



ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

DELIBERAÇÃO

SOBRE

UMA QUEIXA DE ANTÓNIO VÍTOR REYNAUD

CONTRA O CANAL 2 DA RTP

(Aprovada na reunião plenária de 19.FEV.92)

I - FACTOS

I.1 - Em 12 de Dezembro de 1991, deu entrada na Alta Autoridade para a Comunicação Social (A.A.C.S.) uma queixa de António Vítor R. Reynaud contra o Canal 2 da RTP, por o signatário entender que os programas dedicados ao basquetebol norte-americano "NBA ACTION" e "JOGO DA SEMANA", com início respectivamente em 16 e 17 de Novembro, inseriam publicidade a determinada marca estrangeira de artigos desportivos, contra as normas e disposições legais em vigor no nosso país sobre a matéria.

No sentido de repor a normalidade na transmissão dos ditos "spots" publicitários e obrigar a RTP-RTC ao cumprimento da lei, o queixoso solicitou da parte da A.A.C.S. uma intervenção urgente, no pressuposto de que não estariam a ser acautelados os interesses das restantes marcas afins comercializadas em Portugal.

Em seu entender, a violação da lei verificar-se-ia, basicamente, pelo facto de não haver nos "spots" qualquer termo em Português e não ter sido a referida publicidade antecedida pelo logotipo indiciador da RTC, nos dois primeiros dias de emissão.

./.



ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

-2-

António Vítor R. Reynaud levantou ainda conjecturas sobre a forma de aquisição dos referidos programas por parte da RTP junto da NBA, supondo que o "package" tenha sido adquirido sem visionamento prévio, admitindo, contudo, por outro lado, que possa ter havido esquecimento em retirar a parte comercial da publicidade aos referidos programas.

I.2 - Em resposta à solicitação formulada junto da RTP, em 13 de Janeiro, foi enviada à A.A.C.S. pelo Director do Canal 2 uma informação do Chefe do Departamento de Informação Desportiva, tendo só dado entrada em 13 de Fevereiro a posição do Director Comercial da RTC sobre o referido assunto.

Quanto à não inclusão do logotipo da RTC antes do anúncio em causa, na emissão dos dias 16 e 17 de Novembro, os responsáveis pelos departamentos questionados coincidem sumariamente nos seguintes argumentos:

- Ter-se verificado a irregularidade apenas no decurso dos dois programas relativos à primeira semana de emissão, e haver-se corrigido subsequentemente, pela introdução da cortina indicadora da RTC, logo na semana seguinte;

- Explicar-se essa irregularidade pelo retardamento do envio das "cassettes" por parte da NBA, o que terá impedido a RTP de fazer visionar os dois primeiros programas por especialistas da área da publicidade, com a devida antecedência;

- Constar o anúncio da NIKE do acordo comercial firmado entre a RTP e a NBA, justificando-se por isso plenamente a integração dos "spots" durante a projecção dos jogos;

- Não ter havido qualquer intenção de prejudicar eventuais anunciantes, muito menos os clientes da RTC.

./.

9125



Handwritten signature or initials

ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

-3-

No que respeita ao argumento apresentado por António Vítor Reynaud de que não seria o anúncio acompanhado de qualquer termo do nosso idioma, o Director Comercial da RTC não se refere ao assunto, enquanto o Chefe do Departamento de Informação Desportiva do Canal 2 da RTP diz textualmente que "os 'spots' estão em português".

II - ANÁLISE

II.1 - Ao abrigo da alínea l) do artigo 4º da Lei nº 15/90, de 30 de Junho, é a A.A.C.S. competente para apreciar a presente queixa, uma vez que estariam em causa a violação de normas legais aplicáveis à difusão de publicidade, que a RTP é obrigada a respeitar.

Nesta perspectiva, as questões levantadas por António Vítor Reynaud prendem-se com o princípio de identificabilidade e o princípio de licitude constantes respectivamente dos artigos 7º e 8º do Código de Publicidade, conforme o decreto-lei nº 330/90, de 23 de Outubro.

II.2 - Quanto ao primeiro aspecto, não se pode deixar de compreender a explicação dos responsáveis pelos respectivos departamentos da RTP, uma vez que, comprovadamente, a partir da segunda semana de emissão, a publicidade da marca NIKE, inserida nos programas em causa, começou a ser antecedita pelo identificativo da RTC, não se encontrando de modo algum ferido o princípio de identificabilidade previsto na lei, a partir de então.

./.



9177

ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

-4-

II.3 - O mesmo já não se poderá afirmar de forma inequívoca no que respeita ao cumprimento do número 3 do artigo 7º do Código da Publicidade, segundo o qual "só é permitida a utilização de idiomas de outros países na mensagem publicitária quando esta tenha os estrangeiros por destinatários exclusivos ou principais".

II.4 - Os programas "NBA ACTION" e "JOGO DA SEMANA" visionados pela Alta Autoridade apresentam publicidade aos artigos NIKE concebida a partir de imagens fortemente sugestivas de destacados campeões internacionais em pleno jogo, sendo, de facto, a mensagem verbal que as acompanha de reduzida importância ou com função meramente identificadora.

No entanto, para além da indicação inicial do nome dos campeões introduzidos em português, nenhuma outra palavra escrita ou falada surge no nosso idioma, tornando-se distintas, por vezes nitidamente, frases proferidas em inglês. Parece, pois, ter havido por parte dos responsáveis pelo Canal 2 da RTP uma preocupação de adaptar o "spot" conforme as regras que a lei portuguesa estabelece sobre a matéria, sem o ter conseguido de forma completa.

III - CONCLUSÃO

Perante a queixa de António Vítor Reynaud, a Alta Autoridade para a Comunicação Social considera que a publicidade aos artigos desportivos inserida nos programas "NBA ACTION" e "JOGO DA SEMANA", passou a obedecer ao princípio da identifi-

./.



ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

-5-

cabilidade exigido por lei, após as emissões de 16 e 17 de Novembro de 1991, mas não respeita integralmente o estipulado quanto à necessária inclusão de termos portugueses nas mensagens publicitárias, em face do que deve o Canal 2 da RTP providenciar no sentido de uma melhor adaptação dos "spots" em causa.

Esta deliberação foi aprovada por unanimidade.

Alta Autoridade para a Comunicação Social,
em 19 de Fevereiro de 1992

O Presidente

Pedro Figueiredo Marçal
Juiz Conselheiro

/AM

9178