

✓ 3

ACUSAÇÃO

1.FEV.2006

Denominação: RTP - Rádio Televisão Portuguesa, S. A.

Sede: Avenida 5 de Outubro, 197, 1050 - 054 Lisboa

Ao abrigo do disposto no artigo 91º da Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto, conjugado com os artigos 3º, alíneas a), c) e e) e artigo 4º, alínea n) da Lei n.º 43/98, de 6 de Agosto e o art. 34º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro, deduz-se acusação contra a arguida acima identificada, porquanto indiciam suficientemente os autos que:

1º

No dia 12 de Agosto de 2005, pelas 21 horas e 15 minutos, a RTP1 transmitiu um programa intitulado "*Mourinho – Ganhe como eu*".

2º

Tratava-se de um documentário da BBC sobre José Mourinho, a propósito do seu protagonismo profissional em Inglaterra.

3º

O título original do referido programa era "*The Special One*", tendo a RTP traduzido para o título já acima referido.

4º

Ora, a frase "*Ganhe como eu*" corresponde ao lema de uma campanha publicitária do Banco Português de Investimento – BPI que se baseia,

J7
precisamente, na imagem e na participação de José Mourinho, tendo larga divulgação na comunicação social portuguesa.

5º

Para além disso, o documentário foi patrocinado pelo próprio BPI, sendo precedido de um spot publicitário pertencente à campanha do mesmo.

6º

A indicação do patrocínio é repetida logo a seguir ao fim do programa.

7º

Por suspeitas de irregularidade, face a eventual confusão ilícita entre programação e promoção, a AACCS solicitou ao Director de Programação da RTP os esclarecimentos que considerasse pertinentes.

8º

Em 5 de Setembro de 2005, Nuno Santos, Director de Programas da RTP, veio dizer o seguinte:

- a) O título original do documentário era *"The Special One"*, o que numa tradução literal, equivaleria a *"O Especial"*, expressão pouco utilizada em português;
- b) O título "Ganhe como Eu" foi decidido em reunião de trabalho e *"decorreu do facto de se tratar de uma expressão com utilização corrente em certos meios."*;
- c) Como exemplo refere a expressão *"Eles falam... falam...falam"* e a *"é que é já a seguir"*, que acabaram por ser utilizadas em vários meios de comunicação social e até nos meios políticos;
- d) Só após o programa ter sido sujeito a tratamento para emissão e estar pronta a auto-promoção, é que o Director de Programas teve conhecimento da existência de um patrocinador e que esse era o Banco BPI;

J7
e) Não houve qualquer intuito de gerar publicidade oculta ou subliminar, prevista no artigo 9º do Código da Publicidade, nem existiu “qualquer cedência de natureza ética”.

9º

O certo é, porém, que ao denominar o programa sobre o treinador português com o título “Mourinho - Ganhe como Eu”, a RTP utilizou a mesma frase que serve de lema à campanha publicitária que o BPI, patrocinador do programa, tem lançado e propagado por todo o país.

10º

A tradução do título “The Special One” para “Mourinho – Ganhe como eu”, não resulta de uma simples coincidência, tanto mais que tal slogan é o da campanha publicitária do próprio patrocinador do programa, campanha cuja cara é também a de José Mourinho.

11º

Em consequência, em reunião plenária de 21 de Setembro de 2005, a AACS deliberou instaurar o competente procedimento contra-ordenacional por violação do disposto no artigo 24º, n.ºs 5 e 6 do Código da Publicidade.

12º

Bem sabia a arguida que ao transmitir o programa em questão dos moldes em que o fez estaria a violar o Código da Publicidade, ao não respeitar as regras que regulam os patrocínios em televisão.

Pelo que,

Com a sua conduta, a arguida violou o artigo 24º, n.ºs 5 e 6 do Código da Publicidade, pelo que praticou duas contra-ordenações em concurso, previstas e puníveis pelo artigo 34º, n.º 1, alínea a) do mesmo diploma legal, estando conseqüentemente sujeita à aplicação de uma coima cujo montante está determinado nos termos do disposto nos n.ºs 2 e 3 do artigo 19º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro, sendo certo que, para cada infracção, a lei prevê uma coima que pode ser fixada entre um montante mínimo de 3.491,5853€ e um máximo de 4.4891,811€.

Delibera-se pois que a arguida seja notificado da presente acusação, e de que, querendo, poderá no prazo de dez dias, sob pena de não aceitação, apresentar a sua defesa escrita, bem como os meios de prova que reputar convenientes.

Para efeitos de determinação da medida da coima, deve também, no mesmo prazo, enviar um exemplar dos mais recentes documentos de prestação de contas ou quaisquer outros elementos idóneos que evidenciem a situação económica da empresa.

Alta Autoridade para a Comunicação Social

em 1 de Fevereiro de 2006

O Presidente



Armando Torres Paulo

Juíz-Conselheiro