

CONSELHO REGULADOR
DELIBERAÇÃO N.º 47/CR-ARC/2023
de 6 de junho

APROVA O
PARECER N.º 03/CR-ARC/2023

**RELATIVO À NÃO PUBLICAÇÃO DE UM SPOT SOBRE A
MANIFESTAÇÃO PROMOVIDA PELO SINDICATO DA
INDÚSTRIA, SERVIÇO, COMÉRCIO, AGRICULTURA E PESCA**

Cidade da Praia, 6 de junho de 2023

CONSELHO REGULADOR
PARECER N.º 03/CR-ARC/2023
de 6 de junho

ASSUNTO: Que aprova o Parecer solicitado pela Direção da Rádio de Cabo Verde relativamente à não publicação de um spot sobre a manifestação promovida pelo Sindicato da Indústria, Serviço, Comércio, Agricultura e Pesca

I – Enquadramento:

1. Pela N/Ref^ª. 011/Direção RCV/2023, datado a 04 de maio de 2023, a Direção da Rádio de Cabo Verde (RCV) solicitou à Autoridade Reguladora para a Comunicação Social (ARC), um parecer relativo à não publicação de um spot “que incentiva os trabalhadores a saírem a rua”, requerido pelo Sindicato da Indústria, Serviço, Comércio, Agricultura e Pesca (SISCAP), alegando, basicamente, o seguinte:
 - 1.1 . No dia 25 de abril de 2023, o Sindicato da Indústria, Serviço, Comércio, Agricultura e Pesca solicitou junto da Direção Comercial da RTC a publicação de um spot, conforme o conteúdo em anexo;
 - 1.2 . Que, recebido o conteúdo da matéria solicitada, a Direção Comercial ordenou a publicitação da referida matéria;
 - 1.3 Que, por entender que afinal se tratava de um assunto com conteúdo sindical, podendo violar o disposto na alínea h) do Artigo 7.º do Decreto-legislativo n.º 46/2007, de 10 de dezembro, no dia seguinte, a Direção Comercial apercebendo-se do erro, ordenou de imediato a suspensão da emissão do referido spot.
 - 1.4 Assim, solicitou à ARC um parecer jurídico sobre o referido assunto.

II – Competências da ARC:

2. A ARC, enquanto autoridade administrativa independente, exerce funções de regulação, supervisão, fiscalização e sancionatório sobre todas as entidades que prossigam atividades de comunicação social, conforme dispõe o n.º 1 do artigo 1.º dos Estatutos da ARC, aprovados pela Lei n.º 8/VIII/2011, de 29 de dezembro e alterada pela Lei n.º 106/IX/2020, de 14 de dezembro.
3. São atribuições da ARC, entre outras, “assegurar o cumprimento das normas reguladoras das atividades de comunicação social”, conforme dispõe a alínea k) do Artigo 7.º dos Estatutos da ARC.
4. Sendo que, ao abrigo do disposto na alínea b) do n.º 3 do Artigo 22.º dos Estatutos da ARC, compete ao Conselho Regulador fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos publicitários, previstos no Código de Publicidade.

III- Do conteúdo e da análise

5. Para efeitos do parecer solicitado, impõe-se, em primeiro lugar, a transcrição do conteúdo presente no registo submetido para divulgação.
6. Com duração de 00:00:47 (quarenta e sete segundos), uma sonoplastia neutra, uma narração intensa e em tom imperativo, diz-se o seguinte, em Crioulo de Santiago:

“Um di maio. Dja tchiga hora di nu manifesta.

Di luta contra tudo qui sta mariado.

I luta pa um vida midjor di tudo trabadjador i si família na nôs tera.

Um di maio ê dia di tudo trabadjador;

jovem, associasson e otus organizasson di sociedade civil.

Luta, manifesta contra túdo kuzé ki sta mariado na nos tera.

*Concentrasson ê na rotunda di centro social prumero de maio, djunto
sucupira a partir de oito e meia de palmanha.*

Um di maio, dia internacional di trabadjador.

Sima nu sta, nu ka pode fica”

7. A análise mostra um registo direcionado exclusivamente à divulgação das manifestações agendadas para o 1.º de Maio, num apelo à comparência e à luta por direitos.
8. Não identifica nenhum sindicato em específico, nem qualquer público ou setor de trabalhadores em particular.
9. Não se direciona, nem a favor nem contra, a nenhuma entidade pública, não representa ofensa, apologia/convocação à desordem. Não traz no seu conteúdo aspetos políticos, ideológicos nem religiosos.
10. Não faz referência a objetivos sindicais, visão ou missão, nem contém nenhum elemento de promoção comercial, nem oferta, nem venda.
11. Entende-se, pois, que no mesmo sentido em que uma instituição do Estado, uma Igreja ou um Partido Político possam anunciar uma inauguração, uma conferência, um congresso partidário ou uma convenção religiosa, sem que isso seja considerado publicidade, também um sindicato pode anunciar, nos termos em que o SISCAP anunciou, a realização de uma jornada de luta, sem que tal seja considerado Publicidade Sindical.

IV – Análise e Fundamentação:

12. Ao abrigo do disposto no Artigo 3.º do Decreto-lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro (Código de Publicidade), considera-se publicidade qualquer forma de comunicação feita por entidades públicas ou privadas, no âmbito de atividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objetivo direto ou indireto de: a) promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços; b) promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições.
13. Não são considerados publicidade a propaganda política, a informação jornalística, os programas de entretenimento, a atividade de lançamento de obras literárias ou

artísticas, o referendo e as comunicações políticas, campanha eleitoral através de tempo de antena, conforme dispõe o n.º 3 do Artigo 3.º do Código de Publicidade.

14. A publicidade rege-se pelos princípios da licitude, identificabilidade, veracidade e respeito pelos direitos dos consumidores, conforme estatui o Artigo 6.º do Código de Publicidade.
15. Assim, viola o princípio da licitude a publicidade que, pela sua forma, objeto, ou fim, ofenda os valores, princípios e instituições fundamentais constitucionalmente consagrados, e, em especial, é proibida a publicidade que tenha como objeto ideias de conteúdo sindical, político ou religioso, conforme reza o n.º 1 e a alínea h) do n.º 2 do Artigo 7.º do Código de Publicidade.
16. Por outro lado, a Constituição da República de Cabo Verde consagra, no seu Artigo 48.º, as liberdades de expressão e de informação, nos termos do qual todos têm a liberdade de exprimir e divulgar as suas ideias pela palavra, pela imagem ou por qualquer outro meio, bem como a liberdade de informar, de se informar e de ser informado, procurando, recebendo e divulgando informações e ideias, sob qualquer forma, sem limitações, discriminações ou impedimentos.
17. A liberdade de expressão assume uma dupla dimensão: a dimensão positiva, abrangendo igualmente um direito à expressão de mensagens e opiniões, e a dimensão negativa, que se traduz no direito dos cidadãos a não serem impedidos de exprimir e divulgar livremente e sem constrangimentos as suas ideias e opiniões.
18. Parafraseando Jónatas Machado¹ “relativamente à publicidade não económica, também designada, de acordo com o seu conteúdo, por publicidade ideal, editorial ou institucional, a situação é clara. A mesma só tem de comum com a publicidade comercial o facto de utilizar os mesmos suportes comunicativos, embora se trate de uma realidade substancialmente diferente, encontrando-se protegida pelas liberdades comunicativas e não podendo ser restringida no âmbito da disciplina jurídica da publicidade comercial, sob pena de se estar a confundir, de forma abusiva, a natureza e o conteúdo da comunicação com o suporte físico ou técnico da mesma.”.

¹ In Machado, J. (2002). Liberdade de Expressão, Dimensões Constitucionais da Esfera Pública no Sistema Social. *Stvdia Ivridica* 65. Coimbra. pp. 440 e ss.

19. A restrição operada pelo Código da Publicidade à publicidade de teor político, sindical ou religioso cinge-se aos textos ou imagens que constituam, materialmente, publicidade, nomeadamente por terem como contexto o exercício de “uma atividade comercial, industrial, artesanal ou liberal” conforme consagra o Artigo 3.º do Código da Publicidade.
20. Ademais, não se afigura que a interpretação contrária fosse compatível com a consagração constitucional e legal do tempo de antena das organizações sindicais, em reconhecimento do seu direito de acederem aos meios de Comunicação Social do Estado para aí exprimirem os pontos de vista que entendam mais consentâneos com os interesses que representam.
21. Relativamente ao spot objeto do presente parecer, basicamente visa dar a conhecer às pessoas (trabalhadores em especial) a manifestação realizada no dia 01 de maio, Dia do Trabalhador, sobre a situação económica e laboral do País.
22. Em nenhum momento, sem prejuízo de outra interpretação em contrário, o spot faz referência ao desempenho e princípios do Sindicato ou a atividade sindical.
23. Com este entendimento, evidentemente não havia motivos para a Direção Comercial da RTC suspender a transmissão do spot, o que contraria os princípios de liberdade de expressão e garantias do direito de e à informação, constitucionalmente consagrados.

V- Deliberação

O Conselho Regulador da Autoridade Reguladora para a Comunicação Social, ao abrigo da alínea u) do n.º 3 do Artigo 22.º e dos números 1 e 2 do Artigo 62.º, todos dos Estatutos da ARC, delibera aprovar o seguinte parecer:

- Considerar que o conteúdo do spot em análise visa apenas comunicar às pessoas sobre um ato de manifestação em comemoração do dia dos trabalhadores, é entendimento da ARC que a suspensão da sua publicitação poderá constituir uma

violação da liberdade de expressão e de informação, prevista no Artigo 48.º da CRCV.

Esta Deliberação foi aprovada por unanimidade dos membros presentes na 12.ª reunião ordinária do Conselho Regulador.

O Conselho Regulador,
Arminda Pereira de Barros, Presidente
Alfredo Henriques Mendes Dias Pereira
Jacinto José Araújo Estrela
Karine Ramos Andrade