AUTORIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

CONSELHO REGULADOR

DELIBERAÇÃO n.º 6/CR-ARC/2020 (PUB)

de 22 de janeiro

RELATIVA A PUBLICIDADE PROIBIDA POR LEI, PELA EMPRESA ESPAÇOS CABO VERDE UNIPESSOAL, S.A., EM *OUTDOORS*, PROMOVIDA PELA MARCA *SUPER BOCK*, COM O *SLOGAN* "NOVA 0,0% ÁLCOOL, AGORA EM CABO VERDE"

Cidade da Praia, 22 de janeiro de 2020

CONSELHO REGULADOR

DELIBERAÇÃO N.º 6/CR-ARC/2020 (PUB)

de 22 de janeiro

I. Enquadramento

1. Deu entrada na Autoridade Reguladora para a Comunicação Social (ARC) no dia 14 de outubro de 2019, uma participação, da parte do senhor Manuel Faustino, Chefe da Casa Civil da Presidência da República, na qualidade de Coordenador Geral da campanha "Menos Álcool Mais Vida", chamando a atenção para a nova campanha publicitária, levada a cabo pela marca de cerveja *Super Bock*, fazendo referência, em *outdoors*, a uma cerveja sem álcool, com o *slogan* "**Nova 0,0% álcool, agora em Cabo Verde**".

2. Na referida participação alega-se que a referida publicidade constitui publicidade indireta à marca Super Bock.

3. Mediante a Deliberação n.º 72/CR-ARC/2019, de 29 de outubro, o Conselho Regulador da ARC instaurou um procedimento de averiguação à referida campanha publicitária, em *outdoors*, promovida pela marca Super Bock, com o *slogan* "Nova 0,0% álcool, agora em Cabo Verde", uma vez que a publicidade em causa suscita eventual violação do disposto na nova Lei n.º 51/IX/2019, de 8 de abril.

4. O procedimento foi instaurado no âmbito das competências da ARC, estabelecidas na alínea k) do Artigo 7.º, na alínea b) do n.º 3 do Artigo 22.º e no n.º 1 do Artigo 48.º dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 8/VIII/2011, de 29 de dezembro, bem como no n.º 1 do Artigo 1.º do Código da Publicidade; no n.º 1 do Artigo 42.º e no âmbito do Artigo 47.º da nova Lei n.º 51/IX/2019, que adita o Artigo 19.º-A ao Decreto-lei n.º 46/2007.

5. Para efeitos da apreciação e esclarecimentos que pudessem contribuir para a apreciação do caso foi notificada a Empresa SaLSs – Importação e Comércio, Lda., na qualidade de presumível representante da marca de cerveja Super Bock em Cabo Verde, dando-lhe conhecimento do processo de averiguação e solicitando-lhe informações sobre a empresa que teria levado a cabo a referida publicidade.

6. Da mesma forma e no âmbito do princípio da colaboração institucional entre as entidades fiscalizadoras da Lei n.º 51/IX/2019, foi dado conhecimento da abertura do processo de averiguação à Inspeção Geral das Atividades Económicas (IGAE), solicitando-lhe colaboração, dentro das suas competências.

7. A IGAE veio, pela nota de referência n.º 309/IGAE/2019, remeter à ARC um auto de notícias acompanhado dos elementos recolhidos no âmbito das diligências que levou a cabo.

8. A SaLSs, em missiva enviada a esta Autoridade, prestou-se a dar os esclarecimentos cabíveis no âmbito deste processo, e tempestivamente, apresentou a sua oposição, trazendo ao processo um conjunto de argumentos para valorarem na defesa da legalidade da referida publicidade.

9. Pelo que, considerando a oposição apresentada pela SaLSs, e os elementos trazidos a processo pela IGAE, e após a sua análise, o Conselho Regulador deliberou:

- Considerar que a publicidade, em *outdoors,* promovida pela marca Super Bock, com o *slogan* "Nova 0,0% álcool, agora em Cabo Verde" viola o disposto no Artigo 46.º da Lei n.º 51/IX/2019, que altera o Artigo 19.º do Decreto-Lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro, uma vez que constitui publicidade indireta à marca Super Bock, veiculada por uma empresa que, na sua atividade principal, inclui a comercialização de bebidas alcoólicas.

- Instaurar um processo de contraordenação à Empresa SaLSs – Importação e Comércio, Ld.ª, na qualidade de representante da marca de cerveja Super Bock

em Cabo Verde, pela divulgação, da publicidade, em *outdoors*, com o *slogan* "Nova 0,0% álcool, agora em Cabo Verde".

- Nomear, como relator, o Conselheiro Dr. Alfredo Pereira e, como instrutora, a Dr.ª Ariana Varela, jurista.

- Notificar a Arguida para, querendo, no prazo de 10 dias apresentar a sua defesa nos termos do n.º 2 do Artigo 42.º do Decreto-Legislativo n.º 9/95, de 27 de outubro, podendo fazer-se representar por um advogado, segundo o Artigo 62.º do mesmo diploma.

II. Diligências

10. A Arguida apresentou mais uma vez a sua oposição, reafirmando toda a argumentação anteriormente assumida e defendida.

11. Contudo, e no decorrer do processo, a Arguida veio negar a prática dos fatos de que vinha acusada.

12. Afiançando que não tem qualquer intervenção no desenho das campanhas publicitárias e nem na contratação dos meios de comunicação utilizados, para a divulgação das campanhas.

13. Assim, ponderadas todas as alegações apresentadas no referido processo, foram realizadas novas diligências para comprovar as alegações produzidas, e no sentido de apurar quem foi o responsável pela elaboração e pela divulgação da dita publicidade, uma vez que a Empresa SaLSs nega a autoria da mesma e diz desconhecer quem seja o responsável pela sua divulgação.

14. Neste ponto, e no âmbito das diligências encetadas por esta autoridade, teve-se conhecimento que a responsável pela divulgação da referida publicidade, em *outdoors*, foi a empresa Espaços Cabo Verde Unipessoal, S.A.

15. Pelo que, de imediato, procedeu-se à notificação da empresa Espaços Cabo Verde Unipessoal S.A., questionando-lhe sobre a sua responsabilidade na execução e divulgação da publicidade em causa.

16. Tendo-se-lhe solicitado que facultasse a esta autoridade informações quanto ao seu objeto e âmbito de atividade.

17. Ao mesmo tempo, questionou-se-lhe sobre quem foi o cliente a encomendar a referida publicidade, solicitando-se-lhe, igualmente, uma cópia do vínculo estabelecido entre as partes em questão.

18. A 03 de janeiro de 2020, atempadamente, a Espaços veio juntar a certidão comercial da Empresa, e apresentar os seguintes esclarecimentos:

a) "**… somos a informar que a sociedade Espaços Cabo Verde Unipessoal, S.A., encontra-se registada como operador de publicidade exterior, ou seja, os suportes de media exterior ("outdoors") são alugados aos seus clientes para que estes possam afixar as suas campanhas, não sendo esta empresa responsável pela criatividade e/ou elaboração das campanhas publicitárias nem pelas mensagens transmitidas pelos respetivos clientes**.".

b) "**face ao exposto e, conforme o solicitado, informamos que o cliente requisitante do serviço prestado por esta sociedade é a «SUPER BOCK GROUP» …**"

III. Análise e fundamentação

19. A publicidade feita pela marca de cerveja Super Bock, divulgada em suporte *outdoor*, sob o *slogan* de campanha "Nova 0,0% álcool, agora em Cabo Verde", ora em apreço, como anteriormente se concluiu, contraria preceitos legais.

20. Pela legislação em vigor, nos termos do n.º 1 do Artigo 46.º da Lei n.º 51/IX/2019, que altera o Artigo 19.º do Decreto-Lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro, que aprova o código de publicidade, "é proibida toda e qualquer forma de publicidade a bebidas alcoólicas que instigue o seu consumo, designadamente a publicidade direta, secreta, indireta e

subliminal, independentemente do suporte e forma utilizados para a sua difusão designadamente, na televisão e na rádio, *outdoors*, imprensa escrita, media *online*, *internet* e outros.”.

21. Nos termos do Artigo 47.º da Lei n.º 51/IX/2019, que adita o Artigo 19.º-A ao Decreto-Lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro, que aprova o código de publicidade, conforme a alínea c) é “publicidade indireta a que, sem mencionar diretamente os produtos, usa marcas, símbolos, gráficos ou outros recursos distintivos de tais produtos ou de empresas que, em suas atividades principais ou conhecidas, incluem a produção ou comercialização;”.

22. Da referida publicidade destaca-se a utilização do nome, sigla, logótipo e/ou marca e notoriedade da marca Super Bock, marca esta que é sobejamente reconhecida pelos cabo-verdianos pela comercialização de cervejas, com notoriedade no mercado de cervejas com álcool (ainda que, atualmente em Cabo Verde, esteja também a comercializar cerveja sem álcool).

23. Considerando o propósito desta campanha publicitária, a mensagem comercial que utiliza, o exato e específico contexto em que a mesma se insere, é manifestamente percetível que qualquer consumidor médio que tenha realmente conhecido a marca Super Bock, seja consumidor ou não de cerveja, associará esta publicidade à marca original e ao produto pela qual é vulgarmente conhecida e não apenas a este novo produto, e terá a perceção de estar perante uma publicidade indireta da marca Super Bock, nos termos do disposto no Artigo 46.º da Lei n.º 51/IX/2019, que altera o Artigo 19.º do Decreto-Lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro.

24. Ora, atendendo a que o alcoolismo é um problema de saúde pública e a diminuição do consumo do álcool tem sido uma das grandes apostas das autoridades cabo-verdianas, estando refletida, nomeadamente no compromisso expresso na aprovação e aplicação da Lei n.º 51/IX/2019, com o propósito de alcançar metas como a redução da morbilidade e mortalidade no país.

25. E considerando que, durante o período da *vacatio legis*, de 180 dias, esta lei foi socializada com a sociedade em geral e também com os operadores económicos, responsáveis pela importação, divulgação e comercialização das bebidas alcoólicas.

26. Defende-se que todos os agentes que intervêm, direta ou indiretamente, no processo de execução e na divulgação das publicidades, devem comprometer-se e assumir a sua responsabilidade social, assegurando o compromisso de não promover bebidas alcoólicas, por forma a evitar o consumo excessivo do álcool, contribuindo assim para o bem-estar social.

27. Não se compreende que poucos dias após a entrada em vigor da Lei n.º 51/IX/2019, a marca Super Bock promova uma publicidade nos termos da apresentada, executada e divulgada pela Espaços, não tendo em consideração o edifício jurídico que disciplina a publicidade e o normativo que tinha acabado de entrar em vigor, promovendo uma interpretação restrita desse normativo jurídico.

28. A Espaços S.A., enquanto operadora de publicidade exterior (portanto, uma regulada da ARC), por força do disposto na alínea f) do Artigo 2.º dos Estatutos da ARC, está vinculada ao dever de observância das normas e regulamentos que enformam a atividade de comunicação social, no caso em concreto e particularmente os princípios de licitude e as restrições à publicidade de bebidas alcoólicas vertidas nos artigos 7.º, 19.º e 19º-A do Código de Publicidade, na nova redação que lhe foi conferida pela Lei nº. n.º 51/IX/2019.

29. Na qualidade de operador de suporte de publicidade por afixação, é sua responsabilidade (por força do disposto no Artigo 8.º do Regulamento n.º 001/CR-ARC/2019, de 19 de fevereiro) certificar-se, antes da afixação de qualquer peça publicitária, se a empresa responsável pela sua elaboração se encontra registada em Cabo Verde e devidamente autorizada a exercer atividades de agência de publicidade no território nacional.

IV. Conclusão

30. Para o Conselho Regulador fica provado que a responsável pela divulgação da referida publicidade foi a empresa Espaços Cabo Verde Unipessoal, S.A., já que é a própria a reconhecer este fato;

31. Porém e quanto à execução da mesma, não obstante as diligências efetuadas neste sentido, a Espaços não disponibilizou, até à presente data, a esta autoridade o vínculo que estabeleceu com a Super Bock Group Bebidas S.A.

32. Pelo que o Conselho Regulador não poderá desresponsabilizar a Espaços pela execução da referida publicidade, já que, ainda que se declare não responsável pela criação da mesma, sobre si recai a responsabilidade de verificar se a empresa que elabora a publicidade está registada e se a mesma respeita todos os limites legais impostos, antes de proceder à sua divulgação; pois, não o fazendo, coloca-se na posição de ser responsabilizada solidariamente pelas infrações cometidas.

V. Deliberação

Tendo apreciado a participação da Espaços Cabo Verde Unipessoal, S.A. na execução e divulgação de publicidade, em *outdoors*, promovida pela marca Super Bock, com o *slogan* "Nova 0,0% álcool, agora em Cabo Verde", com fundamento na violação do disposto no n.º 1 do Artigo 46.º e na alínea d) do Artigo 47.º da Lei n.º 51/IX/2019, que altera o Artigo 19.º do Decreto-Lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro, uma vez que constitui publicidade indireta à marca Super Bock, veiculada pela empresa Espaços Cabo Verde Unipessoal, ao abrigo das competências acometidas à ARC e ao seu Conselho Regulador, previstas na alínea b) do n.º 3 do Artigo 22.º dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 8/VIII/2011, de 29 de dezembro, o Conselho Regulador delibera:

- **Determinar a remoção imediata da publicidade, em *outdoors*, com o *slogan* "Nova 0,0% álcool, agora em Cabo Verde",** feita pela Espaços Cabo Verde Unipessoal, S.A., e promovida pela marca Super Bock, em virtude desta se encontrar em desconformidade com o disposto no n.º 1 do Artigo 46.º e na alínea d) do Artigo 47.º da Lei n.º

51/IX/2019, que altera o Artigo 19.º do Decreto-Lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro, uma vez que constitui publicidade indireta à marca Super Bock, pelo que a publicidade não deverá ser reposta – nem na sua totalidade, nem em termos parciais, seja em que suporte for.

- Fixar em cinco dias úteis o prazo limite para a referida empresa cumprir a determinação vertida no ponto antecedente.

- Advertir a Espaços Cabo Verde Unipessoal, S.A., para a obrigação que sobre si impende de, perante todas as publicidades que pretenda divulgar, verificar se a empresa que cria/executa a publicidade está registada e se esta respeita todos os limites legais impostos, antes de proceder à sua divulgação.

Notifique-se, nos termos do Artigo 59.º dos Estatutos da ARC.

Esta Deliberação foi aprovada na 2.ª reunião ordinária do Conselho Regulador da ARC.

Cidade da Praia, 22 de janeiro de 2020.

O Conselho Regulador,

Arminda Pereira de Barros, Presidente
Maria Augusta Évora Tavares Teixeira
Alfredo Henriques Mendes Dias Pereira
Jacinto José Araújo Estrela
Karine de Carvalho Andrade Ramos