzaţia că acum predomină legea junglei. Fiecare cu propria lui sinceritate şi onestitate face această meserie, ori îşi vinde sufletul diavolului, ori rămâne ca şi a doua zi să se poată uita în oglindă. (...) Am senzaţia că totul depinde de bani şi asta este singura modalitate de supravieţuire pentru orice organ de presă, nu prea există şanse ca politicul să fie evitat în presă.” (Jurnalistă TVR Târgu-Mureş)

”Ar trebui să existe o lege a presei care să reglementeze atât drepturile, cât şi obligaţiile presei.” (Reprezentant cabinet preşedinte CJ Ciprian Dobre, PNL)

”În piaţa audiovizuală, în condiţiile în care sunt opt posturi de televiziune în Târgu-Mureş şi 14 de radio, eu cred că singura lor variantă e să se autoreglementsze, pentru că, altfel, rămân fără audienţă.” (Inspector teritorial CNA Târgu-Mureş)

”Cred că ar fi necesară o lege a presei. Ar duce la o mai bună funcţionare a instituţiilor de presă în general şi la un raport foarte bun în ceea ce priveşte comunicarea informaţiei atât dinspre partide, cât şi dinspre instituţia de presă.” (Aurel Trif, Purtător de cuvânt al Primăriei Târgu-Mureş, fost ziarist)

”Vor face o lege a presei, ei, jurnaliştii serioşi, pentru a se proteja de gunoiul şi lăturile din România. (...) Dar jurnaliştii, atâţi câţi sunt ei, ar trebui să se reunească din bun-simţ, şi la derapajul la care a ajuns România, atâta lucru să facă, să-şi facă o lege ei, să se protejeze de gunoaie.” (Dorin Florea, Primarul Municipiului Târgu-Mureş, PDL)

Liviu Luca, Sebastian Ghiță și William Brînză, patroni de televiziuni prahovene, aduc bani „de-acasă”

1. Context

În primăvara anului 2012, Județul Prahova avea două licențe de televiziune prin satelit (Alpha TV din Ploiești și televiziunea națională Travel Mix din Sinaia - ultima, cu un format tematic dedicat promovării turismului), 11 licențe de televiziuni cu difuzare prin rețelele de cablu, zece licențe de televiziuni cu emisie prin antenă terestră și o licență pentru stația locală a televiziunii naționale Antena 1. În ceea ce privește televiziunile prin cablu, program consistent pe plan local aveau Valea Prahovei TV din Sinaia (7860 de minute pe săptămână) și Televiziunea Prahova din Ploiești (cunoscută ca Prahova TV, conform siglei de pe micul ecran, cu 6380 minute pe săptămână). Pe de altă parte, dintre televiziunile cu emisie prin antenă terestră, cele mai relevante erau Wyl Tv și Alpha TV, cu program local în proporție de peste 80%²⁰⁶.

Distribuția televiziunilor prin rețelele de cablu din județ era de aproape de 100% pentru Wyl TV, Alpha TV și Prahova TV, iar Valea Prahovei TV era transmisă doar prin rețelele Next Gen și UPC din județ²⁰⁷. Principalul distribuitor de televiziune prin cablu din Prahova era UPC, companie cu peste 6.800 de abonați în Câmpina, Breaza și Ploiești. RCS avea rețea doar în municipiul Ploiești, unde erau în jur de 4.200 de abonați. Restul pieței de distribuție era împărțit între DCS (2.800 de abonați în zona Câmpina, Cornu și Brebu), Next Gen (1.750 de abonați în Câmpina și localitățile limitrofe), Telesat (1.200 de abonați în Breaza și Comarnic), Tehnogrup, Albada System.

La data documentării pe teren²⁰⁸, **Alpha TV** făcea parte din grupul care edita și ziarul Telegraful de Prahova și se afla în proces de cedare a licenței către Cozmin Horea Gușă, fost politician (PSD, PD, PIN) și consilier pentru politicieni/ oameni de afaceri (pentru Adrian Năstase, PSD - în 2001; pentru Traian Băsescu, PD - în 2003/ 2004; pentru Mircea Geoană, PSD - în 2009; pentru politicianul și omul de afaceri basarabean Vlad Plahotniuc - în 2010; pentru omul de afaceri Sorin Ovidiu Vîntu - în 2010; pentru Marian Vanghelie, PSD - în 2011, potrivit relatărilor din presă). La sfârșitul anului 2011, Cozmin Gușă a cumpărat, alături de omul de afaceri Maricel Păcuraru, compania cipriotă Elbahold, deținătoare a 55% din acțiunile PSV Company, fostă Petromservice²⁰⁹. Din octombrie 2012, Cozmin Gușă este coordonatorul editorial al postului Realitatea TV. După ce Cozmin Gușă a intrat în acționariatul grupului prahovean din care face parte Alpha TV, Arthur Zafiriadis - managerul televiziunii - și Vali Lazăr - managerul ziarului Telegraful de Prahova - s-au retras din conducerea grupului, fiind înlocuiți de Bogdan J. Enache și Florin Manole.

Până în 2012, Alpha TV a fost administrată (din 2007) și deținută formal (din 2010) de Alexis-Arthur Zafiriadis, finul de cununie al sindicalistului prahovean Liviu Luca (finanțator al postului²¹⁰), prim-vicepreședintele Confederației Naționale a Sindicatelor Libere din România (CNSLR) - Frăția și fost președinte al Federației Sindicatelor Libere și Independente (FSLI) din Petrom. Apropiat al omului de afaceri Sorin Ovidiu Vîntu, Liviu Luca este cunoscut și pentru investițiile sale în presă.

În noiembrie 2011, Sorin Ovidiu Vîntu (SOV) și Liviu Luca au fost arestați preventiv pentru 29 de zile, alături de alte opt persoane, pentru delapidare și spălare de bani, în dosarul falimentării controlate a Petromservice. O săptămână mai târziu, inculpații au obținut decizia cercetării în stare de libertate, cu interdicția de a părăsi țara. Procurorii au considerat că Grupul Realitatea Media a făcut parte dintr-o structură de spălare a banilor și de falimentare a Petromservice²¹¹. În septembrie 2012, SOV, Liviu Luca

²⁰⁶ Conform Consiliului Național al Audiovizualului.

²⁰⁷ Potrivit rapoartelor de monitorizare ale CNA, realizate ca urmare a reclamațiilor privind grilele de cablu din 2011-2012.

²⁰⁸ Documentarea pe teren în județul Prahova s-a realizat în aprilie 2012.

²⁰⁹ "Cozmin Gușă: Am cumpărat Petromservice", Adevărul.ro, 27 noiembrie 2011.

²¹⁰ Potrivit fostului manager Alpha TV.

²¹¹ Raportul FreeEx - Libertatea Presei în România 2011, ActiveWatch - Agenția de Monitorizare a Presei, ActiveWatch.ro, mai 2011.

și alți 10 suspecți²¹² au fost trimiși în judecată de procurorii secției de urmărire penală și criminalistică de la Parchetul Înaltei Curți de Casație și Justiție pentru spălarea de bani și delapidarea Petromservice²¹³.

Licența Alpha TV a fost achiziționată de Arthur Zafiriadis de la Studio TVC Pitești, deținut de Ionuț Adrian Eftime, la rândul său implicat în spălarea de bani din dosarul Petromservice. Potrivit procurorilor, pe numele acestuia au fost efectuate tranzacții de bani din patrimoniul Petromservice, în cadrul unor contracte cu caracter fictiv²¹⁴. Mai mult, acesta este fiul lui Ion Eftime, fost administrator Realitatea TV, anchetat, la rândul său, pentru o evaziune fiscală de 6,2 milioane de euro²¹⁵.

În perioada 2010 - 2012, licența televiziunii Alpha TV a aparținut societății comerciale Onart Video SRL, al cărei unic acționar era Arthur Zafiriadis, producția a fost asigurată de Orion Video Production, companie creată de Zafiriadis în parteneriat cu PSV Company [fostă Petromservice - n.r.], iar echipamentele erau asigurate de Proton Production și de sindicatul Petrom, conform fostului manager al postului. De asemenea, televiziunea și-a desfășurat activitatea într-un spațiu pus la dispoziție de sindicatul Petrom. Absolvent de Jurnalism, Arthur Zafiriadis a declarat că a derulat, de-a lungul timpului, contracte de management și de colaborare cu mai multe instituții de presă locale din țară, în special prin intermediul companiei proprii, Proton Production. Totodată, acesta a fost membru și în consiliul de administrație al grupului Realitatea TV, când acesta era sub influența omului de afaceri Sorin Ovidiu Vîntu și a sindicatelor desprinse din Petrom. În aprilie 2012, Zafiriadis făcea parte și din consiliile de administrație ale stațiilor de radio Guerrilla și Gold FM, conform acestuia.

Potrivit fostului management de la Alpha TV, bugetul operațional pentru anul 2011 a fost de aproximativ 160.000 de lei pe lună. În ciuda sprijinului financiar acordat de Liviu Luca și a existenței unor sponsorizări primite din diferite surse prin intermediul unei asociații (create special pentru a facilita atragerea finanțărilor, potrivit fostei conduceri), televiziunea a întâmpinat mari dificultăți financiare, cauza invocată de fostul management fiind scăderea veniturilor din publicitate. Dificultățile financiare au determinat întâzieri prelungite și repetate ale plății salariilor²¹⁶, problemă care s-a perpetuat și după schimbarea conducerii Alpha TV.

În anul 2013, Alpha TV și-a încetat emisia, după ce mai mulți angajați au refuzat să mai vină la serviciu din cauza neplăților salariale și au decis să acționeze în judecată patronatul²¹⁷.

În perioada documentării, Televiziunea Prahova (**Prahova TV**) era condusă editorial de jurnalistul Dragoș Pătraru și deținută și administrată financiar de familia omului de afaceri Sebastian Ghiță (vechi prieten cu managerul postului), administratorul grupului de IT&C Asesoft, companie de al cărei nume se leagă o serie de afaceri care ar fi prejudiciat statul român, potrivit procurorilor²¹⁸. Potrivit intervievaților, Asesoft era și principalul finanțator al televiziunii. În ultimii ani, Sebastian Ghiță, proprietarul companiei, a sponsorizat partidele politice PDL (în 2009) și PSD (în 2010), potrivit presei²¹⁹ și a fost managerul televiziunii Realitatea TV (octombrie 2010 - aprilie 2011), perioadă în care a avut conflicte repetate cu Sorin Ovidiu Vîntu. La începutul lui 2011, cei doi s-au acuzat reciproc de ingerințe editoriale, disputele au degenerat, iar, în aprilie, Sorin Ovidiu Vîntu a fost arestat preventiv pentru amenințarea și șantajarea lui Sebastian Ghiță. Pe fondul accentuării conflictelor, în octombrie 2011 televiziunea s-a scindat: o parte din echipă a rămas să lucreze pentru Vîntu, în timp ce o altă parte s-a

²¹² Celelalte persoane trimise în judecată alături de Vîntu și Luca: Octavian Țurcan, Sorin Mihai, Ioan Bohâlțeanu, Bogdan Radu Negrutzi, Gheorghe Șupeală, Raichovich Graziano Rino, Zizi Agagnastopol, Mihai Viorel Râmboacă, Răzvan Florin Râmboacă, Daniela Lăcrămioara Brașoveanu.

²¹³ "Vîntu și Liviu Luca, trimiși în judecată pentru spălarea de bani și delapidarea Petromservice. Care era circuitul banilor și cine erau <<beneficiarii finali>>", Mediafax.ro, 13 septembrie 2012.

²¹⁴ Dosar nr. 56657/3/2010, Tribunalul București - Secția a II-a Penală, Încheiere, Ședința de Consiliu din data de 26.11.2010, Tribunalul constituit din: Președinte Radu Cleopatra Ioana și grefier Rotaru Amelia. Dosar scanat și publicat pe HotNews.ro.

²¹⁵ "Cine este Liviu Luca", Ziarul Financiar, ZF.ro, apud Mediafax, 7 noiembrie 2011.

²¹⁶ Conform fostului manager Alpha TV.

²¹⁷ "Alpha TV Ploiești nu mai are licență CNA. Se pregătește un nou post", Mihai Popescu, ObservatorulPH.ro, 7 octombrie 2013.

²¹⁸ "Cum se judecă procesul lui Sebastian Ghiță de nouă ani. Managerul Realității TV, acuzat de procurori că a eludat <<taxa Băsescu>>", Attila Biro, HotNews.ro, 29 aprilie 2011.

²¹⁹ "Cine este Sebastian Ghiță, cel care a preluat managementul Realitatea: Om de afaceri și finanțator transpartinic", Victor Cozmei, HotNews.ro, 25 octombrie 2010.

mutat la televiziunea nou-înființată de Ghiță, România TV²²⁰. În iunie 2012, Curtea de Apel București a decis printr-o sentință definitivă condamnarea lui Sorin Ovidiu Vîntu la un an de închisoare cu executare pentru șantajarea lui Sebastian Ghiță.

În decembrie 2012, omul de afaceri Sebastian Ghiță a fost ales deputat (PSD) de Prahova, devenind ulterior secretar al Comisiei parlamentare de control a Serviciului Român de Informații.

Televiziunea Prahova TV face parte dintr-un grup care deține și Ziarul de Prahova și Radio Prahova, iar o parte dintre zăriștii postului, printre care și managerul editorial Dragoș Pătraru, realizează și o publicație tipărită (ziarul Altphel). Potrivit managementului, cel mai mare finanțator al televiziunii este compania Asesoft, iar cel mai mare client de publicitate - agenția Goldbach. Reprezentanții televiziunii au declarat că bugetul de cheltuieli pe anul 2011 a fost de aproximativ 130.000 de euro și nu a existat profit.

Potrivit prezentării comerciale destinate vânzării de publicitate, Prahova TV transmite emisiuni zilnice pe teme politice, sociale, administrative și este singura televiziune locală care difuzează meciuri de baschet din Divizia A (ale echipei CSU Asesoft) și meciuri de fotbal din liga Minifotbal.

Deținătoarea licenței audiovizuale pentru Prahova TV este societatea comercială TVMP SRL. Asociații TVMP SRL (CUI: 15219700) sunt: Iacobescu Vlad Dumitru - asociat principal - 80% și Chirilă Sorin Adrian - 20%. În 2012, cifra de afaceri a companiei care deține televiziunea a fost de 359.368 de lei, s-a înregistrat o pierdere de 24.608 de lei, iar numărul total de angajați a fost de 15, conform datelor de bilanț disponibile pe site-ul Ministerului Finanțelor.

În aprilie 2012, **Televiziunea Wyl TV** era administrată de Luiza Antonela Bunbănac - acționară și a unor companii cu domenii de activitate în transport și servicii financiare din Ploiești - și este deținută în proporție majoritară de Steliana Brînză, mama deputatului PDL William Brînză²²¹ (la data documentării). Până în anul 2004, asociați ai societății comerciale Willis Finance SRL (cu activități de difuzare a programelor radio²²²) au fost Luiza Antonela Bumbănac și William Brînză. În 2004, Brînză și-a cedat la nivel formal partea către asociata sa, care a devenit unic acționar - arată Monitorul Oficial din 1 decembrie 2004²²³.

Președintele PD-L Diaspora, William Brînză, s-a remarcat de-a lungul timpului prin afacerile consistente derulate cu Parlamentul, Metrorex și Poșta Română, precum și prin investițiile sale (indirecte) în presă (ex: grupul de presă ploieștean Willis Media). William Brînză nu a mai intrat în Parlament după alegerile din decembrie 2012 și a demisionat de la șefia PDL Diaspora la începutul anului 2013.

În 2012, potrivit reprezentanților Wyl TV, principalul finanțator era grupul de companii din care face parte televiziunea. Wyl TV avea numărul cel mai mic de angajați în raport cu celelalte televiziuni locale prahovene, principala cauză invocată de intervievați fiind de natură financiară.

"Banii la Wyl TV vin din grupul de firme din care face parte televiziunea, grup care se mai ocupă și de transporturi." (Jurnalist Wyl TV)

După jumătatea anului 2012, televiziunea Wyl TV a câștigat un proiect european de 200.000 de euro, destinat achiziției echipamentelor și aparaturii necesare emisiei în format High Definition²²⁴.

Wyl TV este în prezent deținută de WILLIS SRL (CUI: 1323409), ai cărei asociați sunt: Brînză Steliana - acționar principal - 61,57%, Bunbănac Luiza Antonela - 37,81%, Lixandriou Daniel - 0,31% și Radu Laurențiu Valerian - 0,31%²²⁵. Conform bilanțului depus la Ministerul Finanțelor, în 2012 societatea a avut o cifră de afaceri de 2.367.401 de lei, un profit net de 413.838 de lei și un număr de 27 de angajați.

²²⁰ Ibidem.

²²¹ Sursa: CNA, Oficiul Național al Registrului Comertului, declarațiile persoanelor intervievate pe plan local în aprilie 2012.

²²² SC Willis Finance SRL, Firme.info, 24 aprilie 2010.

²²³ http://www.docstoc.com/docs/46273279/2004_3710

²²⁴ "William Brînză a luat 200.000 de euro, bani europeni, pentru Wyl TV HD", Petre-Radu Apostol, Ph-online.ro, 19 august 2012.

²²⁵ Sursa: site-ul Ministerului Finanțelor (august 2013) și datele de acționariat disponibile în octombrie 2013 pe site-ul Consiliului Național al Audiovizualului (<http://www.cna.ro/Situa-ii-privind-licen-ele,6170.html>)

Valea Prahovei TV face parte dintr-un grup media care include și un post de radio, un ziar și o televiziune națională de nișă, deținut și administrat de Laurențiu Megelea, concomitent acționar și angajat la o companie imobiliară (Mervani). Proprietarul Valea Prahovei TV a declarat că este și principalul finanțator al televiziunii, cu bani obținuți din activitatea în domeniul imobiliar. De asemenea, bugetul întregului grup era de aproximativ 20.000 de euro pe lună (nu a existat profit în 2011), bani obținuți în proporție de 70% din celelalte afaceri ale proprietarului, 10% din bani publici și 20% din publicitate, potrivit conducerii grupului.

Valea Prahovei TV este deținută de societatea comercială MixMontan SRL (CUI: 22643210), ai cărei asociați sunt: Megelea Laurențiu - 50% și Megelea Elena Mihaela - 50%²²⁶. Cifra de afaceri netă a societății care deține televiziunea a fost de 552.267 de lei în 2012, s-a înregistrat o pierdere netă de 76.292 de lei, iar societatea comercială a funcționat cu opt angajați, conform bilanțului depus la Ministerul Finanțelor.

Televiziunea locală Valea Prahovei TV avea, la data documentării, aproximativ 30 de angajați și cuprindea două departamente. Conform respondenților, departamentul informativ sau de știri era construit din trei redacții - de la Câmpina, Sinaia și Ploiești - unde reporterii și operatorii realizează zilnic aproximativ câte patru materiale (per redacție) pentru buletinul de știri de seara. Cel de-al doilea departament, de dezbateri, talk-show-uri și divertisment, era format din realizatorii de emisiuni ai postului, care, conform reprezentanților televiziunii, aprofundează informații de actualitate sau alte subiecte de interes pentru public. Totodată, VP TV era într-un proces de dezvoltare a grilei locale, în paralel cu cealaltă televiziune din grup, Travel Mix (televiziune axată pe turism, cu acoperire națională), cu care împărțea unele dotări de studio și tehnică. Potrivit respondenților, eforturile de dezvoltare ale patronatului s-au concentrat mai ales asupra Travel Mix.

Prăbușirea pieței de publicitate din cauza crizei economice i-a determinat pe toți proprietarii televiziunilor din Prahova să susțină posturile în cea mai mare măsură din alte activități economice pe care le derulează, conform respondenților. Fondurile pentru deplasări, salarii și echipamente au fost reduse substanțial. În medie, **salariile jurnaliștilor prahoveni se situează în jurul a 1000 de lei**, conform respondenților. Dificultățile financiare i-au determinat pe reprezentanții televiziunilor locale să reducă drastic prețurile de rate-card pentru publicitate, până când au început să se acuze reciproc de faptul că „strică piața”²²⁷.

Cele mai multe dintre **televiziunile locale prahovene nu dețin studii recente de audiență, fapt care îngreunează atragerea veniturilor din publicitate**. La momentul documentării, relatările celor intervievați pe plan local au indicat un interes crescut al telespectatorilor pentru Prahova TV și Alpha TV, interes mediu pentru Valea Prahovei TV, și plasarea într-un con de umbră a televiziunii Wyl TV.

O situație distinctă sub aspectul audiențelor și al comportamentului pe piața de publicitate era la Prahova TV, televiziune care, potrivit managementului, a plătit pentru auditarea sa în vederea includerii în pachetul de publicitate vândut la nivel național pentru televiziunile locale de către regia de publicitate Goldbach Media²²⁸ din București. Goldbach Media a arătat că Prahova TV avea în anul 2011 un „Daily Reach” local de 8,2 (comparativ cu 9,9 - Antena 2; 8,4 - National TV; 8,3 - TVR 2; sau 5,6 - Diva Universal), o acoperire tehnică de 83,5% și un „Share of Viewing” pe stațiile TV locale de 52,7%²²⁹. Pe de altă parte, Arthur Zafiriadis, fostul director Alpha TV, a susținut că, din sondajele efectuate de partidele politice, Alpha TV ar fi avut cea mai mare audiență pe plan local. Din estimările PDL Prahova, doar aproximativ 7% din populația județului urmărea televiziunile locale, la data documentării.

”Ca televiziune și ca ziar, ca să te măsoari și să poți să mergi către niște agenții cu niște cifre [cifre de audiență - n.r.], sunt costuri foarte mari pe care trebuie să le suporti. Trebuie să ai acele cifre ca să poți merge să discuți cu agențiile, că, altfel, agențiile de publicitate care au bugete naționale și care

²²⁶ Sursa: site-ul Ministerului Finanțelor (august 2013) și datele de acționariat disponibile în octombrie 2013 pe site-ul Consiliului Național al Audiovizualului (<http://www.cna.ro/Situa-ii-privind-licen-ele,6170.html>)

²²⁷ Acest fenomen a fost semnalat de reprezentanți de la Prahova TV și Alpha TV.

²²⁸ Goldbach Media este fosta ARBO, în prezent regia de publicitate care se recomandă ca având cea mai extinsă rețea de media locală din România: televiziune, radio și presă scrisă. Goldbach Media reprezintă, în exclusivitate, pentru clienții de publicitate naționali, 34 de canale locale de televiziune, 49 de stații locale de radio și 45 de titluri locale de presă scrisă, conform <http://www.goldbachmedia.com>

²²⁹ Target: Ploiești, 14-64 ani, sursa: SATVL, mai 2011, informație preluată de pe <http://www.goldbachmedia.com/ro-ro/media/tv-local/audiente-prahova-tv>

poate ar da ceva și pe local nu pot să discute cu tine - clienții acelor agenții cer niște cifre, cer niște certitudini, vor să știe pe ce au cheltuit banii. Este un viciu de procedură: nu reușești să-ți faci cifre [studii de audiență - n.r], că n-ai din ce să le plătești, nu reușești să iei bani din piața națională de publicitate. Iar în plan local sunt bani așa de puțini, încât ai o mare problemă de subzistență și trebuie să aduci bani mereu de acasă.” (Reprezentant Valea Prahovei TV)

”Finanțarea e principala problemă. Piața de publicitate e foarte mică, clienții sunt reticenți fie din cauza crizei, fie din alte cauze. E mai complicat să obții publicitate prin agenții. Neavând audiența pe care o are un post național sau un post foarte bine înfipt, nu poți să-ți vinzi spațiul printr-o agenție de publicitate, cum fac televiziunile mari.” (Redactor-șef Wyl TV)

”Criza a îngenucheat sau a omorât foarte multe firme mici și publicitatea locală a scăzut mult. Față de 2008, pot să zic că a scăzut cu 80%, deci covârșitor de mult.” (Manager Valea Prahovei TV)

”În momentul în care a venit criza economică, piața de publicitate a căzut, fiecare și-a tăiat cheltuielile, cele mai la îndemână fiind cheltuielile de promovare, și evident că suma aceea constantă care se investea în publicitatea TV a început să se micșoreze.” (Manager Alpha TV)

”Presa locală în primul rând are nevoie de finanțare. Dacă ar fi mai multe persoane care s-ar implica în presa locală și ar vrea să investească în domeniul asta, eu zic că ar fi foarte bine. (...) Din cauza crizei, agenții economici au suferit foarte tare și promovarea în presă nu mai este pentru ei un mod activ de a penetra piața și cred că multe televiziuni locale sunt de aceea la limita de supraviețuire.” (Laurențiu Rebegea, politician PC. La data documentării, Laurențiu Rebegea era președintele organizației județene PC. În iunie 2012, politicianul a devenit vicepreședintele CJ Prahova)

”Problemele financiare sunt cauzate de lipsa banilor de la sponsori, care sunt foarte puțin interesați de media locale. În general, dacă vor să investească, investesc la nivel național, unde au acces mai mulți oameni.” (Jurnalistă Valea Prahovei TV)

La nivel politic, în aprilie 2012, județul Prahova era dominat de PDL, în ce privește reprezentarea în administrația municipiului Ploiești și în majoritatea localităților din județ, în vreme ce Consiliul Județean era dominat de PSD-PNL. După alegerile locale²³⁰ și parlamentare²³¹, configurația politică s-a modificat vizibil în favoarea alianței USL.

2. Percepția asupra jurnalismului. Influențe economice și politice

Cei mai mulți respondenți au declarat că **relația strânsă dintre sfera politică locală și mediul de afaceri contribuie la absența unei piețe normale de publicitate**, fapt ce constituie un obstacol în exercitarea actului jurnalistic. Interviewații de la televiziunile incluse în acest studiu au afirmat aproape în unanimitate că posturile (concurente) ar servi intereselor politice și economice (ale patronilor) și că ar beneficia de finanțări acordate pe criterii politice, fie că ar fi fost vorba de contracte din bani publici sau de bani veniți din mediul politic prin intermediul unor societăți comerciale apropiate de partide sau oameni politici. Totodată, publicarea advertorialelor este o practică acceptată de majoritatea celor interviewați.

Din interviuri a reieșit și că asocierea agendelor editoriale cu interesele/ opțiunile (politice) patronatelor televiziunilor descurajează unele companii să investească în publicitate, pentru a nu fi, la rândul lor, puse în relație cu acestea.

”Firmele locale direcționează bugetele de publicitate în proporție de 90% în funcție de susținerea politică pe care o acordă unor candidați, și se produce o strangulare a presei din punct de vedere economic.” (Manager Prahova TV)

²³⁰ ”Rezultate alegeri Prahova. USL a câștigat Consiliul Județean, Primăria Ploiești și încă 59 de localități”, RomâniaLiberă.ro, 11 iunie 2012.

²³¹ ”Rezultate finale alegeri 2012. În Prahova, USL câștigă toate cele 5 mandate de senator și 10 dintre cele 12 mandate de deputat”, RomâniaLiberă.ro, 10 decembrie 2012.

”Am senzația că publicitatea se acordă preferențial, în funcție de simpatii politice sau de altă natură. Să nu ne ascundem după deget, așa e.” (Jurnalist Wyl TV)

*”Din experiența pe care o am, presa locală este finanțată de politicieni care își construiesc organe de presă pentru a-și rezolva anumite interese. Organele de presă locală, în contextul acesta, sunt ca niște ciuperci - cresc în apropierea campaniilor electorale la nivel de conținut, adică televiziunile respective încep să ofere mai multe programe și mai variate, iar, după campania electorală, se lasă cu demisii, cu probleme de genul acesta, și ajung într-o formulă de existență de cheltuieli minime. (...) **Independența editorială se rezumă la aspectele financiare. Dacă cineva ar finanța măsurarea audiențelor, atunci ar exista egalitate de șanse și publicitatea s-ar împărți pe niște criterii mult mai corecte, și haosul acesta editorial-politic ar dispărea. Dacă un organ de presă își poate atrage bani din publicitate, el nu mai are nevoie să facă compromisuri politice foarte mari, pentru că are din ce să trăiască. În momentul în care nu are din ce să trăiască, atunci dă de niște politicieni care finanțează anumite proiecte editoriale și așa ajunge presa foarte viciată. (...) Mulți din mediul de afaceri se feresc să-și facă publicitate pe televiziuni din cauza faptului că sunt politizate și suferim și noi din cauza multor colegi ai noștri, pentru că ei ne pun într-o găleată pe toți și ne consideră la fel. Dacă ne cunosc mai bine, își dau seama că nu e așa.”** (Reprezentant din conducerea Valea Prahovei TV)*

”În ceea ce privește legătura dintre mediul politic și mediul de afaceri, vă pot spune că este în logica lucrurilor că mulți dintre oamenii de afaceri au fost orientați către legături cu partidele aflate la putere, așa cum este în logica lucrurilor să se întâmple în orice perioadă preelectorală, cum a fost de cel puțin un an încoace. Într-o bună măsură, mediul de afaceri este în strânsă legătura cu mediul politic de la putere.” (Reprezentant PSD Prahova)

”În societatea românească de după evenimentele din '89, toată lumea are la mână pe toată lumea, deci e o strânsă legătură între politic și economic.” (Jurnalist din grupul Alpha TV - Telegraful de Prahova)

Un fenomen îngrijorător semnalat de o parte dintre cei intervievați a fost existența unor **oameni politici locali care le dau personal bani unor jurnaliști** pentru a realiza anumite materiale de promovare și pentru a le publica la orice instituție de presă locală (TV, presă scrisă, radio, online) care acceptă respectivele materiale. O jurnalistă a relatat că a acceptat 100 de lei de la un politician local pentru un astfel de material.

Totodată, din cauza suprapunerii rolurilor din redacții, determinate de resursele financiare limitate, mulți ziariști prahoveni sunt implicați și în atragerea/vânzarea de publicitate, ceea ce poate genera conflicte de interese în activitatea acestora și riscă să afecteze agenda editorială sau prestația jurnalistică.

”În multe televiziuni, politicul dictează partea editorială foarte mult.” (Editor Prahova TV)

”Politicienii le dau și personal bani jurnaliștilor, iar jurnaliștii publică unde li se acceptă materialele respective.” (Jurnalistă Valea Prahovei TV)

Există personaje politice care obișnuiesc să strângă jurnaliștii pe la mese. Nu e în regulă. Omul ăla o să judece că a investit în tine și o să aibă și el o pretenție la un moment dat.” (Jurnalist Wyl TV)

”Se suprapun poziții, toată lumea face practic tot ce e nevoie, deci toate posturile se suprapun la un moment dat.” (Jurnalist Prahova TV)

”Cum media supraviețuiește cu bani, automat jurnaliștii sunt nevoiți să accepte compromisuri.” (Realizator emisiuni Valea Prahovei TV)

”Din păcate, în momentul de față, subiectele sunt făcute pentru oamenii care au interes să citească presa, pentru acei oameni care sunt implicați în foarte multe domenii, activități care balează între legalitate și ilegalitate. (...) Nu numai în Prahova, peste tot în țară există o strânsă legătură între mediul economic și mediul politic.” (Reprezentant Partidul Conservator Prahova)

Pe fondul acestei situații tensionate din punct de vedere financiar, apar jurnaliști care, în loc să se preocupe de calitatea actului jurnalistic, devin o „oglinză” care reflectă cu fidelitate mentalitatea

propriilor manageri/patroni și interesele acestora. Din interviuri a reieșit că o formă de manifestare a acestui fenomen o reprezintă faptul că unii **jurnaliști asumă drept inerent muncii lor faptul că nu pot publica articole critice la adresa celor care cumpără spațiu publicitar la televiziunea unde lucrează.**

Bunăoară, la Valea Prahovei TV jurnaliștii sunt descurajați de către conducere să difuzeze materiale critice la adresa clienților de publicitate, conform unora dintre intervievați. **Și investigațiile jurnalistice sunt evitate la nivel instituțional**, pe motiv că afectează relațiile de „bună colaborare”, potrivit conducerii televiziunii. Din interviuri a reieșit și că echidistanța/ nonpartizanatul postului în abordarea subiectelor politice este tot o opțiune a patronatului, care a declarat că nu-și dorește să transforme televiziunea în instrumentul de expunere al nimănui în defavoarea altcuiva.

”Șeful meu e un om foarte blând, nu-i plac scandalurile, mizeriile. Vrea să fim chiar ca la carte, obiectivi, neutri. Felul lui de a fi se proiectează și în politica ziarului și a televiziunii. (...) Le atragem atenția clienților de publicitate că vin oameni la noi să se plângă, dar nu facem materiale. Parcă nu e frumos să mănânci din mâna cuiva pe de o parte și să-i dai în cap. (...) Am întrebat dacă mai avem vreun contract de publicitate, nu mai aveam, deci am dat materialul. Dacă aveam un contract, nu dădeam materialul.” (Reporter Valea Prahovei TV)

„Forma noastră de a exista presupune mai mult informarea telespectatorilor decât presa de investigație sau altfel de presă care să abordeze probleme care sunt într-o oarecare măsură într-o zonă locală care te face să nu fii într-o bună colaborare cu mai mulți. (...) Mă implic în agenda/ produsele editoriale dacă lucrurile nu sunt respectate la nivel de reguli ale casei. Și regulile casei sunt, în general, regulile de deontologie și de bun-simț. Dacă văd că sunt depășite anumite limite ce țin de regulile astea, atunci mă implic în discuțiile pe care le am cu oamenii care realizează anumite emisiuni. Dar nu mi s-a întâmplat de multe ori ca aceste reguli să fie încălcate. (...) Sunt anumite subiecte pe care din motive comerciale le-am oprit să fie exprimate, pentru că nu erau exprimate corect. Am zis: <<Mai ușor, că de acolo mănâncăm și noi un biscuie>>. (...) De fapt, nu l-am oprit, l-am reformatat. Sunt jurnaliști printre ai mei care învață de la anumite canale media că noțiunea de jurnalist înseamnă să muști, să latri, să zgârii. Și vin cu informația deformată, pentru că vin cu o informație influențată de lumea în care trăiesc. Și nu mi se pare normal ca o instituție media să-și strice niște relații pe care le are de lungă durată fiindcă cineva la un moment dat a greșit. Asta se întâmplă când un jurnalist, în loc să dea o informație normală, o umflă el cu tot felul de chestii și o aduce pe sticlă ca și cum ar fi plătită de cineva. Și atunci o aduc la parametri normali. Asta numai în cazul în care se constată derapaje, pe care le vede redactorul șef, în care eu am încredere.” (Reprezentant din conducerea Valea Prahovei TV)

Pe de altă parte, la Alpha TV, odată cu acutizarea problemelor financiare și cu prelungirea tot mai greu de suportat a neplăților salariale, au ieșit la iveală mai multe presiuni și abuzuri suportate de angajați din partea conducerii. Astfel, după mai multe greve și întreruperi de emisie, în februarie 2013, 27 din cei 50 de angajați de la Alpha TV și Telegraful de Prahova au înaintat un Memoriu către mai mulți parlamentari români, semnalând „grave încălcări ale drepturilor salariale, încălcări flagrante ale deontologiei și presiuni morale uriașe din partea patronilor”²³². Jurnaliștii Alpha TV și Telegraful de Prahova au semnalat că le-au fost încălcate drepturile atât în perioada vechii conduceri a grupului, cât și după preluarea acestuia de către Cozmin Gușă.

Fostul manager și proprietar al Alpha TV a declarat pentru autorii acestui studiu că s-a concentrat aproape exclusiv pe atribuțiile administrative și că a încercat să-i ajute mereu pe angajați, dar că televiziunea a trecut prin mari dificultăți financiare și a avut datorii pe care a trebuit să le plătească, uneori cu riscul unor întâzieri salariale. Unii dintre jurnaliști au declarat că se așteptau ca acesta să le achite salariile restante, înainte de a cesiona televiziunea. În perioada documentării pe teren (aprilie 2012), mai mulți jurnaliști de la grupurile concurente erau deja la curent cu abuzurile la care erau supuși angajații Alpha Media și susțineau că aceștia ar fi trebuit să intre în grevă sau chiar să-și dea demisia, întrucât compromisurile pe care le făceau erau de natură să le afecteze imaginea. Întrebați de autorii acestui studiu unde îl pot găsi pe noul manager, jurnaliștii Alpha TV n-au știut să răspundă, deși acesta pregătea, potrivit spuselor sale, un nou proiect jurnalist, și se afla într-o aripă a aceleiași clădiri închiriate de televiziune de la sindicatul Petrom.

²³² ”Angajații Alpha TV Ploiești și Telegraful de Prahova, neplătiți de luni de zile”, Mihai Popescu, ObservatorulPH.ro, 21 februarie 2013.

De-a lungul timpului, potrivit celor intervievați, politica editorială a Alpha TV a tins să fie echidistantă în raport cu politicienii și formațiunile politice, dar a fluctuat în campaniile electorale în funcție de opțiunile patronatului.

”Salariații AlphaTv Ploiești nu și-au primit salariile convenite pe perioada noiembrie 2011 - iunie 2012, deși oamenii au continuat să vină la muncă și să își facă treaba profesionist. În momentul în care am considerat că este mai mult decât suficientă această uriașă bătaie de joc și încălcare a drepturilor lor salariale și civile, răspunsul din partea direcțiunii, care tocmai se schimbase în acel moment, a fost acela că plățile retroactive nu vor mai avea loc și că cine nu este mulțumit poate pleca. Apoi, pentru a calma spiritele și a face ca lucrurile să pară că funcționează, au apărut salarii pe perioada august-octombrie 2012, ultima plată efectuată fiind la data de 15 octombrie a anului trecut. Din acel moment, lucrurile au revenit în vechea lor matcă pentru șefii și angajații AlphaTv Ploiești și Telegraful de Prahova. Suntem în februarie 2013. Din octombrie 2012 și până acum, patronii și directorii și-au văzut în continuare de interesele personale și de ginta politică și financiară, iar noi ne-am văzut de munca prestată fără remunerație sau de drum, o parte dintre noi plecând cu orice risc. Și spunem risc pentru că, pe lângă uriașa încălcare a drepturilor acestor oameni care muncesc sau au muncit în AlphaTv Ploiești și Telegraful de Prahova, există și presiuni de ordin moral asupra foștilor și actualilor angajați ai celor două entități media.”²³³ (Fragment din Memoriul trimis de ziaristii de la Alpha TV și Telegraful de Prahova în februarie 2013 către 20 de parlamentari români)

”Ăștia de la Alpha s-au dus la noua conducere să ceară salariile restante, nu le-au primit și tot au rămas acolo. De ce să rămâi? Te calcă ăla în picioare dacă rămâi. Mai bine plecau din redacție toți. Măcar să facă o grevă și să sune la București, să mediatizeze. Dar ei nu spun, nu vorbesc, sunt niște găini proaste. (...) Cineva mi-a spus că le-a interzis să-i mai folosească numele când îi schimbă materialul. Dar de ce le dă materialul? De ce le permite? ăla cu care tu ai stat de vorbă să faci materialul știe că tu l-ai scris, chiar dacă nu e semnat, te afectează pe tine ca ziarist treaba asta.” (Jurnalist Prahova TV)

”Eu am încercat să fac o echipă acolo. Orice distorsiune îți creează probleme în redacție și atunci nu mai faci treabă. Am încercat chiar să le rezolv și problemele personale. Orice jurnalist de acolo venea la mine, dacă avea probleme personale grave. Aveam nevoie de oameni odihniți, care să nu poarte problemele pe umeri, care să se concentreze pe ce aveau de făcut. De exemplu, a venit directorul de imagine să-mi spună că are trei bănci care îl execută. Ok, am făcut în așa fel încât să-i dau toate salariile restante, ca să-și acopere omul datoriile, pentru că aveam nevoie de un om care să se concentreze la ce are de făcut în redacție, nu la ce are de făcut acasă. Eu întotdeauna am fost aproape de angajați și le-am explicat că astea sunt condițiile nu numai la Ploiești, ci în toată țara. Am avut și cazuri de oameni care au plecat. În trecut am avut datorii și am trecut prin toate furcile caudine, oamenii au venit, ne-au evaluat mașinile și chiar au dat anunțuri de licitație, dar am reușit să plătim. M-am dus peste toți cei de la care aveam de încasat și le-am explicat foarte clar, uneori chiar în ultima zi înainte de licitație. (...) Cred că aș fi putut face mai mult, întotdeauna se poate mai bine. Poate să mă concentrez mai mult pe partea asta financiară, deși m-am concentrat aproape 100%. Este un motiv pentru care am vrut să părăsesc grupul ăsta de presă și mai ales televiziunea asta. (...) Am renunțat în primul rând pentru că cinci ani de zile m-am ocupat numai de asta și m-am plafonat, m-am transformat într-un om care nu face altceva decât să caute soluții financiare și atât.” (Arthur Zafiriadis, fost manager și proprietar formal Alpha TV)

”Din punct de vedere logic, moral și de business, când semnezi un contract cu cineva și decizi că trebuie să închizi robinetul, trebuie să-ți achiți toate îndatoririle pe care le ai cu personalul.” (Jurnalist din grupul Alpha TV - Telegraful de Prahova)

Prahova TV și-a asumat public o „poziție constant critică” în relație cu puterea (reprezentată, la data documentării, de PDL), abordare încurajată de managementul editorial al postului, potrivit jurnaliștilor acestei televiziuni. Reprezentanți ai televiziunii, angajați și la ziarul Alphenel, au declarat că opțiunea lor profesională de a critica în mod constant puterea datează din 2004, când „toată presa locală era cumpărată de PSD”, iar publicația era locul unde se denunțau abuzurile puterii.

Jurnaliștii Prahova TV au susținut că orientarea critică a televiziunii Prahova TV era o explicație pentru care unii politicieni ai puterii (PDL - la data documentării) refuzau să răspundă solicitărilor de informații și invitațiilor de a participa la emisiunile postului și preferau concurența, fapt care ar fi

²³³ ”Angajații Alpha TV Ploiești și Telegraful de Prahova, neplătiți de luni de zile”, Mihai Popescu, ObservatorulPH.ro, 21 februarie 2013.

atras, de-a lungul timpului, sancțiuni CNA pentru dezechilibre în prezentarea subiectelor politice și nerespectarea dreptului la replică. Monitorizările CNA au relevat, printre altele, „încălcarea regimului publicității, nerespectarea principiului audierii părților, folosirea unui limbaj injurios sau formularea de acuzații fără dovezi, de către Prahova TV”. Pe de altă parte, Departamentul Media din cadrul PDL Prahova a susținut că neparticiparea politicianilor acestui partid la emisiunile Prahova TV era determinată de faptul că invitațiile ar fi fost făcute prea din scurt.

O parte dintre respondenții din cadrul acestui studiu au declarat că poziționarea anti-putere a postului Prahova TV venea în sprijinul PSD, formațiune politică din care face parte Sebastian Ghiță, patronul televiziunii. Angajații postului au negat însă că Prahova TV ar avea vreo preferință informală pentru această formațiune politică, dar au admis că postul are o relație tensionată cu PDL. Totodată, jurnaliștii Prahova TV au declarat în unanimitate că nu s-au făcut presiuni asupra lor din partea patronatului sau a managementului.

Critica puterii a atras după sine și represalii din partea instituțiilor statului cu atribuții de control, care au acționat la comenzi politice atât în perioada când era PSD la conducere, cât și atunci când PDL a devenit partidul care domina administrația locală, potrivit angajaților Prahova TV.

În ianuarie 2013, CNA a respins prelungirea licenței de funcționare a postului Prahova TV, invocând încălcări repetate ale normelor și prevederilor Legii Audiovizuale, dar a revenit la scurt timp asupra deciziei, în urma unor discuții cu reprezentanții acestei televiziuni.

”Televiziunile care sunt pro-putere pierd audiență. Televiziunile care au o opoziție constant critică la adresa puterii își pot păstra publicul. IRES, într-un sondaj cerut de CNA, arată că Prahova TV este a doua stație locală din țară, după TV Neptun. Asta îmi demonstrează mie că, dată fiind poziția asta a mea împotriva abuzurilor comise de putere, îndeplinindu-mi statutul de câine de pază al democrației, îmi păstrez publicul.” (Dragoș Pătraru, manager editorial și jurnalist Prahova TV)

”Presiunea politică nu se exercită cu instrumente politice, se exercită prin instituțiile statului. Presiunea politică e făcută de politicienii care numesc șefi la instituțiile statului. Politizarea statului a ajuns să plece de la femeia de serviciu și până la directorul executiv al unei instituții. Politicianul care s-a supărat că ai scris de el sună la instituția statului care poate să te intimideze sau să te închidă în vreun fel și face presiuni.” (Manager Prahova TV)

”PDL nu este mai apropiat de nicio televiziune locală, dar este, să spunem, un pic mai îndepărtat de Prahova TV, din cauza modului în care cei de acolo înțeleg să-și facă meseria. Prahova TV are o aplecare politică clară spre PSD - reiese din invitați, din teme abordate, din felul în care se comportă prezentatorii și realizatorii. În cazul televiziunii Prahova, de multe ori știrile sunt prezentate cu anumite filtre din care să reiasă o proastă administrare a diferitor primari PDL și extraordinara și minunata activitate a politicianilor PSD. Nu evităm să avem contact cu Prahova TV, dar nu e un post imparțial. PDL participă la toate emisiunile la care este invitat din timp. În momentul în care noi suntem invitați cu o oră înainte de emisiune, cum e cazul la Prahova TV, e greu să găsești, în funcție de subiectul respectiv, omul care să știe despre ce e vorba și să aibă și timp să meargă acolo într-o oră. De obicei, așa primim invitațiile de la Prahova TV, cu o oră înainte de emisiune, maxim două. Dacă am primi invitațiile măcar cu 24 de ore înainte, ar fi ok. Asta a fost rugămintea noastră în relațiile cu ei. Nu e o regulă, e o chestiune de bună înțelegere. Să fim serioși, că aici nu e vorba de București, unde teme zilei apar câte două-trei pe zi. Totuși, e un oraș de provincie, unde se știe de dinainte ce urmează să se întâmple.” (Reprezentant Departament Media PDL Ploiești)

”Cu PSD și cu PNL avem o colaborare bună, pentru că, de fiecare dată când îi chemăm, politicienii vin, răspund invitațiilor noastre și ne lămuresc cu privire la subiectele abordate. Cu PDL aș dori să am o colaborare bună, dar nu pot, pentru că politicienii nu vin la emisiune.” (Realizator emisiuni Prahova TV)

”Cei de la Prahova TV dau în putere, dar nu în opoziție, sunt asociați cu PSD din punctul de vedere al conținutului editorial.” (Reprezentant Valea Prahovei TV)

Imixtiunile unora dintre patronate în politicile editoriale ale televiziunilor au fost semnalate și criticate de mai mulți dintre cei intervievați, care au declarat că presiunile politice sunt puternice

și vizibile mai ales în preajma campaniilor electorale. Unii jurnaliști locali prahoveni i-au inclus pe propriii patroni în categoria de „dușmani ai libertății de exprimare”.

Potrivit respondenților, independența editorială este în strânsă legătură cu posibilitatea unui post de a se susține și cu modul în care patronatele se raportează la politica editorială. La data documentării, reprezentanții PNL și PSD au declarat că televiziunile locale prahovene erau independente și echidistante. Potrivit reprezentantului PC, televiziunile erau independente, cu excepția perioadelor din campaniilor electorale, iar, potrivit respondentului PDL, toate televiziunile locale erau imparțiale, cu excepția postului Prahova TV.

”Televiziunile sunt independente până ce se apropie campania. În momentul în care se apropie campania, fiecare își alege direcția care crede că e câștigătoare. Managementul fiecărei televiziuni alege direcția independent. Sigur, sunt foarte mulți factori care influențează apropierea sau distanțarea față de un anumit partid politic sau față de o anumită persoană în momentul în care începe campania electorală. De multe ori sunt motive financiare, alteori sunt de lungă durată, din dorința de a colabora cu cel care va câștiga următoarele alegeri. Fiecare își face managementul așa cum consideră.” (Laurențiu Rebegea, politician PC. La data documentării, Laurențiu Rebegea era președintele organizației județene PC. În iunie 2012, politicianul a devenit vicepreședintele CJ Prahova)

”Nu poți să scrii despre șeful tău, autocenzura este un dușman al libertății de exprimare. (...) Televiziunile nu sunt independente din cauza presiunilor patronale.” (Fost jurnalist Alpha TV)

”Cred că este o imixtiune destul de importantă a patronatului în politica redacțională, în general vorbind.” (Reprezentant Departament Media din cadrul PDL Prahova)

”Dacă îmi oferiți acum 100.000 de euro, avem independență totală. (...) Asta este viața în România. Totul se face pe fleică, adică pe interes. Nu cred că CNN și-a propus neapărat să ofere gratuit informații către cetățenii europeni. Oferi informație corectă, dar trebuie să ai și niște avantaje. Și intrăm în celelalte segmente: de lobby, de influență politică, de influență geopolitică și așa mai departe. Presa nu mai este cea din 1911-1912. Presa din ziua de astăzi implică foarte multe domenii de activitate și foarte mulți oameni influenți. (...) Din punctul meu de vedere, respectând ceea ce și-au propus televiziunile să facă, sunt independente.” (Jurnalist din grupul Alpha TV - Telegraful de Prahova)

”Ăsta e un post care aparține unui parlamentar. E vorba de William Brînză, el e proprietarul postului. Ne-am întâlnit o singură dată și nu am discutat absolut nimic în ceea ce privește politica editorială. E un caz particular, fiind un parlamentar preocupat de Diaspora care e mai mult plecat. E un caz fericit din punctul ăsta de vedere.” (Jurnalist Wyl TV)

”Cred că toate televiziunile locale din Prahova sunt independente. Cel puțin noi, aici, la PNL, dacă am avut o acțiune care să conteze și am dorit să fie mediatizată, nu am întâmpinat niciun fel de problemă cu nicio televiziune. Din punctul de vedere al PNL Ploiești, asta spune mare lucru. Cred că fiecare televiziune locală are interesul să apară cam toți oamenii politici importanți din Prahova, pentru că, altfel, omul care se uită la televizor observă că tu promovezi numai politicieni dintr-un anumit partid și atunci n-o să se mai uite, zic eu. PNL Ploiești nu a întâmpinat probleme în relația cu televiziunile locale, nu ni s-a blocat accesul pe post la niciuna dintre televiziunile locale.” (Reprezentant Departament Comunicare PNL Ploiești)

”Nu am primit până acum un semnal din partea cuiva că în Ploiești nu este o presă locală independentă. Problema de independență nu este neapărat la jurnaliști, ci este la modul în care o parte a mediului politic consideră că ar trebui să se comporte cu jurnaliștii. Problemele sunt din partea puterii politice la momentul actual [PDL, la data documentării - n.r.]. (...) Cred că dușmanii libertății de exprimare sunt liderii partidelor aflate la putere. Nu există o comparație între prestația politică de acum și prestația politică din urmă cu cinci ani. Acum, tupeul mediului politic aflat la putere, tupeul partidelor aflate la putere mai exact, depășește o limită pe care eu, când am lucrat în presă, am cunoscut-o. Eu cred că ar trebui sancționate în presa chestiuni de acest gen. Presa este cea care trebuie să se regleze pe ea și să regleze relațiile cu mediul politic. (...) Relația televiziunilor cu PSD este foarte bună. Televiziunile solicită informații și le primesc.” (Reprezentant PSD care a lucrat în presă)

3. Relația în redacție

Relațiile din interiorul redacțiilor televiziunilor din Ploiești au fost descrise în termeni pozitivi („de colaborare”, „de prietenie”, „ca într-o familie” etc.) de majoritatea celor intervievați, dar au fost jurnaliști care au susținut că **este nevoie de mai multă solidaritate la nivel de redacție și de breaslă, în special atunci când apar presiuni politice sau economice.**

Printre problemele referitoare la personalul din redacții, managerii și jurnaliștii au indicat: lipsa de experiență a unor jurnaliști și tehnicieni, fluctuația de personal (către presa centrală), salarizarea precară, fondurile insuficiente pentru deplasări și numărul restrâns de echipe de teren. O parte a celor intervievați și-a manifestat interesul pentru a face schimburi de experiență cu alte redacții, centrale sau străine.

Majoritatea celor intervievați au declarat că există relații de colaborare între jurnaliștii tuturor televiziunilor. Totuși, în ceea ce privește relațiile dintre instituțiile de presă, fostul director Alpha TV a descris relațiile dintre televiziunile Alpha și Prahova TV ca fiind „proaste”, invocând drept cauză relațiile tensionate dintre patronatele celor două televiziuni, reprezentate de sindicalistul Liviu Luca și omul de afaceri Sebastian Ghiță. Pe de altă parte, managerul editorial Prahova TV a declarat că a difuzat în mai multe situații materiale ale unor jurnaliști cărora le-au fost blocate de la publicare de către conducerea instituțiilor de presă unde erau angajați, inclusiv de la Alpha TV. Fostul director și proprietar formal al Alpha TV a negat însă că ar fi oprit apariția unor materiale sau ar fi impus anumite subiecte din motive politice sau economice. Jurnaliștii au descris relațiile angajaților celor două televiziuni ca fiind bune, majoritatea spunând că tensiunile existente între conducerile Alpha TV și Prahova TV s-au răsfânt asupra relațiilor dintre cele două instituții, dar nu și asupra relațiilor dintre ei.

”În Ploiești, totul s-a jucat între grupurile Alpha-Telegraful și Prahova. Pe românește, între Luca și Ghiță. Luca e și nașul meu de cununie. În momentul în care eu am fost numit aici acum cinci ani de zile, Luca mi-a spus un singur lucru: <<Fă audiență! Dacă faci audiență, eu te susțin. Dacă nu faci audiență, nu mă mai interesează>>. În ăștia cinci ani de zile, o dată nu mi-a dat o comandă. m-a susținut chiar și financiar, când am avut probleme, dar nu am avut niciodată vreo comandă. Interesele lui în Ploiești sunt zero, dar la Ghiță nu este deloc așa. (...) Din sondajele făcute anul trecut [2011 - n.r.] de partidele politice, a reieșit că noi suntem vârful de lance în Ploiești în privința audienței. Ceilalți au încercat să ne decredibilizeze timp de cinci ani de zile.” (Arthur Zafiriadis, fost director și proprietar formal Alpha TV)

”Colaborăm cu oameni care lucrează pentru alte redacții și au subiecte. Luni am dat la știri un subiect făcut cap-coadă de cineva de la Alpha TV, pentru că nu i-a intrat. Mi-a trimis imaginile, mi-a trimis materialul, și noi l-am dat pe post. (...) Voia să publice materialul pentru că nu i-a intrat. Eu îl ajut pe el ca jurnalist, îi satisfac un pic egoul rănit și-i difuzez materialul. Astfel mai micșorăm din presiunea care se pune. Sigur conducerea televiziunii respective a vazut că materialul care a fost refuzat acolo a intrat la mine și atunci mai scădem un pic din presiunea exercitată pe jurnalist. Dar e o palidă consolare, pentru că în multe locuri lucrurile se decid așa.” (Dragoș Pătraru, manager editorial Prahova TV)

”Dacă ești independent și ai o politică editorială corectă, atunci poți să-ți faci meseria. Noi am ținut Alpha TV și Telegraful [de Prahova - n.r.] credibile tocmai pentru că eram independenți, nu ne-a dictat nimeni nimic niciodată. N-am oprit nicio anchetă a niciunui jurnalist din grupul ăsta, indiferent că deranja pe x, pe y, sau chiar pe un prieten al meu. Am avut cazuri în care m-am certat cu niste prieteni ai mei care au sau au avut funcții în administrația publică, dar asta este, n-am putut să opresc ancheta unui jurnalist. În momentul în care oprești ancheta, jurnalistul nu mai e jurnalist, e o cârpă.” (Arthur Zafiriadis, fost manager și proprietar formal al grupului Alpha TV - Telegraful de Prahova)

4. Relația cu autoritățile locale

În ceea ce privește relația cu autoritățile locale, jurnaliștii prahoveni au criticat opacitatea administrației și a instituțiilor publice locale, pe care le-au acuzat că sfidează în mod repetat accesul la informațiile de interes public.

O altă problemă semnalată de respondenți a fost refuzul primarului (de atunci) al municipiului Ploiești, Andrei Volosevici, de a participa la emisiunile televiziunilor locale, în general.

Reprezentanții a două dintre televiziunile locale au reclamat lipsa de transparență și existența unor presiuni inclusiv prin oferte de publicitate, în schimbul renunțării la anumite articole din partea reprezentanților ROSAL, companie aparținând politicianului Silviu Prigoană (PDL), care derula proiecte de salubritate din fonduri publice.

”Problema e lipsa de transparență din partea instituțiilor publice care nu vor să-ți dea toate detaliile în timp util. Dacă îți trebuie informația pentru materialul de azi și ei îți răspund peste o săptămână, atunci e inutil.” (Jurnalist Prahova TV)

”Aș avea o activitate mai bună dacă aș avea mai mult acces la informație. Legea 544 este minunată, dar nu se respectă.” (Jurnalistă Valea Prahovei TV)

”Lipsa de transparență a instituțiilor, asta e cea mai mare problemă, cel puțin pentru grupul ăsta. Ne lovim zi de zi, dacă nu chiar de mai multe ori pe zi, de lipsa de comunicare a instituțiilor publice. Refuză pur și simplu să-ți ofere informații, chiar pe cerere.” (Editor Prahova TV)

”Sanțiunea maximă prevăzută de 544 este o amendă pentru un funcționar, nu pentru cel care a dat ordinul să nu mi se răspundă la cererea de informații. Până dau în judecată, mie mi s-a dus subiectul.” (Jurnalist Prahova TV)

5. Soluții pentru jurnalismul de calitate

Printre soluțiile propuse de cei intervievați pentru un jurnalism de calitate s-au numărat: respectarea normelor profesionale, colaborarea cu mai multe instituții de presă, urmarea unor cursuri de specializare în cadrul unor televiziuni mai experimentate și refuzul de a urma comenzi care contravin principiilor jurnalistice. Mulți jurnaliști prahoveni au fost de părere că se pot proteja de presiunile politice și economice și pot face jurnalism de calitate fiind solidari, evitând compromisurile și câștigând respectul publicului. De asemenea, o situație economică mai bună a fost condiția invocată de aproape toți cei intervievați ca fiind un catalizator important pentru creșterea calității jurnalismului pe plan local, de la salarii mai bune, la condiții tehnice și alocarea de resurse.

”Dacă cedezi și faci compromisuri, nu ai de câștigat decât pe termen scurt, dar nu te faci respectat. E mai bine să-ți știe de frică, să știe că îți faci treaba. Dacă ai audiență, vei primi și publicitate.” (Redactor-șef Wyl TV)

”Îi încurajez pe toți să-și facă bloguri, să scrie acolo, să câștige din ele, să-și asigure independența, să publice pe plan național, să facă subiecte bune, să încerce să miște ceva astfel încât să aibă un venit care să le permită să fie independenți și să fie buni la ceea ce fac. Internetul a salvat cu totul libertatea de exprimare. Nu se pot face presiuni. Soluția pentru un jurnalist e profesionalizarea. Dacă nu, o să fii întotdeauna supus presiunilor, n-o să-ți iei salariul, o să-ți spună ăia ce trebuie să scrii. Dacă ești un jurnalist bun, îți faci blog și nu accepți asta. (...) Pentru o presă locală independentă e nevoie de jurnaliști puternici, care să nu abandoneze cauza și care să nu se vândă. Odată ce ei există, orice fel de influență economică sau politică este frecție la un picior de lemn, pentru că acești jurnaliști pot să rezolve problema.” (Manager editorial și jurnalist Prahova TV)

”Ar fi nevoie de o abordare mai umană a subiectelor. Unii jurnaliști sunt bine pregătiți, dar ar călca peste cadavre ca să-și atingă scopul, ca să realizeze un subiect care, de multe ori, nu e dintre cele mai fericite. Pentru că în joc există niște bani, se pune preț pe subiecte senzaționale, care pot răni pe cineva, dar pentru unii jurnaliști nu contează lucrul asta. Pentru mine, asta înseamnă o lipsă de profesionalism care scade calitatea postului.” (Manager editorial Alpha TV)

”Înainte de toate, suntem oameni, și noi, politicienii, și dumneavoastră, jurnaliștii. Observ că din ce în ce mai mult apar atacurile la persoană, la familie, și sunt lucruri care ar trebui să se separe între ceea ce înseamnă profesionistul și omul de rând. E clar că îți asumi o responsabilitate în momentul în care devii om politic, nu spun că nu trebuie să aibă acces presa la viața privată, dar expunerea excesivă a vieții private, a locurilor în care îți place să mergi - creează un disconfort. Ar trebui ca jurnaliștii să nu mai ofere doar ceea ce-și doresc cu ardoare telespectatorii, adică tot felul de decapitări, ci să-și impună să învețe oamenii să aibă informația care îi ajută în viața de zi cu zi.” (Laurențiu Rebeba, Partidul Conservator)

”Un jurnalist de calitate este un jurnalist care face cât mai puține compromisuri, care poate să se înscrie într-o politică editorială a unui post, că în orice casă există niște reguli, și care este lăsat să-și facă jobul. Este un om care are coloană vertebrală și care este iubit de public. Până la urmă, publicul este cel care ridică valoarea unui jurnalist. (...) Dacă ești jurnalist și vrei să ai un job, și managerul vine și-ți spune ce trebuie să faci, și nu-ți găsești alt loc de muncă - alegi un mic compromis, după-aia următorul și tot așa și zici că ești jurnalist, dar nu mai ești jurnalist, ești o trompetă de jurnalist.” (Reprezentant Valea Prahovei TV)

Majoritatea celor intervievați și-au exprimat reticența de a adera la un **sindicat**, declarând că nu au încredere că o astfel de structură ar putea să le apere drepturile, fie pentru că au fost dezamăgiți în trecut, fie pentru că n-au încredere în sindicatele existente. Unii jurnaliști au declarat că nu au avut conflicte de muncă pentru care să ceară asistența cuiva sau că au găsit alte căi de a-și rezolva litigiile (o jurnalistă și-a dat în judecată foștii angajatori etc.). Au existat și situații când jurnaliștii s-au solidarizat și și-au cerut singuri drepturile. De pildă, la Wyl TV, potrivit documentării, redactorul șef i-a reprezentat pe angajați în relația cu conducerea televiziunii, punând presiune pe management pentru o retribuire proporțională cu efortul depus de jurnaliști.

”Nu cred că un sindicat mă poate reprezenta în relația cu patronatul. Avem exemple de sindicate care nu fac decât să se conformeze. Dacă ar exista un sindicat puternic, ar trebui să-i apere pe ziaristi în relația cu instituțiile statului, să acorde asistență juridică, să-i reprezinte la negocierea unor contracte colective. Dar e utopic deocamdată, după părerea mea.” (Jurnalist Wyl TV)

”Nu m-am simțit nedreptățită, n-am simțit nevoia să mă reprezinte cineva în ce am de spus.” (Editor Prahova TV)

”Dacă condițiile financiare de aderare la un sindicat ar fi rezonabile, aș adera la un sindicat. Aș avea niște așteptări normale - să reprezinte interesele breslei. În contextul unor anomalii față de presă, față de noi, să ne apere interesele, asta mi-aș dori.” (Reprezentant Valea Prahovei TV)

Avem sindicat aici, la Alpha, sunt membru, dar nu au niciun beneficiu, nici titulatura nu mă ajută. M-aș aștepta să se implice în problemele colective de muncă, ceea ce nu se întâmplă. (Jurnalistă Alpha TV)

În ceea ce privește eventualitatea **existenței unei legi a presei**, au fost și voci care s-au pronunțat în favoarea unei astfel de inițiative, susținând că aceasta i-ar proteja în fața presiunilor și ar preveni derapajele jurnalistice. Alți intervievați s-au arătat însă sceptici în privința intențiilor reale pentru care politicienii ar introduce o lege a presei, spunând că n-ar face decât să cenzureze libertatea de exprimare. Totodată, unii respondenți au subliniat că legislația existentă este suficientă. Numeroși intervievați au pledat pentru autoreglementarea la nivel de breaslă, însă s-au arătat neîncredători în protecția oferită de autoreglementare în fața presiunilor politice și economice.

În ceea ce privește existența unui cod deontologic, jurnaliștii de la Prahova TV au precizat că respectă codul elaborat de Convenția Organizațiilor de Media, structură la care au aderat aproximativ 30 de organizații de media din țară. Alți jurnaliști au declarat că și-au însușit codurile deontologice studiate la facultăți de Jurnalism, sau și-au creat un set propriu de norme „de bun-simț” (“cei șapte ani de-acasă”, potrivit unei jurnaliste intervievate), sau că respectă normele profesionale pe care și le-au însușit în virtutea experienței dobândite.

”Nu e nevoie de o lege a presei. Sunt convins că, așa cum sunt date legile în România, această lege a presei va cenzura. Autoreglementarea e suficientă și sunt și alte legi în țara asta. Te-am calomniat, mă dai în judecată. Am mințit, mă dai în judecată. Aș fi vrut o lege a publicității corecte, asta, da.” (Fost manager Alpha TV)

"Aș vrea să existe o lege a presei făcută cu mult cap pentru că, pe lângă niște drepturi pe care trebuie să le avem, trebuie să existe niște obligații. Cunosco jurnaliști pentru care nu am niciun respect. De ce nu ar fi o lege a noastră, să știm exact ce avem și ce nu avem voie să facem? La legea asta ar trebui să participe reprezentanți de bază ai presei." (Jurnalistă Valea Prahovei TV)

"Aș vrea să existe o lege, pentru că, de foarte multe ori, activitatea anumitor jurnaliști, nu a tuturor, reprezintă o imixtiune în viața personală a multor persoane și cred că ar trebui stabilite niste granițe de genul ăsta și de limbaj. Când privește autoreglementarea, jurnaliștii au dat dovadă că nu se poate face. Deja au ajuns prea departe. (...) Nu cred că trebuie schimbat ceva în mediul politic sau economic pentru o presă locală independentă. Cred că o lege a presei ar fi cea care ar reglementa foarte bine anumite aspecte din activitatea de jurnalist." (Reprezentant Departament Media PDL Prahova)

"E mai bine fără o lege a presei, există CNA. Presa trebuie să fie liberă, din punctul meu de vedere." (Reprezentant PNL)

"Nu cred că este indicată, oportună, necesară o lege a presei, pentru că există legi nescrise în presă potrivit cărora jurnaliștii se califică sau se descalifică în mediul lor profesional și în relație cu publicul. Prin ei înșiși, prin ceea ce fac. Nu este nevoie, deci, de o reglementare suplimentară." (Reprezentant PSD)

"O lege a presei e cu dus și întors, mai ales că trebuie propusă de politicieni, pentru că ar putea să afecteze libertatea de exprimare." (Editor Prahova TV)

"Dacă ar fi o lege, probabil că nu s-ar mai întâmpla să vedem ce se întâmplă acum cu OTV-ul, care face campanie politică 24 de ore din 24." (Producător Alpha TV)

"Cred că fiecare grup de presă ar trebui să-și contureze un set de reguli prin care să se protejeze. Nu cred că statul sau altcineva ar putea să protejeze într-o democrație un grup de presă." (Reprezentant Valea Prahovei TV)

"O lege a presei ar fi necesară, pentru că sunt multe probleme care poate ar dispărea - jurnaliștii nu s-ar mai confrunța cu cazuri de agresiune, cu presiunile de a scrie la comandă. Ar apărea poate și drepturile subiecților și nu s-ar mai scrie toate porcăriile. Ar fi o lege care să aibă și drepturi și obligații. Un act de lege este un act de lege, poți să dai în judecată. Autoreglementarea nu te protejează." (Realizatoare emisiuni Valea Prahovei TV)

"N-avem CNA? De ce ne mai trebuie o lege a presei? De ce să facem legi pentru teatru, pentru sculptură, pentru a scrie? Există legea bunului simț și există legile statului." (Jurnalist Alpha TV)

În județul Timiș - televiziuni „de casă” pentru Primărie și Consiliul Local

1. Context

În octombrie 2012, în județul Timiș funcționau, conform datelor de la Consiliului Național al Audiovizualului (CNA), cinci televiziuni: STV din Sânnicolau Mare, TV Jimbolia, TEN TV din Lugoj, Tele Europa Nova și TVT 89, ultimele două din Timișoara.

O altă televiziune locală, **Analog TV**, a fost cumpărată de grupul RDS/RCS în vara anului 2012 și a devenit studio regional al Digi 24. Analog TV, una dintre principalele televiziuni locale, avea acoperire regională în județele Timiș, Arad și Caraș-Severin. Conform CNA, deținătoarea licenței audiovizuale pentru Analog TV era SC Analog TV SRL (CUI: 15404490), ai cărei asociați sunt: RCS & RDS SA - 99.927% și Integrasoft SRL (asociat unic RCS & RDS SA) - 0.073%. Cât timp a funcționat ca televiziune locală, Analog TV era axată foarte mult, conform celor intervievați, pe emisiuni politice și culturale.

”Multă lume nu știe că nu mai avem Analog. E o perioadă confuză. Lumea se va obișnui că a fost preluat de Digi. Încet, încet Analog-ul va fi necunoscut, pentru că se schimbă generațiile.” (Titu Bojin, președintele Consiliului Județean Timiș și liderul organizației PSD Timiș)

”Analog TV a fost preluată de Digi. Avea o înclinație discretă spre PSD, dar nu foarte accentuată.” (Marcel Tolcea, profesor universitar Universitatea de Vest Timișoara, șef catedră la Secția Jurnalistică)

Pe 12 mai 2012, conform datelor CNA, SC STV Sânnicolau Mare SRL (CUI: 28888987) a obținut decizia de autorizare pentru postul de televiziune prin cablu **STV**. SC STV Sânnicolau Mare SRL a fost înființată în 19.07.2011 și are ca asociați: Orașul Sânnicolau Mare 95% (reprezentat de primarul Groza Dănuț) și Gosan SRL 5% (unde asociat unic este Consiliul Local). Potrivit datelor de la Ministerul Finanțelor, societatea comercială a avut în 2012 o cifră de afaceri netă de 66.821 de lei, o pierdere netă de 47.974 de lei și a avut 6 angajați.

Primarul Dănuț Groza, reales în 2012, este membru PDL, iar Consiliul Local este dominat de PDL (12 consilieri din 17)²³⁴. Și în perioada 2008-2012, PDL a dominat Consiliul Local. Televiziunea STV a început să funcționeze din 3 septembrie 2011²³⁵.

”La Sânnicolau Mare au luat licența chiar înainte de campania pentru alegerile locale 2012, dar nu au făcut campanie.” (Daniela Popovici, inspector CNA Timiș)

Pe 13 septembrie 2012, conform informațiilor de pe site-ul CNA, Consiliul Local Jimbolia a obținut decizia de autorizare pentru **TV Jimbolia**²³⁶. În urma alegerilor locale din iunie 2012, Consiliul Local Jimbolia era constituit din 17 consilieri²³⁷: 8 din partea PDL, 4 din partea UDMR, 3 din partea PNL și câte unul de la PP-DD și PSD. Primarul Postelnicu Darius Adrian este membru PDL. Conform datelor CNA, TV Jimbolia a primit decizia de autorizare pe 24 mai 2012, însă conform presei locale²³⁸ TV Jimbolia a obținut licența în 2010 când primar era Kaba Gábor, actual consilier local UDMR. Televiziunea a fost înființată ca parte a unui proiect transfrontalier cu o televiziune din orașul Makó, Ungaria²³⁹. Știrile TV Jimbolia sunt transmise on-line prin intermediul unui portal video gratuit și pot fi vizionate la adresa: <http://vimeo.com/televiziuneajimbolia>.

²³⁴ <http://www.sannicolau-mare.ro/alegeri2012.php>

²³⁵ <http://www.opiniatimisoarei.ro/sannicolau-mare-de-acum-propria-televiziune-care-va-transmite-stiri-locale-emisiuni-si-muzica/03/09/2011>

²³⁶ http://www.cna.ro/IMG/pdf/Licente_TV_TER-SAT-CAB_21062013.pdf

²³⁷ <http://www.cjtimis.ro/uploads/files/apartenenta%20politica%20alesii%20locali/Alesii%20locali%2010%20iunie%202012.pdf>

²³⁸ <http://www.opiniatimisoarei.ro/consiliul-local-din-jimbolia-isi-face-televiziune-proprie/12/12/2010>

²³⁹ [http://www.ecomunitate.ro/Jimbolia_si_S%C3%A2nnicolau_vor_avea_propriile_studiouri_de_televiziune_\(22390\).html](http://www.ecomunitate.ro/Jimbolia_si_S%C3%A2nnicolau_vor_avea_propriile_studiouri_de_televiziune_(22390).html); http://adevarul.ro/locale/timisoara/Inca-lectie-ungureasca-jumatate-milion-euro-ue-proiect-imposibil-1_50ae6dea7c42d5a6639ca39e/index.html

”De câteva luni, Consiliul Local de la Sânnicolau Mare și Jimbolia au făcut STV și TV Jimbolia. Cele două televiziuni au un proiect comun cu o televiziune din Ungaria și emit sâmbăta și duminica câte două ore, dar depind de firma de cablu din localitate.” (Daniela Popovici, inspector CNA Timiș)

TEN TV este o televiziune care emite terestru și a fost înființată la Lugoj de miliardarul Iosif Constantin Drăgan. În urmă cu aproximativ trei ani a fost preluată de un om de afaceri din Lugoj care ulterior a vândut-o.

”TEN TV are o situație mai puțin plăcută din punct de vedere financiar. A fost preluată de la grupul Drăgan de o persoană germană. Am încercat să-i ajut la preluare. Eu am rugat persoana să preia, să nu se închidă. Va trebui neapărat sprijin local pentru a fi o televiziune de informații de evenimente locale, zonale în Lugoj, Făget, Recaș. Televiziunea este într-o situație delicată.” (Titu Bojin, președintele CJ Timiș)

Conform datelor de la Registrul Comerțului, persoana germană la care făcea referire președintele Consiliului Județean Timiș este George Claudiu Ervin. Acesta deținea 15% din SC Microroyal SRL, societatea comercială care deținea până aprilie 2012 licența de emisie. Ceilalți asociați erau George Nicolae și George Maria cu 65%, respectiv 20% din părțile sociale ale companiei. Licența a fost preluată pe data de 2 aprilie 2012 de SC Lugomedia SRL²⁴⁰ deținută de Motocică Mihai - 5% și Mihalcea Viorel - 95%. Televiziunea are un program săptămânal de 38 de ore²⁴¹.

Mihai Motocică ar fi încercat după preluare să vândă televiziunea autorităților locale din Lugoj²⁴² care au hotărât de principiu pe 12.10.2012 preluarea televiziunii. Mihai Motocică, un om de afaceri apropiat²⁴³ al liderului PSD Timiș, Titu Bojin - președintele CJ Timiș - a fost reținut de procurori în martie 2013 pentru evaziune fiscală și spălare de bani²⁴⁴. Conform datelor actualizate de CNA pe 4.10.2013, Lugomedia SRL, deținătoarea licenței audiovizuale pentru TEN TV, îi are ca asociați pe: Olariu Daniel Gabriel - asociat principal - 95% și Olariu Ionela - 5%.

Tele Europa Nova a fost înființată tot de Iosif Constantin Drăgan, la fel ca și TEN TV din Lugoj. Emite terestru și este considerată de către cei intervievați o televiziune cu știri locale, divertisment și muzică populară.

Deținătoarea licenței audiovizuale pentru Tele Europa Nova este SC Atelierele Culturale SRL, ai cărei asociați sunt: Maja Productions A.G. (Elveția) - 99%, Euro-Sens Suport SRL - 0,2%, Romcreativ Consulting SRL - 0,2%, Lucia Florica Ardelean, Opreș Vladimir Codruț și Rădulescu Elena cu câte 0,2%. Asociat unic al Maja Productions A.G. (Elveția) este Hirsch Sabine Maria (Germania). Asociații Euro - Sens Suport SRL sunt: Opreș Vladimir Codruț - 37,5%, Opreș Andra Lavinia - 37,5% și Lucia Florica Ardelean - 25%. Asociații Romcreativ Consulting SRL sunt: Georgescu Constantin - 90% și Georgescu Adrian Anton - 10%. În aceste condiții, acționarul principal era, la data documentării, Hirsch Sabine Maria²⁴⁵. Datele de la Registrul Comerțului din Elveția arată că Maja Production a fost cumpărată în septembrie 2012 de European Concert Agency AG înregistrată în Baar. Maja Production urma a fi dizolvată.

”Televiziunea făcea parte din trustul Drăgan, apoi a fost a lui Paul Opreș de la Tele 7 ABC.” (Gheorghe Ilaș, jurnalist²⁴⁶)

”Este o televiziune one man show de tip OTV, în sensul că principala atracție rămâne Stelu Iordache, care este și manager și prezentator. Tele Europa Nova este apropiată de anumiți oameni

²⁴⁰ http://www.cna.ro/Extras-din-procesul-verbal-al,4972.html?var_recherche=microroyal

²⁴¹ http://www.cna.ro/IMG/pdf/CedareTenTVsiNovaFM_030412.pdf

²⁴² <http://www.ziarulactualitatea.ro/hotnews/sondaj-actualitatea-credeti-ca-primaria-trebuie-sa-cumpere-posturile-locale-de-radio-si-televiziune> și <http://www.lugojonline.ro/portal/index.php/actualitate/item/2669-aceasta-este-scrisoarea-pe-care-nici-un-consilier-local-nu-a-vrut-sa-o-arate-nu-o-sa-iti-vina-sa-crezi-ce-scrie-in-ea/2669-aceasta-este-scrisoarea-pe-care-nici-un-consilier-local-nu-a-vrut-sa-o-arate-nu-o-sa-iti-vina-sa-crezi-ce-scrie-in-ea?start=10>

²⁴³ <http://www.pressalert.ro/2013/11/patronul-firmei-moticica-un-apropiat-al-liderului-psd-timis-titu-bojin-cautat-de-primaria-organizata-pentru-evaziune-fiscala-prin-metoda-factura/>

²⁴⁴ <http://www.pressalert.ro/2013/03/exclusiv-patronul-de-la-moticica-un-apropiat-al-liderului-psd-timis-retinut-pentru-evaziune-fiscala-si-spalare-de-bani/>

²⁴⁵ http://www.cna.ro/IMG/pdf/actionari_13052013.pdf

²⁴⁶ Gheorghe Ilaș are o emisiune săptămânală pe teme economice la Tele Europa Nova. Corespondent România Liberă, Gardianul, Libertatea, Cronica română.

politici din oraș în funcție de interesele directorului Stelu lordache.” (Marcel Tolcea, profesor universitar Universitatea de Vest Timișoara, șef catedră la Secția Jurnalistică)

”Tele Europa Nova a funcționat fără întreruperi, are un personal bun cu oameni formați de care au beneficiat și alte televiziuni, este un pol în această zonă.” (Titu Bojin, președinte CJ Timiș)

”Este o televiziune a mercenariatului, ceea ce o face să aibă cea mai mare libertate de exprimare.” (jurnalist local, freelancer)

Tele Europa Nova²⁴⁷ are 25 de angajați. Bugetul operațional a fost, conform directorului Stelu lordache, între 50.000 și 100.000 de euro în 2011. Acesta a declarat că finanțarea televiziunii se face prin reclame ale societăților comerciale cu cifră de afaceri mică, prin anunțuri, dedicații muzicale și comunicări. Cifra de afaceri netă a societății SC Atelierele Culturale SRL a fost în 2012 de 437.588 de lei cu un profit net de 15.722 de lei, conform bilanțului depus la Ministerul Finanțelor.

Grila de programe este alcătuită din programe care pot fi susținute din punct de vedere economic, conform declarației directorului Stelu lordache.

”Suntem o televiziune generalistă și se introduc în grilă programe proprii, nu avem bani să cumpărăm programe din altă parte, toată producția e a noastră. Profitul nu e mare, dar se adună la 20-30%. Nu colaborăm cu agențiile de publicitate. Nu avem publicitate de la instituții publice locale, dar facem servicii de promovare la nivelul primăriilor. De exemplu, filmăm manifestările organizate de ei și le încasăm bani.” (Stelu lordache, director Tele Europa Nova)

Audiențele posturilor de televiziune sunt măsurate în perioada 2012 - 2015²⁴⁸ de Kantar Media care a încheiat un contract cu CNA. Tele Europa Nova Media nu își permite din punct de vedere financiar un astfel de contract, potrivit directorului Stelu lordache.

”Marile televiziuni plătesc 10.000 de euro pe lună pentru sondaje. Nu avem banii ăștia. Am găsit alte formule care ne dau o idee să vedem cum stăm în audiență. Suntem o televiziune generalistă, grila de programe fiind alcătuită în funcție de ceea ce cere piața. Nu cumpărăm programe din altă parte. Funcționăm cu un departament tehnic, cu unul redacțional și cu conducerea executivă. Patronatul e la București, în altă țară.” (Stelu lordache, director Tele Europa Nova)

TVT 89, o televiziune regională²⁴⁹ care emite prin satelit, este oarecum urmașa unei alte televiziuni locale „defuncte” din Timișoara care se numea TVT 89 și a funcționat în perioada decembrie 1989 - 1997²⁵⁰. Gelu Gheorghe Chetruț, producător general la TVT 89, a declarat că a lucrat la fosta televiziune TVT 89, care s-a închis. După o pauză de zece ani a propus omului de afaceri Georgică Cornu un nou proiect. Licența de emisie datează din august 2008, aria de acoperire fiind județele Timiș, Arad, Caraș-Severin, Hunedoara, Mehedinți și Bihor. Compania care deține licența este SC MCT Impex SRL deținută de omul de afaceri Georgică Cornu, apropiat al PDL²⁵¹. MCT Impex SRL, societate aflată în faliment²⁵², avea ca obiect principal de activitate editarea ziarelor. Licența audiovizuală a fost aprobată pe 8 aprilie 2008, iar decizia de autorizare a fost emisă pe 23 septembrie 2008. La data documentării, ultima grilă de programe fusese aprobată de CNA pe 26 aprilie 2012. Postul retransmite TV Arad (1590 minute/săptămână)²⁵³, durata programului local realizat este de 8490 minute/săptămână.

”TVT 89 încearcă să fie cât mai regională. S-au extins, au corespondenți în județele Hunedoara și Caraș-Severin. S-ar putea ca regionalizarea să aibă legătură cu interesele grupului de firme pentru că

²⁴⁷ <http://telenova.ro/acasa>

²⁴⁸ http://economie.hotnews.ro/stiri-media_publicitate-8215538-kantar-media-masura-audientele-din-2012.htm

²⁴⁹ <http://tv89.bridgeman.ro/index.php>

²⁵⁰ <http://www.radardemedia.ro/prezentarea-general-a-televiziunii-partener-tvt-89-%E2%80%93-%E2%80%9Csimte-libertatea%E2%80%9D>

²⁵¹ http://www.forbes.ro/Georgica-cornu-500-miliardari-editia-2011_0_4017.html

²⁵² M.C.T. Impex SRL a fost înregistrată inițial în județul Mehedinți, apoi radiată, și înmatriculată din nou. Cornu Georgică deține 70%, iar Caraiman Lucian Nicu 30%. Pe rolul Tribunalului Mehedinți, conform http://portal.just.ro/101/SitePages/dosare.aspx?id_inst=101, există mai multe procese în care s-a cerut falimentul MCT Impex SRL.

²⁵³ Televiziunea Arad a aparținut lui Georgică Cornu până în septembrie 2013. Pentru mai multe detalii vezi raportul pentru județul Arad.

domnul Cornu este din Mehedinți și a vrut neapărat să fie văzut și acolo. La Arad sunt văzuți prin TV Arad care retransmite TVT 89.” (Daniela Popovici, inspector CNA)

”TVT 89 este un post adresat mai degrabă bănățeanului mediu. Îl asociez cu PDL.” (Marcel Tolcea, profesor universitar Universitatea de Vest Timișoara, șef catedră la Secția Jurnalistică)

”La TVT 89 se poate vorbi de un control total din partea patronatului și bătaie de joc din partea acestuia față de angajați.” (jurnalist local, freelancer)

TVT 89 a avut un buget operațional de 400.000 de euro, vânzarea de publicitate se face fie direct prin propriul departament de vânzări, fie prin intermediul agențiilor de publicitate, conform lui Gelu Gheorghe Chetraruc, producător general TVT 89. Pentru măsurarea audienței, TVT 89 se bazează pe un sondaj de opinie pe 800 de respondenți. În funcție de acest sondaj se reface grila de programe. Producătorul general al TVT 89 a mai precizat că grila de programe se modifică la 3-4 luni fiind axată pe buletine de știri și talk-show-uri. Există și emisiuni sportive, culturale sau de divertisment, orele de difuzare ale producțiilor TVT 89 fiind adaptate în funcție de sezon. TVT 89 se confruntă cu fluctuație de personal din cauza salariilor mici.

”În ultimii doi ani suntem pe primul loc în regiune datorită acestui studiu. În 2010 eram pe primul loc în prime-time. Ne bătea Analog TV pe segmentul de dimineață. Ne băteau cu reluări. Dacă voiau matinal se uitau la canalele naționale. Am transformat emsiunea matinală într-un buletin de știri în direct și am câștigat și segmentul de dimineață. Finanțatorul televiziunii este domnul economist Georgică Cornu, administratorul societății MCT Impex SRL. MCT sunt ca oricare client, nu au prioritate. Nu este printre cei mai buni clienți, numărul de expunere al MCT în raport cu concurenții este mult mai redus.” (Gelu Gheorghe Chetraruc, producător general TVT 89)

Cifra de afaceri a MCT Impex SRL a fost, în 2012, de 35.601.706 lei, cu o pierdere netă de 52.635 de lei, conform bilanțului depus la Ministerul Finanțelor.

Principalele probleme cu care se confruntă televiziunile locale au fost indicate de către cei intervievați ca fiind: pregătirea slabă a tinerilor jurnaliști, salariile foarte mici, necunoașterea limbii române, lipsa contractelor de publicitate, lipsa resurselor financiare, controlul editorial asupra TVT 89 și Tele Europa Nova, lipsa transparenței autorităților locale, precum și politizarea excesivă.

”Există o lipsă de contracte. Agenții economici nu doresc să-și facă publicitate și atunci singurele instituții media funcționează doar dacă în spate este un interes din partea unei firme. Agenții economici nu vor să încheie contracte din cauza crizei economice, dar nici nu înțeleg rolul publicității în presă.” (Stelu lordache, director Tele Europa Nova)

”Politizarea excesivă și încercarea de monopolizare prin publicitate sunt problemele cele mai importante. Se merge pe principiul: Dai în mine, nu-ți dau bani. Presa din Timișoara nu face excepție și a fost acaparată direct sau underground de speculanții de terenuri. Le găsești interesele în toate publicațiile.” (Gheorghe Ilaș, jurnalist)

”O problemă o reprezintă jurnaliștii înșiși, pentru că nu înțeleg un subiect. Există personaje politice care s-au învățat să dicteze jurnaliștilor articolele, care sunt exact cuvintele politicianului.” (Nadia Iucu, jurnalist Tele Europa Nova)

”Proasta pregătire și lipsa de experiență a jurnaliștilor se combină cu presiuni din partea patronului. Simt presiunea celor despre care scriu, o presiune indirectă prin oameni care ne sunt cunoștințe comune. Nu sub forma amenințărilor, ci a rugămintelor, obligațiilor etc.” (jurnalist, freelancer)

Conform declarațiilor celor intervievați, motivele pentru care jurnaliștii, managerii și editorii intervievați au ales instituțiile media în care lucrează sunt: pasiune, libertate, putere, beneficii financiare, dorința de avea un loc de muncă. Motivele demisiei din instituțiile media în care lucrează au fost enumerate de către cei intervievați ca fiind: lipsa unei noi provocări, scăderea salariului, cumpărarea televiziunii de către un partid politic, lipsa libertății în alegerea subiectelor, impunerea unui subiect care nu ar fi în consens cu principiile jurnalistului, acuzele de luare de mită. Salariile jurnaliștilor intervievați sunt cuprinse între 1.000 și 2.000 de lei, iar cele ale producătorilor între 2.000 și

3.000 de lei. Alți respondenți au declarat că salariile în mass-media din Timișoara sunt cuprinse între 600 și 800 de lei.

”Majoritatea jurnaliștilor care au cărți de muncă nu au plătite la zi contribuțiile sociale și celelalte dări către stat.” (jurnalist, freelancer)

”Lipsa banilor este o problemă în presă și de aceea se angajează studenți sau absolvenți de facultate, pe salarii mici, de 600 de lei.” (Nadia Iucu, jurnalist Tele Europa Nova)

La momentul documentării pe teren, unii dintre cei intervievați au precizat că în topul preferințelor se află TVT 89, urmată de Tele Europa Nova. Alții au precizat că nu au încredere în niciuna sau au indicat Analog TV ca fiind televiziunea în care aveau cea mai mare încredere.

2. Percepția asupra jurnalismului. Influențe economice și politice

Județul Timiș este dominat din punct de vedere politic de USL, PSD câștigând majoritatea primăriilor. Cu toate acestea, unii dintre jurnaliștii intervievați sunt de părere că PDL controlează încă posturile cheie din instituțiile deconcentrate, iar alții că PNL conduce administrația locală, PSD nereușind să impună directori în posturi-cheie. Mediul politic este strâns legat de cel de afaceri, conform respondenților. Unii dintre cei intervievați nu au putut indica un politician care să controleze în mod direct televiziunile locale, în timp unii jurnaliști au precizat că mediul politic local și economic se juxtapun și se interpun, relația televiziunilor locale cu mediul politic fiind una de subordonare în funcție de banii pe care îi alocă fiecare politician direct sau indirect prin societățile comerciale pe care le controlează.

”Administrația publică locală este dominată de mai multe partide.” (Stelu Iordache, Tele Europa Nova)

”Nu se poate spune că există vreo asociere între anumite partide politice și posturile de televiziune locale. În campaniile electorale, televiziunile locale și mediul politic local sunt prieteni pentru că e vorba de bani.” (Daniela Popovici, inspector CNA)

”Activitatea politică nu poate fi realizată în afara domeniului de afaceri și nu pot fi realizate afaceri care să nu aibă într-un fel sau altul de-a face cu mediul politic. Televiziunile locale sunt televiziuni mici și dorința de a avea cât mai mulți interlocutori i-au făcut să fie cât se poate de echilibrați, chiar dacă unii realizatori sau participanți au o anumită înclinare spre un partid politic sau altul. Consider că televiziunile locale sunt independente.” (Titu Bojin, președintele CJ Timiș)

”Dacă se face o înțelegere între politicieni și oameni de afaceri să nu se încheie contracte cu o instituție media, acea instituție nu va mai avea bani. Există presiuni ale instituțiilor publice locale asupra mediului privat. Firmele care au relații cu Primăria pot să oprească sau să ofere un contract cu o televiziune. Presiunea politică vine și pe linia CNA care e politic și datorită intereselor de acolo pot să te amendeze, să-ți facă șicane și nu-ți mai poți vinde produsul media. Am simțit presiune din partea CNA.” (Stelu Iordache, director Tele Europa Nova)

”Televiziunea e un business și trebuie să se bazeze pe mediul economic, însă atunci când mediul economic depinde de cel politic și invers, este imposibil ca televiziunile să fie 100% independente. Ele încearcă să-și păstreze independența și au o relație echilibrată cu mediul politic local.” (Oana Gaita, consilier județean PDL)

”Trebuie schimbată legislația în ceea ce se numește ownership. Este nevoie de o legislație economică capabilă să încurajeze investițiile în publicitate. Relația dintre televiziunile locale și mediul politic local este mai puțin strânsă decât în mediul on-line sau în presa tipărită. Televiziunile locale sunt mai degrabă factori de PR pentru politicieni atunci când sunt la putere. Comanditarul este proprietarul. Tele Europa Nova este mai degrabă apropiată de anumiți oameni politici din oraș în funcție de interesele directorului Stelu Iordache, iar TVT 89 de PDL.” (Marcel Tolcea, profesor universitar, șef catedră la Secția Jurnalistică)

”În Timișoara sunt foarte puțini jurnaliști supuși presiunilor politice, pentru că nu se scrie foarte mult încât să-i supere pe politicieni.” (Nadia Iucu, jurnalist Tele Europa Nova)

”Presiunea politică în media este aproape inexistentă, foarte mulți jurnaliști sunt foarte comozi, nu mai este presă de calitate și nu mai e nevoie de presiune politică. Presiunea politică înseamnă să faci presiuni într-o anumită redacție unde nu se scrie bine de tine.” (Petronela Axinte, producător TVT 89)

”Presiunea politică și economică există în anumite momente, în anumite perioade. Când ești un post tv care respectă anumite principii, nici nu te poți lovi de presiuni. Noi în TVT 89 nu am angajat jurnaliști cu experiență. Jurnaliștii tineri nu sunt înfiripați în zona politică, economică, nu au acele relații în care li se pot oferi anumite lucruri. Mediului economic, pe plan local, îi lipsește politica de marketing. Acesta ar trebui să înțeleagă rolul presei în societate, că promovarea produselor și serviciilor se face prin intermediul presei. În ceea ce privește mediul politic, trebuie schimbată mentalitatea politicianului român care ar trebui să învețe să respecte jurnaliștii și nu să-i perceapă ca pe niște polițiști. Presa poate face mult bine dacă politicianul știe să lucreze cu ea.” (Gelu Gheorghe Chetraruc, producător general TVT 89)

SC MCT Impex SRL, deținătoarea licenței pentru TVT 89 a fost sancționată de CNA în 22 mai 2012 pentru nerespectarea normelor privind desfășurarea campaniei electorale pentru alegerile locale din 10 iunie 2012. Membrii CNA au ajuns la concluzia că la TVT 89 a existat un „dezechibru vădit în privința participărilor în emisiunile electorale. De exemplu, competitorul din partea USL a avut 12 apariții, cel de la PDL 5 apariții”. Sancțiunea a fost revocată pe 29 mai după ce reprezentanții postului de televiziune au formulat o contestație împotriva deciziei de sancționare²⁵⁴.

”Tele Europa Nova este televiziunea tuturor politicianilor. De ani de zile este tribuna oricui dorește să-și plătească o știre. Concret vorbind, ofensiva locală USL s-a realizat pe influență financiară. Au contribuit și patroni cercetați de autorități care au cadourit câte o mașină, un echipament. TVT 89 este a celor care sunt la putere în momentul respectiv. Patronul are afaceri în foarte multe domenii și este un mare finanțator Tele Europa Nova tocmai din dorința de a apărea pe cât mai multe canale locale. La TVT 89 nu există un control politic, ci o situație financiară delicată. A fost construită pe bani de împrumut și acum sunt nevoiți să-și concedieze angajații din lipsa unei strategii de marketing. Analog TV era echidistantă, dar avea o orientare către PSD, cu personaje de acolo. Politicienii care controlează televiziunile din Timiș sunt Ilie Sârbu (PSD), Constantin Ostaficiuc, Ovidiu Ciuhandu (PDL) și Titu Bojin (PSD) în mai mică măsură.” (jurnalist, freelancer)

Măsurile care ar trebui luate pentru a-i proteja pe jurnaliști în fața presiunilor economice și politice, în opinia respondenților, sunt apartenența la un sindicat, o susținere financiară din partea publicației și a organizațiilor care finanțează materiale de presă. Cei intervievați au fost de părere că un confort financiar l-ar ajuta pe jurnalist să reziste tentațiilor.

”În Timișoara, edițiile locale [ale ziarelor centrale -n.r.] au eșuat, mediul online și-a pierdut din valoare. Nu se mai poate face nimic pentru o presă locală independentă.” (jurnalist, freelancer)

”Pentru ca jurnaliștii să facă față presiunilor politice și economice este nevoie de asigurarea unui apărător din oficiu din partea sindicatului sau din partea instituției mass-media din care face parte.” (Gheorghe Ilaș, jurnalist)

”Presă locală e oarecum independentă pentru că nu e miza atât de mare pe plan local. Apar momentele din campaniile electorale când o redacție susține un candidat sau altul. Televiziunea nu ține cont de interesul vreunei formațiuni politice, pentru că televiziunea este apolitică.” (Petronela Axinte, producător TVT 89)

”Evenimentul politic este pe ultimul loc în buletinele noastre de știri, jurnaliștii fiind trimiși rar la conferințele de presă ale partidelor. Lumea nu este interesată, ne-a arătat studiul de audiență, de ce se întâmplă în mediul politic local. Mergem la conferințe de presă din zona administrativă, sănătate, sport.” (Gelu Gheorghe Chetraruc, producător general TVT 89)

²⁵⁴ <http://www.cna.ro/Decizia-nr-316-din-29-05-2012.html>

”Tele Europa Nova este singura care nu este o televiziune de partid. La alte televiziuni se știe cine finanțează, se vede cum se dau știrile. Unde au fost zece jurnaliști, pot fi zece materiale diferite.” (Nadia Iucu, jurnalist Tele Europa Nova)

„Dacă un reporter are o informație pe care vrea să o dea pe post despre un candidat care are campania foarte bine plătită la postul tv, trebuie să întrebe conducerea postului, pentru că poate provoca un conflict. Mi s-a sugerat să chem în emisiune pe X, pentru că avea șanse să devină director la Y. Subvenționarea de la buget ar duce la independență și ar fi greu ca personajele politice să-și facă jocurile prin reclamă sau prin dotarea televiziunilor.” (Gheorghe Ilaș, jurnalist)

3. Relația în redacție

Jurnaliștii, producătorii și managerii din cele două televiziuni: TeleEuropa Nova și TVT 89 au descris relațiile dintre jurnaliști ca fiind amicale, competitive, de solidaritate, iar cele dintre management și jurnaliști „normale, bazate pe o relație corectă”. Ca soluții de îmbunătățire a acestor relații au fost enumerate de către cei intervievați: o deschidere mai mare și din partea managementului și din partea jurnaliștilor, o remunerație consistentă a jurnaliștilor și un număr mai mare de jurnaliști angajați pentru degrevarea sarcinilor editoriale ce revin actualilor angajați.

”E foarte important ca un colectiv să fie bine încheșat, ca oamenii să vină cu plăcere la lucru chiar dacă există probleme financiare. Dacă mergi la lucru doar ca să faci cele 8 ore ca la fabrica de șuruburi și să treacă timpul și apoi să mergi acasă fără să discuți cu colegii, se creează o atmosferă tensionată.” (Petronela Axinte, producător TVT 89)

”La Tele Europa Nova relația jurnalist - manager este identică cu cea dintre un junior și patronul unei baze sportive. Tele Europa Nova a fost un soi de pepinieră de jurnaliști, salariile sunt foarte mici. Nu e un loc de unde ți-ai dori să ieși la pensie, pentru că nu poți să pui bani de-o parte pentru un coșciug mai acătării. Aici sunt foarte mulți începători, studenți, absolvenți și oamenii devin solidari la greu. Între jurnaliști e un fel de solidaritate a începătorului.” (Gheorghe Ilaș, jurnalist)

Relația televiziunilor cu instituțiile media centrale este, conform celor intervievați, fie bună, fie inexistentă, iar cea dintre instituțiile media locale este „una bună la vedere sau rece”.

”La vedere, relația dintre instituțiile media locale pare una foarte bună, dar în realitate cred că jurnaliștii joacă un teatru ieftin. Viața îi pune în situația de a lucra în aceeași redacție. Nu sunt relații ok. Nu există o solidaritate în presa locală.” (Gelu Gheorghe Chetăruc, producător general TVT 89)

”Jurnaliștii sunt împărțiți în tabere în funcție de interesele politico-financiare ale finanțatorilor direcți sau indirecti ai televiziunilor și publicațiilor. Există anumite prietenii personale cu oameni de afaceri și politicieni și mulți jurnaliști au propriile firme de publicitate. Managementul stă de vorbă cu jurnalistul doar când jurnalistul greșește. Dacă nu se dau salariile, managerul nici nu apare în redacție.” (jurnalist, freelancer)

Jurnaliștii, managerii și producătorii intervievați au oferit răspunsuri diferite legat de ceea ce este sau nu acceptabil pentru o instituție media. Cu excepția lui Stelu Lordache, director Tele Europa Nova, toți cei intervievați au fost de acord că este de neacceptat publicarea sau difuzarea unui material comandat. Acceptarea reclamei în schimbul nedifuzării unui material de presă este, de asemenea, de neacceptat, la fel ca și achitarea consumației în timpul documentării. Cu toate acestea, **toți intervievații au fost de acord că atât difuzarea unui material comandat, cât și acceptarea reclamei în schimbul renunțării la difuzarea unui material, dar și achitarea consumației se practică în Timișoara.**

”Presa este în general asociată cu fripturiștii, deși nu e un capăt de țară să bei o apă, dar din cauza imaginii proaste a jurnaliștilor am decis încă de la înființarea televiziunii ca jurnaliștii să nu participe la astfel de cocktailuri.” (Gelu Gheorghe Chetăruc, producător general TVT 89)

”Nu poți refuza o cafea, un suc, dar e recomandabil să plătești. Am întâlnit cazuri de jurnaliști care s-au dus la inaugurarea unei fabrici și s-au trezit la redacție cu obiecte în plăsuță și le-au returnat. Acceptarea reclamei în schimbul renunțării la articole este un shopping sub acoperire. Dacă jurnalistul

acceptă materiale comandate, își pierde credibilitatea. Mai devreme sau mai târziu publicul își dă seama de acest tip de materiale.” (Gheorghe Ilaș, jurnalist)

”Dacă vorbim despre o seară cu băuturi, dar în urma întâlnirii obține informații pe care altfel nu le-ar putea obține, e ok. Dacă e vorba de chiolhan, nu e acceptabil.” (jurnalist, freelancer)

Subiectele tabu în presa din Timiș, conform respondenților, sunt legate de liderii politici locali din toate taberele, cancanurile, viața mondenă, „clanurile de romi implicate în afaceri imobiliare”. Unii dintre jurnaliștii intervievați au declarat că țin cont de interesul public, de interesul clienților de publicitate, de formațiunea politică pe care televiziunea o sprijină, dar nu și de cel al autorităților locale.

4. Relația cu autoritățile locale

Relația cu autoritățile locale este, din punctul de vedere al celor intervievați, una bună, mai ales pentru că acestea sunt posibili clienți de publicitate. Alți jurnaliști consideră că un jurnalism neaservit nu poate avea o relație bună cu autoritățile. Directorul Tele Europa Nova și producătorul general TVT 89 au declarat că televiziunile pe care le conduc nu au contracte de publicitate cu autoritățile publice locale. Unii jurnaliști au precizat că administrația publică locală este total netransparentă de mai bine de zece ani în Timișoara (atât Primăria, cât și Consiliul Județean). Primarul Nicolae Robu și consilierul acestuia pe probleme de presă nu au putut fi contactați pentru interviu.

”Înseamnă că instituția media nu-și face treaba. Rolul presei în societate este să fie un observator la ceea ce nu se întâmplă bine în societate.” (Gelu Gheorghe Chetraruc, producător general TVT 89).

”Instituțiile publice sunt politizate. Primarul Roibu este într-un război total cu presa, e o chestiune care se aplică tuturor televiziunilor locale.” (Oana Gaita, consilier județean PDL)

”Nu există purtător de cuvânt la primărie, în afară de primar nu are nimeni voie să vorbească cu presa. La drumuri și poduri, la cadastru. Dacă am trecut de portari și secretare, e mai ușor cu directorii. Mulți colegi au renunțat la subiecte pentru că nu au reușit să obțină informații pentru că nu i-au lăsat portarii să intre. Au fost televiziuni locale care au primit sute sau zeci de mii de euro de la societățile primăriei sau de la cele unde Consiliul Local e acționar, de la diferite direcții de acolo pentru spectacole. Exemplu? Analog TV.” (Nadia Iucu, jurnalist Tele Europa Nova)

5. Soluții pentru jurnalismul de calitate

Calitatea jurnalismului este definită de către cei intervievați ca fiind legată de cunoașterea limbii române, de obiectivitate, de corectitudine. Soluțiile pentru îmbunătățirea calității jurnalismului (evaluată de respondenți la o medie de 6.50 în Timișoara) sunt strâns legate de: nevoia de o pregătire universitară mai bună a jurnalistului și de perfecționarea ulterioară a acestuia, de investițiile în publicitatea mass-media a societăților comerciale și de o salarizare mai bună. Perfecționarea constă, conform celor intervievați, în cursuri de dicție, de management, de jurnalism, de filmare, de editare, sau în cele legate de deontologie, justiție, economie.

”Jurnalistul de calitate este cel care riscă să fie neplăcut multora, care are curaj, simț civic și fler.” (Marcel Tolcea, profesor universitar, șef de catedră la Secția Jurnalistică)

”Este cel care are o pană foarte aspră, foarte bine documentată, scrie foarte pe înțeles și este citit.” (Stelu Iordache, director Tele Europa Nova)

”Este cel care își face meseria nu pentru că așteaptă ziua de salariu, ci pentru că e conștient de valoarea mărții pe care o produce, o poate vinde undeva și transmite un mesaj, dă un semnal de alarmă. Jurnalistul de calitate se formează în timp, procesul de triere fiind ca selecția naturală. Cei care rămân, dacă se culcă pe laurii gloriei, sunt în mare pericol.” (jurnalist, freelancer).

„Nu poți să angajezi oameni deștepți, inteligenți, fideli pe bani puțini.” (Gelu Gheorghe Chetraruc, producător general TVT 89)

”O soluție ar fi salariul mai mare, deși nu banii fac un jurnalism profesionist. Asta ține de modul în care fiecare își gândește meseria.” (Gheorghe Ilaș, jurnalist)

Calitatea jurnalismului este legată și de aderarea la un **sindicat** al jurnaliștilor, au declarat unii dintre cei intervievați. Cu toate acestea, sindicalizarea, ca formă de apărare a jurnalistului, nu este văzută ca o soluție pentru că sindicatele sunt politizate, jurnaliștii nedorind să ajungă să susțină un punct de vedere politic, conform celor intervievați. Un sindicat este văzut de respondenți ca un organism care ar trebui să apere drepturile fiecărui membru al său, să semneze un contract colectiv la nivel de breaslă, să coaguleze breasla care este dezbinată, să conceapă un cod deontologic recunoscut și aprobat de toată lumea.

”Mulți jurnaliști nu au carte de muncă, acceptă salarii sub medie. Sindicalizarea ar fi singura posibilitate ca să existe o contrapondere la patronat.” (Marcel Tolcea, profesor universitar, șef de catedră la Secția Jurnalistică)

”Un sindicat e mult spus. Un club de presă local ar fi binevenit, o organizație care să apere interesele jurnaliștilor în relația cu instituțiile publice chiar și cu CNA.” (Petronela Axinte, producător TVT 89)

„Am fi vrut să facem parte din CRP, dar, din păcate, mai există doar în acte.” (Gelu Gheorghe Chetraruc, producător general TVT 89)

”În România nu există un sindicat serios. Ideal ar fi să fie mai multe. Nu simt nevoia unui sindicat care să devină un instrument politic și de manipulare așa cum se întâmplă cu alte sindicate din alte domenii.” (jurnalist, freelancer)

”Sindicatele? Le văd politizate și nu am vrut să mă trezesc că trebuie să susțin un punct de vedere politic. Sindicatele trebuie să aibă obiective ca cele interbelice. Interesul jurnaliștilor, nu cel al patronatului sau al politicului.” (Stelu Iordache, director Tele Europa Nova)

”Nu am avut nevoie de sindicat. Am lucrat tot timpul la privat și e altfel, nu-i ca la stat. Nu simt nevoia unui sindicat. Am fost de părere că mă descurc singură.” (Nadia Iucu, jurnalist Tele Europa Nova)

Sisteme de protecție a jurnaliștilor sunt puține, sau chiar inexistente. Sărăcia, partidele politice, autoritățile locale, instituțiile publice care limitează accesul presei la informații, reticenta conducătorilor acestora care refuză dialogul cu jurnaliștii, partidele politice și „clanurile de romi implicare în afaceri imobiliare” au fost indicate drept **dușmani ai libertății de exprimare**. Cazuri recente de agresiune împotriva jurnaliștilor nu există în Timișoara, potrivit intervievaților. Jurnalista Nadia Iucu de la Tele Europa Nova a indicat un caz de agresiune recent din partea unui funcționar din cadrul compartimentului de audit al primăriei Timișoara care a împins jurnaliștii. În urma reclamației adresată primarului, care a promis înființarea unei comisii de disciplină, funcționarul a primit numai muștrare scrisă. Un alt caz de agresiune a avut loc în toamna lui 2011, când mai multe persoane au spart o cameră a celor de la TVT 89.

”Este ceva obișnuit în Timișoara. Romii fac legea. Ne-au spart o cameră, am făcut plângere la poliție se fac verificări și în ziua de azi. Nimeni nu a plătit niciun prejudiciu.” (Petronela Axinte, producător TVT 89)

”În fiecare an clanurile țigănești intră în posesia a cel puțin 2-3 palate. Au peste 200 de case în Timișoara, majoritatea clădiri istorice și de câte ori intră în posesia unui palat se ceartă între ei. Ne-au spart o cameră, există dosar de cercetare penală la parchetul Timișoara. Țiganii sunt plecați în Germania, procurorul a plecat la București, dosarul a fost preluat de un alt procuror. Nu știu ce s-a mai întâmplat.” (Gelu Gheorghe Chetraruc, producător general TVT 89)

”Societatea Timișoara a fost un apărător al presei, dar în ultima perioadă s-a implicat într-o anumită zonă politică și nu a făcut bine presei și libertății de exprimare. Ar trebui să revină la acele idealuri.” (Titu Bojin, președinte CJ Timiș)

”A mai fost și Asociația Presei Timișorene care s-a desființat. A devenit o organizație fantomă după ce la conducerea ei au venit jurnaliști controlați politic, de exemplu Radu Țoancă²⁵⁵.” (Gheorghe Ilaș, jurnalist)

”Sunt unii jurnaliști care au provocat o minimă agresiune pentru a-și crește notorietatea și audiența.” (jurnalist, freelancer)

”Dușmanul libertății de exprimare este o anumită mafie locală care s-a scuns în cotloanele politicului. Există o presiune, un șantaj, o corupție din partea acestor forțe. Dușmani pot fi unii patroni de media, iar apărători sunt, paradoxal, chiar unii politicieni care sunt corecți și iau poziție atunci când există o presiune sau o încercare de eliminare a jurnalistului respectiv.” (Stelu lordache, director Tele Europa Nova)

”Apărătorii libertății de exprimare sunt niște indivizi cu diverse interese care doresc să se publice anumite materiale în favoarea lor și în defavoarea dușmanilor. Un jurnalist inteligent se poate folosi de aceste informații, dar aici intervine discernământul și experiența lui de a folosi ca sursă acești oameni.” (jurnalist, freelancer)

”Dușmani ai libertății de exprimare sunt sărăcia, partidele politice din tot spectrul politic și absența unor voci conștiente, morale, venite din interiorul presei cu privire la derapajele mediatice. În afară de legislație, nu există apărători, presa nefiind apărută de nimeni în mod real.” (Marcel Tolcea, profesor universitar, șef de catedră la Secția Jurnalistică)

Cu o singură excepție, respondenții au fost de acord că este nevoie de o lege a presei cu toate că există reglementările CNA și câte un cod deontologic în fiecare redacție. La TVT 89 acesta este pe site²⁵⁶, este conceput în redacție, o parte dintre articolele acestui cod fiind incluse și în Regulamentul de Ordine Interioară. La Tele Europa Nova există un cod al jurnalistului afișat în redacție, codul fiind preluat de la Asociația Ziariștilor din România.

”Legea audiovizualului este foarte importantă, pentru că nerespectarea ei aduce amenzi mari, achitarea acestora fiind o problemă financiară pentru un post mic.” (Gheorghe Ilaș, jurnalist)

”Legea presei e ceva normal, dar va trebui realizată și de politicieni și de jurnaliști, iar autoreglementarea se va face încet, încet, vrând-nevrând.” (Titu Bojin, președinte CJ Timiș, PSD)

”Codul CNA e un cod cu reglementări de bun simț pe care orice jurnalist trebuie să le cunoască. E nevoie de o lege a presei, dar să existe libertate editorială, dreptul la imagine, protecția minorilor. În ziare se minte. Măcar în audiovizual există reglementări de bun simț. E mai greu să te autoreglementezi, ar fi ideal.” (Daniela Popovici, inspector CNA)

”O lege a presei ar fi binevenită și ar trebui să stabilească foarte clar limitele în care o televiziune, un trust de presă își desfășoară activitatea. Ar trebui să stabilească limitele deontologice, de etică profesională. Legea presei ar trebui să se bazeze pe specialiști în domeniu, este nevoie de implicarea jurnaliștilor în conceperea acestei legi.” (Oana Gaita, consilier județean, PDL)

”Legea presei este absolut necesară și ar trebui făcută de către jurnaliști cu juriști foarte deschiși la minte și cu orizonturi largi. Eu aș apela la experiența scandinavilor, Canada și SUA. Autoreglementarea nu există, Anglia e cel mai bun exemplu.” (jurnalist, freelancer)

”O lege a presei ar trebui gândită de oameni din acest domeniu, pentru că dacă o face un politician vor apărea puncte care să avantajeze partidul politic. Autoreglementarea nu e foarte bună, se ajunge să facă fiecare ce-l taie capul.” (Petronela Axinte, producător TVT 89)

²⁵⁵ Radu Țoancă a fost ales în 2012 consilier local în Timișoara din partea USL (PSD). Este la al treilea mandat. <http://www.primariatm.ro/index.php?meniul=13&viewCat=3369>

²⁵⁶ http://tvt89.bridgeman.ro/doc/Codul_MCT.pdf

”Pe principiul <<să moară și capra vecinului>>, aș dori să existe. E nevoie de egalitate între toți jurnaliștii. Nu poți să ai în audiovizual un cod și în presa scrisă nicio lege. Nu cred în autoreglementare, cred într-o lege care trebuie respectată de către toată lumea.” (Stelu Iordache, director Tele Europa Nova)

”Ar trebui să existe o lege a presei, pentru că în prezent presa se face de foarte multe ori haotic. Din cauză că nu există o lege a presei, în audiovizual se aplică foarte multe amenzi. Nici Legea audiovizualului nu este bine făcută. Este interpretabilă, ambiguă.” (Gelu Gheorghe Chetăruc, producător general TVT 89)

”Legea presei este o idee proastă. Tot ceea ce nu este prevăzut ca fiind interzis este permis, iar pentru ceea ce este interzis există legislația obișnuită. Autoreglementarea este cel mai important lucru, pentru că în momentul de față Clubul Român de Presă este o organizație a patronatului. Autoreglementarea poate să determine și reacții la încălcările deontologice care sunt extrem de numeroase.” (Marcel Tolcea, profesor universitar, șef de catedră la Secția Jurnalistică)

Televiziunile din Vâlcea - „cuminți” și dependente de finanțatori (politici)

1. Context

La data documentării pe teren²⁵⁷, principalele televiziuni locale vâlcene erau: TV Vâlcea 1, Televiziunea VTV și TV Etalon. De asemenea, în județul Vâlcea mai funcționau și câteva televiziuni locale prin cablu care difuzau în special anunțuri și materiale în regim videotext (ex.: Teleloviștea, televiziune difuzată numai prin societatea de cablu din comuna Boișoara).

TV Vâlcea 1 aparține societății SC Regal SRL (CUI: 1472958), deținută de Băjău Marin - asociat principal - 99.9411764706% și de Băjău Elena - 0.0588235294%, și este un post de televiziune locală terestră care emite în zona orașului Râmnicu Vâlcea și localitățile limitrofe. Postul este retransmis în rețelele CATV din județul Vâlcea (cu o acoperire estimată de 90% din aria geografică a județului), potrivit CNA. În urmă cu 19 ani, TV Vâlcea 1 a fost fondată de actualul primar al municipiului Râmnicu Vâlcea, Emilian Frâncu (PNL), care, potrivit intervievaților, s-a retras la nivel formal din acționariat.

Managerul televiziunii, Aurora Constantinov, a declarat că postul funcționa cu aproximativ 30 de angajați. Finanțarea TV Vâlcea 1 provenea din publicitate, în urma unor colaborări cu mai multe agenții de publicitate din țară, iar televiziunea nu beneficia de contracte de publicitate din bani publici, potrivit managementului. Totodată, bugetul operațional al televiziunii pe anul 2011 a fost de aproximativ 500-600.000 de lei și a existat profit, conform Aurei Constantinov.

”Fiind o televiziune locală particulară fără subvenții, trăim strict din publicitate. (...) De patru ani de zile, contractele [de publicitate pe plan local] sunt făcute cu prietenii mei care au firme și care nu au cedat la interesele politicului.” (Aurora Constantinov, manager TV Vâlcea 1)

Conform datelor de bilanț disponibile la Ministerul Finanțelor, în 2012 cifra de afaceri a societății care deținea licența TV Vâlcea 1 a fost de 675.574 de lei, cu un profit net de 23.960 de lei și un număr de 27 de angajați.

Televiziunea VTV Râmnicu Vâlcea, deținută de SC Media Trust SRL Băile Olănești, este un serviciu de programe de televiziune regional de tip generalist, difuzat prin satelit, în care predomină emisiunile informative (știri și dezbateri), iar postul este retransmis în rețeaua DTH DIGI și în rețelele CATV din județul Vâlcea și din județele limitrofe, potrivit CNA. La data documentării pe teren, patronul televiziunii era Ion Tudor, fost membru PDL până în iunie 2012²⁵⁸. Patronatul televiziunii desfășura afaceri în domeniul turistic-hotelier și deținea, printre altele, acțiuni la Stațiunea Olănești și la Hotelul Riviera, potrivit intervievaților. Patronul televiziunii este principalul finanțator al acesteia, potrivit reprezentanților VTV. Angajații VTV au declarat că nu beneficiau de mecanisme de aflare a audienței, la data documentării pe teren.

Deținătoarea licenței audiovizuale a VTV este societatea comecială Vezi Televiziune SRL. Asociații Vezi Televiziune SRL (CUI: 29525122) sunt: Băiașu Octavian Petre - 50% și Tudor Constantin - 50%. Totodată, datele disponibile pe site-ul Ministerului Finanțelor indică pentru 2012 o cifră de afaceri de 243.403 de lei, un profit net de 20.507 de lei și un număr de 27 de angajați.

TV Etalon Râmnicu Vâlcea, operată de societatea comercială SC Etalon SRL (CUI: 1469790), se axa la data documentării pe producții de divertisment și era deținută în proporție majoritară²⁵⁹, din anul 2010, de politicianul Valentin Adrian Iliescu, fost membru PUNR, PSD și PDL²⁶⁰, redevenit membru PSD în 2012, fost ministru pentru Relația cu Parlamentul în guvernele Boc și Ungureanu. În aprilie 2013, Valentin Iliescu a fost numit de guvernul Ponta comisar general adjunct, cu rang de secretar de stat, la

²⁵⁷ Decembrie 2012.

²⁵⁸ ”Ion Tudor a demisionat din PDL Vâlcea”, Daniela Botez, Săptămâna.net, 14 iunie 2012.

²⁵⁹ Ulterior, Mădălina Iliescu, fiica lui Valentin Iliescu, a devenit acționar în proporție de 59,99%, potrivit Ziarului Gândul.

²⁶⁰ <http://hartapoliticii.ro/?name=adrian+iliescu+valentin>

Garda Națională de Mediu²⁶¹. Potrivit declarației de interese a lui Valentin Adrian Iliescu²⁶², televiziunea Etalon a beneficiat, în 2012, de o pondere mare a finanțării din bani publici atribuite de mai multe primării și societăți de stat din județul Vâlcea.

Televiziunea Etalon a fost „un brand”/ „un post de referință” în materie de producție de filme documentare, potrivit intervievaților. De când a fost preluată de Valentin Iliescu, televiziunea a intrat într-un con de umbră din perspectiva respondenților, întrucât nu a beneficiat de investiții.

Potrivit managementului televiziunii, cei mai mari finanțatori ai postului erau CET și Consiliul Județean, iar bugetul televiziunii a fost de aproximativ 500.000 de lei în 2011 și nu a existat profit. Totodată, televiziunea a solicitat un studiu de audiență realizat de compania Goldbach Media, în virtutea unui contract de colaborare.

În iunie 2013, CNA a acordat licență audiovizuală televiziunii Estrada TV, deținută de Valentin Adrian Iliescu (50%) și de Mădălina Iliescu (50%). Postul va emite în metropolitană București și județele Ilfov, Prahova, Dâmbovița, Teleorman, Argeș, Giurgiu, Călărași și Ialomița²⁶³.

TV Etalon Râmnicu Vâlcea este în prezent deținută de societatea comercială Etalon SRL (CUI: 1469790), ai cărei asociați sunt: Iliescu Mădălina - asociat principal - 59.9846977812% și Margu Ion - 40.0153022188%²⁶⁴. Datele disponibile pe site-ul Ministerului Finanțelor indică pentru anul 2012 o cifră de afaceri de 334.914 lei (fără profit), o pierdere netă de 16.085 de lei și un număr de 8 angajați.

„Etalon a fost un post liber. Primul patron, care l-a fondat, a fost un tip de cultură [Ion Murgu, regizor²⁶⁵ - n.r.] care nu era angajat politic, a avut probleme financiare majore, a vândut pachetul majoritar ministrului Iliescu. Iliescu l-a cumpărat fiindcă a dorit să ajungă parlamentar.” (Jurnalist Etalon TV)

Televiziunea TV-C Teleloviștea, deținută de compania de retransmisie prin cablu SC TELELOVIȘTEA SRL, aparține actualului primar din comuna Boișoara, Gheorghe Nicolae (PC)²⁶⁶. Grila aprobată de CNA pentru acest post este de program videotext non-stop, dar televiziunea a primit mai multe sancțiuni de la CNA pentru nerespectarea grilei și difuzarea unui program local cu imagini în mișcare. Totodată, postul a primit mai multe amenzi de la CNA pentru nerespectarea legislației audiovizuale. La data documentării pe teren, societatea comercială care opera această televiziune era în insolvență.

„Societatea este în insolvență, ca să nu plătească amenzile. Se caută forme juridice să i se retragă licența.” (Reprezentant CNA)

Potrivit datelor disponibile la CNA și la Ministerul Finanțelor în august 2013, societatea comercială care a deținut licența postului este în insolvență, iar licența a fost retrasă.

Din documentare a reieșit că televiziunile locale vâlcene „abia răzbat” din cauza dificultăților financiare care derivă din lipsa investițiilor în publicitate. Cei mai mulți jurnaliști vâlceni au declarat că este acceptabil să publice **advertoriale, marcate ca atare**. De asemenea, **salariile jurnaliștilor vâlceni se situează în intervalul 1000-2000 de lei**, conform respondenților. În aceste condiții de precaritate financiară (și, deseori, morală - determinată de compromisiunile făcute de angajații media pe fondul presiunilor politice și economice), peisajul media vâlcean riscă să rămână fără profesioniști și atrage tot mai mulți „mercenari”, conform respondenților.

„Financiar vorbind, este foarte greu pentru televiziunile locale să reziste.” (Jurnalistă TV Vâlcea 1)

„Sistemul e încurcat, pe o piață de publicitate foarte proastă. O televiziune locală, chiar dacă ar crește calitativ foarte mult, tot nu poate rezista. Nu se urmărește calitatea, ci satisfacerea unor dorințe economice sau politice.” (Jurnalist Etalon TV)

²⁶¹ „Valentin Iliescu, pus de Ponta în fruntea Gărzii Naționale de Mediu”, ArenaVâlceană.ro, 30 aprilie 2013.

²⁶² Declarație de interese - Valentin Adrian Iliescu, publicată de Departamentul pentru Relația cu Parlamentul <http://www.drp.gov.ro/download.php?47767197c0a4cb2d4d703136b0be7235>

²⁶³ „Televiziunea fostului deputat Valentin Iliescu a primit licență de la CNA”, Diana Pârvulescu, Gândul.info, 27 iunie 2013.

²⁶⁴ Sursa: site-ul Ministerului Finanțelor (august 2013) și datele de acționariat disponibile în octombrie 2013 pe site-ul Consiliului Național al Audiovizualului (<http://www.cna.ro/Situa-ii-privind-licen-ele,6170.html>)

²⁶⁵ „Televiziunile locale sunt controlate de PSD”, Markmedia.ro apud Capital, 17 martie 2004.

²⁶⁶ „Pe ei i-au votat vâlcenii în 10 iunie 2012”, ZiaruldeVâlcea.ro, 14 iunie 2012.

"Sunt cazuri în care jurnaliștii nu sunt apreciați, sunt tratați cu dispreț și poate că ar trebui mai mult respectați. Pe măsură ce prinzi experiență, oamenii te apreciază. Presa vâlceană e în decădere, nu mai sunt profesioniști mulți. Numai cei cărora le place meseria respectă normele profesionale. Cei care vor doar să facă bani nu mai respectă nimic." (Realizator emisiuni Etalon TV)

"Problema e lipsa de documentare, tendința de a nu te documenta dincolo de comunicatele de presă și de informația brută pe care ți-o oferă cineva, comoditatea." (Realizatoare emisiuni TV Vâlcea 1)

"La televiziunile din Vâlcea sunt salarii mici, oameni slab pregătiți, angajați pe drepturi de autor, contract de emisiune. Unii au și pe cartea de muncă salariul minim pe economie. (...) Nu cred că [televiziunile vâlcene - n.r.] dau o imagine cu acuratețe a ceea ce se întâmplă [în viața politică locală - n.r.]. Nu au mijloacele și capacitatea și ascuțimea de jurnaliști și poate că nici nu își propun lucrul ăsta." (Reprezentant CNA)

"Râmnicu Vâlcea nu e un oraș universitar, ai o bază mică de selecție, piața calitativă e destul de redusă, trebuie să-i cauți pe cei mai buni din cei mai slabi. Calitatea este problema. Dacă un crainic pe care îl ai de 2-3 ani pleacă la o televiziune națională - ești mort." (Consilier media VTV)

"La televiziunile locale este mai greu. Nu prea se pune bază pe calitatea emisiunilor, pentru că nu toți au făcut școala de jurnaliști și au experiență. (...) Jurnaliștii din Vâlcea nu sunt atât de bine puși la punct cu reglementările. Nu sunt oameni pregătiți, sunt oameni care doresc să devină jurnaliști și se școlesc la locul de muncă." (Manager Etalon TV)

Intervievații au declarat că **formațiunea politică ce domină administrația locală vâlceană este alianța USL**. Potrivit celor intervievați, **mediul de afaceri local este în strânsă legătură cu cel politic**, atât pentru că unii oameni de afaceri locali au carnet de membri de partid sau sprijină anumiți politicieni locali, cât și pentru că unii politicieni locali și-au dezvoltat, în timp, diverse afaceri.

"La aproape toate companiile mari din Râmnicu Vâlcea, șefii sunt afiliați politic. (...) Partidele politice se ocupă de toate afacerile de pe aici din zonă." (Jurnalistă TV Vâlcea 1)

"Evident că [mediul politic și economic - n.r.] sunt în strânsă legătură. Cel puțin doi sau trei candidați care au reușit în afaceri acum vor să fie Parlament." (Reprezentant CNA despre județul Vâlcea)

"Oamenii de afaceri fac politică. Legătura nu este neapărat directă, dar subteran există fire ascunse, directe sau indirecte. Depinde și măsura în care există și în ce măsură aceste legături au influențe pozitive sau negative. Aș prefera un om de afaceri care intră în politică și are suficiente resurse pentru a nu fi tentat să se compromită." (Gheorghe Ioniță, viceprimar Râmnicu Vâlcea, PNL)

2. Percepția asupra jurnalismului. Influențe economice și politice

Respondenții vâlceni au declarat că **presiunea politică din media locale este „foarte mare” și posturile locale sunt aservite patronilor și finanțatorilor lor (politici)**, în condițiile în care contractele de publicitate (din bani publici/ de la companiile apropiate de mediul politic) se acordă preferențial și condiționează agendele editoriale, iar dificultățile financiare sunt acute.

"Este presiune și în campania electorală și în afara campaniei. Contractele de publicitate se încheie pe criterii politice. Tot ce înseamnă deconcentrate - încheie contracte în funcție de cine este la putere. (...) Da, toate contractele de publicitate se încheie dacă directorii sunt sunați de oamenii politici." (Reprezentant din managementul Etalon TV)

"Presă e dependentă de mediul politic și economic. Fiecare dintre televiziunile locale are ceva politic în spate." (Reprezentant CNA despre județul Vâlcea)

"De 5-6-7 ani, foarte mulți oameni politici au înțeles ce bine e să ai presă, manipularea e extrem de mare." (Realizatoare emisiuni TV Vâlcea 1)

"Nu mai există finanțatori și televiziunile nu mai au posibilitatea să-și plătească angajații. Fără intervenția politicii, nu se pot finanța anumite ziare și televiziuni. (...)" (Redactor știri Etalon TV)

"Într-un județ mic, sărac, bătaia e foarte mare pe publicitate. Dacă nu ai în spate un trust sau un om de afaceri puternic, nu rezisti." (Consilier media VTV)

"Dușmanii libertății de exprimare sunt partidele politice, în special cele mari: PDL, PNL, PSD. (...) Ca presa să fie independentă la noi în țară, mi se pare o utopie, mai ales fiindcă politicul este implicat în toate domeniile." (Jurnalistă TV Vâlcea 1)

"Dușmanii libertății de exprimare sunt chiar ziaristii în sine, ei își fac treaba după cum bate vântul în politică. Pe de o parte îi înțeleg, e existența lor, din asta trăiesc. În funcție de sponsorizările pe care le au înclină balanța într-o parte sau în alta." (Reprezentant PDL Vâlcea)

"Tot politicienii dirijează, ei sunt cei care au interese în media, tot ei dirijează publicitate și fonduri." (Jurnalist Etalon TV)

"Din punct de vedere al redării informațiilor politice și economice, fiecare televiziune poartă amprenta orietării patronului. (...) Am văzut relatări diferite ale aceluiași eveniment, la televiziuni diferite. Uneori am fost și martor, aceea este hârtia de turnesol. (...) Cred că trebuie să se schimbe presa ca atare, atitudinea jurnalistului și sursele de finanțare ale televiziunii. Independența economică a unei televiziuni determină independența instituției de presă. Când o televiziune sau un ziar primește contract de publicitate de la firma X sau Y, de bună seamă că intervine autocenzura, dacă nu chiar cenzura. Se observă prin omisiuni. Ce justificare poate avea un contract de publicitate a unei firme care nu vinde niciun produs în plan local? (...) Fiecare televiziune promovează oamenii politici, pe unii și-i creează ca atare într-o anumită proporție, contribuie la crearea imaginii politicianului respectiv." (Gheorghe Ioniță, viceprimar Râmnicu Vâlcea, PNL)

Potrivit documentării, unii jurnaliști din televiziunile locale primesc comisioane dacă atrag contracte de publicitate pentru televiziuni, ceea ce, în viziunea unora dintre respondenți, poate crea conflicte de interese și „obligații” din partea unor jurnaliști în relația cu anumiți factori economici.

"Ar trebui ca partea de marketing și publicitate să fie separate și să nu se amestece cu partea editorială și publicistică." (Realizatoare emisiuni TV Vâlcea 1)

Mai mult, intervievații vâlceni care au participat la acest studiu au declarat că mulți angajați media, în special din presa scrisă locală, practică „șantajul de presă” și cer bani în schimbul publicării/modificării/ blocării de la publicare a anumitor articole, fenomen care afectează imaginea întregii bresle. Mai mult, potrivit respondenților, **degradarea percepției asupra presei din Vâlcea este unul dintre motivele pentru care companiile nu investesc în publicitate la televiziunile locale.**

"În Vâlcea așa se procedează. Șantajul este în floare, suntem renumiți. De-aia suntem cei mai săraci din audiovizual. (...) Pentru presa scrisă locală nu am nici cea mai mică considerație - sunt nărașiți, și, dacă stau de vorbă cu dumneavoastră, ar trebui să iasă banii. Nu sunt jurnaliști, și-au pierdut interesul și vocația, vor doar să scoată bani, în general. (...) Șantajul nu s-ar mai practica dacă aia santajați nu ar da bani." (Aurora Constantinov, manager TV Vâlcea 1)

"Se vând pentru bani în presa scrisă. Douăzeci de ziare copy-paste. (...) În presa scrisă, fiecare jurnalist, dacă primește bani de la cineva, face un articol despre cel care cumpără, se văd articolele comandate. Niciun jurnalist pe plan local nu mai are interesul de a face ceva pentru binele public. Acum nu prea se mai caută știrea în presa scrisă. În televiziunile vâlcene sunt jurnaliști care fac știri de dragul meseriei." (Jurnalist Etalon TV)

"Să nu mai fie șantajați în presă, pentru că, din cauza lor, și viața noastră este foarte grea. Ei merg și cer bani pentru articole și ni se mai oferă și nouă bani să facem materialul respectiv să sune bine, în general de la partidele politice." (Coordonator știri TV Vâlcea 1)

"Vrei să trăiești, iei bani. Sunt ziaristi care zic că o vând și pe mama pentru bani, în print." (Reprezentant VTV)

”Personal, am colaborat cu două ziare în această campanie. Cei cu care nu am vrut să colaborez, în afară că au făcut niște articole calomnioase la adresa mea, nu au încercat să mă șantajeze.”
(Reprezentant PDL Vâlcea)

Jurnaliștii de la TV Vâlcea 1 au declarat că au existat anumite teme propuse de management pentru a fi abordate de televiziune, dar că nu s-au blocat de la publicare anumite subiecte, din motive politice sau economice. Managerul postului, Aurora Constantinov, a declarat că acest post era „singura televiziune din Vâlcea fără parti-pris-uri politice”.

Reprezentanții TV Vâlcea 1 au precizat că, deși actualul primar a fondat și deținut televiziunea la început, acesta nu ar avea un statut privilegiat la televiziune, chiar dacă mulți dintre angajații postului au lucrat cândva împreună cu el. De asemenea, jurnaliștii au declarat că relatează echidistant despre toate partidele politice și invită în emisiuni și adversari ai primarului.

Primarul din Râmnicu Vâlcea, Emilian Frâncu, fondatorul TV Vâlcea 1, a fost trimis în judecată pentru luare de mită în luna mai 2013²⁶⁷. Potrivit ziarului Gândul, „Primarul Frâncu nu a primit direct banii, șpaga a fost disimulată într-un contract de sponsorizare pentru postul Vâlcea 1 TV, post de televiziune fondat de edil și la care a deținut și acțiuni. Cei 20.000 euro urmau să fie transmiși postului TV sub formă de sponsorizare pentru festivalul <<Zilele municipiului Râmnicu Vâlcea>>”²⁶⁸. Directoarea postului, Aurora Constantinov, le-a declarat anchetatorilor că primarul i-a transmis telefonic că urma să primească o sumă de bani pentru acesta, potrivit aceleiași surse.

Potrivit managementului TV Vâlcea 1, jurnaliștii din instituție primesc comisioane dacă atrag contracte de publicitate, dar nu au acceptat conducerea să încheie personal contracte de publicitate în numele instituției.

”Părintele spiritual al televiziunii este actualul primar, fost senator, fost deputat [Emilian Frâncu - n.r.]. Regula televiziunii a fost întotdeauna că nu făceam partizanat, indiferent de patron. Cetățeanul este suveran.” (Aurora Constantinov, manager TV Vâlcea 1)

”Patronul inițial a fost actualul primar și încă se face o asociere între televiziune și primar.”
(Jurnalistă TV Vâlcea 1)

”TV Vâlcea 1 nu sprijină nicio formațiune, s-a dovedit și în campanii, toată lumea are acces pe post, au venit oameni care l-au criticat pe cel care a fondat postul. (...) Inclusiv primarului actual, care a fost patronul televiziunii, îi pun întrebări dificile și nu mi-a interzis niciodată să-i pun întrebări dificile.” (Realizatoare emisiuni TV Vâlcea 1)

Mai mulți foști angajații VTV au declarat că politica editorială a postului a fost influențată, de-a lungul timpului, în funcție de interesele politice ale patronatului. Astfel, jurnaliștii VTV din „vechea gardă”, care au prins perioada în care patronul Ion Tudor era politician PDL, au declarat că acesta intervenea abuziv în politica editorială a postului și făcea presiuni asupra conținutului editorial în favoarea intereselor partidului. Unii dintre aceștia au și demisionat din aceste motive, potrivit spuselor acestora.

Actualii angajați au declarat că patronatul nu intervine în politica editorială. În prezent, televiziunea VTV are drept „consilier media” (echivalentul unui manager/coordonator) un jurnalist vâlcean care lucrează și în presa centrală (la o agenție de știri), iar acesta, împreună cu directorul de programe, sunt coordonatorii editoriali ai postului, potrivit intervievaților.

”De la VTV am plecat în 2008 din cauză că nu puteam să mai facem față presiunilor politice ale patronului Ion Tudor, care candida din partea PDL. Televiziunea este în continuare orientată spre PDL.”
(Fostă jurnalistă VTV)

”Când am plecat de la VTV, a fost o demisie în masă, din cauza unor neînțelegeri cu patronatul. Redactorul șef a avut o dispută cu patronul, care avea mai multe condiții. Din prietenie cu el, 10 - 15 am decis să părăsim televiziunea.” (Fost jurnalist VTV)

²⁶⁷ ”Primarul din Râmnicu Vâlcea, liberalul Emilian Frâncu, trimis în judecată pentru luare de mită”, Biro Attila, Gândul. info, 20 mai 2013.

²⁶⁸ Ibidem.

"VTV nu e o televiziune orientată spre un partid anume. Nu există o cenzură a invitațiilor sau să facem politica unui partid. Într-un județ mic și sărac trebuie să fii bine cu toată lumea, avem o politică echidistantă cu toată lumea. (...) Avem un cod deontologic la secretariat, l-am conceput noi, am făcut un brainstorming. Nu se apelează la el. (...) E o redacție cuminte, emisiunile sunt cumiți, nu avem emisiuni de investigații, facem talk-show de dimineață până seara." (Consilier media VTV)

Etalon TV este perceput în plan local drept o televiziune care oscilează în abordare, în funcție de apartenențele politice ale proprietarului, politicianul Valentin Adrian Iliescu, potrivit respondenților. O parte dintre jurnaliștii Etalon TV au declarat că, în perioadele când proprietarul postului este inactiv politic, acesta nu impune și nu retrage de la difuzare niciun material, dar că este în permanență implicat în construirea agendei televiziunii, în stabilirea temelor și a invitațiilor din emisiuni.

Jurnaliștii Etalon TV primesc comisioane dacă atrag contracte de publicitate, potrivit managementului postului. Potrivit angajaților Etalon TV, contractele de publicitate condiționează conținutul editorial, motiv pentru care nu apar materiale negative la adresa clienților și a finanțatorilor televiziunii.

"Emisiunile le construim împreună cu conducerea administrativă, cu patronul televiziunii. (...) Fiecare angajat poate propune teme spre publicare. Evenimentele de interes general sunt cele mai urmărite, evenimentele din oraș, contractele de publicitate. Redactorul șef decide ce materiale intră. (...) În agenda editorială, oamenii care ajută postul au prioritate, cei care au contracte de publicitate." (Jurnalist Etalon TV)

"E posibil să comande și șeful să facem o anchetă despre o anumită persoană sau o anumită societate sau să ne roage primarul sau Consiliul Județean să mai dăm un material. (...) Aici dictează asociatul majoritar [Valentin Iliescu - n.r.]" (Reprezentant Etalon TV)

"Patronul nu mai este om politic, dar a fost, iar atunci se pune accent mai mare pe oamenii din partidul din care făcea parte." (Jurnalist Etalon TV)

"Există un cod etic al redacției - nu murdărim imaginea nimănui, nu afectăm imaginea. Nu ne bazăm pe un cod teoretic. Avem politica noastră să fim prieteni cu toată lumea." (Jurnalist Etalon TV)

"Contractele de publicitate influențează politica editorială. La Consiliul Județean [unul dintre principalii finanțatori ai postului - n.r.] - nu pot să mediatizez păreri contra. Scot esențialul, care pune în evidență ce s-a întâmplat la ședința, nu cearta dintre candidați. Nu-i interesează pe telespectatori de ce se ceartă, ci ce s-a aprobat. Nu trebuie să scoți în evidență latura negativă." (Reprezentant Etalon TV)

"Eu am încercat tot timpul și cred că am și reușit să fiu echilibrat. Nu sunt nici personal atașat de vreun partid. (...) Eu am lucrat independent, mi-am făcut politica mea. (...) Eu am reușit în toți acești ani să nu mă înregimentez. (...) Eu nu pot să zic că sunt în relații de dușmănie cu politicienii, dar nici în relațiile de amicitie. Am ținut o distanță. Pot să mă considere și un ajutor, dar se așteaptă și să-i critic. Am evitat să mă angajez, să fiu omul cuiva. (...) Câteodată mai trebuie să-i faci un hatâr și postului-mamă, și, dacă te roagă câteodată să aduci pe cineva, nu poți să faci pe deșteptul. (...) Nu pot să mă plâng că nu am libertate, dar mi-am câștigat-o eu. Știu cât de mult e bine să fii liber și când să mă opresc. Și eu trăiesc în orașul ăsta, dar nu mi-l pun în cap." (Jurnalist freelance, colaborator Etalon TV)

TV-C Teleloviștea din comuna Boișoara, județul Vâlcea, a fost reclamată la CNA în mai multe rânduri pentru difuzarea unor materiale critice la adresa primarului și viceprimarului din Boișoara. Din plângerile de la CNA a rezultat că s-au adus acuzații „de natură morală și penală” la adresa acestora și a altor persoane, de către patronul televiziunii, Gheorghe Nicolae, care nu a asigurat imparțialitatea și pluralismul de opinii și fără a respecta dreptul la imagine al celor vizați de materiale.

În 2012, Gheorghe Nicolae, patronul Teleloviștea, a candidat la funcția de primar în comuna Boișoara și a câștigat alegerile²⁶⁹.

Printre motivele pentru care angajații din televiziunile locale vâlcene și-ar da demisia (invocate de intervievați), cele mai frecvente fac referire la presiunile politice/ patronale și la relația din redacții.

²⁶⁹ "Pe ei i-au votat vâlcenii în 10 iunie 2012", ZiaruldeVâlcea.ro, 14 iunie 2012.

”Mi-aș da demisia în momentul în care nu aș mai fi lăsată să-mi fac meseria, în momentul în care mi s-ar cere să-mi încalc demnitatea mea de om.” (Coordonator știri TV Vâlcea 1)

”Aș demisiona dacă nu aș fi respectat de colegi, dacă nu ar exista comunicare între noi, dacă nu am lucra profesionist.” (Redactor știri Etalon TV)

”Dacă mi s-ar cere ca, începând de mâine, postul să fie orientat către un anumit partid, să devină cum e Antena 3, aș pleca.” (Consilier media VTV)

”Aș demisiona dacă mi s-ar cere să mănânc rahat cu polonicul în toate emisiunile. Nu cred nici în Albă-ca-Zăpada, nici în Făt Frumos în politică. Politica e foarte urâtă din orice punct ai privi-o.” (Realizatoare emisiuni TV Vâlcea 1)

3. Relația în redacție

Jurnaliștii vâlceni au apreciat relațiile din redacțiile unde lucrează ca fiind pozitive, dar au precizat că relațiile dintre instituțiile de presă vâlcene sunt uneori tensionate și nu încurajează colaborarea.

Consilierul media VTV a declarat că soluțiile pe care le-a identificat pentru îmbunătățirea relațiilor din redacție sunt training-urile și teambuilding-urile. Jurnaliștii de la TV Vâlcea 1 au declarat că o organizare mai bună a muncii ar reduce din tensiunile care apar uneori în redacție, din cauza suprapunerii de roluri.

Alți intervievați au pledat pentru creșterea salariilor - ca măsură pentru a motiva jurnaliștii și pentru a atrage profesioniști.

”E nevoie de o cunoaștere mai bună a ceea ce are fiecare de făcut. Dacă lucrurile sunt bine stabilite de sus, putem și noi să ne facem treaba cum trebuie.” (Jurnalistă TV Vâlcea 1)

”Echipa Vâlcea 1 ființează cam de 18 ani. Suntem aceiași - aceeași firmă care deține licența și aceiași oameni. E o relație umană, ca în familie.” (Aurora Constantinov)

”Dacă stimulările salariale ar fi mai mari, am atrage profesioniști.” (Reprezentant din managementul VTV)

”Pentru protejarea jurnaliștilor în fața presiunilor politice și economice, e nevoie de salarii mult mai bune, să nu se mai uite în stânga și-n dreapta. (...) Salarii mai mari și aparatură performantă ar trebui, ca să se îmbunătățească activitatea.” (Jurnalistă TV Vâlcea 1)

4. Relația cu autoritățile locale

O parte a intervievaților a declarat că relațiile dintre televiziuni și autoritățile locale sunt „bune”. Consilierul media VTV a catalogat drept „excelentă” relația televiziunii cu autoritățile locale. Au fost însă și jurnaliști care și-au declarat nemulțumirea pentru faptul că unii reprezentanți ai autorităților locale evită să le dea informații sau îi tratează cu ostilitate, dacă abordează anumite subiecte.

”Autoritățile locale au impresia că suntem niște angajați ai lor. (...) Nu vă gândiți la amenințări. De multe ori, ți se închid anumite uși, nu-ți mai dau informații.” (Jurnalistă TV Vâlcea 1)

”Cred că ar trebui să fie o colaborare mai bună între jurnaliști și autoritățile locale - jurnaliștii ar informa publicul mai bine. Pe de altă parte, dacă ar exista o colaborare mai bună și din punct de vedere financiar, probabil că nu s-ar mai putea scrie de rău despre primari, de exemplu.” (Jurnalist Etalon TV)

5. Soluții pentru jurnalismul de calitate

Respondenții vâlceni au acordat, în medie, nota 7 pentru calitate jurnalismului din televiziunile din plan local, catalogând-o drept „mediocră”. Intervievații au menționat printre soluțiile pentru îmbunătățirea actului jurnalistic: cursurile de specializare, relatarea nepărtinitoare și documentarea aprofundată a subiectelor abordate.

”Un jurnalist de calitate are curajul de a arăta realitatea așa cum o vede el, fără să îi fie frică că atinge pe unul sau pe altul, exprimă informația așa cum este ea, fără teama că va avea probleme după aceea.” (Coordonator știri TV Vâlcea 1)

”Indiferent dacă primești sau nu bani de la un anumit partid, cred că trebuie să fii obiectiv, să redai exact faptele. Un material bun trebuie să prezinte toate punctele de vedere ale tuturor oamenilor implicați, să fie complet.” (Redactor știri Etalon TV)

„Dacă esti părtinitor, lumea te etichetează și te judecă și nu se mai uită la tine.” (Aurora Constantinov, manager TV Vâlcea 1)

”Un ziarist de calitate trebuie să nu încerce să se angajeze politic, să evite. Fiecare om are niște simpatii, dar e bine să stea deoparte, să aibă același nivel de înțelegere și de critică pentru toată lumea. (...) Până nu se vor ocupa de televiziunile astea oameni dedicați, oameni pricepuți, n-o să crească calitatea, situația asta o sa persiste.” (Jurnalist Etalon TV)

”Un jurnalist de calitate este vertical, implicat în meseria lui, un jurnalist cu studii, care manifestă multă dragoste față de meserie și o apropiere față de interlocutorul său. Este un jurnalist care să știe când să fie agresiv verbal sau când să stea în banca lui.” (Reprezentant PDL Vâlcea)

”Sunt utile cursuri pe tot ce înseamnă jurnalism, de la gramatică până la cultură generală și obligațiile unui jurnalist.” (Coordonator știri TV Vâlcea 1)

Plata consumației jurnaliștilor în timpul documentării de către organizatorii de evenimente/ sau de alte persoane din afara redacției este percepută de unii jurnaliști vâlceni drept o formă de mită, sau drept o manieră de a cumpăra bunăvoința jurnaliștilor, conform spuselor acestora, motiv pentru care au declarat că nu-și încurajează colegii să accepte această practică.

”Dacă ți se plătește consumația, înseamnă că ai luat mită.” (Coordonator știri TV Vâlcea1)

”Plata consumației jurnalistului de către Reprezentant CNAi se întâmplă foarte des și cred că nu e acceptabil. Jurnalistul, când pleacă pe teren, ar trebui să plece cu eugenia în buzunar. Eu sunt mai tranșantă. Dar se întâmplă și se va întâmpla în continuare.” (Realizatoare emisiuni TV Vâlcea 1)

Jurnaliștii vâlceni au declarat că simt nevoia unor sindicate puternice, care să-i protejeze de presiunile patronatelor și politicienilor, dar și-au exprimat neîncrederea că există astfel de sindicate, motivând că aceste structuri sunt, la rândul lor, aservite unor interese politice sau economice.

”Dacă ar exista un sindicat puternic care să se lupte cu patronii de televiziune, poate aș adera, dar există o mafie a intereselor.” (Jurnalist Etalon TV)

”Se simte nevoia unui sindicat care să ne apere interesele. Să știm că există cineva care să poată interveni în cazul în care nu poți să-ți faci meseria.” (Jurnalistă TV Vâlcea 1)

”N-am încredere în sindicatele existente. Simt nevoia unui sindicat care să asigure efectiv drepturile ziariștilor.” (Consilier media VTV)

”Nu cred în sindicate, pentru că s-au compromis. Și sindicatele, ca și presa, ca și politica, ca și economia ar trebui cel mai bine să o ia de la zero, ceea ce nu se poate nicăieri.” (Realizatoare emisiuni TV Vâlcea 1)

Lege a presei vs autoreglementare la nivel de breaslă. Opiniile intervievaților au fost împărțite în ceea ce privește existența unei legi a presei sau a unui instrument de autoreglementare la nivel de breaslă. Pe de o parte, unii respondenți au spus că o lege a presei ar duce la mai multă responsabilitate în rândul jurnaliștilor și ar reduce din derapajele din presa scrisă, care nu se supune legislației

audiovizuale. Pe de altă parte, alți intervievați au declarat că ar fi mai utilă o lege care să le interzică politicianilor să dețină instituții de presă, direct sau prin interpuși.

”O lege a presei ar fi bună și nu înțeleg de ce nu se face. Jurnaliștii nu au drepturi în afara drepturilor omului, dar au o grămadă de obligații. Nu suntem apărați ca breaslă. (...) Nu există legi clare să fii sigur că, dacă cineva intervine în politica editorială, există cineva care poate să-l sancționeze.” (Jurnalistă TV Vâlcea 1)

”Cred că nu trebuie o lege a presei. Cred că sunt țări în Europa care nu au nici această Lege a Audiovizualului. Cred că ar trebui să avem o lege mult mai simplă, cu mai puțini membri CNA, care să judece doar cazurile de conținut, unde este nevoie de o decizie prin vot.” (Reprezentant CNA)

”Sunt pentru o lege a presei, nu cred în autoreglementare. Poți distruge imaginea unui om pur și simplu aiurea, omul ăla nu are nicio vină, dar se află abia peste trei luni.” (Consilier media VTV)

”Autoreglementarea funcționează în proporție de 50-60% în televiziunile vâlcene, iar, la ziare, și mai puțin.” (Jurnalistă TV Vâlcea 1)

”Sunt pentru o lege a presei. Dacă aș ajunge în Parlament, aș încerca să colaborez cu multă lume. (...) Văd o lege a presei în care să nu poți manipula în niciun domeniu, în primul rând cel politic.” (Reprezentant PDL Vâlcea)

”Pentru o presă locală independentă, ar trebui ca oamenii politici să nu fie nici acționari, să nu aibă nici legături subtile cu televiziunile. (...) Poate ar trebui o lege care să reglementeze presiunile economice și politice, nu libertatea de exprimare.” (Jurnalist Etalon TV)

”Nu cred că e perioada potrivită pentru o lege a presei, pentru că politicienii întotdeauna vor încerca să facă presiuni.” (Jurnalistă TV Vâlcea 1)

”Sunt pentru existența reglementărilor și procedurilor în orice domeniu de activitate. Dar, de aici până la o lege a presei, cred că în momentul de față o lege a presei nu va ieși cum trebuie și mai mult ar strica decât ar reglementa.” (Gheorghe Ioniță, viceprimar Râmnicu Vâlcea, PNL)

Televiziunile vrâncene Atlas și Focus - un „vis din copilărie” și un „microb”

1. Context

Televiziunea Atlas TV din Focșani, operată de SC Diplomatic TVR Press SRL (CUI: 6487186), era deținută, la data documentării pe teren, de omul de afaceri Ion Martiș, directorul general al postului și principalul finanțator al Atlas TV, potrivit spuselor sale²⁷⁰. Ion Martiș a declarat că televiziunea nu a avut niciodată profit și că finanțează lunar acest „vis din copilărie” cu aproximativ 25.000 de lei, bani proveniți din alte afaceri pe care le desfășoară prin intermediul unei livezi și a companiei sale de panificație (care distribuie produse în mai multe magazine și are un contract - obținut prin licitație organizată de Consiliul Județean Vrancea - de distribuție a cornurilor în sute de școli²⁷¹, în cadrul programului guvernamental „Cornul și laptele”).

În trecut, potrivit jurnaliștilor locali, Ion Martiș a deținut, împreună cu omul de afaceri Constantin Buscă, televiziunea focșăneană Diplomatic Atlas TV, înființată în 1994 (a doua televiziune locală, apărută după înființarea Studioului de Televiziune Focșani - STF²⁷²). Ulterior, când cei doi parteneri și-au separat afacerile, Ion Martiș a înființat Atlas TV, iar Diplomatic TV a devenit Focus TV, odată cu schimbarea acționariatului.

Potrivit site-ului instituției²⁷³, televiziunea ATLAS emitea zilnic, la data documentării pe teren²⁷⁴, timp de 8 ore, în intervalele 9.00- 13.00, 18.00- 21.00. Televiziunea era recepționată în 90% dintre localitățile județului Vrancea, având exclusivitate în majoritatea localităților rurale, în virtutea unui acord încheiat între Ion Martiș și Digital Cable System SA, companie din București care a preluat compania de cablu dezvoltată de patronul Atlas TV²⁷⁵. Potrivit proprietarului Atlas TV, nerespectarea acestui acord l-a determinat să acționeze în instanță compania de cablu și televiziunea concurentă Focus TV și să ceară despăgubiri de peste 120.000 de euro. Potrivit presei locale²⁷⁶, în timpul acestui litigiu Ion Martiș ar fi obținut din partea instanței, în 2012, o decizie de suspendare a licenței Focus TV, la care concurența a făcut recurs.

Directorul economic al televiziunii Atlas TV este Ioana Martiș, soția proprietarului postului, iar coordonatoare editorială și de marketing (concomitent și realizatoare de emisiuni) este Lenormanda Florențiu, jurnalistă locală, absolventă de Conservator. La data documentării, televiziunea avea aproximativ 20 de angajați și colaboratori, potrivit reprezentanților postului.

”Noi suntem o televiziune comercială, dar eu în fiecare lună bag 250 de milioane de lei vechi în televiziune, ca să întrețin visul ăsta al meu din copilărie. (...) A fost un hobby al meu de mic copil, mergeam la Căminul Cultural și vedeam <<Vagabondul>>.” (Ion Martiș, proprietar Atlas TV)

Atlas TV din Focșani este deținută în prezent tot de societatea Diplomatic TVR Pres SRL (CUI: 6487186), din al cărei acționariat fac parte: Martiș Ion - asociat principal - 53.92%, Martiș Ioana - 30.72% și Bejenaru Monica Elena - 15.36%. Cifra de afaceri a societății comerciale care operează licențele audiovizuale a fost în 2012 de 296.346 de lei, profitul net înregistrat a fost de 24.220 de lei, iar numărul de angajați a fost de 8, potrivit datelor de bilanț disponibile pe site-ul Ministerului Finanțelor.

Televiziunea vrânceană Focus TV, proprietatea SC Focus Channel SRL, a aparținut grupului de presă „Evenimentul Românesc”, condus de Ion Cristoiu și de omul de afaceri Vlad Pufu (fost director de dezvoltare B1 TV), potrivit respondenților. La data documentării pe teren²⁷⁷, noii acționari majoritari al postului erau Daniel Palade, fost director al televiziunii DTV Chișinău, fost tehnician Focus TV și

²⁷⁰ A declarat într-un interviu pentru prezentul raport, în decembrie 2012.

²⁷¹ Potrivit estimării oferite de Ion Martiș.

²⁷² Post ”sacrificat pe altarul intereselor de partid ale PSD”, potrivit declarației unui redactor-șef din presa locală.

²⁷³ ”Despre Atlas TV”, <http://www.vranceaatlastv.ro/despre-atlas-tv>

²⁷⁴ Decembrie 2012.

²⁷⁵ <http://www.vranceaatlastv.ro/despre-atlas-tv>

²⁷⁶ ”Ion Martiș vrea 120.000 de euro și suspendarea emisiei Focus TV”, Gabriel Sava, ZiarulDeVrancea.ro, 17 februarie 2012.

²⁷⁷ Decembrie 2012.

membru (în 2001) al fostului Partid Umanist Român (PUR), și Gloria Stroilescu. În privința modificării acționariatului Focus TV, percepția multor jurnaliști locali era, la data documentării, că aceasta s-a realizat doar formal, prin delegarea unor interpuși de către fostul acționariat. Licența Focus TV este operată de societatea comercială Media Grup Production SRL (CUI: 15032728), ai cărei asociați sunt: Pufu Vlad Mircea - asociat principal - 51,0037765852% și Cristoiu Ion - 48,9962234148%²⁷⁸.

De-a lungul timpului, potrivit respondenților, Focus TV s-a confruntat cu lipsa de investiții și de finanțări, motiv pentru care a renunțat la mare parte a colaboratorilor. Managementul instituției de presă a declarat că, din aproximativ 30 de angajați ai televiziunii din perioada 2008-2009, la data documentării pe teren mai erau aproximativ opt, care lucrau și pentru postul de radio afiliat și pentru site. Bugetul televiziunii era de aproximativ 40.000 de euro și nu exista profit, potrivit conducerii Focus TV. Conform datelor de bilanț disponibile pe site-ul Ministerului Finanțelor în 2012 compania a avut o cifră de afaceri de 3.861.270 de lei (fără profit), o pierdere netă de 383.766 de lei și un număr de 48 de angajați. La data documentării, televiziunea retransmitea și făcea schimb de materiale cu postul Focus TV din Buzău.

Daniel Palade, acționarul Focus TV, a descris munca în televiziune ca pe un „microb”.

”M-a prins <<microbul>> din ’98. Dacă mâine m-aș lăsa, tot la asta m-aș întoarce. Activitatea de bază îmi place să cred că asta o să-mi rămână.” (Daniel Palade, acționar Focus TV la data documentării pe teren)

Salariile angajaților din televiziunile vrâncene se situează în medie între 1500 și 2000 de lei, potrivit respondenților.

La data documentării pe teren, **audiința televiziunilor vrâncene nu beneficia de studii naționale de audiință** și era estimată, potrivit intervievaților, fie prin sondaje de opinie locale, fie prin feedback-ul obținut de la telespectatori, fie prin raportare la numărul de case în care puteau fi urmărite posturile.

”Nu sunt măsurători, luăm pulsul pe stradă. Am avut reacții când făceam materiale pe stradă și ceream voxuri.” (Jurnalistă Focus TV)

Veniturile televiziunilor din publicitate sunt foarte scăzute, conform documentării, iar, printre motivele invocate, se numără: criza economică, ignorarea importanței publicității de către mulți oameni de afaceri și mici întreprinzători privați și, nu în ultimul rând, condiționarea agendelor editoriale prin atribuirea preferențială de publicitate (atât din fonduri publice, cât și de la afaceri private).

”În primul rând trebuie să existe o mentalitate la nivelul oamenilor de afaceri deschiși să finanțeze media. Este nevoie de niște investiții foarte mari numai să îți luminele aprinse.” (Correspondent local din Vrancea al unei televiziuni centrale)

”Pe oamenii de afaceri nu-i interesează - mai bine se duce din gură în gură vorba, decât să se promoveze la televizor. Trebuie să negociez sumele de publicitate - pentru mine chestia asta e cea mai penibilă. Sunt foarte zgârciți și se adaugă și faptul că e recesiune.” (Lenormanda Florențiu, coordonatoare editorială și de marketing și realizatoare de emisiuni Atlas TV)

Pe lângă principalele posturi locale - Atlas și Focus TV - în Vrancea mai funcționau sporadic, la data documentării, două televiziuni online: una aparținând Ziarului de Vrancea și o alta - Vrancea Media TV.

Niciuna dintre televiziunile locale din Vrancea nu era pregătită pentru tranziția la televiziunea digitală, potrivit intervievaților, care au descris acest proces ca fiind „foarte costisitor”.

”Mai mult ca sigur o să fie o licență, 2 - 3 naționale și restul o să fie prin satelit și atunci o să trebuiască să depindem de cineva. Obligatorietatea asta ar putea să filtreze de tot televiziunile locale.” (Daniel Palade, acționar Focus TV la data documentării pe teren)

Cele mai importante activități economice din județul Vrancea provin din industria de confecții, viticultură, vinificație, agricultură, confecții textile în sistem lohn și exploatarea lemnului, potrivit respondenților.

²⁷⁸ Sursa: site-ul Ministerului Finanțelor (august 2013) și datele de acționariat disponibile în octombrie 2013 pe site-ul Consiliului Național al Audiovizualului (<http://www.cna.ro/Situa-ii-privind-licen-ele,6170.html>)

Formațiunea politică dominantă în administrația locală vrânceană este USL, conform intervievaților care au apreciat că aproximativ 80% din primăriile din județ sunt conduse de PNL și PSD. Unii respondenți au declarat însă că au fost situații când au ieșit la iveală „relații subterane transpartinice” și alianțe între lideri politici din diferite partide. De asemenea, cei mai mulți intervievați au declarat că mediul de afaceri vrâncean este în strânsă legătură cu cel politic.

”Arestarea lui Trășculescu [parlamentarul Alin Trășculescu, liderul PDL Vrancea, a fost reținut sub acuzația de corupție²⁷⁹] a scos la iveală relații subterane osificate între liderii PDL și PSD. (...) Mediul de afaceri local este aproape exclusiv în strânsă legătură cu cel politic. Multă vreme județul a fost <<închis>> pentru investitori străini.” (Jurnalistă din presa scrisă locală)

”Mediul de afaceri local e 101% în strânsă legătură cu cel politic.” (Daniel Palade, acționar majoritar Focus TV la data documentării pe teren)

”Mediul de afaceri local este în strânsă legătură cu cel politic - <<Ubi bene ibi patria²⁸⁰>>.” (Lenormanda Florențiu, coordonatoare editorială și de marketing și realizatoare de emisiuni Atlas TV)

”Mediul de afaceri local e în strânsă legătură cu cel politic, ca peste tot în țară. Relația mediului de afaceri cu mediul politic local se înscrie în media din România. Există și business-uri curate, corecte, există și business-uri susținute de buna relație a administrației și a patronilor cu decidenți politici.” (Reprezentant PDL Vrancea)

2. Percepția asupra jurnalismului. Influențe economice și politice

Presa locală din Vrancea se confruntă cu subfinanțarea, neprofesionalismul și presiunile politice și economice, potrivit celor mai mulți dintre intervievați, care au precizat că patronatele au o influență decisivă asupra agendei editoriale și impun abordări jurnalistice partinitoare, favorabile unor politicieni și oameni de afaceri, în funcție de interesele acestora. Din documentare a reieșit că cele două televiziuni locale din Focșani (Atlas și Focus) prezintă deseori materiale despre formațiunile politice pe care le susțin informal și omit să difuzeze informații despre adversarii politici ai acestora, în detrimentul informării echidistante a publicului, acest fenomen fiind vizibil cu precădere în timpul campaniilor electorale.

Constatarea multora dintre intervievații vrânceni a fost că, în campaniile electorale, politicienii locali au avut tendința să evite să participe la dezbateri electorale (emisiuni neplătite, care presupun prezența mai multor reprezentanți din partide politice diferite) și au preferat emisiunile de promovare electorală (emisiuni plătite, la care participă câte un singur politician și reprezentanții acestuia pentru a-și promova candidatura, programele politice și activitățile de campanie electorală).

”Vrancea e un fel de <<Coreea de Nord a României>>. În Vrancea nu se poate face nimic fără aprobare de sus, de la președintele Consiliului Județean. Presiunea politică se răsfrânge cumva în vânzările de publicitate. Județul fiind coordonat de la centru, automat și principalii furnizori de servicii nu mai colaborează cu cei care nu țin cu ei. (...) Oamenii de afaceri nu au cultura publicității pentru că nu au fost lăsați de politic să facă parte din cultura asta.” (Daniel Palade, acționar Focus TV la data documentării pe teren)

”Ar trebui să nu mai fie criza asta. Dacă nu ai independență financiară, începi să faci compromisuri. Mediul economic este extrem de ostil. (...) Furnizorii de publicitate au devenit foarte sensibili la ce apare în presă despre ei, trebuie să te porți cu ei ca și cu un ou, ca să nu faci compromisuri. (...) Presa s-a polarizat destul de mult, s-a implicat nepermis de mult în viața politică. (...) Peisajul media e marcat de insecuritatea profesională. S-au închis atâtea instituții media. Să fim lăsați să ne facem treaba, puterea politică să ne lase în pace. De multe ori, politicul conduce și mediul economic, și mediul economic nu cumpără publicitate la un ziar care deranjează puterea. (...) Unii concurează

²⁷⁹ ”Alin Trășculescu a fost eliberat din arest, după decizia definitivă a Curții de Apel București”, ȘtirileProTV.ro, 12 noiembrie 2012.

²⁸⁰ Traducere din limba latină: ”Unde e bine, acolo e patria”.

pe principii de piață, dar alții nu au nicio treabă cu asta, dau un semnal și le vin finanțări pe cu totul alte căi decât cele din piață.” (Manager de presă scrisă din Vrancea)

”Din partea PSD se dau indicații foarte clare unora sau altora să nu stea e vorbă cu tine ca jurnalist, să nu încheie un contract de publicitate cu televiziunea la care lucrezi. (...) Politicul pune presiuni, i se pune patronului pumnul în gură și nu are voie să cumpere publicitate la instituțiile și publicațiile care scriu de rău despre un anumit partid.” (Jurnalistă Focus TV)

”Ar trebui reglementări foarte clare în acordarea publicității din bani publici, criterii clare de acordare a finanțărilor. Dacă ești independent, nu pupi asemenea <<bombonele>>. Publicitatea asta devine o monedă de a cumpăra jurnaliști și instituții media.” (Jurnalistă din presa scrisă locală)

”Constrângerile economice sunt dușmanul libertății de exprimare, pentru că nu ai acces la resurse. Înțeleg prin libertate de exprimare capacitatea unei instituții de presă de a rămâne pe piață, și asta costă taxe, echipamente, salarii. Există o orientare a furnizorilor de publicitate în funcție de cine are putere la nivel local. (...) Un produs media din presa scrisă nu are acces la publicitatea publică [din bani publici - n.r.], celălalt are. Preferința către un organ media local e vizibilă.” (Reprezentant PDL Vrancea)

”Când nu ești independent financiar, nu poți să faci jurnalism de calitate, când nu ai spatele asigurat și ai familie. Când lucrezi la ziarul/ televiziunea de casă al/a cuiva, când ți se spune ce să scrii, este greu. (...) Și Atlasul și Focusul sunt agresive în stilul rău, nu e bine să te pui rău cu ei. (...) Depinde foarte mult de patroni și de cine îi ține în lanț. (...) Nu am încredere în niciuna [dintre televiziuni - n.r.], am o reacție mai reticentă față de presă în general.” (Reprezentant PP-DD Vrancea)

”Nu am încredere în niciuna dintre televiziuni, pentru că <<I know how it works²⁸¹>>. De data asta [la alegerile locale - n.r.] s-au străduit să prezinte lucrurile echilibrat, pentru că nu le-a dat nimeni niciun ban. (...) Acum au fost alegerile de așa natură încât nu conta nici ziare, nici televiziuni, se știa cine o să câștige decisiv. S-au făcut sondaje și știam. (...) Fiecare patron ar trebui să găsească un echilibru pentru ca jurnaliștii să își facă treaba normal, să informeze populația cum trebuie.” (Reprezentant PNL Vrancea)

Atlas TV este percepută în plan local ca fiind o televiziune apropiată de PSD, care are programe culturale inedite și de calitate (materiale despre personalități, interviuri etc.), potrivit celor intervievați. Reprezentanții televiziunii au declarat că patronatul nu impune și nu retrage de la publicare materiale din interese politice sau economice. Cu toate acestea, mai mulți intervievați au declarat că televiziunea nu este critică la adresa puterii politice locale (PSD) și că sunt subiecte care, dacă au tangență cu interesele patronatului, nu sunt abordate (un exemplu oferit a fost faptul că televiziunea nu a relatat despre reținerea fiului patronilor într-un dosar de corupție în fotbal).

Ion Martiș, proprietarul postului, a declarat că încurajează o abordare neutră a subiectelor, fără accent pe scandaluri, bine-documentată, care să nu afecteze dreptul la imagine și la demnitate.

În campania electorală din 2004, televiziunea omului de afaceri Ion Martiș a intrat în atenția publică după ce președintele de atunci al Consiliului Național al Audiovizualului (CNA), Ralu Filip, a semnat un comunicat de presă de protest la adresa Președintelui Consiliului Județean, Marian Opreșan (PSD), pe care l-a acuzat de comportament „dictatorial”. La momentul respectiv, politicianul a sunat-o pe inspectoarea teritorială CNA Sânziana Bratu să-i ceară socoteală, după ce Atlas TV a primit sancțiune cu amendă pentru nerespectarea principiului pluralității politice (prin prezentarea exclusivă a membrilor și candidaților PSD în timpul campaniei)²⁸².

”Eu am plecat cu un principiu - nu mi-a plăcut să scot gunoiul la televiziune. Poate și asta atrăgea. Am avut inși care mi-au cerut să facă televiziune la mine și să facă ce vor, ca și când să ia cartea de telefoane și să-i toace pe alții. Nu mi-a plăcut gâlceava de mic. Sunt și un om credincios. Și-atunci, dom'le, <<ce ție nu-ți place, altuia nu-i face!>> (...) Eu am făcut emisiuni cu toți și am respectat cât de cât proporția. În cei 20 de ani de existență [ai televiziunii - n.r.], nu am avut niciun proces în instanță. (...) Dacă aș fi o televiziune cum își doresc unii, cu reporterii cărora să le las mâna liberă să facă ei ce vor, nu aș mai putea ieși pe stradă.”. (Ion Martiș, proprietar Atlas TV)

²⁸¹ Traducere din limba engleză: ”Știu cum merge treaba”.

²⁸² ”Audieri în cazul CNA vs Opreșan & Martiș”, C.M., Ziaruldeși.ro, 22 iunie 2004.

”La Atlas cred că pot defini relația cu mediul politic local ca fiind de fidelitate față de PSD. Nu cred că a existat vreodată în istoria acestei televiziuni un discurs critic la adresa vreunui politician PSD, dar nu cred că ar ezita să critice PDL. (...) Atlas TV nu este independentă, se vede din absența totală a tonului critic față de o parte a eșichierului politic local.” (Reprezentant PDL Vrancea)

”Nu mi s-a întâmplat niciodată să mi se impună să fac ceva, am făcut numai ce am crezut de cuviință.” (Jurnalistă Atlas TV)

”Patronul Atlas folosește televiziunea ca să-și protejeze afacerile.” (Jurnalist din presa scrisă locală)

”Proprietarii televiziunii sunt părinții lui Marius Martiș, arestat în dosarul corupției din fotbal în lotul Penescu. La momentul respectiv, foști angajați de la Atlas normal că au venit să filmeze la ei la firme. Am auzit că au fost foarte multe lacrimi, <<cum au fost atât de neîndurători să dea în noi, care le-am oferit atâția ani de muncă?>>. Profesionist ar fi fost ca și ei să prezinte subiectul, dar s-au făcut că plouă, deși presa vuia despre subiectul ăsta. Erau foarte necăjiți părinții băiatului, sufereau pentru isprava în care a fost implicat, și erau nemulțumiți că au uitat foștii angajați de unde au plecat și că filmau de pe garduri. Și televiziunea lor, dacă era independentă, ar fi trebuit să prezinte știri despre caz.” (Jurnalist local din presa scrisă Vrancea)

Focus TV era percepută de unii intervievați, la data documentării, ca fiind mai apropiată de PDL, dar alți respondenți au declarat că este o televiziune care tinde să fie echidistantă, dar a cărei calitate suferă din cauza lipsei resurselor (materiale și umane).

”Cu toate că până la un moment dat toată lumea ne-a asociat ca fiind cu PDL, în campanie s-a dovedit că nu era așa. Singurii care veneau la emisiuni și răspundeau erau cei de la PDL.” (Daniel Palade, acționar Focus TV)

”Televiziunii Focus, pe o scară de la 1 la 10, cred că îi dau un 8 la echidistanță în timpul în care nu sunt campanii electorale. În rest, trebuie să alege după resurse și e de înțeles.” (Reprezentant PDL Vrancea)

3. Relația în redacție

Relațiile din interiorul redacțiilor au fost descrise de reprezentanții Atlas și Focus TV ca fiind „bune”, „ca într-o familie”.

Pe de altă parte, relațiile dintre conducerea televiziunilor erau tensionate, la acest aspect contribuind și litigiul legat de retransmiterea prin cablu (menționat la secțiunea de „Context”).

În ceea ce privește relațiile între jurnaliștii de la diferite instituții media din plan local, acestea au fost descrise ca depinzând de la un caz la altul, iar jurnaliștii intervievați au declarat că **solidaritatea la nivel de breaslă este foarte slabă sau chiar inexistentă.**

4. Relația cu autoritățile locale

Mulți dintre jurnaliștii intervievați au declarat că se lovesc de **opacitatea reprezentanților autorităților și instituțiilor publice** și de reticența acestora în a oferi informații. Mulți dintre aceștia aleg să-i evite pe jurnaliștii de la instituțiile de presă critice și acceptă să le dea informații doar celor „comozi, agreeți”, potrivit respondenților.

Președintele Consiliului Județean Vrancea, Marian Oprișan (PSD), și primarul din Focșani, Decebal Bacinschi (PSD) au fost indicați de cei mai mulți jurnaliști intervievați ca fiind printre principalii dușmani ai libertății de exprimare din Vrancea. Deși au fost contactați de autorii acestui studiu, aceștia nu au acceptat să fie intervievați. Marian Oprișan nu a răspuns la apelurile și mesajele telefonice, iar Decebal

Bacinschi a declinat în ultimul moment, în holul Primăriei, spunând că trebuie să meargă la o școală să le ducă unor copii cadouri, și nu a dorit să reprogrameze întâlnirea stabilită.

Reprezentanții Atlas TV au declarat că au o relație bună cu politicienii locali din toate formațiunile și că nu au întâmpinat dificultăți în relația cu administrația publică locală.

”Ne lovim de o lipsă de transparență în majoritatea instituțiilor publice. Nu ni se dau informații nici măcar atunci când facem cerere scrisă în baza Legii 544 [privind liberul acces la informațiile de interes public - n.r.]. (...) Ar trebui schimbată mentalitatea politicienilor, a oamenilor de afaceri și a celor care ne conduc, ar trebui să se știe că, dacă jurnalistul întreabă ceva, nu întreabă ca să deranjeze, ci ca să-i informeze pe ceilalți.” (Jurnalistă Focus TV)

”Oprîșan, pe cei care nu îl <<pupă>>, îi tratează cu refuz, nu răspunde la telefon, nu vrea să stea de vorbă, nu are niciodată timp.” (Reporter Focus TV)

”A funcționat la un moment dat un embargo informațional foarte bun și ne temem că s-ar putea repeta. 80% din primăriile din județ sunt PNL - PSD. Ca să aflăm informații despre încheierea unor contracte publice, numai cu 544 lucrăm, altfel ne refuză. Ceream informații pe Legea 544, iar răspunsul apărea publicat de concurență înainte să ajungă la noi.” (Jurnalistă din presa scrisă locală)

5. Soluții pentru jurnalismul de calitate

Intervievații vrânceni au acordat, în medie, nota 7 pentru calitatea jurnalismului din televiziunile locale. Soluțiile indicate pentru îmbunătățirea prestației jurnalistice au vizat: profesionalizarea jurnaliștilor, traininguri și cursuri de specializare, schimburi de experiență, creșterea competiției dintre jurnaliști, creșterea salariilor pentru a atrage oameni bine-pregătiți și dispuși să nu facă compromisuri, autoreglementarea breslei, cunoașterea și respectarea codului deontologic, **găsirea unor alternative pentru a evita embargourile informaționale impuse de patronatele instituțiilor de presă și/sau de politicieni.**

”Piața jurnaliștilor din Vrancea e limitată. Jurnaliștii noi, dacă nu sunt conduși cum trebuie, nu o să crească niciodată, și calitatea scade. Jurnaliștii buni ajung să plece la nivel național, dacă fac performanță la nivel local.” (Daniel Palade, acționar Focus TV la data documentării pe teren)

”Mi-ar plăcea să văd cum se lucrează într-o televiziune mare, cum se fac emisiunile acolo.” (Jurnalistă Atlas TV)

”Statul nu trebuie să ia măsuri de protecție pentru jurnaliști, ci patronii trebuie să le mărească salariile, să nu fie tentați să facă compromisuri.” (Reprezentant PNL Vrancea)

”Un jurnalist trebuie să fie independent, să aibă, pe lângă canalul oficial unde lucrează, cel puțin încă un canal unde să poată da știrile, anonim sau asumat, pentru că redacțiile arată cum arată și interesele patronilor sunt evidente. Dacă e de bună-credință, în mediul online jurnalistul poate transmite informațiile blocate.” (Reprezentant PDL Vrancea)

”Lipsește implicarea și talentul, s-a ajuns la un fel de automatism. Facem ca să facem. Jurnaliștii nu sunt bine motivați financiar.” (Jurnalistă Focus TV)

”În plan local, se întâmplă lucruri ca în plan local. E lume puțină, oamenii se cunosc între ei, se împrietenesc, e o arie mai mică de întâlnire a diverselor interese, care își pune amprenta asupra calității.” (Reprezentant PNL)

”Un jurnalist de calitate trebuie să aibă o probitate morală, să respecte codul deontologic.” (Jurnalistă din presa scrisă locală)

”Față de ce văd la alte televiziuni, suntem primitivi în tot ce facem, nici nu avem noțiunile clare despre ce înseamnă și cum se face un documentar. (...) Ar trebui să fie concurență pentru a stimula profesionalismul în presă. Când sunt doar doi jurnaliști buni, sunt delăsători. Suntem primitivi rău,

suntem ca după Revoluție. Unul habar n-are să filmeze, altul habar n-are să facă treabă și împreună au făcut o televiziune.” (Corespondent local din Vrancea al unei televiziuni centrale)

Angajații media intervievați în Vrancea au declarat că simt nevoia unor **sindicate puternice și independente** care să le apere drepturile, dar că nu au găsit încă o astfel de structură, motiv pentru care nu au aderat la niciun sindicat. Au fost și respondenți care au declarat că nu simt nevoia unor sindicate și că se pot apăra și reprezenta singuri.

”Sunt un om liber, nu simt nevoia sa fiu într-un sindicat. Nu prea am încredere în sindicate.” (Lenormanda Florențiu, redactor-șef, realizator de emisiuni și reprezentant de marketing Atlas TV)

”Nu sunt membru de sindicat. Nu am prea mari așteptări, pentru că am văzut ce fac de obicei liderii de sindicat. Liderul de sindicat e primul care e corupt și intră la discuții cu cine nu trebuie și asta se răsfrânge asupra membrilor.” (Daniel Palade, acționar Focus TV la data documentării pe teren)

”Nu sunt membru de sindicat, pentru că nu am auzit să existe și nu m-am informat. M-am gândit întotdeauna că cei care conduc sindicatele își urmăresc propriile interese și nu vreau să mă enervez. Un sindicat serios ar trebui să mă asigure că am spatele asigurat, în caz de ceva, să meargă cu mine până la capăt.” (Jurnalistă Atlas TV)

”Cred că presa ar trebui să-și găsească o soluție internă pentru a se proteja, să facă niște sindicate mai puternice, care să le asigure niște garanții celor care lucrează în domeniul ăsta, pentru a-și face materialele.” (Reprezentant PDL Vrancea)

”Nu există cineva care să fie între patron și angajați. Lipsa sindicatelor e o problemă. Cui să se plângă jurnaliștii că nu le sunt respectate drepturile? Trebuie un sindicat puternic, care să te reprezinte și să te protejeze. De multe ori, te duci în zone periculoase și îți asumi riscul, îți asumi niște riscuri când scrii despre interlopi.” (Corespondent local din Vrancea al unei televiziuni centrale)

”Ne apărăm singuri cum putem. Solidari cu noi sunt cititorii, dar nu o să-și asume multe riscuri să iasă pentru noi în stradă. Trebuie să luptăm pentru statutul nostru de jurnaliști.” (Jurnalistă din presa scrisă locală)

Cei mai mulți dintre participanții la acest studiu din Vrancea s-au declarat împotriva unei legi a presei, motivând că ar obstrucționa libertatea presei, și au pledat pentru respectarea legilor și a codului deontologic și pentru mai multă responsabilitate și autoreglementare la nivel de breaslă. Cei care s-au exprimat în favoarea existenței unei legi a presei au declarat că aceasta ar trebui formulată de reprezentanții breslei, nu de politicieni.

”O lege special pentru presă nu cred că e necesară. Și presa trebuie să se supună aceluiași legi.” (Reprezentant PNL Vrancea)

”O lege a presei depinde de ce se referă. Mi se pare corect ca un jurnalist să răspundă pentru ceea ce apare în presă. În rest, nu. Mi se pare că presa trebuie lăsată și apărată. O lege poate ar trebui concepută de către jurnaliști, pentru că ei își cunosc bine meseria și sunt siguri că și în randul presei sunt și mulți juriști. Ideea e să o accepte și politicienii, pentru că ei se apără de jurnaliști prin chestiile astea.” (Reprezentant PP-DD Vrancea)

”Politicienii nu trebuie să reglementeze presa în niciun fel. E suficient Codul civil în opinia mea.” (Reprezentant PDL Vrancea)

”Ar trebui să fie mai mult o reglementare de breaslă. Să ne facă politicienii o lege ne mai lipsește!” (Manager de presă scrisă din Vrancea)

Cred în autoreglementarea presei. De ce trebuie să facem o lege? La televiziune trebuie să fie niște reglementari, pentru că televizorul are o influență mai mare asupra oamenilor. Tendința la noi în România este de a limita libertatea de exprimare prin inițiative legislative. (Jurnalistă din presa scrisă locală)

ANEXA. Date despre respondenți

Nr.crt.	Judet și oraș	Institutie	Funcție interviuat
1	Arad, Arad	West TV	Director general
2	Arad, Arad	West TV	Jurnalist
3	Arad, Arad	Info TV	Redactor-șef
4	Arad, Arad	Info TV	Jurnalist
5	Arad, Arad	Arad TV	Jurnalist
6	Arad, Arad	Arad TV	Jurnalist
7	Arad, Arad	Autoritate publică locală	Reprezentant
8	Arad, Arad	MC-L	Consilier local
9	Arad, Arad	PD-L	Primar (telefonic)
10	Caraș - Severin, Reșița	Banat TV	Redactor-șef/acționar
11	Caraș - Severin, Reșița	Banat TV	Jurnalist
12	Caraș - Severin, Reșița	Vest TV	Director general
13	Caraș - Severin, Reșița	Vest TV	Jurnalist
14	Caraș - Severin, Reșița	Vest TV	Jurnalist / producător
15	Caraș - Severin, Reșița	Autoritate publică locală	Reprezentant
16	Caraș - Severin, Reșița	PSD	Primar
17	Caraș - Severin, Reșița	PNL	Om de afaceri
18	Timiș, Timișoara	PSD	Președinte Consiliu Județean
19	Timiș, Timișoara	Universitatea de Vest	Profesor jurnalism
20	Timiș, Timișoara	Autoritate publică locală	Reprezentant
21	Timiș, Timișoara	PD-L	Consilier județean
22	Timiș, Timișoara	TeleEuropaNova	Director
23	Timiș, Timișoara	TeleEuropaNova	Jurnalist
24	Timiș, Timișoara	TeleEuropaNova	Jurnalist
25	Timiș, Timișoara	Freelancer	Jurnalist
26	Timiș, Timișoara	TVT 89	Producător general
27	Timiș, Timișoara	TVT 89	Producător
28	Dolj, Craiova	PSD	Primar
29	Dolj, Craiova	Autoritate publică locală	Reprezentant

30	Dolj, Craiova	TVR	Correspondent
31	Dolj, Craiova	PD-L	Deputat
32	Dolj, Craiova	PNL	Senator
33	Dolj, Craiova	Oltenia 3 TV	Director general
34	Dolj, Craiova	Oltenia 3 TV	Redactor-șef
35	Dolj, Craiova	Oltenia 3 TV	Jurnalist / producător
36	Dolj, Craiova	TVS	Redactor-șef
37	Dolj, Craiova	TVS	Jurnalist / moderator
38	Galați, Galați	Autoritate publică locală	Reprezentant
39	Galați, Galați	Freelancer	Jurnalist
40	Galați, Galați	TV Galați	Manager
41	Galați, Galați	TV Galați	Redactor-șef
42	Galați, Galați	TV Galați	Director programe
43	Galați, Galați	Vox TV	Manager
44	Galați, Galați	Vox TV	Jurnalist / moderator
45	Galați, Galați	RTV Galați	Manager
46	Galați, Galați	RTV Galați	Redactor-șef
47	Galați, Galați	PD-L	Membru de partid
48	Galați, Galați	PC	Membru de partid
49	Galați, Galați	Universitatea Galați	Profesor Jurnalism
50	Constanța, Constanța	PDL	Președinte
51	Constanța, Constanța	PNL	Reprezentant
52	Constanța, Constanța	PSD	Primar
53	Constanța, Năvodari	PSD	Primar
54	Constanța, Constanța	Constanța TV	Fost angajat
55	Constanța, Constanța	CNA	Inspector teritorial
56	Constanța, Constanța	Freelance	Jurnalist
57	Constanța, Medgidia	Alpha Media	Proprietar, jurnalist
58	Constanța, Medgidia	Alpha Media	Proprietar, manager
59	Constanța, Năvodari	Litoral TV	Jurnalist
60	Constanța, Năvodari	Litoral TV	Jurnalist
61	Constanța, Constanța	freelance	Jurnalist
62	Constanța, Năvodari	Litoral TV	Colaborator
63	Constanța, Cernavodă	Media TV	Proprietar

HARTA POLITICĂ A TELEVIZIUNILOR LOCALE - 2013

64	Constanța, Cernavodă	Media TV	Jurnalist
65	Constanța, Mangalia	Media TV	Jurnalist
66	Constanța, Mangalia	Media TV	Redactor-șef
67	Constanța, Constanța	Neptun TV	Producător
68	Constanța, Constanța	Neptun TV	Jurnalist
69	Constanța, Constanța	Neptun TV	Director executiv
70	Bacău, Bacău	Autoritate publică locală	Inspector
71	Bacău, Bacău	TV Bacău	Proprietar
72	Bacău, Bacău	TV Bacău	Manager
73	Bacău, Bacău	Deșteptarea	Jurnalist
74	Bacău, Bacău	TV Bacău	Redactor-șef
75	Bacău, Bacău	1 TV Bacău	Coordonator
76	Bacău, Bacău	1 TV Bacău	Jurnalist
77	Bacău, Bacău	1 TV Bacău	Jurnalistă
78	Bacău, Bacău	1 TV Bacău	Realizator emisiuni
79	Bacău, Bacău	Impuls TV	Proprietar
80	Bacău, Bacău	Impuls TV	Realizator emisiuni
81	Bacău, Bacău	Impuls TV	Producător general
82	Bacău, Bacău	Euro TV	Fost jurnalist
83	Bacău, Bacău	Freelance	Blogger local
84	Bacău, Bacău	PSD	Reprezentant
85	Bacău, Bacău	PDL	Președinte
86	Bacău, Bacău	PNL	Primar
87	Bacău, Bacău	Primăria Bacău	Reprezentant
88	Brașov, Brașov	Nova TV	Manager
89	Brașov, Brașov	Nova TV	Jurnalist
90	Brașov, Brașov	Grupul Mix	Director editorial
91	Brașov, Brașov	Grupul Mix	Jurnalistă
92	Brașov, Brașov	Grupul Mix	Jurnalist
93	Brașov, Brașov	PSD	Vicepreședinte CJ
94	Brașov, Brașov	PNL	Purtător de cuvânt
95	Brașov, Brașov	PDL	Reprezentant
96	Brașov, Brașov	TVS	Coordonator editorial
97	Brașov, Brașov	TVS	Realizatoare emisiuni
98	Brașov, Brașov	TVS	Jurnalist, realizator emisiuni
99	Brașov, Brașov	Primărie	Purtător de cuvânt
100	Giurgiu, Giurgiu	PDL	Secretar executiv

101	Giurgiu, Giurgiu	PNL	Reprezentant
102	Giurgiu, Giurgiu	PNL	Purtător de cuvânt
103	Giurgiu, Giurgiu	Valahia TV	Director
104	Giurgiu, Giurgiu	Valahia TV	Editor coordonator
105	Giurgiu, Giurgiu	Valahia TV	Reporter
106	Giurgiu, Giurgiu	Muntenia TV	Proprietar, manager
107	Giurgiu, Giurgiu	Muntenia TV	Jurnalistă
108	Giurgiu, Giurgiu	Muntenia TV	Tehnician
109	Giurgiu, București	Autoritate publică locală	Reprezentant
110	Iași, Iași	Iași TV Life	Manager
111	Iași, Iași	Iași TV Life, BIT TV	Proprietar
112	Iași, Iași	Iași TV Life	Redactor-șef
113	Iași, Iași	Tele M	Producătoare emisiuni
114	Iași, Iași	Tele M	Manager
115	Iași, Iași	Tele M	Proprietar
116	Iași, Iași	Tele M	Jurnalist
117	Iași, Iași	Reprezentant ONG	Fostă jurnalistă locală
118	Iași, Iași	Facultatea de Jurnalism	Profesor
119	Iași, Iași	Televiziune centrală	Jurnalist colaborator
120	Iași, Iași	PSD	Primar
121	Iași, Iași	PDL	Președinte
122	Iași, Iași	PSD	Viceprimar
123	Mureș, Târgu-Mureș	PDL	Primar
124	Mureș, Târgu-Mureș	Primărie	Purtător de cuvânt
125	Mureș, Târgu-Mureș	PSD	Reprezentant
126	Mureș, Târgu-Mureș	UDMR	Reprezentant
127	Mureș, Târgu-Mureș	PNL	Reprezentant cabinet președinte CJ
128	Mureș, Târgu-Mureș	PNL	Reprezentant
129	Mureș, Târgu-Mureș	TTM	Director general
130	Mureș, Târgu-Mureș	TTM	Producător
131	Mureș, Târgu-Mureș	TTM	Jurnalist
132	Mureș, Târgu-Mureș	Autoritate publică locală	Reprezentant

HARTA POLITICĂ A TELEVIZIUNILOR LOCALE - 2013

133	Mureș, Târgu-Mureș	Știi TV	Producător general
134	Mureș, Târgu-Mureș	Știi TV	Editor-prezentator
135	Mureș, Târgu-Mureș	Terț	Jurnalist din presa scrisă
136	Mureș, Târgu-Mureș	Erdely TV	Director executiv
137	Mureș, Târgu-Mureș	Erdely TV	Redactor
138	Mureș, Târgu-Mureș	Erdely TV	Jurnalist, prezentator
139	Mureș, Târgu-Mureș	Terț	Angajat stație locală tv centrală
140	Mureș, Târgu-Mureș	Terț	Blogger, fost jurnalist din presa scrisă
141	Mureș, Târgu-Mureș	Radio România Tg. Mureș	Jurnalist
142	Prahova, Ploiești	Alpha TV	Fost manager
143	Prahova, Ploiești	Alpha TV	Producător
144	Prahova, Ploiești	Alpha TV	Jurnalist, reporter
145	Prahova, Ploiești	Alpha TV	Editor
146	Prahova, Ploiești	Valea Prahovei TV	Reprezentant din conducere
147	Prahova, Ploiești	Valea Prahovei TV	Jurnalistă
148	Prahova, Ploiești	Valea Prahovei TV	Jurnalist
149	Prahova, Ploiești	Valea Prahovei TV	Realizator emisiuni
150	Prahova, Ploiești	Wyl TV	Redactor-șef
151	Prahova, Ploiești	Prahova TV	Fost manager
152	Prahova, Ploiești	Prahova TV	Editor
153	Prahova, Ploiești	Prahova TV	Jurnalist
154	Prahova, Ploiești	Prahova TV	Realizator emisiuni
155	Prahova, Ploiești	PC	Președinte organizație județeană
156	Prahova, Ploiești	PDL	Reprezentant Departament Media
157	Prahova, Ploiești	PNL	Reprezentant Departament Comunicare
158	Prahova, Ploiești	PSD	Reprezentant
159	Vâlcea, Râmnicu Vâlcea	TV Vâlcea 1	Manager

160	Vâlcea, Râmnicu Vâlcea	TV Vâlcea 1	Coordonator știri
161	Vâlcea, Râmnicu Vâlcea	TV Vâlcea 1	Jurnalist
162	Vâlcea, Râmnicu Vâlcea	TV Vâlcea 1	Realizatoare emisiuni
163	Vâlcea, Râmnicu Vâlcea	Etalon TV	Jurnalist
164	Vâlcea, Râmnicu Vâlcea	Etalon TV	Redactor știri
165	Vâlcea, Râmnicu Vâlcea	Etalon TV	Manager
166	Vâlcea, Râmnicu Vâlcea	Autoritate publică locală	Reprezentant
167	Vâlcea, Râmnicu Vâlcea	VTV	Consilier media
168	Vâlcea, Râmnicu Vâlcea	VTV	Fostă jurnalistă
169	Vâlcea, Râmnicu Vâlcea	VTV	Fost jurnalist
170	Vâlcea, Râmnicu Vâlcea	PNL	Viceprimar
171	Vâlcea, Râmnicu Vâlcea	PDL	Reprezentant
172	Vrancea, Focșani	Atlas TV	Proprietar
173	Vrancea, Focșani	Atlas TV	Coordonator editorial
174	Vrancea, Focșani	Atlas TV	Jurnalist
175	Vrancea, Focșani	Focus TV	Aționar
176	Vrancea, Focșani	Focus TV	Reporter
177	Vrancea, Focșani	Focus TV	Jurnalistă
178	Vrancea, Focșani	Presa scrisă locală	Jurnalist
179	Vrancea, Focșani	Presa scrisă locală	Manager
180	Vrancea, Focșani	Stație locală tv centrală	Jurnalist
181	Vrancea, Focșani	PDL	Reprezentant
182	Vrancea, Focșani	PP-DD	Reprezentant
183	Vrancea, Focșani	PNL	Reprezentant

Publicat în ianuarie 2014

CC BY 3.0

ActiveWatch - Agenția de Monitorizare a Presei

Membră a Rețelei Reporteri fără Frontiere

Calea Plevnei nr. 98, bl. 10C, sector 1, București; CP 2 OP 67

021 313 40 47 021 637 37 67

office@activewatch.ro

www.activewatch.ro blog.activewatch.ro www.facebook.com/ActiveWatch