

J3

DELIBERAÇÃO
Sobre
QUEIXA DO INSTITUTO DO CONSUMIDOR CONTRA O
«PÚBLICO»

(Aprovada em reunião plenária de 11 de Agosto de 2004)

FACTOS E SUA PONDERAÇÃO

1. Dirigiu-se o Instituto do Consumidor a esta Alta Autoridade promovendo, perante a inserção de “vários anúncios” no suplemento “Jornal do Teledesconto”, do Público, na sua edição de 7 de Maio de 2003, a apreciação da conduta adoptada, alegadamente desvinculada do estabelecido no n.º 2 do artigo 28.º da Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro.
2. A posição sustentada pelo periódico pretende que “o referido suplemento não viola em nada o disposto” na citada norma. “De facto, o conteúdo do suplemento é facilmente identificável como contendo publicidade, fazendo-se inúmeras referências ao nome do anunciante. Para além disso o suplemento faz parte integrante do jornal (...), que logo na primeira página faz referência à campanha do Tele Desconto, identificando-a na primeira página com a palavra publicidade. Também no interior do jornal, mais concretamente na página 15, aparece de novo a campanha” a que se reporta a queixa.
3. Objectivo nuclear da legislação aplicável, plasmado na Lei de Imprensa em consonância com o que se encontra fixado na Lei n.º 330/90, de 25 de

17

Outubro – com todas as alterações legais que têm vindo a actualizá-la -, logo nos princípios gerais, é o da plena autonomização e identificabilidade das mensagens publicitárias no contexto em que se produzem, deste moto se assegurando uma clara fronteira entre conteúdos jornalístico-informativos (nos termos, designadamente, do nº 2 do artigo 2º do primeiro dos diplomas mencionados e do nº 1 do artigo 14º da Lei nº 1/99, de 13 de Janeiro) e os que relevam de uma lógica promocional, destinada além do mais à divulgação de serviços e/ou produtos no mercado, com maior ou menor pendor estético-apelativo estimulando o consumo.

4. Não obstruindo nem desvalorizando a presença da publicidade no espaço público e comunicacional, no enquadramento que entre nós decorre da vigência das regras do respectivo Código, cabe garantir, com diferenciadas de sindicância, a sua veracidade e licitude, o respeito pelos destinatários, a que se acha adstrita, e, em concreto no que À AACs importa, a não intrusão ilegítima na esfera da informação, entendida com particular ênfase na perspectiva do receptor.
5. Com efeito, não pode este encontrar-se, sem meios de defesa, à mercê de procedimentos que, mesmo por mera negligência, inculquem o erro, a confusão, quaisquer percepções que possam constituir-se como logro.
6. No caso em apreço, confirma-se que

J7

- a) o suplemento “Jornal do TeleDesconto” integrou a edição do Público com a data referenciada, não podendo ser vendido ou distribuído, de forma não onerosa, em separado;
 - b) a campanha se acha assinalada na primeira página do diário e identificada, no interior, através de um anúncio de página inteira encimado pelo vocábulo **publicidade** em caixa alta e com o logotipo do anunciante na base, canto inferior direito;
 - c) todo o conteúdo deste enuncia, por último, os propósitos, métodos e condições do TeleDesconto, bem como os prazos de vigência da iniciativa.
7. Dir-se-á que, de todo o modo, que falta o elemento formal previsto no nº 2 do artigo 28º em quanto se prende com o suplemento propriamente dito, onde se não detectam “as letras «PUB»” nem a palavra “publicidade”. Mas nenhuma interpretação, por mais inelástica, deixará de ter em conta a ausência de equivocidade na apresentação, pelo jornal, da campanha TeleDesconto e
8. as decorrências jurídicas da redacção do preceito em análise, que torna inelutáveis as exigências indicadas apenas nas situações em que “a publicidade redigida ou a publicidade gráfica” não seja, “como tal”, “imediatamente identificável”. Com os contornos traçados, é o que aqui ocorre.
9. A Alta Autoridade é competente, nos termos da lei.
- Impõe-se decidir.

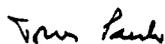
CONCLUSÃO

Apreciada uma queixa do Instituto do Consumidor contra o Público com base na alegada violação, por este, do nº 2 do artigo 28º da Lei de Imprensa, aquando da publicação de vários anúncios no suplemento “Jornal do TeleDesconto”, pertencente à sua edição nº 4732, a Alta Autoridade para a Comunicação Social, fazendo uso das faculdades que lhe são conferidas pela Lei nº 33/98, de 6 de Agosto, delibera considerá-la improcedente uma vez que se não verificou existir, na inserção gráfica das mensagens analisadas, desconformidade grave com a lei, designadamente no que respeita à exigência de uma identificação inequívoca da matéria objecto de publicidade.

Esta deliberação foi aprovada por maioria com votos a favor de José Manuel Mendes (Relator), Armando Torres Paulo, Artur Portela, Sebastião Lima Rego, João Amaral, Manuela Matos, Maria de Lurdes Monteiro e contra de Jorge Pegado Liz (com declaração de voto).

Alta Autoridade para a Comunicação Social, 11 de Agosto de 2004.

O Presidente



Armando Torres Paulo
(Juiz Conselheiro)

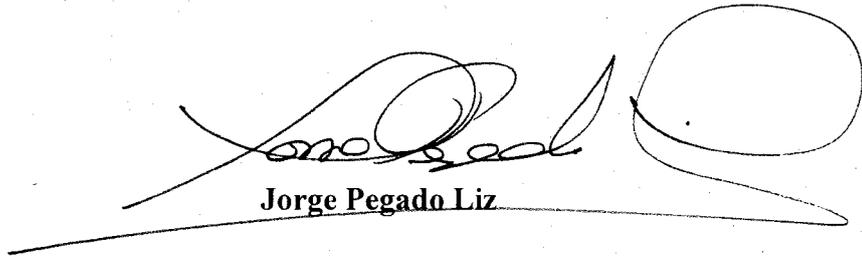
JMM/CL

17

DECLARAÇÃO DE VOTO
Sobre
DELIBERAÇÃO REFERENTE A QUEIXA DO INSTITUTO DO
CONSUMIDOR CONTRA O JORNAL "PÚBLICO"

Votei contra, por entender que, no caso em apreço, não se verifica a "*imediate identificabilidade*" da natureza publicitária do suplemento em questão, estando em causa o princípio da identificabilidade da publicidade previsto no artigo 8º do Código da Publicidade e bem reproduzido no artigo 28º nº 2 da Lei nº 2/99, de 13 de Janeiro.

Lisboa, 11 de Agosto de 2004



Jorge Pegado Liz

JPL/AF

17356