

## **CONSELHO REGULADOR**

Processo de Contraordenação n.º 02/2017

### **NOTIFICAÇÃO N.º 59/CR-ARC/2017**

**Excelentíssimo (s) Senhor (es)  
Sociedade Multimédia, S.A.R.L.  
Proprietária da Rádio Comercial  
Achada de Santo António  
Praia**

**Assunto:** Proposta de aplicação de advertência no âmbito de Processo de Contraordenação a margem referenciado instaurado contra sociedade Multimédia S.A.R.L., pela divulgação de publicidade de bebida alcoólica

No âmbito do processo contraordenacional n.º 2/2017 que é movido à Sociedade Multimédia S.A.R.L., pela veiculação de publicidade de bebida alcoólica, durante o horário diurno, no serviço de programas Rádio Comercial, de que é proprietária, concluída a instrução, resultou que:

#### **I. Dos factos apurados**

1. No dia 28 de outubro de 2017, no âmbito da monitorização que é feita regularmente aos serviços de programas de radiodifusão pelos os serviços da ARC, estes tomaram conhecimento de que a Rádio Comercial, serviço de programa que é propriedade e é operada pela Multimédia S.A.R.L, no intervalo publicitário das 18:00 horas, veiculou uma publicidade, com 29 segundos de duração, fazendo promoção da cerveja da marca Sagres, conforme a gravação junta ao processo.
2. O espaço iniciou com um separador sonoro no qual é audível a palavra Publicidade. O referido *spot*, de 29 segundos, é o último no alinhamento do espaço publicitário daquele horário;

3. Em relação ao spot, cujo texto, em língua cabo-verdiana, passa-se a transcrever na íntegra, é o seguinte:
- “Espaço Loisirs ta apresenta: `Futida Pool Sunset by Sagres`.  
Sábado dia 28 de outubro a partir di 17 ti 2 hora di madrugada. Ku DJ Pensador, DJ Tchutchcha e DJ Hector Son.  
Pulseiras 500 escudo incluindo do ambiente: Esplanada de Sunset e acesso a piscina.  
Na compra di um baldi di SAGRIS 500, ku seis cerveja, bu ta ganha um escutador ku cinco karica. Três karicas di chapéu di padja e dôs karicas di um okulus.  
Sagres: QUEL CERVEJA SEMPRE FRESCU.”*

## **II. Da defesa.**

4. A arguida, Multimédia S.A.R.L, na qualidade de proprietária da Rádio Comercial, veio apresentar a sua defesa no dia 05 de dezembro de 2017, dentro do prazo previsto no regime de contraordenações, na qual pedia “a anulação do procedimento contraordenacional” com base nos fundamentos que aqui são integralmente transcritos:
- a) “A arguida, Multimédia S.A.R.L, reconhece que os factos enquadrados nos n.ºs 1 e 2 da Deliberação n.º 85/CR-ARC/2017, constantes da pág.2, do respetivo documento, correspondem a verdade por os mesmos ficarem provados quer documentalmente e por suporte magnético /radiofónico”;
- b) “Todavia, cumpre deixar patente que os factos concretos alegados/ocorridos e a respetiva violação e procedimento sancionatório nos termos do n.º 2 do art.º 62 da Lei n.º 8/VIII/2011 de 29 de Dezembro, foram praticados contra a sua vontade, o que requer e não ao mando/ordem do arguido”;
- c) “Na verdade, os factos descritos constantes da pág.2, supra referida, aconteceram por inexperiência profissional de um técnico – estagiário que presta serviço na Multimédia S.A.R.L., que pertence ao Arguido”;
- d) “O referido técnico-estagiário, encontra-se ao serviço da Multimédia S.A.R.L, e por não dominar os procedimentos técnicos, respeitantes/ aferidos, à coordenação de uma regulação/publicidade de bebidas alcoólicas na rádio, cometeu, sem querer/desejar uma negligência ao transmitir o *spot* publicitário”;
- e) “ O Arguido, nunca tinha violado o Regime geral da publicidade, pelo que é primário neste tipo de comportamentos/conduitas”;
- f) “Entende o Arguido, (salvo melhor opinião) que não foi alegado o prejuízo para o interesse público e fundado receio de constituição de facto consumado à produção de prejuízo de difícil reparação para o interesse público/ordem pública”;

g) “Assim, vem nestes termos, requerer que seja decretada pela Autoridade reguladora para a comunicação social a anulação da sanção contraordenacional e que sejam tomadas todas as outras medidas que doutamente saberão suprir as atuações supracitadas”.

### **III. Legislações aplicáveis e competências do Conselho Regulador da ARC**

5. Ao caso *sub judice* é aplicável a Lei da Radiodifusão, alterada pela Lei n.º 71/VII/2010, de 16 de agosto.
6. É também aplicável o Código de Publicidade aprovado pelo Decreto-Lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro (doravante, CPub),
7. Constitui um dos objetivos da ARC, conforme o disposto na alínea e) do Artigo 1.º dos Estatutos da ARC aprovados pela Lei n.º 8/VIII/2011 (doravante, EA), de 29 de dezembro, “assegurar a proteção dos destinatários dos serviços de conteúdos de comunicação social enquanto consumidores, no que diz respeito a comunicações de natureza ou finalidade comercial, por parte de prestadores de serviços sujeitos à sua atuação, no caso de violação do Código de Publicidade” competindo ao seu Conselho Regulador “fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos publicitários, previstos no Código de Publicidade” nos termos da alínea b) do n.º 3 do Artigo 22.º do mesmo diploma.
8. Segundo o diploma que estabelece o regime do ilícito de mera ordenação social (doravante, RGCO), o Decreto-Lei n.º 60/95, de 27 de outubro, *ex vi* o n.º 2 do Artigo 62.º dos EA, “A competência em razão da matéria pertencerá às autoridades determinadas pela lei que prevê e sanciona as contra-ordenações.”.
9. Assim, dispõem os artigos 63.º e 64.º do Código de Publicidade, respetivamente, que “(...) compete especialmente ao órgão regulador do setor a fiscalização do cumprimento do disposto no presente diploma, (...)” e que “a instrução dos processos de contraordenação previstas neste diploma compete ao órgão regulador do setor”.
10. Refira-se, ainda, que os operadores de rádio, como é o caso da Sociedade Multimédia S.A.R.L, estão sujeitos à supervisão e intervenção da ARC como reza a alínea c) do Artigo 2.º dos EA.

#### IV. Análise e fundamentação

11. Para efeitos do Código de Publicidade, de acordo com o n.º 1 do Artigo 3.º, é considerado publicidade *qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma 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 (...).*
12. O mesmo diploma dispõe, no n.º 2 do seu Artigo 19.º, que ***É proibida a publicidade a bebidas alcoólicas, na televisão e na rádio, entre as 7 horas e as 22 horas e 30 minutos.*** (negrito e sublinhado nossos).
13. Da audição do *spot* difundido pela Rádio Comercial, estação operada pela Arguida, anexo ao Auto de Notícia, e que faz parte do processo, transcrito no Ponto II supra, resultou provado que, no intervalo publicitário por voltas das 18 horas do dia 28 de outubro, a mesma veiculou publicidade do evento 'Futida Pool Sunset by Sagres' no Espaço Loisirs onde incita à compra de cerveja da marca Sagres " ... *na compra de um balde de Sagres, pa 500 escudos, ku 6 cerveja, bu ta ganha um escutador (...)* *Sagres, bu cerveja sempre fresco*"
14. Facto que a Arguida admite na sua defesa, mas argumentando que o mesmo foi difundido contra a sua vontade.
15. Ora, mesmo admitindo que a mensagem publicitária tenha sido veiculada sem a autorização da Arguida, esta, na qualidade de proprietária e operadora da Rádio Comercial, que foi o suporte publicitário<sup>1</sup> da referida mensagem publicitária, é responsável pela contraordenação nos termos do Artigo 62.º do CPub.
16. A infração do n.º 2 do Artigo 19.º do CPub é punível com coima de quinhentos mil escudos a mil e quinhentos escudos, por o infrator ser uma pessoa coletiva – Sociedade Multimédia S.A.R.L, na qualidade de proprietária da Rádio Comercial – nos termos da alínea b) do n.º 1 do Artigo 60.º do mesmo diploma.

---

<sup>1</sup> Considera-se **suporte publicitário** o veículo utilizado para a transmissão da mensagem publicitária – alínea d) do n.º 1 do Artigo 5.º do Código de Publicidade.

17. Não obstante a Arguida operar a Rádio Comercial há vinte anos, atendendo ao teor da defesa apresentada, deve-se concluir pela inexistência da intenção dirigida ao incumprimento do disposto no Código de Publicidade – ausência do dolo.
18. Alega a Arguida que o técnico-estagiário responsável pela difusão do *spot* “por não dominar os procedimentos técnicos, respeitante à regulação da publicidade de bebidas alcoólicas na rádio, transmitiu, negligentemente, o referido *spot* publicitário”. (paráfrase)
19. Deduz-se, assim, que a Arguida, por intermédio do seu técnico-estagiário, não procedeu com o cuidado que lhe era exigido, infringindo assim, negligentemente, o n.º 2 do Artigo 19.º do CPub.
20. No entanto, de acordo com o n.º 2 do Artigo 60.º do CPub, *a negligência é sempre punível, nos termos gerais.*
21. Segundo o n.º 2 do Artigo 25.º RGCO, *Se a lei, relativamente ao montante máximo, não distinguir o comportamento doloso do negligente, este só poderá ser sancionado até metade do montante da coima prevista.*
22. A favor da Arguida relevam os fatos de ser primária e do grau de ilicitude não ser muito elevado.
23. Considerando também a condição financeira desfavorável da Arguida, não obstante a venda do espaço publicitário sempre resultar vantagens económicas para o operador, é de aplicar uma mera advertência a Arguida.

Concluída a instrução, o processo segue para a decisão do Conselho Regulador, que é o órgão competente para aprovar a deliberação que ordene a aplicação de coimas por contraordenação;

Entretanto, nos termos do Artigo 65.º do Regime Geral das Contraordenações - RGCO, este órgão pode decidir pela mera advertência da Arguida ou pela aplicação de uma coima, nos termos do disposto no n.º 2 do Artigo 63.º do RGCO, aprovado pelo Decreto-Legislativo n.º 9/95, de 27 de Outubro;

Assim:

- Considerando que, de acordo com o disposto no n.º 1 do Artigo 26.º do Regime Geral das Contraordenações (RGCO), aprovado pelo Decreto-Legislativo n.º 9/95, de 27 de Outubro, “A determinação da medida concreta da coima far-se-á em função da gravidade da ilicitude, da culpa e da situação económica do agente”;
- Tendo em conta a condição económica da Arguida e do seu serviço de programas, Rádio Comercial e o facto de ser primário;
- Considerando ainda que a violação acima referida pode enquadrar-se em contraordenações ligeiras, conforme o previsto no n.º 1 do Artigo 65.º do RGCO;
- Tendo presente que, nos termos do Artigo 65.º, n.º 2 do RGCO, o processo de advertência só terá lugar quando o arguido, informado do direito de o recusar, com ele se conformar e dispuser a pagar uma soma pecuniária nunca superior a 5.000\$00 (Cinco mil escudos),

É notificada a Sociedade Multimédia S.A.R.L., proprietária da Rádio Comercial, a pronunciar-se, querendo, se se conforma ou não com a aplicação de uma advertência. Caso se conformar com a mera advertência, deverá pagar uma soma pecuniária no valor de 5.000\$00 (cinco mil escudos), no prazo máximo de 5 dias, e o processo é declarado como encerrado.

Comunica-se à Arguida que, caso se opuser à aplicação desta medida o processo segue a sua tramitação normal, nos termos previstos na lei, estando sujeita à aplicação de uma coima, a determinar, nos termos da alínea b) do n.º 1 do Artigo 60.º da CPub, sendo a coima no montante mínimo de 200.000\$00 e máximo de 1.500.000\$00.

Mais se comunica à Arguida que, em caso de conformação com o processo de advertência, o pagamento deverá ser efetuado através de cheque emitido à ordem da ARC – Autoridade Reguladora para a Comunicação Social, ou através de transferência bancária para a conta desta Autoridade no BCA, n.º 85740435, NIB 000300008574043510176.

Cidade da Praia, 29 de dezembro de 2017

A Relatora,

/ Karine de Carvalho Andrade Ramos /