



## ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

### DELIBERAÇÃO SOBRE QUEIXA DE JOAQUIM DE VAZ CUNHA CONTRA O JORNAL "DEFESA DE ESPINHO" (Aprovada na reunião plenária de 29.SET.99)

#### I – FACTOS

I.1 – Em 24 de Agosto de 1999, foi recebida na Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS) uma queixa de Joaquim de Vaz Cunha contra o jornal "Defesa de Espinho" por este ter publicado, na edição de 19 de Agosto, nas páginas centrais, uma peça publicitária, "*dedicada a uma urbanização situada em São Félix da Marinha*", "*disfarçada de reportagem jornalística*". Mais diz que "*tal facto não teria nada de anormal se a dita peça publicitária não viesse disfarçada de reportagem jornalística e se a empresa proprietária da dita urbanização não fosse, simultaneamente, a detentora daquele jornal*". E, continua, "*ao adoptar esta prática, o 'Defesa de Espinho' induziu em erro os seus leitores, de forma plenamente consciente diga-se, ao pretender fazer passar a ideia que a comercialização de um edifício - cuja propriedade não foi identificada - era um acontecimento de importância invulgar.*"  
Anexa a edição do jornal em causa.

I.2 – Em 7 de Setembro, a AACS oficiou ao director do jornal "Defesa de Espinho" para que informasse o que tivesse por conveniente, tendo recebido, em 16 do mesmo mês, a respectiva resposta. Diz, na parte que interessa para análise do recurso:

- que a inserção do anúncio em questão se efectuou no cumprimento de um contrato elaborado para o efeito, contrato que incluía a inserção de "*um grande anúncio a toda a largura das duas páginas centrais*";
- que reconhece "*ter havido lapso destes serviços no facto de não ter sido feita qualquer menção expressa à natureza publicitária do texto e fotografias anexas, como é, aliás, prática corrente no jornal*";
- que entende "*que tal lapso não contribuiu minimamente para induzir ninguém em erro, dado que qualquer leitor, mesmo pouco atento, imediatamente dele se terá apercebido*";
- não ser "*verdade que a propriedade do empreendimento não tenha sido identificada*", e diz também que o facto da empresa proprietária pertencer ao mesmo grupo económico do jornal em nada interferiu no comportamento e posição da direcção do jornal.



## ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

- 2 -

### II - ANÁLISE

II.1 – A Alta Autoridade para a Comunicação Social é competente para apreciar a queixa, atento o disposto na alínea n) do artigo 4.º da Lei n.º 43/98, de 6 de Agosto, decorrente da atribuição que lhe é conferida pela alínea b) do artigo 3.º da mesma lei, pois compete-lhe providenciar pela isenção e rigor da informação e apreciar, por iniciativa própria ou mediante queixa, os comportamentos susceptíveis de configurar violação das normas legais aplicáveis aos órgãos de comunicação social, adoptando as providências necessárias.

II.2 – A publicidade, isto é, *"qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objectivo directo ou indirecto de promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços"*, encontra-se regulamentada pelo Código da Publicidade - (Decreto-Lei n.º 275/98, de 9 de Setembro). Aqui se definem os princípios gerais a que deve obedecer: princípio da licitude, princípio da identificabilidade, princípio da veracidade e respeito pelos direitos do consumidor (artigo 6.º do código referido).

Ainda, número 2 do artigo 28.º da Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro (Lei de Imprensa), *"toda a publicidade redigida ou a publicidade gráfica, que como tal não seja imediatamente identificável, deve ser identificada através da palavra «Publicidade» ou das letras «Pub», em caixa alta, no início do anúncio, contendo ainda, quando tal não for evidente, o nome do anunciante"*. E, número 3 dos mesmos artigo e Lei, *"considera-se publicidade redigida e publicidade gráfica todo o texto ou imagem cuja inserção tenha sido paga, ainda que sem cumprimento da tabela de publicidade do respectivo periódico"*. Diga-se aqui que a inobservância do disposto no n.º 2 do artigo 28.º constitui contra-ordenação punível com coima de 200 000\$ a 1 000 000\$.

II.3 - Dos princípios atrás mencionados é o da identificabilidade aquele que o queixoso pretende ter sido violado pelo jornal. Diz este princípio (número 1 do artigo 8.º do já referido código): *"A publicidade tem de ser inequivocamente identificada como tal, qualquer que seja o meio de difusão utilizado"*. O mesmo princípio está defendido na Lei de Imprensa, ao obrigar o jornal a apor as palavras «Publicidade» ou «Pub» **no início de um anúncio não imediatamente identificável como tal**. Ora, a inserção da peça em questão nas páginas centrais do jornal, onde qualquer leitor espera ver notícias de relevo jornalístico, sem a indicação de que se trata de publicidade, antes com a indicação "Destaque Central", enquanto que, em outras páginas do mesmo



## ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

- 3 -

jornal, a palavra "publicidade" enquadra o anúncio, pode induzir em erro os seus leitores e comprometer, nessa medida, o rigor jornalístico exigível à publicação.

**II.4** - No que respeita à afirmação de Joaquim de Vaz Cunha, quando diz na sua queixa contra o jornal, " (...) , *ao pretender fazer passar a ideia que a comercialização de um edifício - cuja propriedade não foi identificada (...)*" (o destacado é nosso), deve atender-se a que a referência feita no 2.º parágrafo da peça em causa, onde se pode ler, "*trata-se do mais recente investimento da sociedade de construção Investimentos Industriais e Imobiliários, do Grupo Violas, projectado pela Duolinea e construído pela empresa Edifer, (...)*", não satisfaz, assim o entende esta Alta Autoridade, o exigido no número 2 do artigo 28.º da Lei de Imprensa.

### **III - CONCLUSÃO/RECOMENDAÇÃO**

Apreciada uma queixa de Joaquim de Vaz Cunha contra o jornal "Defesa de Espinho" por este ter publicado, na edição de 19 de Agosto, nas páginas centrais, uma peça publicitária, dedicada a uma urbanização situada em São Félix da Marinha, com relevo correspondente a um artigo jornalístico e sem a indicação de tratar-se de publicidade, como estabelecem o Código de Publicidade e a Lei de Imprensa, podendo, com este procedimento, induzir em erro os seus leitores, a Alta Autoridade para a Comunicação Social delibera considerá-la procedente, e recomenda ao jornal a estrita observância do normativo legal relativo à necessidade de uma clara distinção entre publicidade e informação.

***Esta deliberação foi aprovada por unanimidade, com votos de Beltrão de Carvalho (relator), José Maria Gonçalves Pereira, Sebastião Lima Rego, José Garibaldi, Amândio de Oliveira, Rui Assis Ferreira, Maria de Lurdes Monteiro e Pegado Liz.***

Alta Autoridade para a Comunicação Social, em 29 de Setembro de 1999

O Presidente

  
José Maria Gonçalves Pereira  
Juiz-Conselheiro

BC/AM

2097