

**Conselho Regulador da
Entidade Reguladora para a Comunicação Social**



Deliberação

12/DR-I/2011

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Recurso apresentado pela ACAPOR - Associação do Comércio
Audiovisual de Obras Culturais e de Entretenimento de Portu-
gal contra o Jornal “Diário Económico”**

Lisboa
11 de Maio de 2011

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação 12/DR-I/2011

Assunto: Recurso apresentado pela ACAPOR - Associação do Comércio Audiovisual de Obras Culturais e de Entretenimento de Portugal contra o Jornal “Diário Económico”

I. Identificação das partes

ACAPOR- Associação do Comércio Audiovisual de Obras Culturais e de Entretenimento de Portugal (“ACAPOR”), na qualidade de Recorrente, e “Diário Económico”, na qualidade de Recorrido.

II. Objecto do Recurso

O recurso tem por objecto a alegada denegação ilegítima do direito de resposta da Recorrente pelo Recorrido.

III. Factos apurados

3.1 Deu entrada nesta Entidade, no dia 10 de Fevereiro de 2011, um recurso apresentado pela ACAPOR contra o Diário Económico por alegada denegação do exercício do direito de resposta, referente a um artigo publicado a 20 de Janeiro de 2011.

3.2 A peça em apreço foi publicada na edição *on line*, com o título “Conheça os serviços que estão a destronar o DVD”¹, e na edição em papel de 20 de Janeiro de 2011, com o título “Videoclube digital está a destruir indústrias do DVD”, ocupando na íntegra as páginas 2 e 3 do suplemento “Inovação & Tecnologia”.

¹ Disponível em <http://economico.sapo.pt/noticias/nprint/109120.html>.

3.3 Na edição online, o tema é enquadrado em super-lead da seguinte forma: *“conheça quais as plataformas digitais que estão a acabar com os videoclubes de bairro”*. Na versão impressa, o artigo é encimado pelo texto que a seguir se reproduz: *“A preferência por conteúdos digitais é uma tendência e os negócios tradicionais terão que se adaptar. As vendas de DVD têm vindo a cair e os serviços de aluguer de filmes online ganham adeptos”*.

3.4 Em ambos, escreve-se no lead: *«Sair de casa e ir ao videoclube alugar um filme para assistir no sofá numa tarde de Domingo já quase não faz sentido. O vídeo digital - aquele filme ou série que podemos alugar em casa através de uma plataforma tecnológica: computador ou da rede de televisão por cabo – está a reduzir o “consumo” de DVD e aos poucos a acabar com o negócio dos videoclubes. É o prenúncio de uma indústria em decadência? Estará a era do DVD a chegar ao fim da linha? Talvez ainda seja cedo para falar nisso, mas as vendas destes suportes falam por si. A comercialização de DVD tem vindo a cair a pique enquanto os serviços de vídeo digital aumentam a um ritmo galopante. “A preferência por conteúdos digitais é uma tendência global e os negócios tradicionais terão que se adaptar”, salienta fonte oficial da ZON»*.

3.5 No prosseguimento da peça, aduzem-se outras perspectivas institucionais sobre as ofertas disponíveis no mercado de VOD – Video on Demand.

«“Os videoclubes digitais são a evolução natural dos videoclubes de bairro. É natural que os clientes comecem a preferir escolher um filme para ver na comodidade do seu lar com um simples toque no comando da sua televisão ou acedendo ao seu PC”, refere António Margato, responsável de comunicações para a casa da Vodafone Portugal».

«Para a Optimus que disponibiliza o serviço Videoclube, através da Optimus Clix, “existe uma oportunidade marcada pela conveniência e conforto do aluguer de filmes”».

«A adesão ao serviço “ZON Videoclube duplicou no último ano”, diz fonte da Zon. “Apesar de ter de lutar contra o mercado da pirataria, o serviço tem crescido de forma sustentada. Mais de 85% da base de clientes já utilizou o MEO Videoclube”, salienta fonte da MEO».

3.6 Em pequenas caixas de texto são especificadas as ofertas de VOD proporcionadas, respectivamente, pelos operadores ZON, MEO, OPTIMUS/CLIX, VODAFONE e

CABOVISÃO, só não tendo fornecido detalhes, neste último caso, quanto às características e aos custos do serviço.

IV. Argumentação do Recorrente

4.1 A Recorrente é uma associação constituída para defender e representar especificamente os comerciantes vocacionados para o aluguer de videogramas. A sua finalidade estatutária é, pois, “defender os legítimos interesses e direitos de todos os associados, bem como o seu prestígio e dignificação”.

4.2 Segundo afirma, a Recorrente é publicamente reconhecida como a associação representativa dos clubes de vídeo, sendo a única existente no sector.

4.3 À luz do exposto, a Recorrente diz-se “legitimada para reagir a ofensas públicas dirigidas de forma genérica aos clubes de vídeo”.

4.4 No entendimento que motiva a apresentação do texto de resposta, considera a Recorrente que “naquele artigo mais que colocar em causa a reputação e boa fama dos clubes de vídeo nacionais, a senhora jornalista colocou em causa a sua razão de existir, o que afecta gravemente a imagem pública dos estabelecimentos que caem em descrédito junto dos consumidores perante a rotulagem de um iminente fecho”.

4.5 Ao transmitir a ideia de que os clubes de vídeo são uma realidade ultrapassada, defende a Recorrente que a notícia prejudica a sua imagem, porquanto o público tende a comportar-se de acordo com a maioria; e ao inculcar-se a ideia de uma generalizada preferência por outras realidades, em detrimento da frequência dos clubes de vídeo, ficará afectada a sua reputação perante o público, podendo daí resultar uma diminuição de clientela.

4.6 A Recorrente prossegue elencando diversas informações destinadas a apontar alegadas imprecisões constantes da notícia. Em primeiro lugar, refere que as quedas nas vendas do DVD são muito anteriores ao aparecimento do VOD. No que respeita ao mercado americano, também referenciado na peça, afirma que a diminuição do consumo do DVD está relacionada com o crescimento do Blu-Ray, e não com o VOD. Prossegue, referindo que “o mercado digital ... raramente representa mais de 10% do mercado físico...”

4.7 Não correspondendo à verdade dos factos, o texto publicado pelo Diário Económico representa, no entender da Recorrente, um panfleto publicitário ao serviço do VOD.

4.8 Independentemente de toda a argumentação acima reproduzida, a Recorrente considera que, uma vez que o Diário Económico não publicou nem recusou o texto, o direito de recusar a publicação deve considerar-se extinto, por caducidade.

4.9 Em conclusão, a Recorrente salienta que não é o facto de a ACAPOR, enquanto entidade, não ter sido directamente visada que exclui a sua legitimidade em fazer a representação global do mercado quando este é mencionado, sendo justamente para exercer essa actividade que a mesma foi criada.

4.10 Neste sentido, refere: “uma interpretação diferente da norma significaria que as referências generalistas a sectores de actividade ficariam sempre impunes e sem qualquer hipótese de contraditório, pois não visam especificamente uma entidade embora prejudiquem todo o mercado”.

4.11 Sublinha: “o que mais afecta a reputação do mercado é a propagação de que foi ultrapassado pela sua concorrência”.

4.12 Por último, sustenta que, caso assim não se entenda, o que a Recorrente não concede, o texto enviado seria passível de ser reconduzido ao instituto do direito de rectificação.

4.13 Alega ainda que o comportamento do Diário Económico é passível de gerar responsabilidade contra-ordenacional, de acordo com o artigo 35º, n.º 1, al. b), da Lei de Imprensa.

V. Defesa do Recorrido

5.1 Notificado para se pronunciar, ao abrigo do disposto no artigo 59º, n.º 2, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 58/2005, de 8 de Novembro, o Recorrido remeteu à ERC a sua defesa, em 11 de Março de 2011.

5.2 O Recorrido confirma a recepção do texto de resposta por parte da Recorrente. Todavia, não esclarece se comunicou à Recorrente a recusa de publicação, ou se, tal como é por esta alegado, omitiu tal conduta

5.3 No entendimento do Recorrido, sob a capa de um direito de resposta, a Recorrente pretende lançar um ataque vil, quer à imagem e credibilidade do Diário Económico quer à da jornalista que escreveu a mencionada peça. No seu entender, o texto de resposta lança sobre o jornal e a jornalista inúmeras afirmações desprimorosas e que nada têm a ver com o conteúdo da notícia.

5.4 Acrescenta ainda carecerem de fundamento as acusações de actuação em prol dos interesses das empresas prestadoras de serviços VOD.

VI. Normas aplicáveis

É aplicável o regime do exercício do direito de resposta que consta da Lei de Imprensa (Lei 2/99, de 13 de Janeiro), em particular dos artigos 24º e seguintes.

Aplica-se ainda, nesta fase de recurso, o disposto nos artigos 59º e 60º dos Estatutos da ERC, anexos à Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro (doravante, EstERC), atentas as atribuições e competências constantes, respectivamente, da alínea f) do artigo 8º e alínea j) do n.º 3 do artigo 24º, ambos do mesmo diploma.

VII. Análise e fundamentação

7.1 Conforme previsto no artigo 24º, n.º 1, da Lei de Imprensa, “*tem direito de resposta nas publicações periódicas qualquer pessoa singular ou colectiva, organização, serviço ou organismo público, bem como o titular de qualquer órgão ou responsável por estabelecimento público, que tiver sido objecto de referências, ainda que indirectas, que possam afectar a sua reputação e boa fama*”.

7.2 O direito de resposta é um instituto vocacionado para repor o equilíbrio entre as partes, funcionando como um mecanismo de defesa dos visados em textos jornalísticos, ao permitir a apresentação da sua versão dos factos.

7.3 O direito de rectificação, por seu turno, respeita à correcção de referências de facto inverídicas ou erróneas que digam respeito aos visados. No que respeita ao exercício do direito de rectificação importa sublinhar que, conforme prescreve o n.º 2, do artigo 24º, da Lei de Imprensa, “as entidades referidas no número anterior [qualquer pessoa

singular ou colectiva, organização, serviço ou organismo público, bem como o titular de qualquer órgão ou responsável por estabelecimento público] têm direito de rectificação nas publicações periódicas sempre que tenham sido feitas referências de facto inverídicas ou erróneas que lhes digam respeito” (sublinhado nosso).

7.4 Quando, em face do mesmo texto, o visado considere que, a par da existência de factos ou expressões susceptíveis de colocarem em causa o seu bom-nome, se detectam referências de facto erróneas a seu respeito, poderá invocar em seu benefício quer o exercício do direito de resposta quer o exercício do direito de rectificação, sendo certo que o primeiro consumirá o segundo.

7.5 O recurso é tempestivo; cumpre determinar se estão preenchidos os requisitos de exercício dos direitos de resposta e de rectificação previstos no artigo 24º, n.º 4, da LI. A Recorrente vem exercer direito de resposta na qualidade de representante de um sector cuja reputação foi alegadamente colocada em causa, facto que não foi contestado pelo Recorrido.

7.6 No entender da Recorrente, o texto publicado pelo Denunciado comporta afirmações lesivas da reputação dos clubes de vídeo porque contribui para formar na opinião pública a ideia de que aqueles espaços comerciais estão condenados a desaparecer.

7.7 Conforme o Conselho Regulador da ERC teve já oportunidade de afirmar, “*o instituto do direito de resposta reconhece a todos aqueles visados por referências que possam afectar a sua reputação e boa fama o direito de quanto a estas justaporem as suas contraversões, sendo pacífico o entendimento que sustenta neste domínio a insindicabilidade, em princípio, quer da apreciação subjectiva dos visados quanto ao carácter das referências de que sejam objecto, quer do conteúdo da resposta que por estes venha a ser apresentada*” (vide, para o efeito, Deliberação 4/ DR-I/2007, de 24 de Janeiro).

7.8 O exercício do direito de resposta obedece aos requisitos constantes da Lei de Imprensa, de onde “[*o*] conteúdo da resposta ou da rectificação é limitado pela relação directa e útil com o escrito ou imagem respondidos, não podendo a sua extensão exceder 300 palavras ou a da parte do escrito que a provocou, se for superior, descontando a identificação, a assinatura e as fórmulas de estilo, nem conter expressões desproporcionadamente desprimorosas ou que envolvam responsabilidade criminal, a qual, neste

caso, bem como a eventual responsabilidade civil, só ao autor da resposta ou da rectificação podem ser exigidas” (artigo 24º, n.º 4 da LI).

7.9 Ora, confrontando o texto de resposta enviado pela ACAPOR com as exigências legais, depreende-se que a réplica excedeu em muito o número de palavras do escrito original. Por outro lado, utiliza ainda, em algumas passagens, expressões desprimorosas, nomeadamente dirigidas à jornalista que assina a notícia e ao próprio jornal, tendo em conta que a Recorrente sustenta no texto de resposta a possibilidade de o artigo responder a eventuais pressões “*quiçá* encomendadas, das empresas do grupo de que o jornal faz parte”.

7.10 Em face do exposto, para que a publicação do texto de resposta seja legalmente devida, a Recorrente deverá proceder à sua reformulação, expurgando-o das expressões desprimorosas que a actual versão comporta. No que concerne à extensão do texto, a Recorrente deverá optar, em conformidade com a faculdade reconhecida na lei de imprensa, entre a redução do texto de resposta ou o pagamento do espaço ocupado pelo excesso ao preço da tabela de publicidade (cfr. artigo 26º, n.º 1, da Lei de Imprensa).

7.11 Ainda que o texto de resposta subscrito pela ora Recorrente tenha evidenciado o não cumprimento de alguns dos requisitos previstos na lei, tal facto apenas justificaria a recusa de publicação, estando o Recorrido obrigado a comunicá-la de forma fundada. A Recorrente alega que não obteve qualquer resposta por parte do jornal e tal não foi contestado em sede de contraditório. A omissão do Recorrido consubstancia uma violação ao disposto no artigo 26º, n.º 7, da Lei de Imprensa.

7.12 Uma última nota é devida quanto à natureza informativa ou publicitária dos conteúdos em crise. Com efeito, argumenta a Recorrente que “o texto publicado pelo Diário Económico (...) revestiu-se de um deserto factual mais parecendo um panfleto publicitário ao serviço VOD”.

7.13 De acordo com o artigo 28º, n.º 2 da Lei de Imprensa, “toda a publicidade redigida ou a publicidade gráfica, que como tal não seja imediatamente identificável, deve ser identificada através da palavra «Publicidade» ou das letras «PUB», em caixa alta, no início do anúncio, contendo ainda, quando tal não for evidente, o nome do anunciante”. O n.º 3 do referido preceito legal acrescenta que se considera “publicidade redigida e publicidade gráfica todo o texto ou imagem cuja inserção tenha sido paga”. No entanto,

não existem, no presente processo, indícios de que o Diário Económico tenha recebido qualquer contrapartida para a produção do artigo em apreço, não se podendo concluir, com o devido fundamento, pela natureza publicitária do texto.

VIII. Deliberação

Tendo apreciado um recurso apresentado pela ACAPOR - Associação do Comércio Audiovisual de Obras Culturais e de Entretenimento de Portugal contra o jornal Diário Económico, por alegada denegação do direito de resposta, o Conselho Regulador da ERC delibera, pelos motivos expostos, e ao abrigo do disposto nos artigos 8º, al. f), e 24º, n.º 3, al. j), dos Estatutos anexos à Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro:

1. Dar provimento parcial ao Recurso, convidando a Recorrente para efectivação do seu direito, a reformular o correspondente texto de acordo com as exigências constantes do artigo 24º, n.º 4 da Lei de Imprensa;
2. Determinar ao Recorrido que proceda à publicação do texto de resposta caso a Recorrente dê cumprimento ao disposto no ponto anterior.

Lisboa, 11 de Maio de 2011

O Conselho Regulador,

José Alberto de Azeredo Lopes
Elísio Cabral de Oliveira
Maria Estrela Serrano
Rui Assis Ferreira