

★ Mi se pare normal să îmi încep seria de „trampe” cu cel mai urât lucru pe care l-am văzut vreodată. E drept, n-am deschis ochii decât de vreo 30 de ani, dar io zic că e suficient ca să îmi fac o părere despre gradele de urîtenie din această lume și cele mai bune exemple pentru fiecare. „Cel mai urât lucru din lume” este, acum și în general, videoclipul și melodia în sprijinul românilor din Italia, creată, se pare, de Ovidiu Komorniyik (i-am scris numele așa ca să fiu sigur că îl greșesc) pentru Antena 1. Melodia este – nu-i așa? – un rest de partitură roasă de șoareci fix înaintea de Mamaia 1993, motiv pentru care Ovidiu a abandonat proiectul pînă acum, dar l-a refăcut după ce l-a găsit în frigider, acoperind o farfurie cu salată.

★ În fiecare luni dimineată cînd deschid televizorul, fac ce fac și tot peste epilatorul ăla de la teleshopping dau. Mai ales peste imaginea în care o femeie își tunde firele din barbă cu aparatul în chestiune. Nu am nici o problemă cu femeile cu barbă, pur și simplu nu văd nici un motiv pentru care aș fi obligat să mă uit la ele dimineața, cînd deschid ochii. Pe de altă parte, nici noaptea nu e prea

bine, că adorm cu imaginea lor imprimată pe retină. Nu mai știu cînd să fie difuzate. Cred că pe la prînz, cînd toată lumea fără barbă e la muncă.

★ Nu știu ce vrea emisiunea *Magic Taxi* de la Kanal D, dar am remarcat că tinerii din print-ul din ziare arată destul de normal, pe cînd în emisiunea propriu-zisă, alături de Cove apar niște monștri tatuati, gelați, cu mecle de cerco-piteci și intelect de gîză. Chiar nu mai avem tineri normali care să vrea să apară la televizor într-o emisiune ca aia? Mă gîndeam să sesizez CNA-ul pentru agresiune video, dar după aia mi-am adus aminte că videoclipul de la Antena pentru românii din Italia e mult mai nasol.

★ Dom'le, ce figură de băiat cuminte are Fuego. De fapt, are față de băiat cuminte de vreo zece ani încoace. Nu s-a schimbat nici un pic. Eu cred că peste 20 de ani o să arate fix la fel, doar că o să fie alb în cap, iar Irina Loghin o să fie transparentă.

★ Știu că s-au banalizat știri-le cu și despre urși care coboară pe marginea șoselelor ca să se pozeze cu turiștii pentru a primi biscuiți. Cu toate astea, am văzut la Realitatea TV un fel de material

de presă cu o abordare nouă și foarte interesantă: personajele principale nu mai erau urși biscuițari, ci niște vaci care coborau din autoturisme și se duceau cît mai aproape de pădure ca să fie prinse în același cadru cu ursul. Mă gîndesc că, cu puțin noroc, genul ăsta de întîmplări banale s-ar putea lăsa cu o cină în oraș a unui urs ceva mai puțin obișnuit cu presa.

★ În călătoriile lui culinare de pe *Discovery Travel & Living*, Anthony Bourdain a ajuns, la un moment dat, la o circumscripție unde a consumat cu poftă un castron întreg de fudulii de porc. Atunci mi-am dat seama că vegetarienii sînt privați de această mare delicată de care se pot bucura doar carnivorii avizați. Deși, la o adică, și vegetarienii pot minca testicule; păi, sporii ăia de plop care plutesc primăvara prin aer nu sînt, de fapt, fudulii vegetale pentru vegetarieni?

★ Joia trecută m-am uitat zece minute la televizor și mi-a fost suficient. Prima TV – film. Nu mai știu în ce limbă vorbeau actorii, dar știu că traducerea și subtitrajul trebuia să fie în română. Au fost, însă doar pînă la „arată-i cum prinde-ți discul”. La Realitatea TV, reportaj cu camera ascunsă printre

curve și pești de pe stradă. Discuțiile dintre reporteri și proxeneți/tîrfe erau transcrise pe ecran. „Vreo problemă cu gaborii?”, întreabă reporterul, moment în care pe ecran apare scris: „Vre-o problemă cu gaborii?”. Am oprit televizorul, indignat. Abia acum îmi dau seama, însă, că n-am înțeles bine mesajul. Nu era nici o greșală în acel „vre-o” scris desparțit. Pur și simplu, reporterul pronunțase intenționat „vreo” cu cratimă, ca să nu-l miroasă prostituatele alea că e intelectual.

★ Joi seară, Steaua juca un amical cu o echipă dintr-o ligă foarte inferioară a Angliei. Comentatorul de la TV Sport se lamenta, întrebîndu-se dacă nu cumva e pentru prima oară în istoria Stelei cînd e condusă cu 2-0 de o echipă care nici măcar nu are numere pe tricourile de joc. M-am amuzat la gîndul că, exact în același moment, la o televiziune locală din Anglia, comentatorul de serviciu se bucura pentru prima victorie a echipei sale în fața unei formații cu numere pe tricouri.

★ Mă uitam la Turul Franței și mă gîndeam cît de tare trebuie să se plictisească Naum și Banciu, care comentează competiția de ani buni. Cînd să schimb, însă, s-a întîmplat, în sfîrșit, ceva interesant: o mașină oficială s-a apropiat de unul dintre cicliști și cineva i-a întins acestuia o pereche

de adidași pe geam. Țasta și i-a dat repede jos pe ăia vechi și s-a încălțat cu cei noi, în mers. Din moment ce nu cred că încălțările au vreun rol cînd ești pe bicicletă, presupun că tipul se săturase de pedalat și avea de gînd s-o ia pe jos pînă la următorul sat. Sau poate îi trimisese unchiu-său din Germania o pereche de adidași și era nerăbdător să-i probeze.

★ Știu cum mi-am dat seama că viitorul nu mai este al televiziunilor de nișă? Cînd am văzut, la rubrica de meteo a postului Euro-news, cum va fi vremea în Tripoli, Doha, Kinshasa și Perth.

★ OTV. Episodul 180. Titlu, sus: „Elodia a fost îngropată în Moldova, la 10 kilometri de granița cu România”. Glumim cît glumim, da' ho, prrrr! Cum s-o îngroape pe Elodia în Moldova, la zece kilometri de graniță? Păi, acolo, dacă te văd tîrării săpînd pe tarlăua lor, te omoară în bătaie cu parul după cinci secunde, că pe ei nu-i interesează de Elodia, ci sînt convinși că vrei să le furi pepenii!

★ Tot la OTV și tot în episodul 180 s-a lansat o nouă provocare, o nouă întrebare: „Credeți că Tolea a omorît-o pe Elodia?”. Mă gîndesc că de prin episoadele următoare s-ar putea încerca și „Credeți că Magda l-a omorît pe Cioacă?”, „Dar Elodia pe Magda?”, „L-o uicis Cioacă pe Tolea?”. Sper să mai apară personaje, să iasă mai

multe combinații. Publicul telespectator se arăta foarte echilibrat, raportul „Da”/„Nu” fiind de 50 / 50 de procente.

★ Apropo de procentele astea: n-am văzut niciodată 73,268 sau 12,493 (sau un număr cu multe zecimale) la sută, ci doar 50, 60, 75 la sută, adică numere foarte întregi. Un matematician ar putea întui lesne de aici că la sondajul telefonic răspund maximum 3-4 telespectatori!

★ Sîmbătă dimineață, la Realitatea TV se transmiteau imagini live nu din Mamaia, ca de obicei, ci din Eforie Nord, sub titlul generic „Concediul arde portofelul”. La un moment dat, a vorbit din studio Traian Bădulescu, ofițer de presă al ANAT, care a zis că „ar fi

bine ca tot Litoralul să ia exemplul stațiunii Mamaia”. Eu îi dau mare dreptate: spre deosebire de imaginile din Mamaia, în toate secvențele alea, din Eforie Nord, am prins o singură (doar una!) pereche de țife goale, care semănau ca dimensiuni și formă cu două saltele pneumatice!

★ Să vă uitați și dumneavoastră la reclama aia pentru berea Hein "ken, dar să alungați în prealabil copiii. Ei bine, ați văzut ce scrie pe butoiul ăla de cinci litri care apare în clip? Da, ați văzut bine, așa am văzut și eu și chiar așa scrie: „Le fut pression”!

F.nacronica TV

Fotbaliști la Antenament

Duminică seară, la Antena 1, reportaj cu echipa de copii-fotbaliști „Steaua Sudului”, care a luat locul II la un știu ce competiție europeană. Ca fost minifotbalist, subiectul m-a prins și mi-am propus să urmăresc materialul pînă la capăt. Ei, aș! Cîrînd am înțeles că, de fapt, era doar un montaj de promovare a legendarului sportiv Piedone, primar la sectorul 4. Fiți atenți! Deci esența era următoarea: copiii ăștia au ieșit „vicecampioni europeni”, motiv pentru care, la întoarcerea în țară, au fost felicitați de marile modele de viață Piedone, ăla cu cinci permise auto luate într-o zi, cel care joacă, îl știți, pe postul de virf împins la Partidul Conservator. Dar stai să vezi prostie: la un moment dat, vocea din off precizează – ce eroare! – că micuții folosiți în stil ceaușist de propaganda conservatorilor au fost învinși în finală de o altă echipă din România! Normal că stai și te întrebi: păi, bine, și un reportaj cu echipa cîștigătoare de ce nu se difuzează? Uite, nu se difuzează. Probabil că singura lor șansă ar fi fost aceea de a-i felicita și pe ei cineva, și anume, echipa de procurori care anchetează atacarea „permise contra spagă”!

Acad - Cătănenă pg.10

G.D.

Un televizor pe săptămînă

Mă întrebam zilele trecute dacă ar fi posibil ca un om să se uite la televizor doar o zi pe săptămînă. Dar nu așa, o oră și un film pe TVR. O zi întreagă. Să te trezești pe mîtină și să adormi pe Elodia. Oare un maraton de zece ore în fața televizorului poate compensa dispariția ulterioară a ecranului din viața ta, preț de șase zile? Ei bine, da. În primul rînd, uitîndu-te 20 de ore la TV dintr-o dată, vezi toate reclamele din săptămîna aia. Le vezi de mai multe ori pe alea proaste, deci îți rămîn spre comentariu. În al doilea rînd, ai o vedere completă asupra unei zile în România. E mai ușor să vezi iarba crescînd dacă te uiți din cînd în cînd. În plus, buletinele de știri uniformizează diferențele astea presărîndu-le constant cu moarte. Moartea trebuie ignorată. În schimb, te poți uita, în funcție de zile, la viața fericită pe care o duce Mircea Radu sau la telenovelele complicate de pe Acasă. Mai vezi cine se pregătește să devină vedetă și dacă piesele cîntate în premieră la talk-show-uri au ajuns pe canalele de muzică. În plus, îți potențezi altfel existența cînd zici „Nu pot să ies din casă. E ziua în care mă uit la televizor” în loc de „Păi, deschid un pic TV-ul și mă culc”.

Acad - Cătănenă pg.10
 Cătălin MATEI

Publicitate de peste un milion de euro în buzunarele televiziunilor de sport

COMPETIȚIE Lansarea noului canal gspTV face din nișa posturilor de sport un teren extrem de disputat între trusturile de media, mult mai atractiv pentru plasarea bugetelor de publicitate.

DANA ANTON

Andrei are 34 de ani, este medic chirurg, iar în timpul liber joacă tenis la un club din București. Urmărește toate competițiile dedicate acestui sport, fiind unul dintre telespectatorii finaliști de la Wimbledon difuzate în această lună de postul sport.ro. „Acesta este consumatorul ideal al multor advertiseri: adult, educat, cu putere financiară”, spune Marina Dumitrașcu, research executive la agenția de media Brand Connection.

Brand Connection estimează că posturile de sport din România au atras anul trecut un volum de publicitate cuprins între 700.000 și un milion de euro, sumă netă. În 2007, clienții de publicitate care au investit cele mai mari bugete în promovarea produselor lor au fost, în principal, cei din sectoarele băuturi și telecomunicații, precum SAB Miller (Ursus), Coca-Cola, Quadrant Amroq Beverages, Brau Union, Vodafone, Orange, Cos-

mot, dar și Procter&Gamble. Ce i-a determinat să investescă într-o nișă care atrage în medie sub 100.000 de telespectatori pe zi? Posibilitatea atingerii exacte a publicului țintă vizat și, nu în ultimul rând, o bună vizibilitate, deoarece în cadrul posturilor de televiziune tematică nu există o ață de mare aglomerație de spoturi în calupurile publicitare ca la posturile TV mari, generaliste, explică Marina Dumitrașcu.

Operatorii de cablu difuzează în prezent nouă posturi de sport, dintre care audiență monitorizată au sport.ro, cel mai vizionat canal de sport din România, urmat de Eurosport, Telesport, Sport1 și în curând de gspTV, canalul de sport al trustului Intact. Cele mai urmărite sporturi în mediul urban la televiziunile de nișă au fost în primele șase luni ale anului handbalul, tenisul și boxul, în timp ce la televiziunile generaliste, sporturile care au atras cea mai mare audiență au fost fotbalul, boxul și sporturile de iarnă. Dacă până acum sporturile de sport nu a atras o audiență nici măcar comparabilă cu aceea a posturilor generaliste, lucrurile s-ar putea schimba odată cu transmiterea etapelor de fotbal din Liga 1 de către Antena 1 și gspTV. Noul canal de sport a reușit să atragă profesioniști

cu nume sonore și cu o bogată experiență în presa sportivă din echipele de la TVR, Realitatea TV sau sport.ro. Astfel, pentru a conduce polul de media de sport format din gspTV și divizia de sport de la Antena 1 și Antena 3, Intact l-a ales pe Radu Naum (TVR), coordonarea gspTV i-a fost încredințată lui Cristi Zagardniuc (Realitatea TV), pe lista celor recrutati de gspTV adăugându-se Emil Grădinescu (TVR), Bogdan Cosmescu (TVR) și Costin Stucan (sport.ro).

În prezent, alături de Intact, canale de sport mai dețin MediaPro (sport.ro) și Realitatea-Catavencu (Telesport). Totodată, și principalii competitori de pe piața de cablu dețin fiecare în portofoliu un canal tematic de sport: UPC cu Sport1, iar Boom cu Boom Sport One. „Sportul este o nișă care atrage tot mai multe investiții în publicitate, iar un canal de sport poate beneficia din plin de explozia pieței de advertising din România”, consideră Eduard Darvari, director executiv al sport.ro, lider de audiență pe acest segment în perioada ianuarie-iunie 2008.

Cum va afecta piața de media lansarea unui nou canal de sport? Claudia Ion, sales & research director la Kanal D, este de părere că gspTV se va așeza în linie cu celelalte canale de profil, iar difuzarea metciurilor de fotbal din Liga 1 va ajuta postul, într-o primă fază, în zona

de marketing. În schimb, piața media nu va fi afectată de apariția noului canal, din mai multe motive. Unul dintre ele este distribuția; apoi, planificarea unor metciuri, de către Liga Profesionistă de Fotbal, la aceeași oră, și, în fine, faptul că nu toate sunt derby-uri.

Efecnul principal al intrării noului post pentru piața de media se va vedea în banii din piață care vor fi alfel distribuiți. Vor exista bugete suplimentare pentru posturile existente, iar noul canal de sport nu va putea atrage pe metciurile pe care le va difuza veniuri din publicitate comparabile cu cele din returul campionatului trecut obținute cumulativ de Antena 1 (opțiunea a doua), National TV (opțiunea a treia și a cincea) și Kanal D (opțiunea a patra). „Poate că în anii următori, prin apariția pe piața din România a mai multor companii ce vor ține preponderent segmentul bărbaților, aceste metciuri vor putea fi exploatare mult mai mult”, conchide Claudia Ion.

LIDER

sport.ro are, în mediul urban, o audiență formată din 70% bărbați, 52,7% din aceștia având vârste cuprinse între 20 și 59 de ani, iar 64,6% au venituri mari

Audiența zilnică medie (%), în mediul urban, în perioada 1-7 iulie 2008

2,6



1,1



1,1



1,1



0



3,3%

este cota canalelor de sport pe piața urbană, în timp ce posturile generaliste dețin 41,5%, potrivit datelor pentru ian.-iun. 2008, furnizate de GfK România și prelucrate de Brand Connection. sport.ro este lider cu un rating (rîg%) mediu de 0,3, urmat de Eurosport, cu 0,2 și Telesport, cu 0,1