

DELIBERAÇÃO

Sobre

QUEIXA DE JOSÉ MANUEL JERÓNIMO DE SOUSA CONTRA O JORNAL "EXPRESSO"

17

(Aprovada em reunião plenária de 7 de Maio de 2003)

I FACTOS

1. Deu entrada na Alta Autoridade para a Comunicação Social uma queixa de José Manuel Jerónimo de Sousa contra o jornal "Expresso", por ter publicado no caderno "Imobiliário", da sua edição de 15 de Fevereiro de 2003, sob o título "*Palmela Village com arquitectura inovadora*", um artigo que qualifica de "*autêntica publicidade*" à empresa Pelicano.
2. O artigo objecto da queixa ocupa-se de um projecto de condomínio de grande dimensão (1000 moradias, 665 apartamentos, 1 hotel e 1 campo de golfe, Tc), da autoria do Arquitecto Tomás Taveira, que pelas suas "*características inovadoras*" e tecnologia adoptada diz já ter sido "*considerado por alguns especialistas um case-study*". Afirma, também, que o projecto em causa "*promete revolucionar não apenas urbanisticamente a zona onde se insere, como também as formas de comercialização*" e que a sua "*aceitação - mesmo a nível internacional - foi tão grande que a Pelicano*", identificada como sendo a empresa promotora do empreendimento, "*está a equacionar a exportação do conceito para o Brasil e para a Espanha*". O artigo finaliza enfatizando uma solução informática que a Pelicano estaria a desenvolver para o acompanhamento da obra e sua decoração.
3. No e-mail enviado à AACCS, o queixoso transcreve uma carta que teria enviado ao "Expresso", em que questiona no artigo em causa, designadamente, a falta de identificação dos especialistas que refere e do posicionamento da Câmara da localidade sobre o empreendimento.
4. Dada a possível existência de irregularidades a sindicar no campo do rigor da informação e do relacionamento desta com a publicidade, a Alta Autoridade ouviu sobre o teor da queixa o director do "Expresso", que informou que o autor da notícia visada é colaborador eventual do suplemento imobiliário e que o texto por ele redigido foi considerado pelo responsável do dito suplemento como factual e verdadeiro. Disse, ainda, que as sugestões do queixoso, embora interessantes, imporiam um estilo e conteúdo da notícia que não se compaginam com o que habitualmente se faz no caderno em causa.

2/140

II APRECIACÃO

2. Alta Autoridade para a Comunicação Social é competente para apreciar e deliberar sobre a queixa, tendo em vista o disposto nas alíneas a), b) e h) do artigo 3º e n) do artigo 4º da Lei nº 43/98 de 6 de Agosto.
3. O Código da Publicidade prescreve a obrigatoriedade da observância, entre outros, dos princípios da identificabilidade da publicidade e da clara distinção entre os conteúdos editoriais e as comunicações publicitárias.
4. Na senda da mesma preocupação, a Lei nº 2/99, de 13 de Janeiro, nos seus artigos 28º e 36º, obriga a inserção da palavra “publicidade” ou “pub” quando a natureza publicitária de um texto não seja imediatamente identificável e atribui à Alta Autoridade para a Comunicação Social a competência para aplicação das coimas resultantes da sua não observância.
5. De notar, que o interesse geral a proteger pelas normas citadas é o de garantir aos cidadãos a clara percepção da natureza comercial de peças publicadas, atentos os efeitos de sugestão que podem induzir e o forte impacto dos media na formação da opinião pública, defendendo-os de eventuais manipulações quando exercem o seu direito de liberdade de informação.
6. Importa também referir que, segundo a Lei da Imprensa, todas as publicações informativas estão obrigadas a respeitar os princípios deontológicos da imprensa, entre os quais, o rigor e a isenção da informação que divulgam.
7. Teria sido útil, para uma melhor compreensão da queixa, conhecer os aspectos da peça que, no entender do queixoso, sustentaram a sua qualificação de “autêntica publicidade” da Pelicano.
8. Com efeito, no *e-mail* que remeteu à AACS, não fundamenta a queixa, apenas tece considerações não directamente pertinentes à alegada natureza publicitária do texto, afirmando que as “populações da Quinta do Anjo não têm poder para se opor aos (vários!...) interesses económicos e políticos ligados a este projecto”, que considera “ser um atentado, no mínimo ao bom senso”, pelo que “resta somente lutar por alguma verdade”.
9. A propósito, cabe esclarecer que o âmbito da acção da AACS não compreende a investigação sobre a veracidade dos factos relatados em notícias sobre as quais chegam queixas. O que incumbe à AACS é verificar se, na sua elaboração, os órgãos de comunicação social respeitaram as normas ético-legais a cuja observação estão vinculados.

10. Ora, da análise do artigo objecto da queixa, A AACS considera que o mesmo se compagina com o estilo e tipo de conteúdo informativo do caderno “Imobiliário” do “Expresso”, não discrepando de outros artigos que este publica sobre a actividade do sector e as suas empresas, não havendo no processo elementos que possam fundamentar a asserção do queixoso de se tratar de publicidade.
11. Entende, também, que a dimensão, a autoria e as alegadas características inovadoras do empreendimento eram susceptíveis de interesse jornalístico legitimador do ênfase que lhe foi dado na peça, não se afigurando também criticável a identificação da entidade promotora, por complementar a informação.
12. Reconhece, porém, que a peça em causa só teria a ganhar em objectividade se não se centrasse basicamente em informação fornecida por fonte ligada ao empreendimento, aspecto que, no entanto, por si só, não comprova que a mesma seja de natureza publicitária.

III CONCLUSÃO

Atentas as considerações expendidas, a Alta Autoridade para a Comunicação Social delibera arquivar a queixa, uma vez que, pela análise dos dados disponíveis, não é possível comprovar a ocorrência de incumprimento do artigo 28º da Lei da Imprensa.

Esta deliberação foi aprovada por maioria com votos a favor de Maria de Lurdes Monteiro (Relatora), Armando Torres Paulo (Presidente), José Garibaldi (Vice Presidente), Sebastião Lima Rego, João Amaral (só conclusão), Carlos Veiga Pereira (só conclusão), contra de Jorge Pegado Liz (com declaração de voto), e abstenção de Artur Portela.

Alta Autoridade para a Comunicação Social, 7 de Maio de 2003

O Presidente



Armando Torres Paulo
Juiz - Conselheiro

J3

DECLARAÇÃO DE VOTO

**Deliberação sobre queixa de José Manuel Jerónimo de Sousa
contra o Jornal "Expresso"**

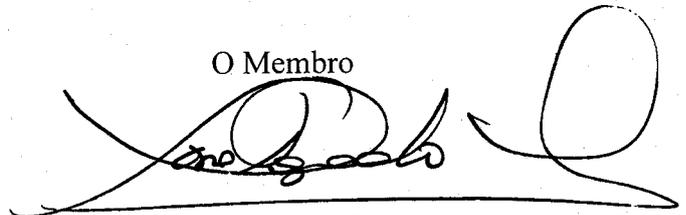
(Reunião plenária de 7 de Maio de 2003)

Votei contra, por entender que não está suficientemente fundamentado que se não esteja perante uma forma de publicidade "oculta", na medida em que utiliza um meio que explora a transmissão de uma mensagem publicitária "sem que os destinatários se apercebam da natureza publicitária da mensagem".

O processo, em vez de arquivado, deveria ter sido cabalmente instruído e, a concluir-se pela existência de publicidade oculta ou dissimulada, deveria ser dado conhecimento da situação às entidades competentes para a sua apreciação, no caso de se entender que não cabia na previsão do artigo 28º da Lei 2/99.

AACS, 7 de Maio de 2003

O Membro



Jorge Pegado Liz

JPL/LC

JPL/decvoto/qx expresso

2143