

CONSELHO REGULADOR

DELIBERAÇÃO N.º 36/CR-ARC/2019

DE 25 DE JUNHO

**Relativa às campanhas publicitárias empreendidas pelo Governo
de Cabo Verde em órgãos de Comunicação Social com relação aos
três anos de governação**

Cidade da Praia, 25 de junho de 2019

CONSELHO REGULADOR

DELIBERAÇÃO N.º 36/CR-ARC/2019

de 25 de junho

Assunto: Campanhas publicitárias empreendidas pelo Governo de Cabo Verde em órgãos de Comunicação Social com relação aos três anos de governação.

I- Enquadramento e diligências efetuadas.

1. O Conselho Regulador da ARC tomou conhecimento, através da monitorização permanente de conteúdos, efetuada pelo Departamento de Análise e Supervisão de Média, da transmissão de um conjunto de *spots* publicitários do Governo emitidos por alguns órgãos de Comunicação Social.
2. Do Auto de notícia resulta que: «No dia 20 de maio verificou-se a divulgação de *spots* publicitários na televisão e rádio públicas (TCV e RCV) sobre os 3 anos de governação;
3. «Que até àquela data tinham sido veiculados 4 *spots* publicitários de 1 minuto e 10 segundos cada, apresentando testemunhos de pessoas sobre o desempenho do governo de Cabo Verde em alguns sectores (educação, saúde, formação profissional, segurança, infraestruturação, etc.).
4. «Que a publicidade respeita o princípio da identificabilidade, nos termos do Artigo 8.º do Código da Publicidade, colocando-se o separador no início e no fim do espaço publicitário, na rádio por sinais acústicos e na televisão por sinais perceptíveis para os destinatários».
5. O Conselho Regulador, deliberou remeter ofícios aos órgãos de Comunicação Social RTC, Tiver e Rede Record Cabo Verde, solicitando informações relativamente às condições de aquisição do referido espaço publicitário.

6. Entretanto, a ARC recebeu, em conhecimento, duas comunicações do Partido Africano da Independência de Cabo Verde (PAICV), assinadas pelo seu Secretário Geral e dirigidas à RTC e à direção da TCV, assuntadas como exercício do direito de réplica.
7. Na primeira carta, dirigida ao Conselho de Administração da RTC, com conhecimento do Conselho Regulador da ARC e da Direção da TCV, aquele partido solicita o seguinte:
 - i. “Que o Conselho de Administração da RTC se digne informar-lhe ao abrigo de que lei e/ou norma vigente no país, está o Governo a fazer a sua publicidade institucional, nos espaços televisivos e radiofónicos públicos e, em que condições;
 - ii. “E, caso essa divulgação esteja a ser feita ao abrigo da lei - o que suscita sérias dúvidas do PAICV - que lhe fosse disponibilizado (ao PAICV), o mesmo tratamento, garantindo-lhe os competentes espaços televisivos e radiofónicos, e cumprindo-se assim o disposto da Constituição da República (artigos 58.º, n.º 2 e 60.º n.º 4) e na Lei da Televisão (art. 36.º, n.º 2, e art. 21.º, n.º 2, alínea b), assegurando o pluralismo informativo, o rigor e a isenção”.
8. Já na segunda carta, endereçada à Direção da Televisão de Cabo Verde com conhecimento do Conselho Regulador da ARC e do Conselho de Administração da RTC, S. A., o PAICV defendia “que devem ser criadas condições para se garantir o respeito mínimo pela oposição democrática e a utilização dos espaços televisivos de forma minimamente equilibrada e plural, de forma a contrariar essa clara intenção de privilegiar o “Sistema”, com clara penalização para as restantes forças políticas”.
9. Prosseguindo, “vem o PAICV informar a Direção da Televisão, com conhecimento do Conselho Regulador da ARC e do Conselho de Administração da RTC,” o seguinte:
 - a. Que pretende exercer o seu direito de resposta e de Réplica Política a todas as declarações políticas do Governo, de todas as vezes que for chamado um membro do Governo ou um Membro da Maioria que suporta o Governo para, nos espaços televisivos – máxime no Jornal da Noite ou Entrevistas de Balanço da Governação – emitir as suas opiniões políticas ou expor a sua versão política dos factos ou matérias”;

- b. E que “caso seja chamado o Primeiro-Ministro para fazer o balanço dos três anos de governação, pretende exercer o seu competente Direito de Resposta e de Réplica Política, de duração e relevo iguais das declarações do Chefe do Governo, nos termos da lei.”.
10. Ressalva-se que em nenhum momento o PAICV apresentou qualquer queixa à ARC referente à campanha publicitária do Governo, conforme veiculado por diversos órgãos de comunicação social.

II- Resposta dos Operadores

11. Em resposta à notificação da ARC, solicitando informações relativamente às condições de aquisição do espaço publicitário na TCV e RCV para a difusão dos *spots* publicitários institucionais do Governo, o Conselho de Administração da RTC respondeu que:
- a. “Antes de mais, informarmos que o procedimento adoptado no caso concreto foi o mesmo que sempre se adoptou na empresa com os clientes que solicitam a difusão de *spots* publicitários institucionais...”;
 - b. “Com efeito, desde sempre, desde a existência da empresa, que o procedimento relativamente às publicidades institucionais tem sido este. Desde que sejam solicitadas fora do período eleitoral e não tenham conteúdo proibido pelo Código da Publicidade ou pela lei em geral (como por exemplo, quando contêm imagens de membros do governo e/ou líderes partidários), são enviadas para difusão nos órgãos.”;
 - c. “Naturalmente que a Direcção Comercial e Marketing está plenamente capacitada para fazer a aferição do conteúdo dos *spots* publicitários institucionais e dos conteúdos publicitários em geral (naturalmente e necessariamente). Os casos pontuais que suscitam dúvidas são sempre apresentados às Direcções dos órgãos para análise e veredicto final sobre a difusão ou não”;

- d. “Por último, referir que o Governo não beneficiou de nenhum desconto comercial na facturação dos *spots* publicitários institucionais ora em tela.”;
- e. “Desde sempre que *spots* publicitários institucionais e publireportagens institucionais (do governo, ministérios, institutos públicos, entre outros) são difundidos nos órgãos de comunicação social da RTC.”.

12. A Record TV, mediante missiva datada de 18 de junho, respondeu informando o seguinte:

- a. “(...)Efetivamente, o Gabinete de Comunicação e Imagem do Governo, dando seguimento à campanha do Governo, entrou em contacto com a Record TV para efeitos de apresentação de orçamento para os serviços de spot publicitários pretendido;
- b. “Assim, conforme é norma corrente e procedimento normal na empresa Record TV foi apresentado o orçamento em contrapartida pelo serviço solicitado ao cliente, Governo de Cabo Verde;
- c. **“A proposta e o orçamento foi aceite** pelo cliente.
- d. “Concomitantemente, os conteúdos foram transmitidos em conformidade com o plano de mídia disponibilizado pelo cliente e o serviço facturado de acordo com o orçamento apresentado, seguindo os critérios fiscais normais e vigentes no país.
- e. “Sendo certo que, a campanha do Governo iniciou-se as difusões na televisão e nos meios online (facebook e site) pertencente à Record TV, no dia 18 de Maio e cessado, na televisão, no dia 31 de Maio e, na web, no dia 3 de Junho, conforme previamente estabelecido no Plano de difusão dos spots”.

13. A Tiver igualmente respondeu informando não ter difundido a referida campanha publicitária do governo e enviando o elenco de todos os spots publicitários difundidos por aquele órgão.

14. Na sequência da resposta da Tiver, a ARC endereçou uma comunicação ao Gabinete de Imagem do Governo, de que não obteve resposta, questionando se a exclusão da Tiver foi uma decisão do Governo, o que eventualmente poderia pôr em causa a igualdade no tratamento dos diferentes operadores por parte do Estado, ou se se tratou de uma decisão do próprio operador em não participar na campanha.

III- Enquadramento Legal

15. Nos termos dos Estatutos da ARC, aprovados pela Lei n.º 8/VIII/2011, de 29 de dezembro, compete a esta Autoridade “Fiscalizar a conformidade das campanhas de publicidade do Estado e das autarquias locais com os princípios constitucionais da imparcialidade e isenção da Administração Pública” (alínea j) do Artigo 7.º).
16. Constitui competência do Conselho Regulador “Fiscalizar a isenção e a imparcialidade das campanhas publicitárias empreendidas pelo Estado e pelas autarquias locais, incluindo o poder de decretar a suspensão provisória da sua difusão, até decisão da autoridade judicial competente” (alínea r) do n.º 3 do Artigo 22º).
17. O regime jurídico da publicidade consta do Decreto-lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro, que aprovou o Código da Publicidade.
18. No âmbito do supracitado diploma alguns artigos sobressaem para a análise dos *spots* em causa, nomeadamente os seguintes:
19. A alínea b) do n.º 1 do Artigo 3º define publicidade como “qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objectivo directo ou indirecto de promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições”.
20. O Artigo 6º impõe a sujeição da publicidade aos princípios da licitude, identificabilidade, veracidade e respeito pelos direitos do consumidor.
21. O Princípio da veracidade previsto no artigo 10.º impõe que as afirmações relativas à origem e às condições de aquisição dos bens e serviços publicitados devem ser exactas e passíveis de prova, a todo o momento, perante as instâncias competentes.

22. No que tange ao princípio da identificabilidade, os números 2 e 3 do Artigo 8.º impõem a existência de um separador constituído por sinais acústicos para a rádio e por sinais ópticos ou acústicos na televisão, que permitam a distinção da publicidade relativamente à restante programação do órgão.
23. O Artigo 15.º prevê a possibilidade da publicidade ser testemunhal, podendo integrar depoimentos personalizados, genuínos e comprováveis, ligados à experiência do depoente ou de quem o representa.
24. Nos termos das disposições combinadas dos artigos 6.º e 15.º do Código da Publicidade, os testemunhos prestados no âmbito das comunicações comerciais devem ser verdadeiros, genuínos e comprováveis.
25. Sendo manifestamente impossível ao Regulador aferir, por outras vias, o cumprimento dos princípios referidos no ponto antecedente, e na ausência de qualquer denúncia de terceiros em sentido contrário, presumem-se preenchidos tais requisitos.
26. Assim, da análise efetuada aos spots publicitários em causa, conclui-se que os mesmos cumprem, genericamente, os requisitos acima referidos e previstos na lei.
27. Entretanto, uma vez que a publicidade do Estado ainda não está regulamentada, como manda o Artigo 50.º do Código de Publicidade, e, não tendo o Regulador mandato jurisdicional para suprir tal vazio legislativo, fica comprometida qualquer análise mais pormenorizada e de justeza quanto à transparência, não discriminação e igualdade de tratamento dos operadores de comunicação social no âmbito das campanhas publicitárias empreendidas pelos poderes públicos.
28. A existência de um quadro legal que regulamentasse a publicidade do Estado permitiria definir as regras de transparência a que ficariam sujeitas as publicidades do Estado, quer a sua distribuição pelo território nacional, quer as quotas de distribuição pelos diversos órgãos de comunicação social, os critérios de adjudicação e a fiscalização, por parte de um órgão independente, do cumprimento do preceituado no diploma.

IV- Deliberação

Pelo exposto, e ao abrigo da alínea f) do Artigo 7.º e da alínea r) do n.º 3 do Artigo 22.º dos Estatutos da ARC, o Conselho Regulador delibera:

1. Considerar que as campanhas publicitárias do Estado em apreço não violaram quaisquer preceitos legais, em particular os regidos pelo Código da Publicidade, face ao quadro jurídico vigente, em que a atividade publicitária do Estado não se encontra regulamentada.
2. Reiterar a necessidade de se criar um quadro jurídico que regule a publicidade institucional do Estado, estabelecendo regras de transparência que permitam à ARC aferir inteiramente das necessárias isenção e imparcialidade das campanhas publicitárias empreendidas por órgãos da Administração Pública central e local, através dos órgãos de comunicação social.

Esta Deliberação foi aprovada, por unanimidade, na 13.ª reunião ordinária do Conselho Regulador da ARC.

Conselho Regulador da ARC, na cidade da Praia, 25 de junho de 2019

O Conselho Regulador,

Arminda Pereira Barros, Presidente

Maria Augusta Évora Tavares Teixeira

Alfredo Henriques Mendes Dias Pereira

Jacinto José Araújo Estrela

Karine de Carvalho Andrade Ramos