

«ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΧΩΡΙΣ ΣΥΝΟΡΑ»: ΑΠΟ ΤΙΣ 19/12/2009 ΕΠΡΕΠΕ ΝΑ ΕΝΣΩΜΑΤΩΘΕΙ ΣΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ

Πληρώνουμε 15.000 ευρώ ημερησίως για... ανυπακοή σε κοινοτική οδηγία

Ο δρόμος για την καινούργια εποχή στην τηλεόραση μπορεί στην Ευρώπη να έχει ανοίξει, όμως η Ελλάδα κρατά ακόμη κλειστή την πόρτα της! Μια κλειδωμένη πόρτα που τιμωρείται μέχρι στιγμής με τσουκτερό πρόστιμο και καθιστά την Ε.Ε. ανύπαρκτη για τις προθεσμίες που μπορεί πλέον να μην προλάβει η χώρα μας για την ψηφιακή μετάβαση.

Ο λόγος για μια σημαντική ευρωπαϊκή οδηγία με την ονομασία Τηλεόραση Χωρίς Σύνορα 2 (Television sans frontières II) (65/2007/ΕΚ) και τη δραματική καθυστέρηση ενσωμάτωσής της εδώ και πέντε μήνες στο Ελληνικό Δίκαιο.

Υποχρεωτικό

Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Δίκαιο η κοινοτική οδηγία που φέρει χαρακτηριστικά υποχρεωτικό και αφορά τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων έπρεπε να έχει ενσωματωθεί σε όλες τις νομοθεσίες των κρατών-μελών της Ε.Ε. μέχρι τις 19-12-2009.

Το ελληνικό υπουργείο Εσωτερικών έχασε την προθεσμία και δυστυχώς η καθυστέρηση των εννέα μηνών είναι εις βάρος της Ελλάδας, αφού κάθε μέρα που περνά τιμωρείται με πρόστιμο. Υπολογίζεται μάλιστα από τους γνωρίζοντες καλά τους ευρωπαϊκούς θεσμούς ότι μέχρι στιγμής η χώρα μας και σε τέτοιους δυσάρεστους οικονομικά καιρούς σφείλει από αυτή την καθυστέρηση πρόστιμο που ανέρχεται στο 1.300.000 ευρώ! Πρόκειται για πρόστιμο 300.000 ευρώ με προθεσμία δύο μηνών και από και μετά υπολογίζεται περίπου 15.000 ευρώ την ημέρα.

«Η συγκεκριμένη οδηγία στην ουσία εκουγχρονίζει τον κόσμο της τηλεόρασης και μας οδηγεί σε μια νέα εποχή», λέει ο πρόεδρος

ΜΑΓΔΑ ΠΑΠΑΓΙΑΝΝΗ
mpapagianni@e-typos.com

Συνδέσμου Διαφημιζομένων Ελλάδος (ΣΔΕ) Γρηγόρης Αντωνιάδης, αποσαφηνίζοντας συνοπτικά το περιεχόμενό της: «Περιέχει κώδικα δεοντολογίας για το πώς τα media θα πρέπει να διαχειρίζονται ευαίσθητα θέματα, όπως την ανθρώπινη αξιοπρέπεια ή τις μειοψηφίες, καθιερώνει το δρόμο προς την ψηφιακή τηλεόραση, ενώ περιέχει σημαντικές διατάξεις για το ονομαζόμενο product placement, για το πώς διαχειρίζεται δηλαδή τα προϊόντα μέσα στην παραγωγή των εκπομπών κι όχι μόνο στο διαφημιστικό χρόνο. Θα μπορούσαν πλέον να υπάρχουν διαφανείς κανόνες, ώστε να γνωρίζει ο τηλεθεατής ότι υπάρχει συγκεκριμένη διαφημιστική προβολή σε εκπομπές ή σίριαλ».

Βέβαιον είναι ότι «σε καιρούς καλεπούς αφενός αναγνωρίζει κάτι που είναι διεθνής πρακτική και αφετέρου προβλέπει νέα πηγή εσόδων, που σημαίνει ένα νέο δρόμο κερδοφορίας που θα βοηθήσει τα κανάλια να μην προβούν σε απολύσεις», ισχυρίζεται υπηλύβραθο στέλεχος το οποίο έχει μελετήσει τη συγκεκριμένη οδηγία.

«Μας βρίσκει απολύτως σύμφωνους η διάταξη για την τοποθέτηση προϊόντων. Θέση μας είναι ότι το κείμενο της ενσωμάτωσης δεν πρέπει να απέχει ή να είναι υπερβολικά αυστηρό σε σχέση με την κοινοτική οδηγία, θα πρέπει δε να λαμβάνει σοβαρά υπόψη την εύρυθμη λειτουργία του επιχειρηματικού κλάδου της επικοινωνίας, ιδίως στην τρέχουσα οικονομική συγκυρία που έχει πλήξει την αγορά και θέτει σε κίνδυνο μεγάλο αριθμό θέσεων εργασίας», τονίζει με τη σειρά του ο πρόεδρος Διαφημιστών ΕΔΕΕ, Δημήτρης Μαύρος.



Απορίας άξιον γιατί ο υπουργός Εσωτερικών, Γιάννης Ραγκούσσης, δεν έπευσε να κλείσει το θέμα όταν ενημερώθηκε για την προθεσμία.

Εκπρόθεσμη

Η ταλαιπωρία της συγκεκριμένης οδηγίας και των εμπλεκόμενων φορέων, δηλαδή της Ένωσης Ιδιωτικών Τηλεοπτικών Σταθμών Εθνικής Εμβέλειας (ΕΙΤΗΣΕΕ), τις ενώσεις των διαφημιστών, το ΕΣΡ, το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος ξεκινά στις 12-9-2004, όταν όλοι καλούνται από τη Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης για να συμβάλουν στην πρώτη διαβούλευση, ώστε να διαμορφωθεί η οδηγία. Αξιοσημείωτο είναι ότι ενώ η κοινοτική οδηγία είχε φτάσει σε επίπεδο σχεδίου Προεδρικού Διατάγματος στο ΣΥΕ, το ΕΣΡ αποκάλυψε ότι από το ΣΥΕ γύρισε στα χέρια του Μιλτιάδη Παπαϊωάννου, πρόεδρου της Ειδικής Μόνιμης Επιτροπής Θεσμών και Διαφάνειας της Βουλής των Ελλήνων, και κάνει λόγο ουσιαστικά για τρίτη διαβούλευση, όμως εκπρόθεσμη.

Ελληνική «πατέντα»

«Η αλήθεια είναι ότι προσπαθεί να δώσει στο ΕΣΡ κάποιες αρμοδιότητες που σήμερα ανήκουν στο Συμβούλιο Ελέγχου και Επικοινωνίας», λέει ο κ. Αντωνιάδης. «Αυτό συμβαίνει στο ελληνικό κείμενο της οδηγίας, και όχι στην ευρωπαϊκή οδηγία. Μας βρίσκει αντίθετους, γιατί υπάρχει ο κίνδυνος να έχουμε δύο αρχές: μία κρατική, το ΕΣΡ, και μία επιτροπή των φορέων της αγοράς που λειτουργεί εδώ και 20 χρόνια, εξετιάζοντας πάνω από 160 υποθέσεις ετησίως, οι οποίες θα γνωμοδοτούν για το ίδιο πράγμα,

οπότε μπορεί να έχουμε αναγκωμένες απόψεις, κάτι που θα κάνει κακό στη διαφήμιση», επισφαιμεί ο κ. Αντωνιάδης.

«Η κοινοτική οδηγία προβλέπει σαφώς ότι πρέπει να υποστηρίζονται οι πρωτοβουλίες αυτορρύθμισης, οι οποίες υπάρχουν ήδη

Περιέχει το product placement για προβολή προϊόντων και μέσα στις εκπομπές

στα κράτη-μέλη και λειτουργούν ικανοποιητικά. Σε ό,τι αφορά την αυτορρύθμιση στην εμπορική επικοινωνία είναι δεδομένο ότι ο θεσμός του Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας είναι ένας πετυχημένος θεσμός στην Ελλάδα. Αν δεν δοθεί η πρόβουσα σημασία στην αυτορρύθμιση, τότε θα διαλυθεί όλη η ιστορία της εμπορικής επικοινωνίας», προσθέτει ο κ. Μαύρος.

Στις 15-2-2010 η ΕΙΤΗΣΕΕ, υπογραμμίζοντας την αναγκαιότητα να επισπευσθούν οι διαδικασίες, με έγγραφο που είχε αποστείλει στον κ. Παπαϊωάννου, τονίζει:

«Οι καθαρές σχέσεις απαιτούν και καθαρές πολιτικές θέσεις, όπως αυτές αποτυπώνονται σε έγγραφα,

όχι μεσες και τίμιες διοικητικές πράξεις που προβλέπονται στη νομοθεσία. Ετσι μόνο είναι δυνατόν να εγγυάται η ελληνική Πολιτεία την ελευθερία της πληροφόρησης και την ελευθερία του επιχειρείν, σε συμμόρφωση και συμμόρφωση με τα ευρωπαϊκά θέσμοι και το ευρωπαϊκό κεκτημένο».

Ενώ στην παράγραφο 9 του ίδιου εγγράφου διατύπωναν όλο το χρονικό της ταλαιπωρίας της συγκεκριμένης οδηγίας και κατέληγε: «Η έναρξη νέας διαβούλευσης, μόνο διά του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης -και ερήμην των λοιπών αρμοσίων και ενδιαφερόμενων παραγόντων (μεταξύ των οποίων και η ΕΙΤΗΣΕΕ), είναι προφανώς άστοχη πολιτική ενέργεια και έρχεται σε καταφανή αντίθεση με το πολιτικός διακηρυχθέν προεκλογικά, "καθαρές σχέσεις με τα media"».

Πού να Ξερε

Την ίδια περίοδο η αρμόδια για τα ΜΜΕ κοινοτική επιτροπή, ΝΕΛΙ Κρούζ, δηλώνει ικανοποιημένη με την κοινοτική οδηγία και λίγο καιρό αργότερα αναγκάζεται να επαναρβάσει δημόσια τη δήλωσή της. Η κ. Κρούζ θυμίζουμε ότι είχε προτείνει την έξοδο όλων των κρατικών μέσων από τη διαφημιστική αγορά, κάτι που είχε βρει σύμφωνο και τον αρμόδιο υπουργό κ. Γερούλιανου.

Σύγχυση και κωλυσιεργία εδώ και έξι χρόνια για μία οδηγία που βρίσκει τόσα εμπόδια, ώστε να ενσωματωθεί στο Ελληνικό Δίκαιο ως σφείλει είναι άξιον απορίας, όπως άξιον απορίας είναι και το γιατί ο κ. Ραγκούσσης, όταν ενημερώθηκε για τη λήξη της προθεσμίας τον περασμένο Δεκέμβριο, δεν έπευσε να κλείσει το θέμα δεδομένου και του υψηλού προστίμου που θα επέφερε η αργονορία.

Πρόκειται για αδιαφορία, για άγνοια, για παράβλεψη ή για «ζαβολιά» στο παιχνίδι με τα media και τους τηλεοπτικούς σταθμούς διερωτώνται οι ιθύνοντες του χώρου. ■



Η οδηγία προβλέπει νέα πηγή εσόδων μέσω της διαφήμισης και ανοίγει νέο δρόμο κερδοφορίας που θα βοηθήσει τα κανάλια να μην προβούν σε απολύσεις

ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΑΝΤΩΝΙΑΔΗΣ ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ

