

CONSELHO REGULADOR

DELIBERAÇÃO N.º 55/CR-ARC/2020

de 01 de setembro

QUE APROVA A

DIRETIVA N.º 02/CR-ARC/2020

**SOBRE A OBSERVÂNCIA DOS PRINCÍPIOS LEGAIS DE RIGOR
INFORMATIVO E CORRETA IDENTIFICAÇÃO E SEPARAÇÃO
ENTRE INFORMAÇÃO E PUBLICIDADE OU MENSAGEM
PROMOCIONAL**

Praia, 01 de setembro de 2020

CONSELHO REGULADOR

Diretiva n.º 02/CR-ARC/2020

de 01 de setembro

Assunto: Observância dos princípios legais de rigor informativo e correta identificação e separação entre informação e publicidade ou mensagem promocional

1. A ARC tem constatado que alguns órgãos de comunicação social têm agido de forma negligente, quanto ao cumprimento de princípios legais, ao não separarem convenientemente os géneros jornalísticos informativos dos opinativos e, em alguns casos, incumprindo os deveres da clara separação da mensagem publicitária e/ou promocional da informação noticiosa (que se baseia em acontecimentos fatuais, elaborada com isenção, rigor e objetividade).
2. Exemplo paradigmático desta prática, atentatória à objetividade e à verdade informativa, foi a publicação recente, em dois jornais nacionais, de um texto aparentemente informativo, mas que, na verdade, se tratava de um documento institucional, publicado em espaço adquirido comercialmente por uma instituição pública.
3. O ordenamento jurídico da comunicação social em Cabo Verde é taxativo ao estabelecer, de forma clara, quer na legislação geral, quer na sectorial, os princípios da isenção, da objetividade, do rigor, da verdade e da imparcialidade da informação, bem como o da clara separação entre informação e publicidade.

4. A Lei da Comunicação Social (Lei n.º 56/V/98, de 29 de junho, alterada pela Lei n.º 70/VII/2010, de 16 de agosto) é categórica ao estabelecer, no seu Artigo 4.º, que “As empresas e os órgãos de comunicação social exercerão as suas actividades em função das responsabilidades que lhes são próprias, garantindo a **informação ampla e isenta, a objectividade e verdade da informação**, o pluralismo e a não discriminação, respeitando a honra, a consideração, a intimidade e a privacidade das pessoas.” (negritos nossos).
5. A Lei da Rádio (...) dispõe, na alínea a) do n.º 2 do seu Artigo 8.º, como fins específicos da radiodifusão, “Assegurar a independência, o pluralismo, **o rigor e a objectividade da informação** de modo a salvaguardar a sua independência perante o governo, a administração e os demais poderes públicos”.
6. A Lei n.º 73/VII/2010, de 16 de agosto, impõe, na alínea a) do seu Artigo 3.º, que as actividades da imprensa escrita e de agências de notícias sejam exercidas com respeito aos princípios de “Produção de uma **informação factual, rigorosa, credível e digna de confiança**”. Nos termos do Artigo 6.º da mesma norma, “Os únicos limites à liberdade de imprensa são os que decorrem da Constituição e da lei, **de forma a salvaguardar o rigor e a objectividade da informação**, a garantir os direitos ao bom nome, à reserva da intimidade, à imagem e à palavra dos cidadãos, e a defender o interesse público e a ordem democrática.”.
7. Já a Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 90/VIII/2015, de 4 de junho) define como um dos fins específicos da atividade “Assegurar a independência, o pluralismo, **o rigor e a objectividade da informação** e da programação, de modo a salvaguardar a sua independência perante os poderes públicos” (alínea a) do n.º 2 do Artigo 13.º).
8. O próprio Estatuto do Jornalista (aprovado pela Lei n.º 72/VII/ 2010, de 16 de agosto) sujeita os jornalistas ao dever de “Respeitar o **rigor e a objectividade da informação**” (alínea a) do n.º 1 do Artigo 19.º).

9. Igualmente, como decorre do n.º 1 do Artigo 17º da Lei da Comunicação Social, “Os órgãos de comunicação social noticiosos devem assegurar uma **informação correcta e transparente separando a informação e a notícia da publicidade e da mensagem promocional.**”.
10. Este mesmo artigo preceitua, no seu n.º 2, que “A publicidade que expresse opiniões sobre assuntos de interesse público deve conter a identidade e a direcção do anunciante.”.
11. Acrescenta, no seu n.º 3, que “A publicidade, quando não seja imediatamente identificável, deve ser identificada através da palavra “Publicidade” ou das letras “PUB” no início do anúncio ou por separador indicando o início e o término da difusão da publicidade.”.
12. No caso específico das agências de notícias, a lei de imprensa escrita é taxativa ao estabelecer que “As agências de notícias não podem dedicar-se a qualquer actividade publicitária.”.
13. Ora, o rigor informativo impõe que os textos noticiosos e informativos sejam da exclusiva responsabilidade editorial dos órgãos.

Assim sendo:

- Em ordem a dar cumprimento aos princípios de rigor, imparcialidade e verdade informativa;
- No uso da competência vertida na alínea a) do n.º 3 do Artigo 23.º dos Estatutos da ARC e ao abrigo do n.º 2 do Artigo 58.º do mesmo diploma:

O Conselho Regulador da ARC, reunido na sua 18.^a sessão ordinária, realizada a 1 de setembro de 2020, decidiu aprovar a presente diretiva que relembra e genericamente

recomenda aos órgãos de comunicação social o imperativo da aplicação da lei, nomeadamente, a obrigatoriedade de:

- **Proceder à inequívoca separação entre os conteúdos informativos e opinativos.**
- **Respeitar o princípio de separação entre informação e publicidade ou mensagens promocionais, procedendo à clara identificação destas, mediante a utilização das expressões “Comercial”, “Publicidade”, “PUB”, ou menção expressa de patrocínio.**

Esta Diretiva foi aprovada, por unanimidade, na 18ª Reunião ordinária do Conselho Regulador.

Cidade da Praia, 01 de setembro 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