



Handwritten signature

ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

DELIBERAÇÃO
SOBRE
ALEGADO INCUMPRIMENTO PELA RTP
DE NORMAS LEGAIS RELATIVAS À PUBLICIDADE
(Aprovada na reunião plenária de 11.NOV.92)

I - ORIGEM DO CASO

I.1 - A Alta Autoridade para a Comunicação Social (A.A.C.S.) tomou conhecimento de uma notícia, publicada, a 6 de Setembro de 1992, pelo jornal "Público", sob o título "RTP furou leis publicitárias nas emissões das Olimpíadas".

I.2 - O nº 2 do artigo 52º da Lei nº 58/90, de 7 de Setembro (Regime da actividade de televisão), dispõe que "o processamento das contra-ordenações compete à Direcção Geral da Comunicação Social, sendo a infracção verificada por iniciativa própria ou no seguimento de participação da Alta Autoridade para a Comunicação Social".

Assim, deliberou a AACS proceder a averiguação acerca dos factos noticiados pelo "Público", com vista a eventual participação à entidade processadora daquelas contra-ordenações.

I.3 - Segundo o "Público", "na cobertura dos Jogos Olímpicos, a RTP não cumpriu o Código de Publicidade". Com efeito, diz, "a Directiva Televisão sem Fronteiras e o Código de Publicidade exigem que 'entre duas interrupções de um mesmo programa, para publicidade, deve mediar um período igual ou superior a 20 minutos'. Nas emissões da segunda semana do Barcelona Hoje, no fim dos resumos de cada modalidade desportiva (quase sempre inferiores a cinco minutos), foi apresentada publicidade". Ainda de acordo com a mesma notícia, que cita dados divulgados pela Marktest, "a RTP transmitiu, em média, 3,3 'spots' publicitários, repartidos por 460 blocos, nas emissões dedicadas aos Jogos. Se a publicidade fosse repartida igualmente, cada bloco seria transmitido de 25 em 25 minutos. No entanto, a incidência da publicidade era menor nos períodos da manhã e no Canal 2. Aumentava à tarde e à noite. De tal maneira que o Barcelona

./.

9179



[Handwritten signature]

ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

-2-

Hoje, programa diário de uma hora, sofreu 90 interrupções, em duas semanas de emissão, com maior incidência na segunda semana".

O "Público" afirma ainda que a interrupção de programas de informação ou transmissões desportivas na RTP não tem respeitado o disposto nos números 4 e 5 do artº 25º do Código da Publicidade, e que nas emissões do "Barcelona Hoje" de 3 e 4 de Agosto e em outras da mesma semana, a cada resumo de uma modalidade correspondia uma interrupção para publicidade, tendo havido resumos que não ultrapassaram os três minutos, o que, depreende-se da notícia, terá ofendido o disposto nos nºs 5 e 6 do referido artº 25º.

II - RESPOSTA DA RTP

II.1 - Oficiou-se ao Director Coordenador de Programas e Informação da RTP, em 15 de Setembro, a solicitar que informasse o que julgasse conveniente, tendo sido recebida, a 28 do mesmo mês, carta de resposta remetendo "cópia do esclarecimento que sobre a matéria nos foi enviado pelo Exmo. Senhor Presidente do Conselho de Gerência da Radiotelevisão Comercial, Lda.". Diz-se em tal esclarecimento:

"1. A RTP não 'furou a lei'. Cumpriu integralmente a lei.

"2. Os números do Artº 25º do Código da Publicidade referidos no jornal 'Público' de 6 de Setembro p.p. não se aplicam ao caso presente (v. D.L. 330/90 de 23 de Outubro Artº 3º nº 2. Aí se lê: 'O disposto nos nºs 5 a 7 do Artº 25º não é aplicável às emissões exclusivamente destinadas ao território nacional (...)').

"3. Ainda assim houve a preocupação de incluir a publicidade apenas no intervalo das partes autónomas do programa.

"4. Foi respeitado, por completo, o limite de tempo reservado à publicidade, (cfr. Artº 26º do mesmo Código).

"O limitado tempo de que dispunha para elaborar uma resposta e a doença do nosso consultor jurídico impedem um maior desenvolvimento.

"Aconselho a consulta, como é natural, do Gabinete Jurídico da RTP, com a maior urgência, tendo em vista os prazos impostos".

./.

4180



J. J. J.

ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

-3-

II.2 - Posteriormente, a RTP viria a apresentar novos esclarecimentos, por carta recebida em 12 de Outubro, que a seguir se transcreve:

"1. A notícia publicada pelo jornal 'Público' do passado dia 6 de Setembro de 1992, baseou-se numa alegada violação por parte da RTP da Directiva nº 89/522/CEE de 3 de Outubro de 1989, vulgarmente designada por 'Televisão Sem Fronteiras'.

"Porém, tal notícia peca por erro nos seus pressupostos, não tendo a RTP violado nenhuma das suas disposições nem do Código da Publicidade, como adiante se procurará demonstrar.

"2. Relativamente à Directiva nº 89/522/CEE, a primeira observação a fazer é a de que a mesma não se aplica directamente à RTP, enquanto organismo de radiodifusão televisiva. Segundo o disposto no seu artº 27º, os seus destinatários são os Estados-membros.

"3. Acresce que, esta Directiva foi transposta para a ordem jurídica interna, no que ao capítulo da publicidade diz respeito, pelo Dec. Lei nº 330/90, de 23 de Outubro, que aprovou o Código de Publicidade.

"4. Efectivamente, em nossa opinião e salvo melhor, as normas legais aplicáveis à publicidade televisiva, no caso em apreço, são as constantes do Dec. Lei nº 330/90, de 29 de Outubro.

"Apesar de a Lei nº 58/90 de 7 de Setembro, que regula o Regime de Actividade de Televisão, conter normas relativas à publicidade televisiva, tais disposições foram revogadas pelas normas posteriores constantes do Código de Publicidade relativas à publicidade televisiva que com elas estejam em oposição.

"Com efeito, o nº 1 do artº 26º da Lei 58/90, de 2 de Setembro diz que 'são aplicáveis à televisão as normas gerais reguladoras da publicidade comercial e da actividade publicitária'.

"Por outro lado, o artº 1º do Código da Publicidade, delimitando o seu âmbito de aplicação, estipula que o mesmo se aplica a 'toda e qualquer forma de publicidade, independentemente do suporte utilizado para a sua difusão'. O seu capítulo destinado exclusivamente à publicidade na televisão (Capítulo III), instituiu, neste particular, um regime especial para a publicidade na televisão, posterior e em parte incompatível com o regime especial contido na Lei nº 58/90.

./.

9181



Handwritten signature or initials

ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

-4-

"Assim, face ao disposto no nº 2 do artº 7º do Código Civil, encontram-se revogadas as disposições da Lei nº 58/90 sobre publicidade televisiva que sejam incompatíveis com o disposto no Código de Publicidade.

"Porém, mesmo sendo aplicável em matéria de publicidade televisiva as disposições do Código de Publicidade, não se aplicam às emissões transmitidas pelos dois canais da RTP (Canal 1 e TV2) as normas dos nºs 5 a 7 do seu artº 25º, alegadamente violadas.

"5. Efectivamente, as transmissões da RTP destinam-se exclusivamente ao território nacional.

"Como é sabido, as transmissões televisivas da RTP (excluindo a RTP-Internacional) são efectuadas por feixes hertzianos e, por razões técnicas impossíveis de controlar e não desejadas, há sempre uma zona de invasão do espaço alheio (o chamado 'débordement'). Este fenómeno, alheio à vontade da RTP, é considerado irrelevante e inapto para descaracterizar uma emissão como nacional se nesse sentido apontarem todos os elementos que, no fundo, dão carácter à emissão.

"O contrário, seria se a emissão tivesse sido efectuada por via satélite - o que não foi - esta sim, com todos os requisitos para ser considerada uma transmissão transnacional e portanto, já enquadrável no disposto nos nºs 5 a 6 do artº 25º do Código da Publicidade.

"6. Considerando que, efectivamente, o critério para qualificar uma emissão destinada ao território nacional não pode ser exclusivamente técnico, há que encontrar outros tais como: o da língua ou idioma da emissão; conteúdo dos programas, publicidade utilizada, serviços noticiosos ou informativos, área e forma de difusão da emissão, público destinatário, sede do radiodifusor, localização dos emissores no espaço nacional.

"Ora, as emissões dos canais 1 e TV2 da RTP são difundidas em língua portuguesa, sem legendagem noutra língua, os programas, a informação a publicidade são, todos eles exclusivamente destinados ao público nacional.

"Os meios técnicos usados visam a difusão, apenas no território nacional.

"O 'débordement' que se verifica nas zonas fronteiriças do país vizinho é irrelevante para desqualificar a emissão como 'exclusivamente nacional'.

"O destino, a razão de ser das emissões da RTP - Canal 1 e TV2 - é exclusivamente Portugal e os portugueses. Foi o caso, precisamente, das transmissões dos Jogos Olímpicos de Barcelona.

./.

9182



Handwritten signature or initials

ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

-5-

"Não se aplica pois, a estas emissões, o disposto nos nºs 5 a 7 do artº 25º do Código de Publicidade.

"7. Porém, apesar de considerar estas disposições não aplicáveis, houve a preocupação de incluir a publicidade apenas nas partes autónomas dos programas, tendo, também, sido respeitado o limite de tempo reservado à publicidade, como já antes foi informado a V. Exa..

"Não houve pois, por parte da RTP, violação de quaisquer normas legais aplicáveis à publicidade televisiva, relativamente aos programas em causa".

III - ANÁLISE

III.1 - O Decreto-Lei nº 330/90 de 23 de Outubro, que aprovou o Código da Publicidade, determina no nº 2 do artº 3º que "o disposto nos nºs 5 a 7 do artº 25º" (onde precisamente se regula a inserção da publicidade nas emissões desportivas, assim como noutros programas e espectáculos) "não é aplicável às emissões exclusivamente destinadas ao território nacional e que não possam ser captadas, directa ou indirectamente, em outro ou outros Estados membros das Comunidades Europeias".

Isto, em conformidade com a legislação comunitária, que salvaguardou o direito de os Estados membros fixarem normas diversas para as emissões desse exclusivo alcance - cfr. preâmbulo e artº 20º da Directiva 89/552/CEE de 3 de Outubro de 1989.

Ora a emissão dos canais 1 e 2 da RTP é difundida em língua portuguesa, sem legendagem; os programas, a informação, a publicidade são unicamente destinados ao telespectador nacional; os meios técnicos usados visam a difusão, apenas, no território nacional.

O facto de as emissões dos canais 1 e 2 poderem ser captadas nas zonas fronteiriças não tem relevância, dado que os meios técnicos usados não estão concebidos (ao contrário da RTP Internacional) para ultrapassar fronteiras e atingir audiência de diversas nacionalidades. É fenómeno meramente periférico e não internacional. Acresce, como referido, que as emissões em causa são nacionais por natureza e conteúdo.

./.

9183



ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

-6-

III.2 - No que respeita à duração da publicidade, o exame feito dos programas em causa, relativamente ao período de 1 a 9 de Agosto de 1992, permitiu constatar que, em quatro casos, foi ocupado com mensagens publicitárias tempo superior a 20% de cada hora de emissão: fez-se um estudo dos tempos de publicidade nos canais 1 e TV2 da RTP, durante os programas sobre os Jogos Olímpicos de Barcelona, com base nos boletins de classificação estatística e verificação dos programas emitidos, do Departamento de Arquivos e Documentação do Serviço de Verificação Estatística da RTP. No referido período, apenas nos programas do Canal 1 dedicados aos Jogos Olímpicos se apuraram os seguintes tempos de inserção de publicidade, por hora, superiores a 12 minutos (20% x 1 hora):

- . 3.AGO.92, às 19,16h - 13 minutos e 18 segundos
- . 5.AGO.92, às 18,53h - 14 minutos
- . 6.AGO.92, às 18,09h - 17 minutos
- . 7.AGO.92, às 18,47h - 12 minutos e 7 segundos.

O limite percentual de 20%/hora fôra acolhido no nº 2 do artº 28º da Lei nº 58/90 de 7 de Setembro (Regime da Actividade de Televisão).

Mas o Código da Publicidade, que é posterior, mostra-se omissivo nesse ponto. E deve entender-se que tal omissão foi deliberada, uma vez que o Código veio regular globalmente o tempo consagrado a fins publicitários, como decorre da epígrafe do seu artº 26º, que assim revogou tacitamente aquele nº 2 do artº 28º da Lei nº 58/90, visto o disposto no artº 7º, nº 2, do Código Civil.

De resto, parece lógico que o legislador tenha querido afastar esse condicionamento da percentagem publicitária por hora, quanto às emissões contempladas na permissão da Directiva nº 89/522/CEE e já acima referidas (as "destinadas exclusivamente ao território nacional...").

E, como se viu, é este o caso dos programas desportivos de que se trata.

./.

9/84



ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

-7-

IV - CONCLUSÃO

Assim, a Alta Autoridade para a Comunicação Social não considera verificada qualquer infracção por parte da RTP, relativamente à publicidade, na cobertura que fez dos Jogos Olímpicos de 1992.

Esta deliberação foi aprovada por maioria.

Alta Autoridade para a Comunicação Social,
em 11 de Novembro de 1992

O Presidente

Pedro Figueiredo Marçal
Juiz Conselheiro

/AM