



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Deliberação

ERC/2018/84 (PUB-TV-PC)

Decisão em processo contraordenacional n.º ERC/01/2014/43 – Participação de Bruno Correia contra o serviço noticioso «Jornal das 8» da TVI

**Lisboa
24 de abril de 2018**

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação ERC/2018/84 (PUB-TV-PC)

Assunto: Decisão em processo contraordenacional n.º ERC/01/2014/43 – Participação de Bruno Correia contra o serviço noticioso «Jornal das 8» da TVI

Em processo de contraordenação instaurado pelo Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação social (ERC), através da Deliberação n.º 275/2013 (PUB-TV), de 19 de junho de 2013, ao abrigo das competências cometidas a esta Entidade, designadamente as previstas na alínea ac), do n.º 3 do artigo 24.º e 67.º dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, em conjugação com o previsto no artigo 93.º, n.º 2, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho (alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, e pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, doravante LTSAP), e no artigo 34.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, que aprovou o regime geral das contraordenações (doravante R.G.C.O), é notificada a TVI-Televisão Independente, S.A., com sede na Rua Mário Castelhana, 40, Queluz de Baixo, 2749-502, Barcarena, da Decisão proferida no presente processo.

Deliberação

I. O Processo

1. A TVI-Televisão Independente, S.A (adiante TVI ou Arguida), com sede na Rua Mário Castelhana, 40, Queluz de Baixo, 2749-502, Barcarena, no âmbito do processo de contraordenação supra referenciado - instaurado na sequência da deliberação proferida pelo Conselho Regulador da ERC, Deliberação n.º 275/2013 (PUB-TV), de 19 de junho de 2013, (de fls. 30 a 32), na qual se conclui pela inobservância do disposto no artigo 40.º-A da LTSAP - foi notificada da Acusação, nos termos do disposto no artigo 50.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, que aprovou o regime geral das contraordenações (doravante R.G.C.O), através do Ofício n.º 10937/ERC/2014, de 29 de dezembro de 2014 (a fls. 40), recebido pela Arguida em 31 de dezembro de 2014, conforme consta do aviso de receção, devidamente assinado e devolvido pelos CTT à Remetente, como prova da entrega da missiva (de fls. 41 a 42).

2. A Arguida vem acusada da prática de contraordenação, por violação do disposto no artigo 40.º-A da LTSAP (que estabelece a obrigatoriedade da publicidade transmitida na televisão se encontrar devidamente identificada e separada da restante programação), nos termos e com os fundamentos seguintes (remetendo-se para a acusação (de **fls. 33 a 39**) que se dá por integralmente reproduzida para todos os efeitos legais).

3. No dia 14 de janeiro de 2013 deu entrada na ERC uma participação apresentada por Bruno Correia - para a qual se remete e se dá por integralmente reproduzida para todos os efeitos legais - (**a fls. 1**), alegando que o serviço noticioso «Jornal das 8», transmitido pela TVI, no dia 11 de janeiro de 2013, emitiu uma reportagem de um novo serviço MEO, que, segundo o mesmo, configurava um «(...)bloco publicitário disfarçado de informação, apelando à intervenção desta entidade no sentido de proceder em conformidade».

4. Refere ainda o participante que «no intervalo do “Jornal das 8” o referido novo serviço MEO voltou a ser referido, desta feita sobre a forma de anúncio».

5. Procedeu-se à visualização do referido serviço noticioso, transmitido no dia 11 de janeiro de 2013, tendo-se verificado o seguinte, conforme consta quer da referida deliberação, quer da acusação:

«

3.1 O «Jornal das 8», no dia 11 de janeiro de 2013, teve início pelas 20 h.

3.2 Ao minuto 59, em oráculo, surgiu a descrição «Nova oferta da MEO-Portugal Telecom promete poupanças de cerca de vinte euros por mês». O oráculo permanece no ecrã ao longo de toda a peça.

3.3 A pivot começou por noticiar: «já é possível ter uma fatura de todos os serviços de telecomunicações: internet, tv, telefone fixo e telemóvel (...).Um produto inovador que promete poupanças de vinte euros mês».

3.4 Ao longo da peça, com a duração de 90 segundos, a repórter refere «televisão, internet, telefone fixo e telemóvel, quatro serviços juntos numa só fatura, esta é a nova oferta da MEO, chama-se M40 e promete poupanças a rondar os vinte euros por mês».

3.5 Ainda na mesma peça é entrevistado o CEO da Portugal Telecom, à data dos factos, Zeinal Bava, que vem referir: «pomos muito a tónica na poupança, vivemos um enquadramento económico difícil e, daquilo que já vendemos do nosso M40, verificamos que as pessoas pouparam em média dezoito por cento. Em média, essas cem famílias que já compraram o serviço pouparam vinte euros por mês, o que por ano dá duzentos e quarenta euros».

3.6 Esta reportagem é feita em direto do espaço de lançamento do produto, e são destacadas as características principais do serviço: «o preço final varia consoante o número de cartões comprados para o telemóvel que pode oscilar entre dois e quatro cartões. Com esta oferta as chamadas móveis custam exatamente o mesmo seja para TMN seja para as outras redes. Quem aderir conta ainda com uma oferta de oitenta canais de televisão, internet ilimitada em casa e de até duzentos megas por mês no telemóvel».

3.7 No intervalo do programa foi divulgado um anúncio ao referido produto da MEO.

{...}

6. A TVI foi notificada, em 8 de fevereiro de 2013, para se pronunciar sobre os factos acima indicados, para o exercício do contraditório (ofício e aviso de receção constantes nos autos (**a fls. 4 e 5**).

7. A TVI apresentou a sua resposta, em 5 de março de 2013 (**de fls. 8 a 12**), referindo, em suma, o seguinte:

«No que respeita ao facto de a reportagem identificada poder configurar uma mensagem publicitária afirma a sua total discordância com a mesma, esclarecendo que não existiu qualquer influência comercial na determinação do conteúdo do espaço noticioso.

A reportagem sobre o lançamento pela Portugal Telecom do novo serviço MEO reportou factos com interesse noticioso, limitando-se a dar conta, tal como o fizeram a generalidade dos órgãos de comunicação social, da disponibilização dos novos serviços da referida empresa, sem qualquer intenção promocional e, sobretudo, sem qualquer intervenção no seu conteúdo de outros interesses que não o informativo. Era notícia e como tal foi tratada.

[...]a escolha editorial de dar relevo noticioso a esse lançamento foi única e exclusivamente da redação da TVI, atendendo apenas aos fatores novidade, atualidade e interesse informativo. Nada mais a motivou, nem influenciou.

[...] a PT é claramente um dos maiores investidores publicitários nacionais e para a campanha de comunicação do novo serviço MEO foi reservado muito espaço de publicidade na TVI, em praticamente todos os blocos publicitários de relevo.

[...] um dos blocos publicitários mais pretendidos pelos anunciantes, é exatamente o que diz respeito ao intervalo do serviço noticioso das 20h00, no caso do Jornal das 8, e foi por isso opção do anunciante adquirir o espaço necessário à emissão do spot de publicidade que comunicava o seu novo serviço nesse bloco.

[...] o facto do anunciante, no caso PT, ter adquirido espaço publicitário no bloco de intervalo do serviço noticioso das 20h00, em nada contribui ou influenciou o tratamento jornalístico conferido a factos da realidade económica do mesmo operador económico. São duas realidades distintas, objeto de tratamentos diferenciados e da responsabilidade de sectores diferentes da TVI. Num caso a direção comercial, no outro a direção de informação.

[...]».

8. Analisada a referida participação e a resposta apresentada pela TVI, concluiu-se, na deliberação da ERC acima identificada (cuja transcrição consta por sua vez dos pontos 8.1. a 8.5. da acusação):

«5.5[...] Na reportagem em análise a jornalista informa sobre o novo serviço da MEO, o M40, que permite poupanças de cerca de vinte euros por mês. Sublinha-se que na peça jornalística a possibilidade de reunir quatro serviços (televisão, internet, telefone e telemóvel) numa do fatura».

5.6[...] Este novo produto MEO é também elogiado pelo CEO da Portugal Telecom, Zeinal Bava, que refere que este serviço pretende por a tónica na poupança tendo em conta o enquadramento económico atual.

5.7[...] Verifica-se, assim, que o novo serviço MEO e os seus benefícios para o consumidor assumem um papel central na reportagem.

5.8(...) A integração desta peça num serviço noticioso confere-lhe um carácter informativo. Não obstante, toda a narrativa utilizada na apresentação do serviço MEO –M40 é indutora da promoção de tal serviço, quer pelos benefícios realçados, quer pela tónica da mais-valia de um serviço ao mais baixo custo no mercado.

«5.9(...) Nos moldes em que o novo serviço MEO foi divulgado resulta uma clara promoção do produto apresentado que se torna patente nas características da linguagem apelativa utilizada, quer pelo repórter, quer pelo entrevistado».

9. Face ao exposto, decidiu-se, no âmbito da mesma deliberação, a abertura de processo de contraordenação contra a TVI (Deliberação 275/2013 (PUB-TV)), com o fundamento na violação do disposto no artigo 40.º-A da Lei da Televisão, por se considerar que existiam indícios de infração relativa ao cumprimento das regras aplicáveis à publicidade, tendo sido a arguida notificada da acusação, conforme acima referido (nos termos do disposto no artigo 50.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, que aprovou o regime geral das contraordenações (doravante R.G.C.O), através do Ofício n.º 10937/ERC/2014, de 29 de dezembro de 2014.

10. Da acusação, destaca-se:

«

9) Estabelece a alínea r) do n.º 1 do artigo 2.º da Lei da Televisão que a «publicidade televisiva» é definida como «a comunicação comercial audiovisual difundida em serviços de programas televisivos a troco de remuneração ou retribuição similar, ou com carácter autopromocional, por uma pessoa singular ou colectiva, pública ou privada, relacionada com uma actividade comercial, industrial, artesanal ou profissão liberal, com o objectivo de promover o fornecimento, mediante pagamento, de produtos ou serviços, incluindo bens imóveis, direitos e obrigações.

10) Verifica-se, deste modo, que a peça transmitida no serviço de notícias do «Jornal das 8», no dia 11 de janeiro de 2013, relativa ao novo serviço MEO, não apresenta natureza estritamente jornalística, configurando publicidade, considerando que promovia claramente, um novo serviço da MEO - Serviços de Comunicações e Multimédia, S.A., (empresa integrada no Grupo PT Portugal), serviço M40, com vista

à sua comercialização, que se encontrava a ser lançado no mercado à data dos factos, no âmbito do desenvolvimento da sua atividade económica - que tem por objeto social «a prestação de serviços de comunicações eletrónicas, designadamente o serviço de telecomunicações móveis, o serviço telefónico fixo e o serviço de acesso à internet sem fios, bem como o desenvolvimento de serviços inovadores sobre tecnologia IP, a concepção, a construção, a gestão e exploração de redes e infraestruturas de comunicações eletrónicas, a prestação de serviços nas áreas de tecnologias de informação, sociedade de informação, multimédia e comunicação, e ainda a exploração, gestão, representação e comercialização de produtos e equipamentos de comunicações eletrónicas, tecnologias de informação e comunicação» (conforme documento que consta dos autos).

- 11) *De facto, a «peça» acima identificada não se limita a divulgar uma notícia, assumindo uma natureza promocional, anunciando de forma direta o serviço MEO, evidenciando as suas características, apresentadas como vantagens, através das frases acima transcritas, proferidas pelo representante da MEO no âmbito da peça jornalística (conforme transcrito em 3.5) e pela repórter da peça, no âmbito da transmissão das imagens do evento de lançamento do referido produto (conforme transcrito em 3.4 e 3.6.). Desse modo, o conteúdo da peça, não se limita a noticiar um serviço, apresentando antes um conteúdo promocional, ao descrever as vantagens associadas à subscrição daquele serviço.*
- 12) *Estabelece o artigo 40.º-A n.º 1 da Lei da Televisão (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril) que a «A publicidade televisiva e a televenda devem ser facilmente identificáveis como tais e claramente separadas da restante programação».*
- 13) *Atento o exposto, verifica-se que na presente situação foi divulgada publicidade televisiva, na TVI, na referida data, sem que, contudo, a mesma tenha sido identificada e separada, conforme exige a lei, o que viola o princípio da identificação e separação da publicidade televisiva, previsto no artigo 40º-A da Lei da Televisão, que estabelece tal obrigatoriedade, encontrando-se subjacente a ideia de que o telespectador deve conseguir distinguir de forma clara a publicidade, face aos conteúdos informativos. Na presente situação, tal perceção ficou*

prejudicada, pese embora tenha tido lugar, efetivamente, a divulgação do serviço M40 da MEO, nos termos expostos.

- 14) A inobservância daquele preceito legal constitui contraordenação grave, nos termos do previsto no n.º 1 do artigo 76.º, n.º 1, alínea a) da Lei da Televisão.*
- 15) Nos termos do artigo 78.º da mesma lei, responde pela prática das contraordenações previstas no referido diploma legal «(...)o operador em cujo serviço de programas televisivo ou serviço de programas audiovisual a pedido tiver sido cometida a infração(...)», pelo que , na presente situação, a entidade responsável pela prática acima descrita é a TVI.*
- 16) A arguida conhece, naturalmente (não sendo credível o contrário, tendo em conta que a sua larga experiência nesta atividade, conforme registo nesta entidade reguladora), as disposições aplicáveis ao exercício da sua atividade, designadamente as regras existentes em matéria de publicidade. A arguida tem obrigação de conhecer as disposições aplicáveis ao exercício da sua atividade, tendo consciência das obrigações a que está adstrita.*
- 17) Assim sendo, ao divulgar o referido conteúdo, sem o separar e identificar, conforme exige a lei, sabia que incorreria na prática de um ilícito contraordenacional, e que, desse modo, os telespectadores não distinguiriam a sua natureza publicitária, considerando que a sua divulgação ocorreu durante a transmissão de um programa (neste caso, serviço de notícias) sem identificação e separação.*
- 18) A arguida TVI agiu deliberada, livre e consciente, pois, não obstante saber que a sua atuação é proibida por lei, mesmo assim quis realizar todos os atos necessários à sua verificação, considerando os termos em que ocorreu a referida transmissão. Pelo que se conclui que agiu com dolo.*
- 19) A referida infração constitui contraordenação grave, sendo punível com coima de €20 000 a €150 000; a negligência é punível, sendo reduzidos a metade os limites mínimos e máximos da coima, podendo ter ainda aplicação o disposto nos artigos 80.º e seguintes da Lei da Televisão, no que respeita à atenuação, dispensa, suspensão e agravação da coima.*

20) *O comportamento da Arguida preencheu, assim, a título doloso, os elementos do tipo de ilícito contraordenacional previsto e punível, nos termos do disposto no n.º 1 do artigo 40.º-A, em conjugação com o previsto na alínea a) do n.º 1 do artigo 76.º, da Lei da Televisão.»*

II. Defesa da Arguida

11. A Arguida, regularmente notificada da acusação, indicou prova testemunhal e apresentou a sua resposta à acusação - resposta para a qual se remete e se dá por integralmente reproduzida para todos os efeitos legais **(de fls. 43 a 54)** referindo, em súmula, que :

- A reportagem em questão *«reportou factos com interesse noticioso, limitando-se a dar conta, tal como fizeram a generalidade dos órgãos de comunicação social, da disponibilização dos novos serviços da referida empresa, sem qualquer intenção promocional e, sobretudo, sem qualquer intervenção de conteúdo de outros interesses que não informativo»;*
- A escolha editorial teve por base critérios de novidade, atualidade e interesse informativo;
- As palavras proferidas pelo representante da MEO, no evento em questão, não podem ser controladas pela TVI;
- O facto de a MEO ter adquirido espaço publicitário no intervalo daquele programa informativo *«em nada contribuiu ou influenciou o tratamento jornalístico»;*
- Tendo em conta a definição de publicidade televisiva, considera que a ERC *«não demonstra, nem prova qualquer destes requisitos fundamentais»*, referindo que a lei estabelece a existência de *« remuneração ou retribuição similar»*.
- Considera que não se encontram reunidos os pressupostos da *«comunicação comercial audiovisual oculta»* e que a situação descrita não configura publicidade televisiva, concluindo desse modo que não foi violado o princípio da identificabilidade e separação – artigo 40.º - A da LTSAP.

III. Factos provados

12. Resulta provado com relevância para a decisão:

- a) A TVI- Televisão Independente, S.A (adiante TVI) é um operador televisivo regularmente registado na ERC (conforme registo disponível nos autos), com sede na Rua Mário Castelhana,40, Barcarena, 2734-502, Queluz de Baixo, que emite o serviço noticioso «Jornal das 8».
- b) Foi transmitida uma reportagem nesse serviço de programas, no dia 11 de janeiro de 2013, no programa «jornal das 8», na TVI, com a duração de 90 segundos, relativa a um novo serviço da MEO - Serviços de Comunicações e Multimédia, S.A., empresa integrada no Grupo PT Portugal.
- c) A reportagem foi feita no local de apresentação do produto, tendo sido dada a palavra ao CEO da MEO, que referiu: *«pomos muito a tónica na poupança, vivemos um enquadramento económico difícil e, daquilo que já vendemos do nosso M40, verificamos que as pessoas pouparam em média dezoito por cento. Em média, essas cem famílias que já compraram o serviço pouparam vinte euros por mês, o que por ano dá duzentos e quarenta euros»*.
- d) A pivot da reportagem referiu *«já é possível ter uma fatura de todos os serviços de telecomunicações: internet, tv, telefone fixo e telemóvel (...).Um produto inovador que promete poupanças de vinte euros mês»*[...] Ao longo da peça, refere ainda *«televisão, internet, telefone fixo e telemóvel, quatro serviços juntos numa só fatura, esta é a nova oferta da MEO, chama-se M40 e promete poupanças a rondar os vinte euros por mês»*.
- e) Ainda na mesma reportagem é referido: *«o preço final varia consoante o número de cartões comprados para o telemóvel que pode oscilar entre dois e quatro cartões. Com esta oferta as chamadas móveis custam exatamente o mesmo seja para TMN seja para as outras redes. Quem aderir conta ainda com uma oferta de oitenta canais de televisão, internet ilimitada em casa e de até duzentos megas por mês no telemóvel»*.
- f) Ao minuto 59 do programa, em oráculo, surge a descrição *«Nova oferta da MEO-Portugal Telecom promete poupanças de cerca de vinte euros por mês»*. O oráculo permanece no ecrã ao longo de toda a peça.
- g) No intervalo daquele programa foi introduzido um anúncio publicitário da MEO.
- h) A TVI foi notificada, em 8 de fevereiro de 2013, para se pronunciar sobre os factos acima indicados, para o exercício do contraditório.
- i) A TVI apresentou a sua resposta, em 5 de março de 2013, referindo, em suma, o seguinte:
- «No que respeita ao facto de a reportagem identificada poder configurar uma mensagem publicitária afirma «a sua total discordância com a mesma, esclarecendo*

que não existiu qualquer influência comercial na determinação do conteúdo do espaço noticioso.

A reportagem sobre o lançamento pela Portugal Telecom do novo serviço MEO reportou factos com interesse noticioso, limitando-se a dar conta, tal como o fizeram a generalidade dos órgãos de comunicação social, da disponibilização dos novos serviços da referida empresa, sem qualquer intenção promocional e, sobretudo, sem qualquer intervenção no seu conteúdo de outros interesses que não o informativo. Era notícia e como tal foi tratada.

[...]a escolha editorial de dar relevo noticioso a esse lançamento foi única e exclusivamente da redação da TVI, atendendo apenas aos fatores novidade, atualidade e interesse informativo. Nada mais a motivou, nem influenciou.

[...] a PT é claramente um dos maiores investidores publicitários nacionais e para a campanha de comunicação do novo serviço MEO foi reservado muito espaço de publicidade na TVI, em praticamente todos os blocos publicitários de relevo.

[...] um dos blocos publicitários mais pretendidos pelos anunciantes, é exatamente o que diz respeito ao intervalo do serviço noticioso das 20h00, no caso do Jornal das 8, e foi por isso opção do anunciante adquirir o espaço necessário à emissão do spot de publicidade que comunicava o seu novo serviço nesse bloco.

[...] o facto do anunciante, no caso PT, ter adquirido espaço publicitário no bloco de intervalo do serviço noticioso das 20h00, em nada contribui ou influenciou o tratamento jornalístico conferido a factos da realidade económica do mesmo operador económico. São duas realidades distintas, objeto de tratamentos diferenciados e da responsabilidade de sectores diferentes da TVI. Num caso a direção comercial, no outro a direção de informação.

[...]».

j) Analisada a referida participação, e a resposta apresentada, o Conselho Regulador da ERC, na deliberação n.º 275/2013 (PUB-TV), de 19 de junho de 2013, determinou a abertura de processo de contraordenação contra a TVI, com o fundamento na violação do disposto no artigo 40.º-A da Lei da Televisão.

l) A TVI foi notificada da Acusação, nos termos do disposto no artigo 50.º do R.G.C.O, através do Ofício n.º 10937/ERC/2014, se 29 de dezembro de 2014 (**de fls. 33 a 40**), recebido pela Arguida em

31 de dezembro de 2014, conforme consta do aviso de receção, assinado e devolvido pelos CTT à Remetente [a fls. 42], com o teor a fls. 33 a 39, em razão da violação do artigo 40.º A da LTSAP.

m) A Arguida indicou prova testemunhal e respondeu à acusação, em 16 janeiro de 2015 (com o teor de fls. 43 a 54, para a qual se remete e se dá por integralmente reproduzido para todos os efeitos legais).

n) Refere a TVI, na sua defesa, que : «A reportagem em questão *«reportou factos com interesse noticioso, limitando-se a dar conta, tal como fizeram a generalidade dos órgãos de comunicação social, da disponibilização dos novos serviços da referida empresa, sem qualquer intenção promocional e, sobretudo, sem qualquer intervenção de conteúdo de outros interesses que não informativo»*; que a escolha editorial teve por base critérios de novidade, atualidade e interesse informativo; que as palavras proferidas pelo representante da MEO, no evento em questão, não podem ser controladas pela TVI; que o facto de a MEO ter adquirido espaço publicitário no intervalo daquele programa informativo *«em nada contribuiu ou influenciou o tratamento jornalístico»*; tendo em conta a definição de publicidade televisiva, considera que a ERC *«não demonstra, nem prova qualquer destes requisitos fundamentais »* referindo que a lei estabelece a existência de *« remuneração ou retribuição similar »*; alega ainda que não se encontram reunidos os pressupostos da *«comunicação comercial audiovisual oculta»* e que a situação descrita não configura publicidade televisiva, concluindo desse modo que não foi violado o princípio da identificabilidade e separação – artigo 40.º A da LTSAP.

o) A referida reportagem transmitida pela TVI na referida data não se limita a um conteúdo informativo, incluindo uma narrativa de natureza promocional.

IV. Fundamentação

13. Os factos dados como provados, de a) a g), resultam da visualização do referido programa, e da prova documental que consta do processo e que se indica na decisão.

14. Os factos indicados de h) a n) constam ainda da prova documental indicada nesta decisão.

15. A caracterização da natureza “promocional” da reportagem em causa (facto indicado em o)), resulta da aplicação das regras da lógica e experiência comum, considerando os termos em que

a peça foi construída e o respetivo teor, mais precisamente, a apresentação das vantagens de um produto, no local do seu lançamento, nos termos em que ocorreu e se encontra registado na peça em questão:

- i) Através da palavra concedida ao responsável pelo produto (com o teor transcrito em 6 d) a f) deste documento);
- ii) Através das referências feitas pela *pivot* do programa ao novo serviço (com o teor transcrito em 6 d) a f) deste documento), conjugadas com a apresentação de imagens em direto da cerimónia de lançamento do produto;
- iii) Pela transmissão de frases em rodapé naquele programa (com o teor transcrito em 6, f) deste documento). Assim sendo, na medida em que se enaltece aquele produto e se anunciam as suas alegadas vantagens, de forma semelhante ao que é habitual no âmbito de uma mensagem publicitária (promoção de bens ou serviços, com vista à sua comercialização) conclui-se pela verificação de um conteúdo com carácter promocional no âmbito da referida reportagem.

V. Legislação aplicável

16. Lei n.º 27/2007, de 30 de julho (alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, e pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, LTSAP). O artigo 40.º A, n.º 1, da Lei da Televisão dispõe que a «*A publicidade televisiva e a televenda devem ser facilmente identificáveis como tais e claramente separadas da restante programação*». A violação desta disposição legal constitui a prática de contraordenação, nos termos do previsto no n.º 1 do artigo 76.º, n.º 1, alínea a) da LTSAP. De acordo com o artigo 78.º da mesma lei, responde pela prática das contraordenações previstas no referido diploma legal «*(...)o operador em cujo serviço de programas televisivo ou serviço de programas audiovisual a pedido tiver sido cometida a infração(...)*».

17. Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

VI. Apreciação

18. A ERC, no âmbito das suas competências e atribuições, acima enunciadas, é a entidade competente para a instrução e decisão dos processos de contraordenação que respeitem à violação da LTSAP - Lei n.º 27/2007, de 30 de julho (alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, e pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, LTSAP).

19. Na presente situação importa começar por verificar o elemento objetivo da infração, mais precisamente, se a peça referenciada, atendendo ao seu teor, pode ser configurável no âmbito da «publicidade televisiva», nos termos do previsto na alínea r) artigo 2.º da referida lei.

20. Note-se, ainda, que este conceito, por sua vez, se integra no âmbito de um outro, previsto na alínea e) do artigo 2.º do mesmo diploma legal, isto é, no conceito de «comunicação comercial» - do qual resulta que a promoção de bens e serviços pode ocorrer quer de forma direta quer indireta.

21. Remete-se para algumas reflexões constantes da Deliberação 12/2015 (PUB-TV), de 14 de janeiro de 2015, no que respeita à distinção entre publicidade e outras figuras próximas. Nessa medida veja-se: «43. Por vezes não é simples traçar a distinção entre informação e publicidade. Sobretudo no caso das chamadas «publireportagens». A ERC procurou já densificar este conceito, consideram-se como publireportagem «os textos, imagens e outros elementos gráficos destinados a promover ou publicitar um determinado produto, entidade ou serviço, apresentados com as características formais da reportagem e com esta confundível» [cfr. Ponto 8 da Diretiva 1/2009, sobre Publicidade em Publicações Periódicas, aprovada em 1 de julho de 2009].

22. A lei vigente (LTSAP) demarca efetivamente a «publicidade televisiva» de outras realidades próximas, salientando-se que as regras aplicáveis no âmbito de serviços noticiosos/informativos, transmitidos na televisão, se diferenciam das regras aplicáveis aos restantes programas.

23. Na presente situação, o processo em curso respeita a uma reportagem transmitida num espaço informativo, pelo que é necessário ter em conta as disposições aplicáveis em matéria de publicidade e patrocínio a programas dessa natureza, que obedecem a regras mais rígidas, do que a restante programação.

24. Nos termos do disposto no n.º 3 do artigo 41.º da LTSAP e n.º 1 do artigo 41.º-A, o patrocínio e a colocação de produto não são permitidos nos serviços noticiosos e programas de informação política. Os noticiários só podem ser interrompidos por publicidade televisiva ou televenda, uma vez por cada 30 minutos; não sendo admitida a publicidade em ecrã fracionado no decurso de noticiários. A publicidade deve ser sempre claramente separada dos programas, em obediência ao disposto nos artigos 40.º -A e 40.º-B da LTSAP.

25. Conforme acima referido, no processo em curso está em causa a verificação da inserção de publicidade no interior daquele programa, em violação do disposto no artigo 40.º-A da LTSAP, que estabelece a obrigatoriedade de proceder à separação e identificação da publicidade.

26. Conforme resulta da lei, a «publicidade televisiva» definida como «*a comunicação comercial audiovisual difundida em serviços de programas televisivos a troco de remuneração ou retribuição similar, ou com carácter autopromocional, por uma pessoa singular ou colectiva, pública ou privada, relacionada com uma actividade comercial, industrial, artesanal ou profissão liberal, com o objectivo de promover o fornecimento, mediante pagamento, de produtos ou serviços, incluindo bens imóveis, direitos e obrigações*» pressupõe a verificação de outros requisitos, para além da sua natureza promocional.

27. Na presente situação, vem a Arguida referir que a referida reportagem foi efetuada no âmbito de uma decisão de natureza editorial, assente em critérios de «*novidade, atualidade e interesse informativo*», não tendo sido realizada mediante qualquer pagamento, não consubstanciando qualquer tipo de promoção nem publicidade.

28. Conforme acima referido, considerou-se que a referida peça/“reportagem”, considerando a conjugação das referidas imagens e palavras transcritas, enaltecem, no seu conjunto, as características do produto MEO, objeto da referida reportagem, caracterizando-o como inovador e vantajoso do ponto de vista económico, de onde resulta que o teor desta peça ultrapassa o seu teor informativo, apresentando natureza promocional.

29. Contudo, atento o disposto na lei, e os elementos constantes dos autos, verifica-se, que não foram apurados elementos que permitam concluir que a referida reportagem foi efetuada mediante pagamento ou retribuição similar (não constando da acusação a referência à existência de indícios da desse pagamento). E, nessa medida, deve ser considerado procedente o argumento aduzido pela defesa, decidindo-se o arquivamento do processo, em razão de não ser possível subsumir a transmissão da referida peça no âmbito da publicidade televisiva, nos termos do disposto no artigo 2.º, alínea r), da LTSAP, por não se comprovar o preenchimento daquele requisito. Pelo que não terá lugar a audição das testemunhas indicadas pela defesa.

VII. Decisão

Pelo exposto, delibera o Conselho Regulador da ERC, ao abrigo das suas atribuições e competências, previstas na alínea ac) do n.º 3 do artigo 24º e 67.º dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, em conjugação com o previsto no artigo 93.º, n.º 2, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, arquivar o processo contraordenacional em curso.

Lisboa, 24 de abril de 2018

O Conselho Regulador,

Sebastião Póvoas

Mário Mesquita

Francisco Azevedo e Silva

Fátima Resende

João Pedro Figueiredo