



ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

DELIBERAÇÃO SOBRE

A RECUSA DA RTP A TRANSMITIR UM "SPOT" PUBLICITÁRIO (Aprovada na reunião plenária de 21.DEZ.92)

I - FACTOS

I.1 - Em 25 de Agosto de 1992, recebeu a Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS), "para conhecimento", fotocópia de uma carta, subscrita pelos presidentes das Câmaras Municipais de Almada, Barreiro, Moita e Seixal, que fora remetida ao Conselho de Gerência da RTC - Radiotelevisão Comercial, entidade concessionária da publicidade na RTP, protestando contra a não transmissão de um "spot" publicitário alusivo à localização da futura ponte a construir sobre o rio Tejo.

I.2 - Posteriormente, a 28 do mesmo mês, o Conselho de Gerência da RTP informou a AACS que a RTC tinha concluído que a mensagem veiculada por esse "spot" não se coadunava "com o conceito de publicidade adoptado pela legislação aplicável" e que se configurava "como um acto de propaganda política".

Nesse mesmo ofício o Conselho de Gerência da RTP referia que a RTC "admitindo consultar outras entidades com competência na matéria", tinha, entretanto, recusado cautelarmente a transmissão do referido "spot" - o qual fora facultado a esse Conselho de Gerência "para apreciação conjunta".

I.3 - Perfilhando a posição defendida pela RTC, o Conselho de Gerência da RTP entendeu, por um lado, que seria oportuno dispor do parecer da AACS "com vista a uma decisão que, sem menosprezo pelos interesses em presença, respeite estritamente a legalidade". Tal pedido de parecer é formulado "ao abrigo do disposto na alínea i) do número 1 do Artigo 4º, da Lei nº 15/90, de 30 de Junho (a emitir sob forma de fiscalização preventiva), ou de outra norma aplicável".

I.4 - O plenário da AACS deliberou, por maioria, que a matéria fosse instruída como queixa das Câmaras Municipais responsáveis pelo pedido de difusão do "spot" publicitário.

./.

9/11



ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

-2-

II - ANÁLISE

II.1 - A AACS é competente para analisar esta questão nos termos genéricos estabelecidos na alínea 1) do número 1 do Artigo 4º, com referência à alínea a) do Artigo 3º da Lei nº 15/90, de 30 de Junho.

II.2 - O Código de Publicidade (Decreto-Lei 330/90, de 23 de Outubro), procura determinar o conteúdo do termo "publicidade" e define o seu conceito nos diferentes números do Artigo 3º. Assim, e tendo apenas em conta os aspectos atinentes ao caso em análise, deve notar-se que o nº 2 daquele artigo define como publicidade "qualquer forma de comunicação que vise promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições" e que no nº 3 se exclui desta definição a propaganda política. Parece claro que o legislador pretendeu acautelar contra o uso da publicidade para fins políticos, pela situação desequilibrada que se criaria face à desigual capacidade financeira dos interventores.

Os nºs 4 e 5 do mesmo artigo 3º permitem, em conformidade com o artigo 27º do referido código, a chamada "publicidade de Estado ou oficial", nela incluindo a que é feita por organismos da Administração regional. Assim, em princípio, seria lícito às câmaras municipais fazer publicidade para promover ideias ou iniciativas suas. Mas deve reconhecer-se que a emissão pretendida pelos autarcas pode ser entendida como propaganda política, na medida em que representa crítica e oposição a uma decisão já tomada pelo Governo que, aparentemente, procura pressionar e desautorizar.

III - CONCLUSÃO

Considerando que a difusão, como publicidade, da mensagem das câmaras municipais do Barreiro, Almada, Moita e Seixal pode configurar propaganda política legalmente não consentida, a Alta Autoridade para a Comunicação Social entende ser aceitável a decisão da RTP de não emitir o "spot" contestando a opção do Governo quanto à localização da nova ponte sobre o Tejo.

Esta deliberação foi aprovada, por maioria.

Alta Autoridade para a Comunicação Social,
em 21 de Dezembro de 1992
O Presidente

Pedro Figueiredo Marçal
Juiz Conselheiro

/AM