

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

**Deliberação
5/PUB-TV/2010**

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Tempo reservado à publicidade no serviço de programas SIC,
referente ao mês de Março de 2010 - Artigo 40.º da Lei da Televisão**

Lisboa

20 de Maio de 2010

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação 5/PUB-TV/2010

Assunto: Tempo reservado à publicidade no serviço de programas SIC, referente ao mês de Março de 2010 - Artigo 40.º da Lei da Televisão

I. Processo

1. No âmbito do processo de acompanhamento dos limites de tempo reservado à publicidade pelos serviços de programas televisivos nacionais, nos termos do artigo 40.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho (doravante Lei da Televisão), foi analisado o período de tempo de emissão de publicidade no serviço de programas SIC, referente ao mês de Março de 2010.
2. O referido preceito estabelece que “[o] tempo de emissão destinado às mensagens curtas de publicidade e de televenda, em cada período compreendido entre duas unidades de hora, não pode exceder 10% ou 20%, consoante se trate de serviços de programas televisivos de acesso condicionado ou de serviços de programas televisivos de acesso não condicionado livre ou não condicionado com assinatura”.
3. Para apuramento dessa percentagem, o n.º 2 do identificado artigo determina que devem excluir-se “as mensagens difundidas pelos operadores de televisão relacionadas com os seus próprios programas e produtos acessórios directamente deles derivados, bem como as que digam respeito a serviços públicos ou fins de interesse público e apelos de teor humanitário, transmitidas gratuitamente, assim como a identificação dos patrocínios”.
4. O serviço de programas denominado SIC, disponibilizado pelo operador SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A., é um serviço de programas de

acesso não condicionado livre, pelo que está sujeito à limitação de 20% do tempo de emissão reservado para difusão de mensagens publicitárias.

5. Em resultado da verificação efectuada, de acordo com o previsto na lei, isto é, contemplando as exclusões, foram identificadas 5 situações de ultrapassagem dos limites impostos pelo artigo 40.º da Lei da Televisão, pelo serviço de programas SIC, no mês de Março de 2010, conforme quadro seguinte (quadro 1):

Quadro 1

SIC - Março 2010	Tempo reservado à publicidade	Mens. excl. (aut + pat + prod. oper + camp. grat.*)	Mensagens de Pub. Com.
11/03/2010			
22:00:00 - 23:00:00	00:22:36	00:06:10	00:16:26
18/03/2010			
22:00:00 - 23:00:00	00:25:31	00:02:58	00:22:33
30/03/2010			
22:00:00 - 23:00:00	00:14:37	00:02:17	00:12:20
31/03/2010			
14:00:00 - 15:00:00	00:13:36	00:01:21	00:12:15
22:00:00 - 23:00:00	00:14:47	00:02:35	00:12:12

II. Análise

6. Nos termos da alínea b) do n.º 3 do artigo 24.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, compete a esta Entidade “[f]azer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos publicitários, nas matérias cuja competência não se encontre legalmente conferida ao Instituto do Consumidor e à Comissão de Aplicação de Coimas em Matéria Económica e de Publicidade ou a quaisquer outras entidades previstas no regime jurídico da publicidade.”
7. Assim, no exercício da identificada competência, foram solicitados esclarecimentos quanto às situações assinaladas, tendo o operador oferecido os seguintes comentários:

- Quanto à situação ocorrida a 11 de Março, na faixa horária das 22h às 23h, esclareceu que o excesso de 5m04s foi motivado pelo prolongamento da transmissão em directo do jogo de futebol da Liga Europa “Benfica vs Marselha”, que provocou o resvalo dos últimos *spots* comerciais da faixa das 21h para a das 22h;
- Relativamente à situação registada a 18 de Março, no período entre as 22h e as 23h, o operador comunicou que o excesso de 10m33 ficou a dever-se ao prolongamento da transmissão em directo do jogo de futebol da Liga Europa “Sporting vs Atlético”, cujas “especificidades obrigaram” a que parte do bloco publicitário das 21h tivesse sido emitida na faixa horária das 22h;
- Por último, quanto às ocorrências registadas a 30 de Março, no bloco horário das 22h às 23h, e no dia 31 de Março, nos blocos horários das 14h às 15h e no das 22h às 23h, o operador informa que nestes blocos horários deverão ser retirados os *spots*, de 24s, referentes ao passatempo McDonald’s.

8. Nenhuma das situações descritas é passível de enquadramento à luz do n.º 2 do artigo 40º da Lei da Televisão, não colhendo a argumentação transcrita.

- Relativamente à situação verificada a 11 de Fevereiro apurou-se que a duração do jogo “Benfica vs Marselha” foi de 98m, com início pelas 20h02m e final pelas 21h55m. Pela análise do jogo verificou-se que a 1ª parte teve um período de compensação de 1m e a 2ª parte de 2m, sendo os restantes 5m excedentes ocupados por entradas em campo e cumprimentos entre as equipas.

Tendo em conta a previsibilidade de tais transmissões conterem períodos de compensação, e tendo também presente que foi incluído no break um período de 6m 10s de autopromoções e outras mensagens abrangidas pela excepção consagrada no n.º 2 do artigo 40.º da Lei, não se tem por justificado o excesso de 4m26s ocorrido. Verifica-se ainda que o total de excesso resultante da análise ERC (4m26s) e da justificação apresentada

pelo operador (5m04s) não são coincidentes, não sendo possível identificar a razão do diferencial (38s).

- Quanto à situação descrita no dia 18 de Março, tendo em conta que a hora de início do evento foi cumprida (20h00m) e que o jogo teve um período de descontos de 3m em cada parte, e tendo também presente que foi incluído no break um período de 2m 58s de autopromoções e outras mensagens abrangidas pela excepção consagrada no n.º 2 do artigo 40.º da Lei, não se tem por justificado o excesso de 10m33s ocorrido.
- No que concerne aos desvios registados nos dias 30 e 31 de Março, a desconformidade resultou da não contabilização, pelo operador, do *spot* referente ao passatempo McDonald's, por, alegadamente, se tratar de uma promoção de conteúdos de um programa "Auditores da Qualidade" a emitir brevemente e, por conseguinte, excluído do cálculo do tempo reservado à publicidade, ao abrigo do n.º 2 do artigo 40.º.

Dado subsistirem dúvida quanto à qualificação do *spot* como autopromoção, foi efectuada a análise de conteúdo do mesmo, verificando-se que:

- a) o *spot* é integralmente baseado no processo de qualidade da McDonald's, criando apelos ao consumo com base na qualidade da marca, tais como "venha com a SIC verificar o rigor com que se fazem os hambúrgueres McDonald's"
- b) durante todo o *spot* não é feita qualquer alusão ao facto de o convite feito ao telespectador, pela SIC e McDonald's, para comprovar a qualidade dos hambúrgueres, vir a constituir matéria para um programa do serviço de programas SIC;
- c) o convite promovido no final do *spot* é para a inscrição no site www.auditoresdaqualidade.com. Pela análise do site verifica-se que este é propriedade da McDonald's;
- d) regista-se ainda que todo site é sobre a política de qualidade da McDonald's, ali se incluindo um apelo ao público para a participação

num concurso de forma a que este possa comprovar o rigor dos critérios de “qualidade” utilizados na certificação dos produtos McDonald’s.

Nos termos do número 1 do artigo 3.º do Código da Publicidade, a publicidade é definida como “qualquer forma de comunicação feita por entidade de natureza pública ou privada, no âmbito de uma actividade comercial (...), com o objectivo directo ou indirecto de: a) Promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços (...)”.

No *spot* em causa é inequívoca e expressa a promoção dos produtos McDonald’s, cujas qualidades são sobejamente enfatizadas, propondo-se mesmo a sua comprovação pelo próprio espectador. Nada do teor do referido anúncio indicia a existência de um alegado concurso ou conteúdo “patrocinado” por aquela empresa, conforme sustentado pelo operador.

Assim, a mensagem do *spot* não poderá deixar de ser considerada como promocional à McDonald’s, o que, tendo presente a definição constante do artigo 3.º do Código da Publicidade, qualifica tal comunicação como publicidade.

Ante o exposto, o anúncio em causa é considerado publicidade e, por conseguinte, contabilizado para efeitos de aplicação do artigo 40.º da Lei da Televisão, não havendo no seu teor, ou mesmo no próprio *site* para o qual o espectador é remetido, qualquer indicação que refute tal afirmação.

Pelo descrito, considera-se que o *spot* do passatempo McDonald’s não está abrangido pelas exclusões do n.º 2 do artigo 40.º da Lei da Televisão, o que resulta em excessos de 20s (na faixa horária das 22h às 23h), no dia 30 de Março e de 15s (na faixa horária das 14h às 15h) e 12s (na faixa horária das 22h às 23h), no dia 31 de Março.

9. Face à apreciação das justificações apresentadas pelo operador, existem cinco ocorrências que configuram um incumprimento efectivo dos limites de tempo reservado à publicidade, previsto no n.º 1 do artigo 40º da Lei da Televisão, no mês de Março de 2010.

10. Prevê a alínea a) do n.º 1 do artigo 76.º da Lei da Televisão que a inobservância do previsto no artigo 40.º constitui contra-ordenação grave, punível com coima de 20.000 euros a 150.000 euros, cabendo à ERC, nos termos do n.º 2 do artigo 93.º do mesmo diploma, a instrução dos processos de contra-ordenação aí previstos.

III. Deliberação

Tendo analisado o cumprimento dos limites de tempo reservado à publicidade pelo serviço de programas SIC, referente ao mês de Março de 2010, o Conselho Regulador da ERC delibera, ao abrigo do artigo 93º, n.º 1 e 2, da Lei da Televisão e do artigo 24º, n.º 3, alínea b) dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, instaurar procedimento contraordenacional contra o operador SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A., ao abrigo do disposto nos artigos 40.º, n.º 1, e 76.º, n.º 1, alínea a), da Lei da Televisão, com fundamento no desrespeito dos mesmos, nos casos ocorridos em 11, 18, 30 e 31 de Março de 2010, identificados no Quadro 1.

Lisboa, 20 de Maio de 2010

O Conselho Regulador

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