

J7

**DELIBERAÇÃO
SOBRE
QUEIXA DA UGC - UNIÃO GERAL DE CONSUMIDORES - CONTRA O
JORNAL
"24 HORAS"**

(Aprovada em reunião plenária de 19 de Fevereiro de 2003)

1. O Instituto do Consumidor remeteu à Alta Autoridade para a Comunicação Social, uma queixa da União Geral de Consumidores - UGC - contra publicidade à marca DANONE no jornal "24 Horas".
2. A queixa refere concretamente que "(...) no jornal "24 Horas", (...) é manifestamente ferido o princípio da identificabilidade, a par do recurso a formas dissimuladas de comunicação publicitária (...)".
A UGC, aponta como principais razões, o seguinte:
 - " O texto exaltativo das propriedades dos iogurtes é predominantemente ilustrado por imagens de iogurtes da Danone (...)";
 - " É referido, numa edição de Julho (...) um encontro realizado dois meses antes e organizado por esta empresa, no México, e no âmbito de uma vasta campanha em que a Danone tem procurado aliciar elementos da comunidade científica e formadores de opinião para as vantagens dietéticas da chamada "nutracêutica" (...) onde a Danone aposta vigorosamente.";
 - " (...) o iogurte é um elemento terapêutico (...) declaradamente abusivo, manipulatório e explorador da credulidade do consumidor.".
3. No entanto, o Instituto do Consumidor, na sua carta de 19 de Fevereiro de 2002, refere que, na queixa em epígrafe, não são detectáveis violações das normativas em vigor, em matéria do Código da Publicidade, e deu conhecimento à Alta Autoridade para a Comunicação Social do teor da referida queixa.

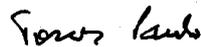
2134

4. A peça jornalística em questão aborda as conclusões de um simpósio sobre as propriedades dos iogurtes e as vantagens do seu consumo, em especial para o sistema imunitário dos consumidores, no qual Portugal esteve representado por um “Centro de Informação do Iogurte”. Essa reunião foi promovida pelo Instituto Nacional das Ciências Médicas e Nutrição do México e pela marca Danone. Nestes termos, as referências feitas a esta marca no “24 Horas”, embora possam estabelecer alguma confusão entre a peça jornalística e a eventual promoção de dado produto, e não dispondo a Alta Autoridade para a Comunicação Social de provas sobre a matéria, delibera arquivar o processo.

Esta deliberação foi aprovada por maioria com votos a favor de Joel Frederico da Silveira (Relator) Armando Torres Paulo (Presidente), José Garibaldi (Vice-Presidente), Manuela Matos, Carlos Veiga Pereira, Maria de Lurdes Monteiro, e José Manuel Mendès, e contra de Sebastião Lima Rego, (com declaração de voto).

**Alta Autoridade para a Comunicação Social,
em 19 de Fevereiro de 2003**

O Presidente



**Armando Torres Paulo
Juiz- Conselheiro**

JFS/AF

2 2138

DECLARAÇÃO DE VOTO

sobre

uma queixa da UGC contra o jornal "24 Horas"

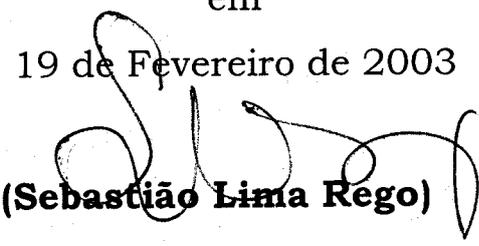
Votei contra a Deliberação porque ela não analisa com um mínimo de seriedade a situação de promiscuidade entre informação e publicidade que o artigo em causa do "24 Horas" manifestamente representa.

A Deliberação arruma precipitadamente um caso de provável falta de rigor informativo que urgia escrutinar devidamente. Não o fazendo e encerrando sem mais o caso meses depois de chegada a queixa da UGC, na ausência aliás de qualquer investigação ou estudo que justificasse a demora, a Alta Autoridade enjeita assim uma sua responsabilidade importante, deixando passar a oportunidade de apreciar substancialmente a questão colocada pela entidade queixosa, não prestando a si própria e ao seu prestígio um serviço de que se possa orgulhar.

Alta Autoridade para a Comunicação Social,

em

19 de Fevereiro de 2003


(Sebastião Lima Rego)

SLR/IM

2139