

CONSELHO REGULADOR

DELIBERAÇÃO N.º 71/CR-ARC/2017

de 3 de outubro

Assunto: Deliberação do Conselho Regulador da ARC na sequência da missão de fiscalização realizada à Rádio Cidade, a 13 de setembro de 2017

No exercício das suas funções de regulação e de supervisão dos órgãos de comunicação social que operam sob a jurisdição do Estado de Cabo Verde e no cumprimento das suas atribuições estatutárias, a Autoridade Reguladora para a Comunicação Social realizou, no dia 13 de setembro do corrente ano, uma visita de fiscalização à Rádio Cidade (RC), sita na Rua Mártires de Pidjiguiti n.º 3, 3.º Esquerdo, Plateau, cidade da Praia, com o objetivo de fiscalizar o cumprimento das leis, dos regulamentos e dos requisitos técnicos aplicáveis no âmbito das suas competências.

Durante a visita de fiscalização efetuada a esta Rádio, que é operada pela Sociedade Cidade Comunicações, S.A., e em conformidade com o relatório final da missão apresentado a este Conselho, constatou-se que a operadora não cumpre todas as exigências estabelecidas no nosso ordenamento jurídico, porquanto:

1. Identificação de programas

O n.º 1 do Artigo 13.º da Lei da Rádio, adiante LDR, reza que “Os programas devem incluir a indicação do respectivo título e do nome do seu responsável, bem como as fichas artística e técnica, devendo igualmente ser organizado um registo donde constem as identidades do autor, do produtor e do realizador”.

No entanto, na Rádio Cidade identifica-se apenas o nome do programa, do técnico que assegura a emissão e do responsável pela sua apresentação. O serviço de programas não se tem dedicado à elaboração das fichas artística e técnica dos mesmos como dispõe o Artigo supra referido.

2. Não organiza mensalmente um registo para efeitos de direitos autorais

Os números 1 e 2 do Artigo 44.º da LDR, que tem por epígrafe “Registo e direito de autor”, definem que “1. As entidades que exerçam a actividade de radiodifusão organizam arquivos sonoros e musicais com o objectivo de conservar os registos de interesse público” e que “2. A cedência e utilização dos registos referidos no número anterior são definidas por portaria do responsável governamental pela comunicação social e cultura, tendo em atenção o seu valor histórico e cultural para a comunidade, cabendo a responsabilidade pelos direitos de autor e conexos protegidos por lei à entidade requisitante.”

Assim, as emissoras de rádio estão obrigadas a proceder à organização dos registos, visando o cumprimento do acima estabelecido, o que não tem sido feito pela RC.

3. Identificabilidade do espaço publicitário

A publicidade, como resulta do Artigo 16.º da Lei da Rádio conjugado com os números 1 e 2 do Artigo 8.º do Código de Publicidade, deve ser inequivocamente identificada como tal e separada claramente da restante programação, através da introdução de um separador no início e no fim do espaço publicitário.

De acordo com as informações disponibilizadas pelo Diretor, Moisés Abrantes, a RC tem um separador acústico que identifica os espaços publicitários, no início e no fim. No entanto, na audição e análise de um dia de gravação da Rádio, facultada na missão de fiscalização e da monitorização do dia 26 de setembro, constatou-se que nem todos os espaços publicitários do serviço de programas são identificados, como institui o preceito legal supra referido.

4. Publicidade de bebidas alcoólicas

A publicidade de bebidas alcoólicas na rádio e na televisão, segundo o n.º 2 do Artigo 19.º do Código de Publicidade (CP) é vedado entre as 7 e as 22 horas e 30 minutos. No remanescente horário é apenas consentida quando: a) Não se dirija especificamente a menores e, em particular, não os apresente a consumir tais bebidas; b) Não encoraje consumos excessivos; c) Não menospreze os não consumidores; d) Não sugira sucesso, êxito social ou especiais aptidões por efeito do consumo; e) Não sugira a existência, nas bebidas alcoólicas, de propriedades terapêuticas ou de efeitos estimulantes ou sedativos; f) Não associe o consumo dessas bebidas ao exercício físico ou à condução de veículos; g) Não sublinhe o teor de álcool das bebidas como qualidade positiva.

O n.º 1 do Artigo 9.º do mesmo Código, reza também que “É vedado o uso de imagens subliminares ou outros meios dissimuladores que explorem a possibilidade de transmitir publicidade sem que os destinatários se apercebam da natureza publicitária da mensagem.” Para efeitos do Código de Publicidade, de acordo com o n.º 3 do mesmo Artigo, considera-se publicidade sublimar “a publicidade que, mediante o recurso a qualquer técnica, possa provocar no destinatário percepções sensoriais de que não chegue a tomar consciência”.

A Rádio Cidade, segundo informações prestadas, não divulga publicidade de bebidas alcoólicas. No entanto, tem um programa, “Super Bock, Super Top”, veiculado às 11:30 e 19:30 horas, patrocinado pela marca de cerveja Super Bock. O nome do programa contém publicidade sublimar de bebida alcoólica, cerveja Super Bock, violando assim os preceitos do Código de Publicidade.

Assim, e em conformidade:

No exercício das competências que lhe foram atribuídas pelos seus estatutos (Lei n.º 8/VIII/2011, de 29 de Dezembro), em particular o de fiscalizar o cumprimento das leis, regulamentos e requisitos técnicos (alínea c) do n.º 3 do Artigo 22.º) e de assegurar o cumprimento das normas reguladoras da atividade de comunicação social (alínea k) do Artigo 7.º);

O Conselho Regulador, reunido em 20.^a sessão ordinária, no dia 3 de outubro de 2017, deliberou, por unanimidade, notificar a Sociedade Cidade Comunicações, S.A., na qualidade de proprietária da Rádio Cidade FM, para que, no prazo de 30 dias:

- a) Proceda à identificação dos programas de acordo com o Artigo 13.º da Lei da Rádio;
- b) Organize prontamente um registo de obras difundidas para efeitos de correspondentes direitos autorais, como dispõe o n.º 1 do Artigo 14.º da Lei da Radiodifusão;
- c) Identifique, clara e inequivocamente, todos os espaços publicitários, tal como impõe o Artigo 8.º do Código de Publicidade;
- d) Se abstenha de veicular qualquer publicidade de bebidas alcoólicas, ainda que subliminar, como acontece no caso do programa “Super Bock, Super Top”, entre as 7 horas e as 22 horas e 30 minutos, em cumprimento do disposto no n.º 2 do Artigo 19.º e no Artigo 9.º, ambos do Código de Publicidade.

Esta Deliberação é de carácter vinculativo, nos termos previstos no Artigo 59.º dos Estatutos da ARC, aprovados pela Lei n.º 8/VIII/2011, de 29 de dezembro.

Cidade da Praia, 3 de Outubro de 2017

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