


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



**Deliberação
258/2013 (PUB-I-PC)**

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Processo contraordenacional contra a Global Notícias, Publicações, S.A.

**Participações relativas a uma entrevista à Popota, publicada na edição
de 23 de dezembro de 2011 da revista *Notícias TV***

Lisboa
16 de julho de 2013

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Em processo de contraordenação instaurado por decisão do Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, adotada em 14 de março de 2012 (Deliberação 1/PUB-I/2012), ao abrigo do disposto no artigo 28.º, n.º 2, da Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro (doravante, Lei de Imprensa), conjugado com o artigo 24.º, n.º 3, alíneas b) e ac), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, e o artigo 34.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, é notificada a Global Notícias, Publicações, S.A., com sede na Rua Gonçalo Cristóvão, 195 a 219, 4049-011 Porto, da

Deliberação 258/2013 (PUB-I-PC)

1. A Notícias TV é parte integrante Jornal de Notícias e do Diário de Notícias, jornais da propriedade da Global Notícias, Publicações, S.A. (adiante, Global Notícias), e os dois diretores dos periódicos surgem como os responsáveis máximos da revista.
2. Na edição de 23 a 29 de Dezembro de 2011 da revista Notícias TV, foi inserida uma entrevista à Popota. A entrevista foi também publicada na secção destinada à Notícias TV dos sites do Jornal de Notícias¹ e Diário de Notícias², embora os links tenham sido posteriormente desativados.
3. A Popota é uma mascote do grupo Sonae, que até recentemente se encontrava associada ao projeto de responsabilidade social da marca Modelo denominado Causa Maior. Com a extinção da insígnia Modelo, esta mascote passou a ser utilizada em campanhas de brinquedos e outras campanhas de ativação da marca Continente³. No Natal de 2011, esteve particularmente ativa através de anúncios comerciais⁴ e da iniciativa Popota Dance Tour 2011⁵.

¹ www.jn.pt/revistas/ntv/interior.aspx?content_id=2202720. Link desactivado.

² www.dn.pt/revistas/ntv/interior.aspx?content_id=2202720. Link desactivado.

³ <http://www.meiosepublicidade.pt/2011/11/03/popota-esta-de-regresso-ao-som-de-jennifer-lopez-com-video/> [Consultado a 16 de Fevereiro de 2012].

<http://www.dinheirovivo.pt/Buzz/Artigo/CIEC0020930.html> [Consultado a 16 de Fevereiro de 2012].

⁴ <http://www.youtube.com/watch?v=RtegvNEX95k> [Consultado a 16 de Fevereiro de 2012].

⁵ <http://www.destinoslusos.com/2011/11/popota-dance-tour-2011-este-natal-nos.html> [Consultado a 16 de Fevereiro de 2012].

4. A entrevista à Popota publicada na Notícias TV ocupa duas páginas da publicação, tem o título «Sou um hipopótamo... A formosura está no meu ADN!» e antetítulo «Popota: Vida e carreira».

5. No super lead lê-se:

«Confesse lá, leitor. Há quanto tempo queria ler uma entrevista com a hipopótamo mais famosa de Portugal? Ah, pois é. Mas só mesmo dois pesos pesados do jornalismo, como o DN e o JN, teriam coragem de a fazer. Em tempo de Natal, a Popota abriu-nos o coração. Falou da infância, dos sonhos e de televisão. Só faltou deitar-se nas palhinhas...»

6. Atente-se nalguns segmentos da entrevista:

«E quando a Popota era criança, quais os desenhos animados que a fascinavam?

Sempre gostei daqueles repletos de magia e capazes de fazer as crianças sonhar... Se bem que o que eu gostava mesmo era de cantar e dar espetáculos no quintal de minha casa!

E de dançar, calculo. Já provou ser uma bailarina com imenso talento. Onde aprendeu a bambolear-se assim?

Acredito que nasci e cresci com o “bichinho” da dança. Acho que é o meu dom... Além disso, tento estar sempre muito atenta ao que se passa no mundo da música e do espetáculo para aprender novos passos.

E essa energia é toda natural ou... bebe muito café?

Sou mesmo muito enérgica!

[...]

Como foi parar a este mundo?

Desde pequena que gosto de música e que sonhava com a magia do mundo do espectáculo. Adorava enfeitar-me com vestidos, colares, pulseiras... Costumava fazer pequenas actuações todos os dias a caminho da escola...

Então foi assim que tudo começou... Recorda-se do seu primeiro casting?

Sim, foi para um filme e consegui o papel principal no musical Popota Poppins. Foi inesquecível...

Vamos lá ser sinceras: este ano, a Popota destronou completamente a Leopoldina. Continuam amigas? A verdade é que a Leopoldina tem uma figura bem mais esbelta que a sua.

A Leopoldina e eu somos duas mascotes queridas pelas crianças, quer pelo reconhecimento a nível nacional, quer pelo carinho que sentimos dos portugueses. Ao longo dos últimos anos, ambas temos procurado proporcionar diferentes momentos de diversão e de passagem de valores de partilha e solidariedade pela nossa associação a importantes projectos de responsabilidade social. Este ano, a Leopoldina aceitou incluir na Missão Sorriso a vertente de apoio aos idosos, ficando mais focada nas acções de solidariedade social e eu com mais tempo para a vertente da animação da pequenada. Como sabem este Natal, a minha tour passa em várias lojas Continente de norte a sul do

País. Enfim, ambas existimos para proporcionar os melhores momentos de felicidade aos portugueses. Por isso, seremos sempre amigas e uma equipa comprometida com as famílias e as crianças.»

7. A entrevista publicada pela Notícias TV é complementada por uma imagem fotográfica da mascote. Ao lado da imagem fotográfica figura uma caixa de texto, onde se pode ler:
«Quem: Popota
Onde: Continente, Lisboa
Quando: 20.11.2011
Porquê: Primeira mascote agenciada em Portugal»
8. A «entrevista» possui uma chamada de primeira página, constituída por uma imagem (desenho animado) da mascote e pelo seguinte texto: «Esta revista de Natal é tão especial que até tem uma entrevista com a Popota».
9. O editorial da presente edição, assinado pelo diretor executivo da publicação, referencia também a peça em apreço: «Quando Ana Filipe Silveira propôs uma entrevista à Popota, pensei que ela padecia da mesma loucura de Goucha e Cristina. Uma entrevista a um boneco na edição de Natal? Mas está tudo louco?, perguntei. Que não, que a Popota era a personalidade mais valiosa do Natal televisivo e o primeiro boneco agenciado em Portugal. O resultado, louco, pode ver a partir da página [...].»
10. Tal como referido na Acusação notificada à Arguida, a entrevista à «própria» Popota é realizada como se esta tivesse uma existência real.
11. Porém, é inequívoco que a Popota é uma mascote, não tem existência real, nem capacidade para dar entrevistas e promover-se a si própria.
12. É inequívoco que a Popota existe como elemento principal de uma estratégia promocional da empresa que a criou, o Continente. A Popota não é uma figura pública, que possa dar entrevista, mas antes o resultado de uma estratégia de marketing.
13. A entrevista à mascote não tem qualquer interesse público informativo, uma vez que não é missão do jornalismo participar na promoção de personagens fictícias, criadas para a promoção de marcas.
14. Defende-se ainda na Acusação que, na entrevista publicada na Notícia TV, ocorre uma promoção evidente ao Continente, uma vez que a Popota está inevitavelmente ligada à cadeia de hipermercados.
15. A entrevista configura uma ação essencialmente de cariz promocional, uma vez que resulta da mesma uma notória promoção do Continente. Verifica-se assim que o teor da

peça se enquadra no conceito de publicidade constante do artigo 3.º, n.º 1, do Código da Publicidade.

- 16.** A natureza substancialmente publicitária da mensagem não é prejudicada pela forma aparentemente jornalística com que a entrevista é apresentada.
- 17.** Tratando-se de publicidade, deveria a Arguida ter observado os dispositivos legais aplicáveis, em particular o disposto no artigo 28.º, n.º 2, da Lei de Imprensa, que estabelece que «[t]oda 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.»
- 18.** Assim, de acordo com o defendido na Acusação, a Arguida violou aquele normativo, uma vez que a “entrevista” não está identificada através da palavra «Publicidade» ou «PUB».
- 19.** A violação do disposto no supracitado preceito legal configura a contraordenação, p.p. pelo artigo 35.º, n.º 1, alínea b), da Lei de Imprensa.
- 20.** Tendo a Arguida sido notificada da Acusação, veio tempestivamente apresentar defesa junto da ERC. A Arguida apresentou os seguintes argumentos:
 - a) Nem a Arguida, nem a Notícias TV, nem os jornalistas, receberam qualquer contravalor (direto ou indireto) pela publicação da entrevista à Popota. Também não houve qualquer acordo publicitário entre os jornais da Arguida e o Continente/Sonae.
 - b) Atendendo a que a Sonae, proprietária do jornal Público, é direta concorrente da Global Notícias, seria até um contrassenso lógico que os jornais da Global Notícias fizessem publicidade a um «produto» da Sonae.
 - c) À data dos factos, o diretor da Notícias TV estava verdadeiramente convencido de que a Popota podia ser motivo de uma peça/entrevista. O seu conhecimento da figura Popota não lhe permitia associar a mesma tão diretamente ao «Continente», uma vez que julgava que a mascote tinha sido criada e pensada sobretudo para o público infanto-juvenil.
 - d) A Popota é agenciada pela Glam Celebrity Management, aparecendo ao lado de várias figuras do universo artístico e social.
 - e) A Popota tem grande destaque e protagonismo, sobretudo junto do público infantil, pelos eventos em que participa [por exemplo, desfile de Carnaval de Estarreja], pelos

espetáculos em que atua («Popota Poppins» e «Popota Dance Tour») e pelas ações de solidariedade que desenvolve.

f) À data dos factos, a Popota tinha já sido Diretora do jornal Metro e até se falou na possibilidade de poder vir a participar num programa televisivo. Assim, não se pode dizer que a Popota seja ou fosse do Continente ou da Sonae.

g) A Arguida e os seus representantes não agiram com qualquer dolo, ou motivados pela prática de qualquer ato contrário à lei, mas, outrossim, convencidos da licitude do seu procedimento.

21. A Arguida ofereceu como prova testemunhal João Marcelino, Luis Ferreira, Nuno Azinheira e Ana Filipe Silveira.

22. Dado que Nuno Azinheira e Ana Filipe Silveira tinham já sido ouvidos no âmbito do processo administrativo ERC/01/2012/37, que originou a abertura do processo contraordenacional, o mandatário da Arguida, por e-mail de 24 de janeiro de 2013, veio requerer que as atas de inquirição daquelas testemunhas fossem anexas ao processo contraordenacional, dispensando, em sequência, a repetição da sua audição.

23. Nuno Azinheira, no âmbito do processo administrativo ERC/01/2012/37, tinha prestado as seguintes declarações (cfr. auto de inquirição de testemunha constante do processo):

a) Afiançou que a entrevista não foi encomendada, nem foi um tema sugerido pela Sonae.

Diz que não receberam qualquer contrapartida pela publicação da entrevista e não houve qualquer intenção de fazer publicidade ao Continente. Salientou que a palavra Continente só surge uma vez na entrevista.

b) Esclareceu que o trabalho foi publicado numa edição de Natal, com uma componente mais lúdica, recreativa e adequada à época.

c) Foi a jornalista que lhe fez a sugestão de realizar a entrevista à Popota e, a princípio, «torceu o nariz», até porque a revista tinha sido modificada recentemente, no sentido de se concentrar apenas em notícias de televisão.

d) Defendeu que a Popota é um caso em que a criatura ultrapassou o criador, tendo hoje uma existência física, enquanto boneca, e uma existência social, uma vez que participa em várias galas de Natal, nomeadamente, na Gala da RTP «Causa Maior». Tem popularidade junto das crianças e é a única mascote agenciada, à semelhança de atrizes e desportistas. Tem, por isso, uma dimensão de figura pública.

e) Garantiu que a Notícias TV identifica sempre a publicidade e que não fazem publi-reportagens.

- f) Questionado sobre como se desenrolou a entrevista, a testemunha referiu que a jornalista ligou para a agência da Popota, a Glam, que acedeu à realização da entrevista. As respostas foram dadas pela agente da Popota.
- 24.** No âmbito do processo administrativo ERC/01/2012/37, Ana Filipe Silveira, responsável pela elaboração da entrevista à Popota, veio corroborar, no essencial, as declarações de Nuno Azinheira [cfr. auto de inquirição de testemunha constante do processo].
- 25.** Ouvido na ERC a 7 de fevereiro de 2013, a testemunha Luís dos Reis Ferreira prestou as seguintes declarações [cfr. auto de inquirição de testemunha constante do processo]:
- a) Esclareceu que é Diretor Geral Comercial na Global Notícias, pelo que os contratos publicitários passam necessariamente por si, e assegurou que não houve alguma contrapartida financeira, ou não financeira, para o jornal ou para empresas do grupo pela realização da entrevista.
- b) Esclareceu que a entrevista da Popota configura um conteúdo editorial, decidido pelos responsáveis da revista. Referiu que são completamente estanques os conteúdos editoriais e os conteúdos publicitários e que não faz parte da filosofia da Global Notícias misturar conteúdos editoriais com conteúdos publicitários. A Global Notícias não vende notícias, reportagens ou entrevistas, uma vez que estas são determinadas apenas por critérios editoriais.
- 26.** Ouvido na ERC a 7 de fevereiro de 2013, a testemunha João Marcelino, diretor do Diário de Notícias, prestou as seguintes declarações [cfr. auto de inquirição de testemunha constante do processo]:
- a) Deu a sua palavra de honra de que não houve contrapartida financeira, ou não financeira, para o jornal ou para o grupo pela realização da entrevista à Popota. Se é um exercício, ou não, de mau jornalismo, esta é uma questão que deve ser discutida noutra sede. A peça não foi motivada por nenhum critério comercial.
- b) Esclareceu que a entrevista à Popota foi publicada numa revista de televisão e que é preciso ter em conta este contexto. Naturalmente, que no corpo do jornal nunca teria sido publicado aquele conteúdo. Não achou interessante o trabalho sobre a Popota, e se tivesse tido conhecimento do mesmo não o teria publicado, mas garantiu que não houve nenhum contrato comercial, nem qualquer contrapartida para o grupo Global Notícias. Tratou-se apenas de uma decisão editorial dos responsáveis da revista.

27. Assim, em suma, os testemunhos nos autos afirmam a ausência de uma intenção publicitária na seleção e construção da entrevista, não existindo qualquer contrapartida pela publicação da mesma, sendo a construção de tais conteúdos pautada por critérios editoriais, e não publicitários/promocionais.
28. Recolhida toda a prova necessária à decisão, cumpre apreciar a conduta da Arguida à luz do disposto na Lei de Imprensa.
29. O conteúdo da entrevista compreende várias referências promocionais à cadeia de hipermercados Continente.
30. Nas respostas que são atribuídas à Popota, surgem quatro referências à sua digressão/tour nos hipermercados Continente (Popota Dance Tour 2011), sendo uma destas uma menção explícita ao evento.
31. Surge ainda uma referência na entrevista à marca Continente, que é ainda mencionada numa caixa de texto complementar à entrevista.
32. Há ainda uma referência ao produto «Popofun», que é uma aplicação de jogos e músicas para iPhone e iPad, criada pelo Continente e vendida através do seu site (<http://popotaiphone.continente.pt/>).
33. É inequívoco que a Popota existe como elemento principal de uma estratégia promocional da empresa que a criou, o Continente.
34. A Popota não tem existência real, não havendo por isso a possibilidade de ser entrevistada por um jornal.
35. A Popota não é independente do Continente ou da Sonae, mas antes o resultado de uma estratégia de marketing dessas empresas.
36. Nesta medida, a entrevista promove uma marca com fins comerciais – a cadeia de hipermercados Continente, do grupo Sonae.
37. Além disso, a ligação da mascote Popota à cadeia de hipermercados «Continente» é tão publicamente notória que basta a sugestão da figura da mascote para que a sua aparição produza um efeito de «lembrete», sem necessidade de enunciação expressa da marca Continente.
38. Assim, a presença da Mascote corresponde necessariamente a um ato promocional ao Continente/Sonae.

39. Assim, analisados os conteúdos que suscitaram a abertura do processo contraordenacional, o Conselho Regulador da ERC reafirma a sua convicção de que a entrevista objetivamente apresenta as características típicas de um conteúdo promocional.
40. Tal promoção não pode ser feita em trabalhos que se apresentam como jornalísticos.
41. Deve o jornalista e o órgão de comunicação social, ao tratar de matérias que envolvem marcas, manter-se isento, evitando recorrer a formas de comunicação que se assemelham ao discurso promocional típico da publicidade.
42. A promoção de produtos e marcas deve ser enquadrada na publicidade (redigida ou gráfica) e ser claramente identificada, nos termos do artigo 28.º, n.º 2, da Lei de Imprensa.
43. Não vinga, por isso, a argumentação da Arguida de que houve ausência de intenção publicitária na seleção e construção da entrevista, sendo a construção dos conteúdos pautada por critérios editoriais, e não publicitários/promocionais.
44. Pelo que a entrevista à Popota deveria ter sido claramente identificada como sendo um conteúdo publicitário.
45. O que não aconteceu.
46. Foi, por isso violado, o disposto no artigo 28.º, n.º 2, da Lei de Imprensa, que estabelece que «[t]oda 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».
47. Subjacentes ao artigo 28.º da Lei de Imprensa estão preocupações de tutela dos leitores e a intenção de reprimir práticas de publicidade subliminar ou publicidade oculta.
48. É essencial que o leitor da publicação consiga distinguir de forma clara os conteúdos informativos dos conteúdos publicitários, o que não é acontece no caso em apreço.
49. A violação do disposto no supracitado preceito legal configura a contraordenação p.p. pelo artigo 35.º, n.º 1, alínea b), da Lei de Imprensa.
50. Neste ponto, resta determinar o elemento subjetivo da infração.
51. A Arguida, pela sua atividade há largos anos no setor da comunicação social, está obrigada a conhecer a legislação do sector, nomeadamente o dever legal distinguir de forma clara os conteúdos informativos/jornalísticos dos conteúdos publicitários.
52. Porém, atuando com falta de zelo, não colocou a indicação de que se tratava de um conteúdo publicitário.

53. É convicção desta Autoridade que a Arguida, ao identificar de forma imperfeita um conteúdo promocional, não procedeu com o cuidado a que, segundo as circunstâncias, estava obrigada e de que era capaz, no sentido de claramente demarcar os conteúdos promocionais dos conteúdos jornalísticos/informativos.
54. A Arguida agiu assim com negligência.
55. Valorando o facto de a Arguida ter agido com negligência, de não ter sido condenada em sede contraordenacional, até à presente data, por violação do artigo 28.º, e de se ter comprometido a ser, no futuro, mais rigorosa e cautelosa na identificação dos conteúdos publicitários, considera-se ser suficiente e adequada para prevenção de futuros ilícitos contraordenacionais a aplicação de uma sanção de admoestação, nos termos do artigo 51.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro.

Pelo exposto, a Arguida é **admoestada**, nos termos do artigo 51.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, sendo **formalmente advertida da obrigatoriedade de cumprir a Lei de Imprensa e em especial o regime relativo à correta inserção e identificação dos conteúdos publicitários, constante do artigo 28.º daquele diploma.**

Notifique-se, nos termos dos artigos 46.º e 47.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro.

Prova: A constante dos Autos.

Lisboa, 16 de julho de 2013

O Conselho Regulador da ERC,

Carlos Magno
Alberto Arons de Carvalho
Luísa Roseira
Raquel Alexandra Castro
Rui Gomes