

În atenția doamnei Alina Mungiu-Pipidi

Stimată doamnă,

Apreciem inițiativa SAR, alături de Centrul pentru Jurnalism Independent și Active Watch, cu ultimele două ONG-uri cotidianul "Obiectiv - Vocea Brăilei" având o colaborare îndelungată. Fără îndoială, lipsa de transparență în ceea ce privește acționariatul și finanțarea instituțiilor media precum și datoriile înregistrate la bugetul de stat sunt în strânsă legătură cu politica editorială, o practică extrem de nocivă care a infectat într-un mod de-a dreptul îngrijorător democrația fragilă a României, mai ales în ultimii ani de criză. Totuși, proiectul dvs care-ar trebui să reazeze presa liberă și independentă acolo unde-i este locul, departe de presa aservită sau televiziunile de propagandă, are câteva scăpări importante, din punctul nostru de vedere:

1. Divulgarea primilor 20 de clienți de publicitate de către un ziar care s-a aflat în permanență în opoziție față de puterea locală - cazul punctual al ziarului "Obiectiv - Vocea Brăilei" - ar însemna un imens deserviciu pentru respectiva instituție de presă. Mai precis, luând cazul nostru, cu siguranță se vor face presiuni în sensul realocării unei părți din bugetele de publicitate ale respectivilor clienți către site-urile și presa de partid. Ei bine, doar cine nu vrea nu înțelege că în aceste vremuri grele ziarele independente, care n-au în spate mahări cu alte firme sau oameni politici, tremură pentru fiecare leu care dispare din capitolul "venituri".

2. Ce garanții aveți că datele publicate de alte instituții media, referitoare la clienții de publicitate, vor fi cele corecte? În ceea ce ne privește, suntem de acord să primim un auditor din partea dvs la sediul redacției și să-i punem la dispoziție lista primilor 20 de clienți de publicitate, pentru că n-avem colaboratori cu contracte de peste 10% din bugetul publicației. Pe verificate, nu doar simple vorbe! În acest context, doar așa poate fi relevant un clasament al presei transparente

și netransparente. Altminteri, există riscul ca ziare serioase să nimerească lângă site-uri ținute în viață de partide politice sau care supraviețuiesc prin șantaj, la umbra unor așa zise ONG-uri. De exemplu, la Brăila ați trimis către toate site-urile de știri (infobraila.ro, probraila.ro, arcasu.ro ș.a.) solicitarea dvs?

În concluzie, n-avem nimic împotriva publicării acționariatului firmei SC "DoubleP Media" SRL, editorul cotidianului "Obiectiv - Vocea Brăilei" (Monica Paraschiv - 50%, Silvia Preda - 50%), a balanței pe anul precedent, a datoriilor la bugetul de stat (n-am avut și nu avem) și bineînțeles a persoanei din cadrul redacției căreia i se poate adresa cineva care se consideră lezat.

În altă ordine de idei, profităm de interesul pe care îl manifestați față de presa cu adevărat independentă pentru a vă semnala niște anomalii strigătoare la cer. De ani de zile ziarul nostru este lider de piață în județul Brăila, auditat BRAT și SNA. Cu toate acestea, cu mici excepții, instituțiile care învârt bani publici oferă contracte de publicitate, inclusiv când este vorba despre proiecte cu bani europeni, unor ziare sau site-uri obscure, care contracost se comportă fix la fel cum vedem la unele televiziuni. Chiar în acest an am sesizat Comisia Europeană (Anton Schrag, head of unit Romania) pentru a semnala aceste practici, care din punctul nostru de vedere măcar când este vorba despre bani europeni ar fi trebuit să stârnească niște reacții. Contrar așteptărilor, sesizarea noastră a ajuns tot la Brăila de unde ni s-a răspuns că s-a luat în calcul prețul cel mai scăzut. Păi, dacă s-ar fi raportat oferta noastră la numărul de cititori cu siguranță era cea mai avantajoasă din punct de vedere financiar. Din păcate, banii alocați publicității în proiectele cu bani europeni derulate de instituțiile publice se împart după regula bunului plac. În acest context, ați putea sesiza și d-voastră instituțiile europene cu privire la astfel de practici neconcurențiale. De aceea, ar fi binevenită o inițiativă legislativă care să vizeze publicitatea publică și publicitatea pentru proiectele cu finanțare europeană, conform căreia, deținerea certificatului BRAT să fie condiție de eligibilitate iar criteriul cu privire la prețul cel mai scăzut, să se aplice corect, adică CPM.

În plus, ar fi util, să fie făcute publice numele acelor ziare sau reviste care nu au raportat cifre corecte la auditul tirajului (ex. România Liberă). BRAT face verificări in teren, la tipografii, și deține o astfel de situație. De asemenea, ne-ar ajuta dacă ați face lobby la agențiile de publicitate, astfel încât, acestea să aleagă publisherii după criterii obiective și periodic, să monitorizați activitatea lor, din acest punct de vedere.

Cu siguranță, și clienții lor sunt interesați să fie promovați acolo unde există audiență mai bună, iar publicațiile nu sunt aservite. De exemplu, constatând că degeaba plătesc mii de euro anual pentru SNA, la ultima adunare generală BRAT majoritatea editorilor locali au renunțat la acest studiu de audiență câtă vreme pentru agențiile de publicitate nu mai prezintă interes, dar care constituia un efort financiar consistent mai ales pentru ziarele locale.

În fine, acestea ar fi observațiile și propunerile noastre către dvs, care aveți altă forță atât la nivel național cât și internațional pentru a sprijini ultimii supraviețuitori din presa locală.

Așteptăm cu interes un răspuns din partea dvs și vă garantăm sprijinul nostru în derularea proiectului.

Cu considerație,

Administratori
Monica Paraschiv

Silvia Preda