



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Deliberação

ERC/2025/91 (PUB-TV)

Tempo reservado à publicidade e inserção de publicidade e outras comunicações comerciais audiovisuais no serviço de programas TVI, disponibilizado pelo operador TVI – Televisão Independente, S.A, referente ao 4.º trimestre 2024 (semanas 41, 46 e 51) – Artigo 40.º e seguintes da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP)

Lisboa
12 de março de 2025

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação ERC/2025/91 (PUB-TV)

Assunto: Tempo reservado à publicidade e inserção de publicidade e outras comunicações comerciais audiovisuais no serviço de programas TVI, disponibilizado pelo operador TVI – Televisão Independente, S.A, referente ao 4.º trimestre 2024 (semanas 41, 46 e 51) – Artigo 40.º e seguintes da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP)

1. Factos

- 1.1. A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante, ERC) tem por competência, nos termos das alíneas b) e c), do n.º 3, do artigo 24.º, dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, «[f]azer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos publicitários (...)», nas matérias cuja competência não se encontre legalmente conferida a outras entidades, e «[f]iscalizar o cumprimento das leis, regulamentos e requisitos técnicos aplicáveis no âmbito das suas atribuições».
- 1.2. No exercício de tais competências, a ERC procede regularmente à verificação das emissões dos operadores de televisão, com vista a assegurar o respeito pelas normas reguladoras da respetiva atividade, consagradas na Lei n.º 27/2007, de 30 de julho¹ (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, doravante LTSAP).
- 1.3. Assim, foi efetuada a análise das emissões do serviço de programas TVI, detido pelo operador TVI – Televisão Independente, S.A., no quarto trimestre de 2024, sendo a

¹ Lei n.º 27/2007, de 30 de julho (Rectif. n.º 82/2007, de 21 de setembro), alterada por Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, Lei n.º 40/2014, de 09 de julho, Lei n.º 78/2015, de 29 de Julho, Lei n.º 7/2020, de 10 de Abril (Rectif. n.º 18/2020, 30 de abril), Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro (Rectif. n.º 2-A/2021, de 18 de janeiro).

amostra relativa às semanas 41 (7 a 13 de outubro de 2024), 46 (11 a 17 de novembro de 2024) e 51 (16 a 22 de dezembro de 2024).

- 1.4. Da referida análise, observou-se o pleno cumprimento das disposições relativas ao tempo reservado à publicidade televisiva (artigo 40.º da LTSAP).
- 1.5. Todavia, no que concerne às regras de inserção de patrocínio e de colocação de produto, cuja monitorização incidiu especificamente na visualização de gravações da emissão da semana 51 (de 16 a 22 de dezembro 2024), ressaltaram diversas situações passíveis de configurar eventual irregularidade das normas ínsitas nos n.ºs 1 e 2 do artigo 41.º (Patrocínio) e nos n.ºs 4 e 5 do artigo 41.º -A (Colocação de produto e ajuda à produção) da LTSAP e que se resumem e ilustram nos anexos juntos à presente deliberação (Anexos I a VII).

2. Enquadramento legal

- 2.1. Os artigos 40.º e seguintes da LTSAP definem as regras aplicáveis à inserção de publicidade televisiva e outras comunicações comerciais audiovisuais.
- 2.2. No que em concreto se refere ao “Patrocínio”, a alínea o), do n.º 1, do artigo 2.º, define-o como:

«uma contribuição, feita por uma empresa pública ou privada ou por uma pessoa singular não envolvidas na oferta de serviços de comunicação social audiovisual ou de fornecedores de plataformas de partilha de vídeos, nem na produção de obras audiovisuais, para o financiamento de serviços de comunicação social audiovisual, de serviços de plataformas de partilha de vídeos, de vídeos gerados pelos utilizadores ou de programas a fim de promover o seu nome, a sua marca, a sua imagem, as suas atividades ou os seus produtos».
- 2.3. O artigo 41.º encerra as regras basilares da figura do patrocínio, indica os programas que não podem ser patrocinados, bem como esclarece quanto à identificação dos programas patrocinados e implementa regras quanto ao seu conteúdo.
- 2.4. Assim, o artigo 41.º estabelece, quanto ao patrocínio:

«1 – [o]s serviços de programas televisivos e os serviços de comunicação audiovisual a pedido, bem como os respetivos programas patrocinados, são claramente identificados como tal pelo nome, logótipo ou qualquer outro sinal distintivo do patrocinador dos seus produtos ou dos seus serviços.

2 – [o]s programas patrocinados devem ainda ser identificados no início, no recomeço e no fim do programa, sem prejuízo de tal indicação poder ser feita cumulativamente noutros momentos, desde que não atente contra a integridade dos programas, tendo em conta as suas interrupções naturais, bem como a sua duração e natureza, e seja efetuada de forma a não lesar os direitos de quaisquer titulares.

3 – [o]s serviços noticiosos e os programas de atualidade informativa não podem ser patrocinados.

4 – [o] conteúdo de um serviço de programas televisivo, serviço audiovisual a pedido ou programa patrocinado ou, no caso dos serviços de programas televisivos, a sua programação não podem, em caso algum, ser influenciados de modo a afetar a respetiva responsabilidade e independência editorial.

5 – [o]s serviços de programas ou programas patrocinados, assim como a identificação dos respetivos patrocínios, não podem encorajar diretamente à compra ou locação de produtos ou serviços do patrocinador ou de terceiros, nomeadamente através de referências promocionais específicas a esses produtos ou serviços».

2.5. Quanto à “Colocação de Produto”, a alínea d), do n.º 1, do artigo 2.º, define-a como:

«a comunicação comercial audiovisual que consiste na inclusão ou referência a um bem ou serviço, ou à respetiva marca comercial, num programa ou num vídeo gerado pelos utilizadores, a troco de pagamento ou retribuição similar».

2.6. O artigo 41.º-A estabelece as regras para a colocação de produto, sendo que a colocação de produto em programa televisivo deve surgir identificada, em conformidade com o disposto no n.º 6 do artigo 41.º-A que estabelece que:

«[o]s programas que contenham colocação de produto, quando produzidos ou encomendados pelo operador de televisão ou pelo operador de serviços audiovisuais a pedido que procede à respetiva difusão ou, ainda, por uma sua filial, devem ser adequadamente identificados no início, no fim e aquando do seu recomeço após interrupções publicitárias» (sublinhado nosso).

2.7. Importa ainda realçar, nos termos do mesmo artigo, que:

«3 – [a] colocação de produto não pode influenciar os conteúdos e a sua organização na grelha de programas, no caso dos serviços de programas televisivos, ou no catálogo, no caso dos serviços audiovisuais a pedido, de modo que afete a responsabilidade e a independência editorial do operador de televisão ou do operador de serviços a pedido.

4 – [o]s programas que sejam objeto de colocação de produto não podem encorajar diretamente à compra ou locação de produtos ou serviços, nomeadamente através de referências promocionais específicas a esses produtos ou serviços.

5 – [a] colocação de produto não pode conceder relevo indevido a produtos, serviços ou marcas comerciais, designadamente quando a referência efetuada não seja justificada por razões editoriais, ou seja, suscetível de induzir o público em erro em relação à sua natureza, ou ainda pela forma recorrente como aqueles elementos são apresentados ou postos em evidência».

2.8. No entanto, após a análise da programação na semana da amostra, considera-se que na semana 51 (de 16 a 22 de dezembro 2024):

- a) 5 (cinco) programas: “A Fazenda”, transmitidos nos dias 16, 17, 18, 19 e 20 de dezembro de 2024, parecem não observar o regime jurídico previsto para a identificação de programas patrocinados, na medida em que não identificam o seu patrocinador no início do programa, tal como exigido pelas disposições legais contidas nos n.ºs 1 e 2 do artigo 41.º da LTSAP;
- b) 5 (cinco) programas: “Dois à dez”, transmitidos nos dias 16, 19 e 20 de dezembro de 2024, “Secret Story – Extra”, transmitido no dia 19/20 de dezembro de 2024

e “Funtástico”, transmitido no dia 22 de dezembro, afigura-se incumprir o regime jurídico previsto para a colocação de produto, na medida em que as referências aos produtos e marcas em questão não se coadunam com os limites previstos na lei, tal como disposto nos n.ºs 4 e 5 do artigo 41.º-A da LTSAP.

2.9. Nesse sentido, o operador foi convidado a pronunciar-se sobre os termos do cumprimento das regras aplicáveis, quer ao patrocínio, quer à colocação de produto, relativamente aos programas/dias identificados no ponto prévio, através do ofício SAI-ERC/2025/665, de 30 de janeiro de 2025.

3. Pronúncia do operador

3.1. Na sequência da notificação², o operador de televisão TVI – Televisão Independente, S.A. apresentou esclarecimentos sobre as questões suscitadas pela ERC³.

3.2. O operador refere, quanto à falta de identificação de programas patrocinados, o seguinte:

«12. Nos termos do ofício a que se responde, na semana de 16 a 22 de dezembro de 2024, não terão sido identificados os patrocinadores no início do programa de ficção nacional "A Fazenda" de 16, 17, 18, 19 e 20 de dezembro de 2024.

13. Sucede que, na sequência da entrada em vigor da Lei n.º 8/2011, que introduziu diversas alterações á redação da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP), os operadores portugueses de serviços de programas generalistas encetaram um processo de análise e discussão das novas regras aplicáveis à sinalização de emissão, processo esse que culminou com o estabelecimento de regras comuns sobre essa matéria e com a sua adoção e implementação de tais regras em fevereiro de 2012.

14. Tais regras e respetiva sinalética encontram-se disponíveis para todos os espectadores nos sites dos operadores RTP, SIC e TVI, para além de serem do conhecimento dessa entidade reguladora.

² Cf. Ofício SAI-ERC/2025/665, de 30 de janeiro de 2025.

³ Cf. ENT-ERC/2025/1078, de 7 de fevereiro de 2025.

15. No que diz respeito à identificação dos patrocínios, os operadores foram do entendimento que a menção final— que inclui a identificação específica da entidade patrocinadora — é suficiente para respeitar a intenção do legislador, desde que no início e recomeço dos programas a sua existência seja devidamente identificada através da sinalética comum estabelecida pelos três operadores de serviços de programas generalistas.

16. É, por isso, entendimento da TVI que, em relação ao patrocínio o legislador não exige que a identificação dos patrocinadores seja feita cumulativamente no início, recomeço e fim dos programas patrocinados.

17. Essa identificação tem sim que ser feita num desses momentos, cabendo ao operador, em função de critérios comerciais e editoriais escolher o momento mais adequado de entre esses para a identificação dos patrocinadores.

18. O que o legislador exige é a identificação no início, recomeço e fim, dos programas que são objeto de patrocínio, de ajudas à produção e colocação de produto, exigência essa que o atual modelo de sinalização em vigor permite cumprir e que foram devidamente emitidos na semana e programas identificados.»

3.3. E quanto às regras relativas à colocação de produto (proibição de conferir “relevância indevida” aos produtos/serviços/marcas), o operador refere o seguinte:

«9. Nos termos do ofício a que se responde, na semana de 16 a 22 de dezembro de 2024, teriam sido identificadas diversas situações que poderiam configurar uma eventual infração das regras relativas à colocação de produto, nomeadamente a proibição de conferir relevância indevida a produtos, marcas ou serviços dos patrocinadores, em três identificados programas de entretenimento.

10. Ora, do que foi possível apurar, sendo claro que é possível a existência de colocação de produto e ajudas à produção em qualquer um dos programas identificados, foi que a inclusão das referidas marcas colocações de produto têm contextualização editorial e foram preparadas de forma a não conferir relevância indevida a nenhuma marca ou serviço. E tal efetivamente sucedeu, não existindo

qualquer efeito promocional específico que tenha excedido o normal e proporcional por correlação com o conteúdo produzido e a participação da respeitava marca ou serviço na sua produção.

11. Por outro lado, todos os programas referidos no ofício a que se responde, são realizados e emitidos em direto e mesmo sendo planeados, a sua própria dinâmica e a dos apresentadores confere-lhe uma imprevisibilidade que vai sendo gerida pela realização, mas que pode incluir planos de filmagem mais longos ou prolongados ou até inesperados ângulos que podem conferir um inesperado destaque aos produtos e bens que se encontram em estúdio».

4. Análise e fundamentação

i. Identificação de programas patrocinados

- 4.1.** Os 5 (cinco) programas/episódios “A Fazenda”, transmitidos nos dias 16, 17, 18, 19 e 20 de dezembro de 2024 - resumidos na figura 1 (Anexo I) para melhor conveniência – foram patrocinados por três marcas: One, Alberto Oculista e Douglas.
- 4.2.** Os referidos programas identificaram o patrocínio mediante a inserção de breves *spots* sequenciais, referentes às três marcas dos patrocinadores, com uma duração de 5 (cinco) segundos, cada um.
- 4.3.** Esses *spots*, no total de 15 (quinze) segundos, foram emitidos em conjunto no recomeço [após breve interrupção, no decurso dos episódios de “A Fazenda”] e no final dos programas.
- 4.4.** Contudo, a identificação do patrocínio, com recurso aos referidos *spots*, não foi feita no início dos programas/episódios “A Fazenda”, transmitidos nos dias 16, 17, 18, 19 e 20 de dezembro de 2024.
- 4.5.** Notando-se que, no início, no recomeço [excecionando-se os programas dos dias 18 e 20] e no fim desses programas, o operador optou pela inclusão de uma sinalética no canto superior esquerdo do ecrã, junto ao logo do serviço de programas TVI que, durante breves segundos, sobrepondo-se às imagens do próprio programa, exibia a sigla “PAT”.

- 4.6. Verificou-se ainda que, nos mesmos dias (16, 17, 18, 19 e 20 de dezembro de 2024), em todos os outros programas emitidos que foram objeto de patrocínio [“Dois às 10”, “A Sentença”, “Goucha”, “Secret Story” (vários), “Festa é Festa” e “Morangos com Açúcar”] a identificação dos patrocinadores foi efetuada com recurso a mini *spots* (5 segundos) no início, no recomeço e no fim dos programas, independentemente da possibilidade de apresentação cumulativa da sinalética melhor descrita no ponto precedente.
- 4.7. O que significa que, na semana 51, os episódios da telenovela “A Fazenda” foram os únicos programas em que não existiu uma correta identificação do patrocínio no início dos mesmos.
- 4.8. O acordo a que se refere o operador na sua pronúncia teve por objetivo autorregular a “sinalização de emissão” e nele é dito «[a] RTP, a SIC e a TVI adotaram, com efeitos a partir do dia 20 de fevereiro de 2012, uma sinalética comum, para efeitos de informação do espetador acerca das características da respetiva programação, incluindo sobre a classificação etária dos programas, funcionalidades disponíveis em cada programa para públicos com necessidades especiais e, bem assim, tipos de comunicação comercial de que beneficiam os programas. Alguns símbolos pretendem também possibilitar a correta identificação da natureza de alguns espaços comerciais na emissão. Por via da adoção destes símbolos - para além de se esclarecer o público - cumprem-se exigências legais e satisfazem-se preocupações destes operadores inerentes ao exercício socialmente responsável da atividade de televisão».
- 4.9. No que em concreto se refere à figura “Patrocínio”, indicaram:
- «[o]s programas que contam com alguma forma de comunicação comercial audiovisual são devidamente identificados, através dos seguintes símbolos:
- (...)



Programa patrocinado

Programa que beneficia do apoio financeiro de uma entidade que não se dedica ela própria à atividade de produção audiovisual. A identidade do patrocinador deve ser indicada pelo operador de televisão pelo menos uma vez por programa patrocinado, através da emissão do nome, logótipo ou de outro sinal distintivo do patrocinador.

4.10. A ERC pronunciou-se quanto a esta iniciativa de autorregulação, tendo expressado as suas preocupações e reservas nos termos seguintes: «[n]a sequência da reunião, a 13 de fevereiro de 2012, com os representantes dos operadores RTP, SIC e TVI, onde foi apresentada uma proposta de autorregulação em matéria de identificação das comunicações comerciais, a propósito das alterações promovidas pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, no que respeita às obrigações de identificação, nos termos dos artigos 40.º e seguintes, vimos comunicar a posição da ERC, quanto às questões objeto da proposta:

(...)

[r]elativamente à forma de identificação de patrocínio, entende-se, e pela mesma ordem de razões já aduzida a propósito das ajudas à produção, que a sua apresentação inicial melhor salvaguarda a exposição do telespectador quanto à natureza do conteúdo. Não resultando claro em que momento é feita a identificação daqueles que contribuem para a realização do conteúdo editorial, entende o Conselho Regulador que a possibilidade de identificação apenas no final do programa poderá defraudar, senão mesmo contrariar, a intenção do legislador ao estabelecer a obrigatoriedade de identificação nos diversos momentos indicados na lei, considerando-se que a identificação *ab initio*, e não no final, é a que melhor salvaguarda os interesses de proteção do telespetador. Quanto ao formato da sinalização, no sentido de minimizar a interferência visual provocada pelas exigências de identificação decorrentes da lei, a adoção de um cubo pelos operadores que será apresentado no canto superior direito do ecrã, contendo os diversos ícones representativos das comunicações comerciais em presença, uniformizando a prática entre todos os serviços de programas e adotando uma sinalética comum a todos e facilmente apreensível pelo telespectador, entende-se que tal possibilidade poderá contribuir para o conforto do visionamento da emissão, todavia e à semelhança do já referido quanto ao patrocínio, é obrigatória a identificação dos anunciantes que contribuem para o

programa, pelo que deverá ser clarificado o momento em que tal identificação ocorrerá».

- 4.11.** Notando-se que, no ponto que precede a citação supra, relativamente às ajudas à produção, mas que, por maioria de razão, também se aplica ao patrocínio, esclareceu os operadores no sentido de que: «[a]ssim, até concretização de uma alteração legislativa compatível com proposto pelos operadores, a omissão da referência às ajudas à produção nos momentos definidos na Lei da Televisão tem-se por incompatível com o normativo aplicável, não podendo o regulador ignorar tal incumprimento».
- 4.12.** Assim, foram os operadores advertidos que «(...) o Conselho Regulador entende que nada obsta à adoção do proposto pelos operadores, contanto que salvaguardadas as necessárias obrigações de identificação do conteúdo e limitações decorrentes da forma de apresentação dos patrocínios».
- 4.13.** O operador TVI foi notificado da posição da ERC pelos ofícios n.º 2555/ERC/2012 e n.º 2556/ERC/2012, ambos datados de 4 de junho de 2012⁴.
- 4.14.** Consentaneamente, a fiscalização regular que tem vindo a ser realizada pela ERC, no que respeita a esta matéria, nunca deixou de contemplar a verificação da identificação do patrocínio nos três momentos indicados no n.º 2 do artigo 41.º da LTSAP: início, recomeço e fim dos programas patrocinados.
- 4.15.** Tendo o operador sido notificado sempre que se verificaram irregularidades, nomeadamente no que respeita à identificação de programas patrocinados.
- 4.16.** A argumentação apresentada pelo operador encontra-se desprovida de conformação legal, uma vez que, de forma expressa e clara, o legislador exige que a identificação do patrocínio seja efetuada nos termos dos n.ºs 1 e 2 do art.º 41.º da LTSAP, considerando-se que o momento inicial é, de entre todos, o de maior relevância, uma vez que o telespetador/consumidor deve ser informado com clareza, logo no início da visualização, não só de que o conteúdo a que está prestes a assistir é patrocinado [e para tal bastaria o cubo adotado pelo operador], mas quem exatamente o patrocina,

⁴ Cf. processo ERC/04/2012/343.

através «do nome, logotipo ou qualquer outro sinal distintivo do patrocinador, dos seus produtos ou dos seus serviços».

4.17. Tal identificação inicial fará toda a diferença no escrutínio do público em geral que, de modo mais consciente e crítico, terá possibilidade de verificar a conformidade do conteúdo que vai assistir ao respeito da obrigação de não influência dos conteúdos pelos patrocinadores ou ao respeito da obrigação de não encorajamento à compra através de referências promocionais específicas que possam existir dentro dos próprios conteúdos.

ii. Colocação de produto

4.18. Os 5 (cinco) programas: “Dois à dez”, transmitidos nos dias 16, 19 e 20 de dezembro de 2024, “Secret Story – Extra”, transmitido no final dia 19/início dia 20 de dezembro de 2024 e “Funtástico”, transmitido no dia 22 de dezembro – resumidos na figura 1 (Anexo II) para melhor conveniência – apresentam “colocação de produto”, conforme resulta da sinalética identificada.

4.19. Realça-se, desde já, que não se questiona a possibilidade de utilização desta forma de comunicação comercial audiovisual nos programas identificados, em face da sua natureza e classificação, nos termos do disposto no referenciado artigo 41.º-A, não se tratando de programas de atualidade informativa, relativos a assuntos dos consumidores, programas religiosos ou programas infantis.

4.20. No entanto, a sua utilização, nos termos da LTSAP, encontra-se limitada, nos termos acima transcritos, pelo que se afigura útil verificar os termos da sua utilização nos programas em referência.

4.21. Assim, as referências identificadas, em cada um desses programas, podem ser descritas do modo seguinte:

4.21.1. “Dois à dez” - programa transmitido no dia 16 de dezembro de 2024

Produtos “Fairy” (cf. Anexo III – Fig.1 a 5)

- i) O produto “Fairy” é objeto de várias referências no programa “Dois à dez”, transmitido no dia 16 de dezembro de 2024, transmitido entre as 9h56m e as

12h56m, mais precisamente entre as 10h38m e as 10h45m, num total aproximado de 7 (sete) minutos.

- ii) Os apresentadores (Cristina Ferreira e Cláudio Ramos), deslocam-se para o cenário onde habitualmente decorrem as rubricas de culinária, no qual já se encontra à espera o cantor Toy.
- iii) O cenário está decorado com motivos alusivos ao Natal e sobre a bancada de trabalho surge perfilada toda a gama de produtos da marca “*Fairy*”, bem como alguma loiça suja, que servirá de mote à ação de limpeza que se segue no decorrer da narrativa.
- iv) O cantor Toy introduz a marca com recurso à música e a alguns *jingles* e versos que cria no momento, em interação com os apresentadores: “Esta loiça vai ser lavada / vai ser “secada” / com o Fairy não custa nada/ esta noite...”; “E o Fairy, para o menino e para a menina / também dá para a casa da Cristina”; “Esta loiça aqui ponhamos / para lavar com Fairy/ é o Cláudio Ramos”; “Oh tia Maria / com Fairy é de noite e é de dia”.
- v) Assim, identificam-se as seguintes referências (conforme ilustrado no Anexo III):
 - Os produtos da marca em questão surgem em vários planos, ocupando, alguns deles, a totalidade do ecrã (embalagens dos produtos);
 - Pode ler-se, em oráculo, durante a transmissão, referências alusivas aos produtos, como seja, a título de exemplo: “Não há Natal sem Fairy. É o mote da campanha” ou “Não há Natal sem Fairy. Fairy é o melhor aliado na cozinha nesta época natalícia”, ou “Não há Natal sem Fairy. Toy volta a ser cara da campanha”.
 - O cantor Toy faz referências diretas enaltecendo as qualidades do produto enquanto se prepara para lavar um prato sujo com restos de comida, em direto: “Pões uma gota [e exemplifica com o produto] (...) olha, uma gotinha faz logo espuma”, “De facto, e agora a falar a sério (gosto muito de brincar como sabes) desde que o Fairy existe não custa nada! A sério, isto é mesmo

impressionante”, “Com água fria, não precisa de água quente”, “Uma gota mas, atenção, dá para lavar mais!”.

- O apresentador Cláudio Ramos, enquanto mantém uma embalagem de produto na mão, faz comentários como: “Este é bom, não tem gota nem desperdício, mas este não tem desperdício nenhum”, “Diz que isto é anti desperdício, porque isto está sempre virado de cabecinha para baixo”.

- A apresentadora Cristina Ferreira também participa do discurso promocional: “Uma embalagem destas – a não ser que a pessoa tenha 300 pessoas em casa – dá para muito tempo. É verdade, dá mesmo” e termina de modo efusivo afirmando que “Se há produto que já quase não precisa de publicidade é o Fairy, que já toda a gente sabe que é o melhor!”.

- Cumulativamente, em ecrã fracionado (canto superior direito), no decurso da interação em estúdio, chega a ser emitido o *spot* publicitário em que o Toy, enquanto cara da campanha Fairy, participa.

São assim incluídas referências promocionais específicas a estes produtos, com relevo indevido, isto é, sem justificação editorial e de forma a confundir o telespectador sobre a sua natureza.

Pelo que se considera que existem indícios da violação do disposto nos n.ºs 4 e 5 do artigo 41.º-A da LTSAP.

4.21.2. “Dois às dez” – programa transmitido no dia 19 de dezembro de 2024

Produtos “Mercadona” (cf. Anexo IV – Fig.1 a 6)

- i) Os produtos comercializados pela “Mercadona” são objeto de várias referências no programa “Dois às 10”, transmitido no dia 19 de dezembro de 2024, na parte da manhã (o programa foi transmitido entre as 9h54m e as 12h56m), mais precisamente entre as 10h36m e as 10h44m, num total aproximado de 8 minutos.
- ii) Após uma reportagem no exterior, a passagem para o estúdio já encontra os apresentadores (Cristina Ferreira e Cláudio Ramos) no cenário onde

habitualmente decorrem as rúbricas de culinária, no qual também se encontra a “Tia Cátia” (chef de cozinha).

iii) O cenário está decorado com motivos alusivos ao Natal e sobre a bancada de trabalho surgem vários produtos, frescos e outros, de marcas comercializadas pela Mercadona, com destaque para uma cesta com um ananás, uma vez que a chef irá preparar uma compota e um chutney de ananás.

iv) Assim, identificam-se as seguintes referências (conforme ilustrado no Anexo IV):

- Os produtos da marca em questão surgem em vários planos, ocupando, alguns deles, a totalidade do ecrã;

- Pode ler-se, em oráculo, durante a transmissão, referências alusivas aos produtos, como seja, a título de exemplo: “Hoje...o ananás dos Açores está em destaque!” [enquanto a apresentadora Cristina Ferreira refere: “A Tia Cátia foi ontem ao Mercadona, vimo-la a comprar ananás! Não há assim quase ninguém que não tenha um ananás na mesa no Natal (...)”, entre outros momentos onde o mesmo oráculo também aparece], ou “A “Mercadona” trabalha com fornecedores portugueses”, ou “Após compras na Mercadona... Tia Cátia prepara duas opções para usar ananás dos Açores” ou “Prepare o Natal com a ajuda da “Mercadona”.

- A Tia Cátia vai fazendo referências aos produtos como o ananás, os pratos de papel expostos na bancada de trabalho, as bolachas [tudo produtos que se podem adquirir na Mercadona] e no final oferece um presente/cabaz a cada um dos apresentadores que lá de dentro tiram um bolo rainha e tablete torrão, fazendo referências aos produtos em concreto.

- A título de exemplo, refira-se o comentário da apresentadora Cristina Ferreira a propósito dos pratos de papel que se encontravam sobre a bancada: “Esses pratos são de papel? São do Mercadona? Isso para os bolos, para tudo... Parecem porcelana, o branco parece porcelana. Olha que lindo que fica na mesa. E depois vai tudo para o lixo e ninguém se chateia.”

São assim incluídas referências promocionais específicas a estes produtos e à própria Mercadona, com relevo indevido, isto é, sem justificação editorial e de forma a confundir o telespectador sobre a sua natureza.

Pelo que se considera que existem indícios da violação do disposto nos n.ºs 4 e 5 do artigo 41.º-A da LTSAP.

4.21.3. “Secret Story - Extra” – programa transmitido no final do dia 19/início dia 20 de dezembro de 2024

Jogos “Solveverde” (cf. Anexo V – Fig.1 a 6)

- i) Os jogos (*slot machines*) disponibilizados pela “Solveverde” são objeto de várias referências no programa “Secret Story - Extra”, transmitido no final do dia 19/início do dia 20 de dezembro de 2024, entre as 23h56m (dia 19) e as 1h44m (dia 20), mais precisamente entre as 0h35m e as 0h38m, num total aproximado de 3 minutos.
- ii) O programa decorre com a apresentadora Marta Cardoso e os comentadores em estúdio no habitual comentário ao programa e concorrentes. A apresentadora interrompe para a passagem de imagens dos concorrentes Gonçalo e Margarida que, encontrando-se num cenário alusivo ao *gaming*, se preparam para jogar numa *slot machine* “Solveverde”.
- iii) Assim, identificam-se as seguintes referências (cf. Anexo V)
 - A *slot machine* disponibilizada pela “Solveverde” para os concorrentes Gonçalo e Margarida jogarem está disposta no meio de cenário – uma sala exígua com várias alusões ao jogo e à Solveverde – e é mostrada em grande plano na maior parte do tempo em que decorre a ação (o jogo, propriamente dito).
 - No cenário pode ler-se frases como: “O maior/the biggest Casino”, “Jogos de Mesa/Table games”, “31 dias 31 ofertas no casino online”, sempre acompanhadas do logo da Solveverde e da indicação do *site* Solveverde.pt.
 - Assim que os concorrentes entram no cenário preparado e em que está a *slot machine* onde vão jogar, ouve-se a “Voz” do programa: “Sejam muito bem-vindos, Gonçalo e Margarida. Vão jogar numa das três mil *slot machines*

da Solverde.pt, a “*Slot Gates of Olympus*”, agora na sua edição natalícia. Lembrar que aqui somos todos maiores de idade e que vão jogar de forma responsável. Vamos a isto.”

- No decurso do jogo, são usadas expressões pela “Voz” como, a título de exemplo, “É bom, sensacional, é só rodar o *spin*”, “Podem abrir cada um uma janela do calendário do advento e descobrir o vosso presente, oferecido pela Solverde”.

- Já no cenário da casa Secret Story, a entrega de presentes aos outros concorrentes motivou várias palavras de agradecimento como “Obrigado Solverde!”.

São assim incluídas referências promocionais específicos aos jogos (*slot machines*) Solverde, com relevo indevido, isto é, sem justificação editorial e de forma a confundir o telespectador sobre a sua natureza.

Pelo que se considera que existem indícios da violação do disposto nos n.ºs 4 e 5 do artigo 41.º-A da LTSAP.

4.21.4. “Dois à dez” – programa transmitido no dia 20 de dezembro de 2024

Produtos “Mercadona” (ver Anexo VI – Fig.1 a 3)

- iv) Os produtos comercializados pela “Mercadona” são objeto de várias referências no programa “Dois à 10”, transmitido no dia 20 de dezembro de 2024, na parte da manhã (o programa foi transmitido entre as 9h56m e as 12h56m), mais precisamente entre as 9h57m e as 10h06m, num total aproximado de 9 minutos.
- v) Após um intervalo, o programa recomeça com o apresentador Cláudio Ramos no cenário onde habitualmente decorrem as rúbricas de culinária, no qual também se encontra a “Tia Cátia” (chef de cozinha).
- vi) O cenário está decorado com motivos alusivos ao Natal e sobre a bancada de trabalho surgem vários produtos, com destaque para as bolachas de gengibre e os ingredientes da receita destas bolachas, uma vez que a Tia Cátia vai ensinar a prepará-las.

vii) Assim, identificam-se as seguintes referências (conforme ilustrado no Anexo VI que se junta):

- Os produtos da marca em questão surgem em vários planos, apesar de haver poucos grandes planos dos mesmos, são mostrados no enquadramento de toda a bancada de trabalho;

- Pode ler-se, em oráculo, durante a transmissão, referências alusivas à Mercadona, como seja, a título de exemplo: “Dica da Tia Cátia... Encontre as melhores sugestões de receitas e dicas para este Natal em Mercadona.pt” ou “Faça como a Tia Cátia... encontre os melhores produtos e ingredientes na Mercadona” ou “Dica da Tia Cátia... Faça uma lista de compras para a ceia com os seus produtos favoritos da Mercadona!”;

- A Tia Cátia vai fazendo referências a alguns produtos ao longo da sua intervenção como a maquilhagem, a manteiga, os pratos de papel, a toalha de mesa [tudo com a devida referência a Mercadona]. A título de exemplo: “E a maquilhagem que é incrível?!”, “Na Mercadona tens todos os ingredientes para a tua ceia de Natal. Fazes uma lista, aconselho toda a gente a ir de lista - facilita imenso o trabalho - e comprar todos os ingredientes. Vamos ter disponível esta receita no site [Mercadona] e no Instagram do “Dois à Dez” e podem preparar, é super fácil de fazer”, “Esta toalha é giríssima (...) e até os pratos”.

- O apresentador Cláudio Ramos também constrói uma narrativa promocional ao longo de toda a intervenção. A título de exemplo: “Descobri uma coisa muito importante. Estava ontem a conversar com a minha mãe por causa da Tia Cátia que veio cá de manhã e ela disse-me - “Sim, com o Mercadona é muito fácil!”, - “Mas levas uma lista?”, - “Sim, preparada de casa!”. – “Vai ao site. No Mercadona podemos fazer as compras (...)”. E a Tia Cátia complementa “E como tem o site, tem inclusivamente na receita, tens exatamente os produtos que podes comprar e podes fazer toda uma ceia de Natal e também podes encomendar”.

O apresentador Cláudio Ramos dá ainda conselhos aos telespetadores de como fazer as suas compras na Mercadona: “Estão agora em casa e estão muito atrasados, vão a mercadona.pt e veem o que é que faz falta (...) fazem a lista do que faz falta para a noite de Natal, levam tudo feito (levam nas notas do telemóvel), chegam lá e é muito fácil, os corredores são amplos, são grandes, as pessoas ajudam, e depois têm um Natal feliz!”. E enaltece os produtos: “Eu não preciso estar a escolher qual é a melhor farinha, porque já está lá “a” melhor farinha!”; “Eu não preciso saber qual é a melhor manteiga, já está lá “a” melhor manteiga!”; “Também há os ananases a vender, não esqueçam!”.

São assim incluídas referências promocionais específicas a produtos e à própria Mercadona, com relevo indevido, isto é, sem justificação editorial e de forma a confundir o telespectador sobre a sua natureza.

Pelo que se considera que existem indícios da violação do disposto nos n.ºs 4 e 5 do artigo 41.º-A da LTSAP.

4.21.5. “Funtástico” – programa transmitido no dia 22 de dezembro de 2024

Produtos “Deluxe/Lidl” (ver Anexo VII – Fig.1 a 6)

- i) Os produtos “Deluxe/Lidl” são objeto de várias referências no programa “Funtástico”, transmitido no dia 22 de dezembro de 2024, na parte da tarde (o programa foi transmitido entre as 14h19m e as 19h53m), em três momentos, mais precisamente entre as 15h01m e as 15h06m, num total aproximado de 5 minutos, entre as 15h42m e as 15h45m, num total aproximado de 3 minutos e entre as 16h47m e as 15h50m, num total aproximado de 3 minutos.
- ii) No decurso do programa, o apresentador (Manuel Luís Goucha) desloca-se por três vezes para o cenário que reproduz uma cozinha, no qual também se encontra a Chef Teresa Cameira e aí protagonizam uma receita de bacalhau com esmagada de batata com espinafres e chips de presunto crocante, que se

desenvolve em três momentos, referenciados pelo apresentador como “momentos Lidl da tarde”.

iii) O cenário da cozinha apresenta como elemento principal de decoração um grande símbolo iluminado com luzes, onde se pode ler “Deluxe/Lidl” e está visível durante o decorrer de toda a ação.

iv) Assim, identificam-se as seguintes referências (conforme ilustrado no Anexo VII que se junta):

- Os produtos da marca em questão surgem em vários planos, ocupando, por diversas vezes, a totalidade do ecrã;

- A Chef e o apresentador vão fazendo referências aos produtos utilizados ao longo da apresentação da receita e a outros, os “lombos de bacalhau da Islândia”, o azeite, o presunto, o miolo de vieira e o pão de ló, salientando as suas qualidades [“delicioso”, “não tem glúten”, etc.] e sempre a enfatizar que se trata de produtos “Deluxe” [“É bom lembrar que é um produto Deluxe!” ou “Está à venda nas lojas Lidl até 31 de dezembro”].

- O apresentador Manuel Luís Goucha faz referências como “Isto é muito prático porque já estão demolidos” [em referência à caixa de bacalhau]; em resposta à chef que, ao utilizar o azeite, refere que aquele azeite só está disponível no Natal, o apresentador indica que ou se compra agora ou tem de se esperar pela Páscoa para ter novamente acesso a um sortido de centenas de produtos Deluxe.

Refere ainda o apresentador que: “Nós aqui estamos a privilegiar os produtos Deluxe porque são de grande categoria!” e “São mais de 250 produtos, portanto, há um sortido de várias coisas”, “São mais de 250, entre salgados e doces, e com eles pode compor a sua mesa da festa, seja mesa da consoada, seja mesa para o almoço de Natal, seja mesa do dia a dia, os produtos são de grande categoria, são excelentes, a preços acessíveis!”.

São assim incluídas referências promocionais específicas aos produtos Deluxe/Lidl, com relevo indevido, isto é, sem justificação editorial e de forma a confundir o telespectador sobre a sua natureza.

Pelo que se considera que existem indícios da violação do disposto nos n.ºs 4 e 5 do artigo 41.º-A da LTSAP.

- 4.22.** Em suma, nas situações descritas, o destaque dos produtos/marcas identificados (referências visuais e afirmações), nos programas em referência (“Dois à dez”, “Secret Story – Extra” e “Funtástico”, transmitidos dia 16, 19, 20 e 22 de dezembro) coloca em causa o cumprimento das proibições estabelecidas nos n.º 3 e 4 do artigo 41.º-A da LTSAP, realçando-se a inclusão de referências promocionais específicas e sem justificação do ponto de vista editorial, passíveis de confundir o telespectador sobre a sua natureza («relevo indevido»), contrariando desse modo os limites previstos para a «colocação de produto», enquanto comunicação comercial audiovisual.
- 4.23.** A colocação do produto, contrariamente à publicidade tradicional, tem lugar no interior dos programas.
- 4.24.** Quanto a esta matéria, ressalva-se que o próprio operador TVI participou numa iniciativa de autorregulação, datada de 6 de fevereiro de 2009, “Acordo de Autorregulação em Matéria de “Colocação de Produto” e “Ajudas à Produção e/ou Prémios”, subscrito igualmente pela Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social, pelo Instituto Civil da Autodisciplina da Publicidade, e operadores RTP e SIC.
- 4.25.** Neste documento, no n.º 2 do artigo 6.º, é indicado que «[n]enhum produto, marca, bens ou serviços podem ser colocados numa produção ou transmissão de evento televisivo, real ou ficcionado, de forma a que a sua visualização possa induzir o telespectador de que está a ser alvo de um propósito deliberado de persuasão publicitária»
- 4.26.** Definindo-se no n.º 3 do artigo 6.º do Acordo que se presume que o telespetador possa ser induzido em erro quanto ao propósito da mensagem publicitária, sempre que exista: «a) [f]ocagem directa e exclusiva, com excepção dos prémios envolvidos

em programas cuja natureza o justifique, nomeadamente concursos e passatempos; b) [I]magem de primeiro plano com notoriedade superior à das personagens que aparecem em simultâneo ou dos demais motivos cénicos, com excepção prevista na alínea anterior; c) [I]magem sem qualquer ligação aparente ou lógica com a narrativa ou com o espaço cénico; d) [I]magem reiteradamente exibida, ou durante um período de tempo excessivo face ao critério de necessidade e integração na estrutura narrativa; e e) [u]tilização abusiva da imagem de menores em interacção com produtos, marcas ou serviços que não fazem parte do respectivo universo».

4.27. A lei, ao estabelecer como excecional a colocação de produto, sujeita-a a rigorosos condicionalismos, que visam assegurar a continuidade dos princípios que regem os conteúdos publicitários, realçando-se que a inserção de publicidade no decurso de programas é por regra proibida (ressalvam-se as interrupções que decorrem dos intervalos, ecrã fracionado e telepromoção, todas com regras próprias).

4.28. Desta forma, embora o operador tenha respondido à ERC, face às dúvidas suscitadas, considera-se que os esclarecimentos apresentados não permitem justificar a relevância atribuída aos produtos em questão, nos termos acima explanados, no interior dos programas transmitidos no serviço de programas TVI na semana 51 de 2024.

4.29. Notando-se que comportamento idêntico do operador foi verificado na amostra do segundo trimestre de 2024, o que motivou a abertura de um processo de contraordenação, ainda em fase de instrução, no que se refere ao (in)cumprimento das normas suprarreferidas, relativas à colocação de produto em programas, de acordo com a Deliberação ERC/2024/571 (PUB-TV), de 18 de dezembro de 2024.

5. Deliberação

Analisado o cumprimento pelo serviço de programas TVI das regras relativas à inserção de publicidade e outras comunicações comerciais (artigos 40 e seguintes da LTSAP), referente à semana 51 de 2024 (16 a 22 de dezembro), o Conselho Regulador da ERC delibera instaurar processo de contraordenação, ao abrigo do artigo 76.º, n.º 1, alínea a) e artigo 93.º, ns.º 1 e 2

da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, bem como artigo 24.º, n.º 3, alínea b), dos Estatutos da ERC⁵, com motivo assente nas ocorrências identificadas, passíveis de configurar infração das regras de inserção de publicidade e comunicações comerciais audiovisuais, designadamente:

- i) Dos n.ºs 1 e 2 do artigo 41.º da LTSAP (“patrocínio”), nos programas [episódios] “A Fazenda”, transmitidos nos dias 16, 17, 18, 19 e 20 de dezembro de 2024.
- ii) Dos n.º 4 e 5 do artigo 41.º-A da LTSAP (“colocação de produto”), nos programas “Dois à dez”, transmitidos nos dias 16, 19 e 20 de dezembro de 2024, “Secret Story – Extra”, transmitido no final do dia 19/início do dia 20 de dezembro de 2024, e “Funtástico”, transmitido no dia 22 de dezembro de 2024.

Fazem parte integrante da presente Deliberação sete anexos.

Lisboa, 12 de março de 2025

O Conselho Regulador,

Helena Sousa

Pedro Correia Gonçalves

Telmo Gonçalves

⁵ Aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

500.10.03/2024/91
EDOC/2024/10082



Carla Martins

Rita Rola

ANEXO I

Fig.1 - Identificação de programas patrocinados – “A Fazenda” – Semana 51 (2024)

TVI – “A Fazenda” – Semana 51 (2024)					
Data	Hora Início	Hora Fim	Duração_T	Master Program	Descrição
16/12/2024	21:56:07	21:56:11	00:00:04	SECRET STORY - ESPECIAL	SEPARADOR DE ESTACAO
16/12/2024	21:56:11	21:57:54	00:01:43	SECRET STORY - ESPECIAL	SECRET STORY - ESPECIAL
16/12/2024	21:57:54	22:50:13	00:52:19	A FAZENDA	A FAZENDA
16/12/2024	21:57:54	22:46:57	00:49:03	A FAZENDA	A FAZENDA
16/12/2024	22:46:57	22:47:12	00:00:15	A FAZENDA	PATROCINIO
16/12/2024	22:46:57	22:47:02	00:00:05	A FAZENDA	ONE
16/12/2024	22:47:02	22:47:07	00:00:05	A FAZENDA	ALBERTO OCULISTA
16/12/2024	22:47:07	22:47:12	00:00:05	A FAZENDA	DOUGLAS
16/12/2024	22:47:12	22:47:15	00:00:03	A FAZENDA	SEPARADOR PUBLICIDADE
16/12/2024	22:47:15	22:47:55	00:00:40	A FAZENDA	ESPACO COMERCIAL
16/12/2024	22:47:15	22:47:35	00:00:20	A FAZENDA	DOUGLAS
16/12/2024	22:47:35	22:47:55	00:00:20	A FAZENDA	ALBERTO OCULISTA
16/12/2024	22:47:55	22:47:59	00:00:04	A FAZENDA	SEPARADOR DE ESTACAO
16/12/2024	22:47:59	22:50:13	00:02:14	A FAZENDA	A FAZENDA
16/12/2024	22:50:13	22:50:28	00:00:15	FESTA E FESTA	PATROCINIO
16/12/2024	22:50:13	22:50:18	00:00:05	FESTA E FESTA	ONE
16/12/2024	22:50:18	22:50:23	00:00:05	FESTA E FESTA	ALBERTO OCULISTA
16/12/2024	22:50:23	22:50:28	00:00:05	FESTA E FESTA	DOUGLAS
16/12/2024	22:50:28	22:50:32	00:00:04	FESTA E FESTA	SEPARADOR DE ESTACAO
17/12/2024	21:28:20	21:28:25	00:00:05	SECRET STORY - ESPECIAL	SEPARADOR DE ESTACAO
17/12/2024	21:28:25	21:57:46	00:29:21	SECRET STORY - ESPECIAL	SECRET STORY - ESPECIAL
17/12/2024	21:57:46	22:47:13	00:49:27	A FAZENDA	A FAZENDA
17/12/2024	21:57:46	22:43:46	00:46:00	A FAZENDA	A FAZENDA
17/12/2024	22:43:46	22:44:02	00:00:16	A FAZENDA	PATROCINIO
17/12/2024	22:43:46	22:43:51	00:00:05	A FAZENDA	ONE
17/12/2024	22:43:51	22:43:56	00:00:05	A FAZENDA	ALBERTO OCULISTA
17/12/2024	22:43:57	22:44:02	00:00:05	A FAZENDA	DOUGLAS
17/12/2024	22:44:02	22:44:05	00:00:03	A FAZENDA	SEPARADOR PUBLICIDADE
17/12/2024	22:44:05	22:44:45	00:00:40	A FAZENDA	ESPACO COMERCIAL
17/12/2024	22:44:05	22:44:25	00:00:20	A FAZENDA	ALBERTO OCULISTA
17/12/2024	22:44:25	22:44:45	00:00:20	A FAZENDA	DOUGLAS
17/12/2024	22:44:45	22:44:49	00:00:04	A FAZENDA	SEPARADOR DE ESTACAO
17/12/2024	22:44:49	22:47:13	00:02:24	A FAZENDA	A FAZENDA
17/12/2024	22:47:13	22:47:28	00:00:15	FESTA E FESTA	PATROCINIO
17/12/2024	22:47:13	22:47:18	00:00:05	FESTA E FESTA	ONE
17/12/2024	22:47:18	22:47:23	00:00:05	FESTA E FESTA	ALBERTO OCULISTA
17/12/2024	22:47:23	22:47:28	00:00:05	FESTA E FESTA	DOUGLAS
17/12/2024	22:47:28	22:47:32	00:00:04	FESTA E FESTA	SEPARADOR DE ESTACAO
18/12/2024	21:29:04	21:29:08	00:00:04	SECRET STORY - ESPECIAL	SEPARADOR DE ESTACAO

18/12/2024	21:29:08	21:58:04	00:28:56	SECRET STORY - ESPECIAL	SECRET STORY - ESPECIAL
18/12/2024	21:58:04	22:47:20	00:49:16	A FAZENDA	A FAZENDA
18/12/2024	21:58:04	22:44:09	00:46:05	A FAZENDA	A FAZENDA
18/12/2024	22:44:09	22:44:24	00:00:15	A FAZENDA	PATROCINIO
18/12/2024	22:44:09	22:44:14	00:00:05	A FAZENDA	ONE
18/12/2024	22:44:14	22:44:19	00:00:05	A FAZENDA	ALBERTO OCULISTA
18/12/2024	22:44:19	22:44:24	00:00:05	A FAZENDA	DOUGLAS
18/12/2024	22:44:24	22:44:27	00:00:03	A FAZENDA	SEPARADOR PUBLICIDADE
18/12/2024	22:44:27	22:45:07	00:00:40	A FAZENDA	ESPACO COMERCIAL
18/12/2024	22:44:27	22:44:47	00:00:20	A FAZENDA	ALBERTO OCULISTA
18/12/2024	22:44:47	22:45:07	00:00:20	A FAZENDA	DOUGLAS
18/12/2024	22:45:07	22:45:10	00:00:03	A FAZENDA	SEPARADOR DE ESTACAO
18/12/2024	22:45:10	22:47:20	00:02:10	A FAZENDA	A FAZENDA
18/12/2024	22:47:20	22:47:35	00:00:15	FESTA E FESTA	PATROCINIO
18/12/2024	22:47:20	22:47:25	00:00:05	FESTA E FESTA	ONE
18/12/2024	22:47:25	22:47:30	00:00:05	FESTA E FESTA	ALBERTO OCULISTA
18/12/2024	22:47:30	22:47:35	00:00:05	FESTA E FESTA	DOUGLAS
18/12/2024	22:47:35	22:47:39	00:00:04	FESTA E FESTA	SEPARADOR DE ESTACAO
19/12/2024	21:28:27	21:28:31	00:00:04	SECRET STORY - ESPECIAL	SEPARADOR DE ESTACAO
19/12/2024	21:28:31	21:57:21	00:28:50	SECRET STORY - ESPECIAL	SECRET STORY - ESPECIAL
19/12/2024	21:57:21	22:46:59	00:49:38	A FAZENDA	A FAZENDA
19/12/2024	21:57:21	22:43:29	00:46:08	A FAZENDA	A FAZENDA
19/12/2024	22:43:29	22:43:44	00:00:15	A FAZENDA	PATROCINIO
19/12/2024	22:43:29	22:43:34	00:00:05	A FAZENDA	ONE
19/12/2024	22:43:34	22:43:39	00:00:05	A FAZENDA	ALBERTO OCULISTA
19/12/2024	22:43:39	22:43:44	00:00:05	A FAZENDA	DOUGLAS
19/12/2024	22:43:44	22:43:47	00:00:03	A FAZENDA	SEPARADOR PUBLICIDADE
19/12/2024	22:43:47	22:44:27	00:00:40	A FAZENDA	ESPACO COMERCIAL
19/12/2024	22:43:47	22:44:07	00:00:20	A FAZENDA	ALBERTO OCULISTA
19/12/2024	22:44:07	22:44:27	00:00:20	A FAZENDA	DOUGLAS
19/12/2024	22:44:27	22:44:31	00:00:04	A FAZENDA	SEPARADOR DE ESTACAO
19/12/2024	22:44:31	22:46:59	00:02:28	A FAZENDA	A FAZENDA
19/12/2024	22:46:59	22:47:14	00:00:15	FESTA E FESTA	PATROCINIO
19/12/2024	22:46:59	22:47:04	00:00:05	FESTA E FESTA	ONE
19/12/2024	22:47:04	22:47:09	00:00:05	FESTA E FESTA	ALBERTO OCULISTA
19/12/2024	22:47:09	22:47:14	00:00:05	FESTA E FESTA	DOUGLAS
19/12/2024	22:47:14	22:47:18	00:00:04	FESTA E FESTA	SEPARADOR DE ESTACAO
20/12/2024	21:28:19	21:28:23	00:00:04	SECRET STORY - ESPECIAL	SEPARADOR DE ESTACAO
20/12/2024	21:28:23	21:53:21	00:24:58	SECRET STORY - ESPECIAL	SECRET STORY - ESPECIAL
20/12/2024	21:53:21	22:51:33	00:58:12	A FAZENDA/ESPECIAL	A FAZENDA
20/12/2024	21:53:21	22:48:07	00:54:46	A FAZENDA/ESPECIAL	A FAZENDA
20/12/2024	22:48:07	22:48:22	00:00:15	A FAZENDA/ESPECIAL	PATROCINIO
20/12/2024	22:48:07	22:48:12	00:00:05	A FAZENDA/ESPECIAL	ONE
20/12/2024	22:48:12	22:48:17	00:00:05	A FAZENDA/ESPECIAL	DOUGLAS

20/12/2024	22:48:17	22:48:22	00:00:05	A FAZENDA/ESPECIAL	ALBERTO OCULISTA
20/12/2024	22:48:22	22:48:25	00:00:03	A FAZENDA/ESPECIAL	SEPARADOR PUBLICIDADE
20/12/2024	22:48:25	22:49:05	00:00:40	A FAZENDA/ESPECIAL	ESPACO COMERCIAL
20/12/2024	22:48:25	22:48:45	00:00:20	A FAZENDA/ESPECIAL	ALBERTO OCULISTA
20/12/2024	22:48:45	22:49:05	00:00:20	A FAZENDA/ESPECIAL	DOUGLAS
20/12/2024	22:49:05	22:49:09	00:00:04	A FAZENDA/ESPECIAL	SEPARADOR DE ESTACAO
20/12/2024	22:49:09	22:51:33	00:02:24	A FAZENDA/ESPECIAL	A FAZENDA
20/12/2024	22:51:33	22:51:49	00:00:16	FESTA E FESTA	PATROCINIO
20/12/2024	22:51:33	22:51:38	00:00:05	FESTA E FESTA	ONE
20/12/2024	22:51:38	22:51:43	00:00:05	FESTA E FESTA	ALBERTO OCULISTA
20/12/2024	22:51:44	22:51:49	00:00:05	FESTA E FESTA	DOUGLAS
20/12/2024	22:51:49	22:51:53	00:00:04	FESTA E FESTA	SEPARADOR DE ESTACAO

Fonte: Mediamonitor/YUMI

ANEXO II

Fig.1 – Colocação de produto – Semana 51 (2024)

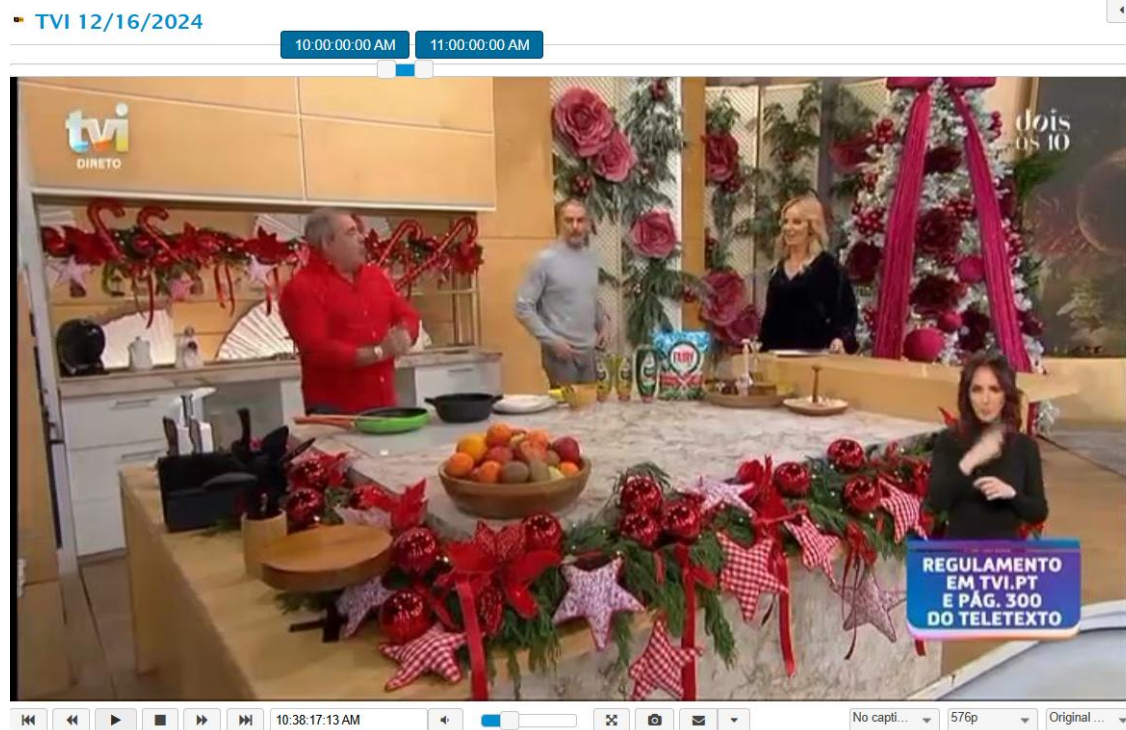
TVI - Semana 51 (2024)					
Programas	Tipologia	Hora Início	Hora fim	Colocação de produto	Descrição
16/dez/24					
DOIS ÀS DEZ	ENTRETENIMENTO / TALK SHOW	09:56:46	12:56:51	Produtos "Fairy"	Referências: i) visuais (planos destacados); ii) oráculos; iii) verbais (convidado e apresentadores).
19/dez/24					
DOIS ÀS DEZ	ENTRETENIMENTO / TALK SHOW	09:54:28	12:56:58	Produtos "Mercadona"	Referências: i) visuais (planos destacados); ii) oráculos; iii) verbais (convidada e apresentadores).
19/dez/24 - 20/dez/24					
SECRET STORY	ENTRETENIMENTO / CONCURSO	23:56:32	01:44:40	Jogos "Solverde"	Referências: i) visuais (planos destacados); ii) verbais (jogadores e "Voz").
20/dez/24					
DOIS ÀS DEZ	ENTRETENIMENTO / TALK SHOW	09:56:28	12:56:55	Produtos "Mercadona"	Referências: i) visuais; ii) oráculos; iii) verbais (convidada e apresentador).
22/dez/24					
FUNTÁSTICO	ENTRETENIMENTO / CONCURSO	14:19:06	19:53:55	Produtos "Deluxe/Lidl"	Referências: i) visuais (planos destacados); ii) verbais (convidada e apresentador).

Fonte: Mediamonitor/YUMI

ANEXO III

Fig.1 a 5 – 16/12/2024 – Colocação de produto – “Dois às Dez” (Produtos “Fairy”)

1)



2)

TVI 12/16/2024

10:00:00:00 AM 11:00:00:00 AM

**"NÃO HÁ NATAL SEM FAIRY"
É O MOTE DA CAMPANHA**

**PRÊMIO DO DIA
2.500€
(EM CARTÃO)**

10:38:51:04 AM No capti... 576p Original ...

3)

TVI 12/16/2024

10:00:00:00 AM 11:00:00:00 AM

**"NÃO HÁ NATAL SEM FAIRY"
FAIRY É O MELHOR ALIADO NA COZINHA
NESTA ÉPOCA NATALÍCIA**

**LIGUE
761 200 500
1,00€ + IVA**

10:39:06:11 AM No capti... 576p Original ...

4)

TVI 12/16/2024

10:00:00:00 AM 11:00:00:00 AM



tv
DIRETO

dois
os 10

"NÃO HÁ NATAL SEM FAIRY"
TOY VOLTA A SER CARA DA CAMPANHA

REGULAMENTO
EM TVI.PT
E PÁG. 300
DO TELETEXTO

10:39:36:13 AM

No capti... 576p Original...

5)

TVI 12/16/2024

10:00:00:00 AM 11:00:00:00 AM



tv
DIRETO

dois
os 10

"NÃO HÁ NATAL SEM FAIRY"
**FAIRY É O MELHOR ALIADO NA COZINHA
NESTA ÉPOCA NATALÍCIA**

LIGUE
761 200 500
1,00€ + IVA

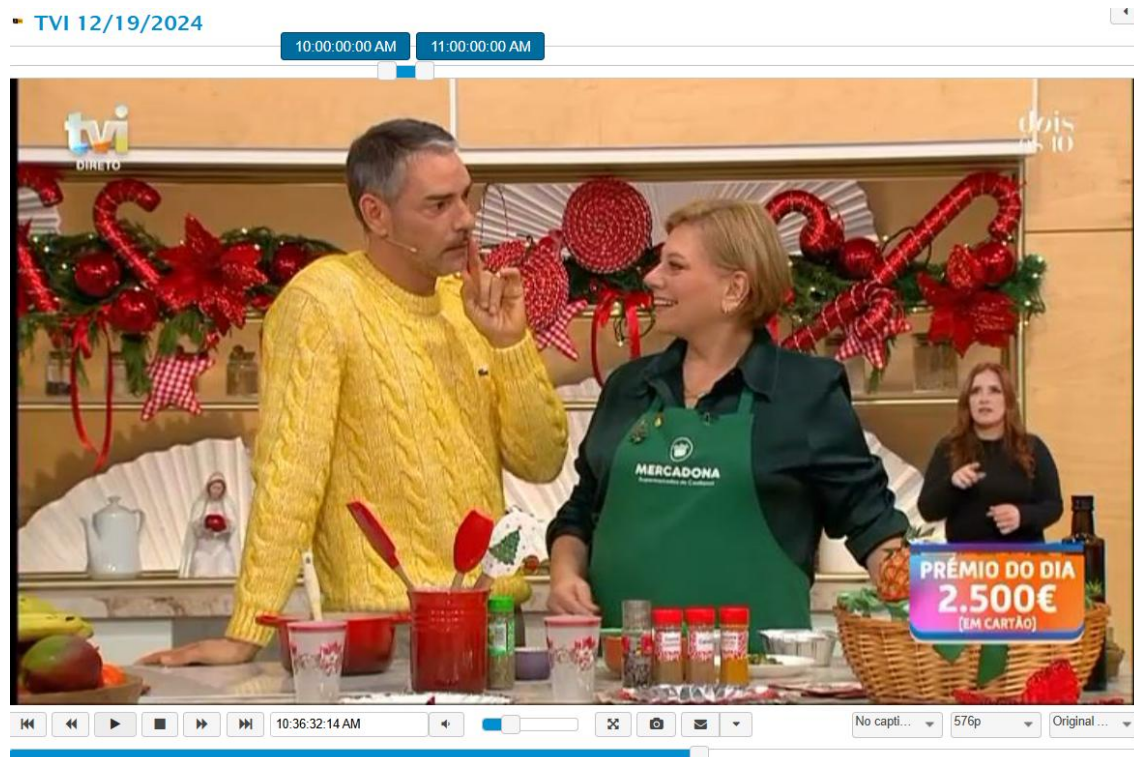
10:41:02:09 AM

No capti... 576p Original...

ANEXO IV

Fig.1 a 6 – 19/12/2024 – Colocação de produto – “Dois à Dez” (Produtos “Mercadona”)


1)



2)

TVI 12/19/2024

10:00:00:00 AM 11:00:00:00 AM



tv1 DIRETO

dois
as 10

HOJE...
O ANANÁS DOS AÇORES ESTÁ EM DESTAQUE!

LIGUE
761 200 500
1,00€ + IVA


10:36:58:18 AM

No capti... 576p Original ...

3)

TVI 12/19/2024

10:00:00:00 AM 11:00:00:00 AM



tv1 DIRETO

dois
as 10

PRÉMIO DO DIA
2.500€
[EM CARTÃO]

CA PENSARAM QUE EM VEZ DE UM BEBÉ TIVÉSSEM MAIS TRÊS. ESTA TARDE, A H

10:37:42:10 AM

No capti... 576p Original ...

4)

TVI 12/19/2024

10:00:00:00 AM 11:00:00:00 AM

A "MERCADONA" TRABALHA COM FORNECEDORES PORTUGUESES

LIGUE 761 200 500
1,00€ + IVA

AS NUNCA PENSARAM QUE EM VEZ DE UM BEBÉ TIVESSEM MAIS TRÊS. ESTA TA

10:39:31:00 AM No capti... 576p Original ...

5)

TVI 12/19/2024

10:00:00:00 AM 11:00:00:00 AM

APÓS COMPRAS NA MERCADONA... TIA CÁTIA PREPARA DUAS OPÇÕES PARA USAR ANANÁS DOS AÇORES

PRÊMIO DO DIA 2.500€
(EM CARTÃO)

R HOJE!

10:40:22:02 AM No capti... 576p Original ...

6)

TVI 12/19/2024

10:00:00:00 AM 11:00:00:00 AM

PREPARE O NATAL COM A AJUDA DA "MERCADONA"!

REGULAMENTO EM TVI.PT E PÁG. 300 DO TELETEXTO

A IMPERDÍVEL!

10:41:54:01 AM

No capti... 576p Original ...

ANEXO V

Fig.1 a 6 – 19-20/12/2024 – Colocação de produto – “Secret Story” (Jogos “Solverde”)

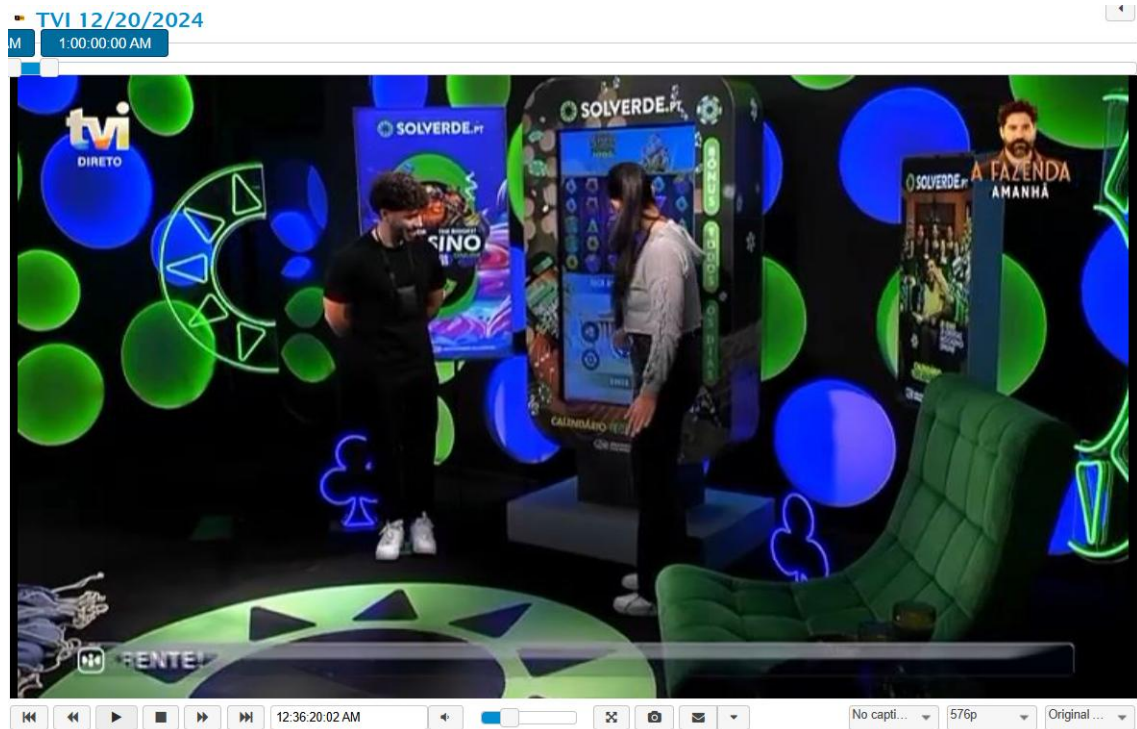
1)



2)



3)



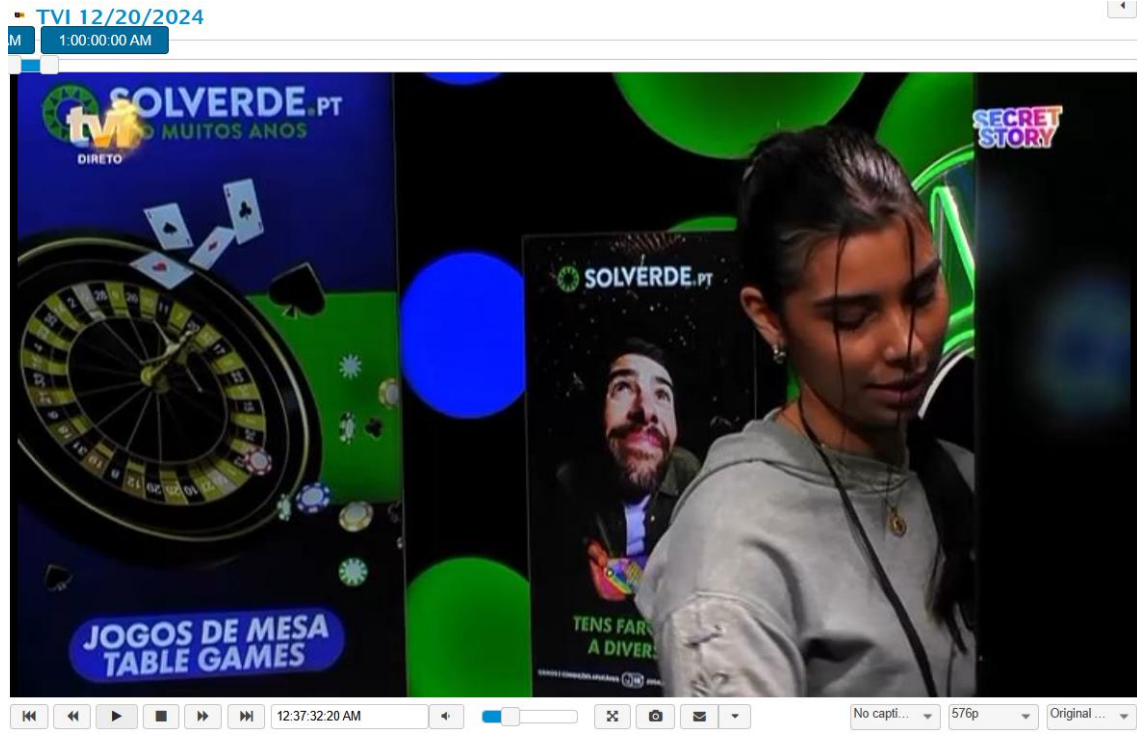
4)



5)



6)



ANEXO VI

Fig.1 a 3 – 20/12/2024 – Colocação de produto – “Dois às Dez” (Produtos “Mercadona”)

1)



2)

TVI 12/20/2024



3)

TVI 12/20/2024



ANEXO VII

Fig.1 a 6 – 22/12/2024 – Colocação de produto – “Funtástico” (Produtos “Deluxe/Lidl”)

1)



2)

TVI 12/22/2024



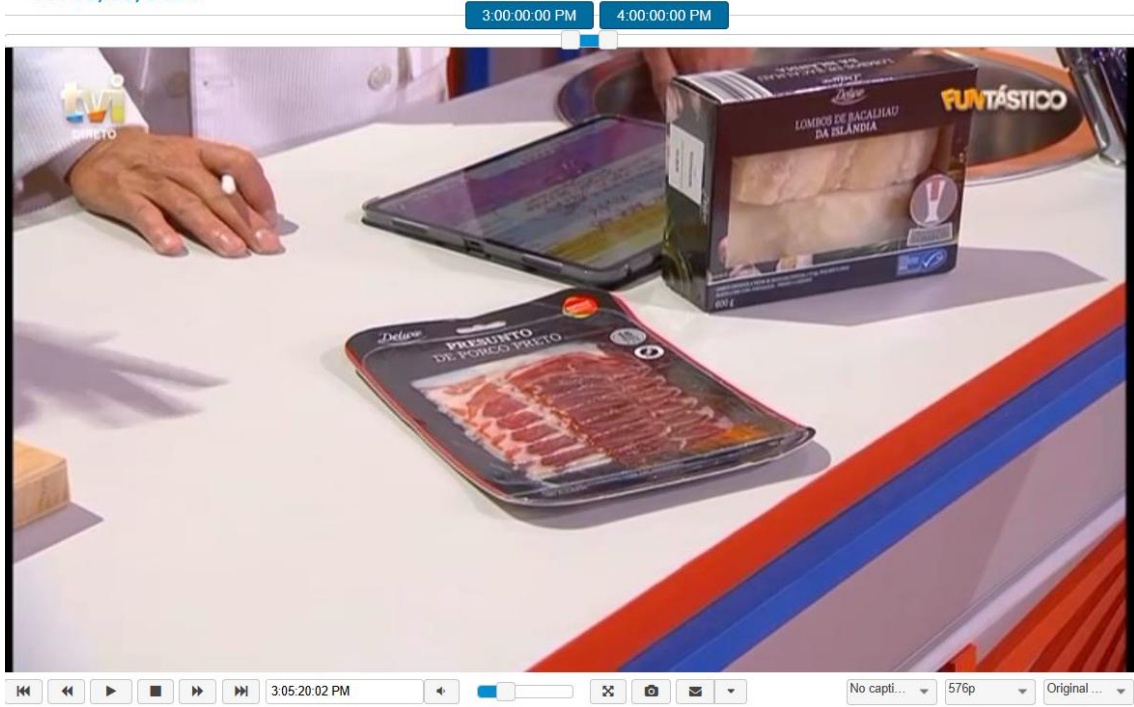
3)

TVI 12/22/2024



4)

TVI 12/22/2024



5)

TVI 12/22/2024



6)

TVI 12/22/2024

