

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



**Deliberação
1/PUB-I/2009**

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Queixa de Ana Borges contra a revista “Focus”

Lisboa

18 de Março de 2009

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação 1/PUB-I/2009

Assunto: Queixa de Ana Borges contra a revista “Focus”

I. Identificação das Partes

Ana Borges, como Queixosa, e a revista “Focus”, como Denunciada.

II. Objecto da queixa

1. Em 23 de Janeiro de 2009, deu entrada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) uma queixa apresentada por Ana Borges contra a revista “Focus”.
2. De acordo com a Queixosa, aquela revista «há muito que dedica duas páginas inteiras do seu destacável “TV etc” a destinos de viagens», fazendo acompanhar tais sugestões dos preços apresentados por uma agência: a “Quatro Estações”.
3. Alega ainda que “consultando o endereço da Internet do grupo editorial que publica a revista: <http://impala.pt> constata-se que essa mesma agência de viagens faz parte do universo de outras empresas do mesmo grupo”.
4. Face ao exposto, questiona a Queixosa se não se está perante uma situação de abuso jornalístico, em que a revista é utilizada para fazer “publicidade encapotada” à referida agência de viagens, perguntando ainda se tais artigos não deveriam incluir propostas de outras agências.

III. Factos apurados

5. Na edição n.º 586, referente à semana de 4 a 10 de Fevereiro de 2009, da revista “Focus” foi incluído, nas páginas centrais, um destacável sob o título “TV ETC.”
6. Tal destacável, devidamente identificado como tal, incluía ainda, no canto superior esquerdo, o símbolo da revista “Focus”.
7. Analisando o mesmo, verifica-se que a primeira página é dedicada ao musical “Os Produtores”, espectáculo em cena no Teatro Tivoli, a partir de 6 de Fevereiro.
8. A página seguinte, sob o título “Esta semana”, identifica os artigos principais a apresentar ao longo do destacável, entre os quais se inclui “Viagens / Carnal 2009”, remetendo para a página 78.
9. Analisando a página 78 verifica-se que no cabeçalho há as seguinte referência: “Viagem / Rio de Janeiro / Compostela / Ilha do Sal”.
10. Mais abaixo, em letras maiúsculas e a negrito, pode ler-se: “Sugestões para o Carnaval”, título que é acompanhado da seguinte nota: “A vida são dois dias e o Carnaval três, por isso aproveite-os da melhor maneira... a FOCUS sugere três destinos onde pode celebrar em grande”.
11. A revista dedica a página 78 a 80 ao Rio de Janeiro, destacando os pontos mais atractivos da cidade, ao mesmo tempo que publica fotografias relacionadas com os desfiles de Carnaval, bem como uma outra da própria cidade.
12. A meio da página 79 foi incluído um rectângulo com a seguinte informação: “Contactos úteis// Agência de Viagens// Quatro Estações// site: www.quatroestacoes.pt // Telefones: 217144542/ 217154230/217154300”.

13. Na página 80, por baixo de uma fotografia de um desfile, foi incluída a seguinte nota: “RIO DE JANEIRO/ Partida a 20 de Fevereiro de 2009. // Preço por pessoa em duplo: € 2128. // Inclui passagem aérea ida/volta (TAP), oito noites no Hotel Astoria Palace em regime de pequeno-almoço, transfer ida/volta, seguro obrigatório, taxas de aeroporto, segurança e combustíveis”.
14. Por sua vez, a página 81 está dividida em dois rectângulos, um dedicado à Ilha do Sal, e outro a Santiago de Compostela, os quais incluem um resumo sobre os pontos atractivos de ambos os destinos, sendo ainda acompanhados das referências indicadas no ponto 13: data da partida, “preço por pessoa em duplo”, o qual incluirá a passagem aérea de ida e volta na companhia aérea ali identificada, número de noites e hotel proposto.
15. No que se refere aos textos sobre o Rio de Janeiro e a Ilha do Sal, os mesmos incluem ainda uma descrição de cada hotel: “ E junto ao calçadão de Copacabana está o Hotel Astoria Palace, com acomodações modernas, piscina no terraço, banheira de hidromassagem, sauna e ginásio. Para além disso servem um excelente pequeno-almoço” e “o hotel Belorizonte, composto por 173 *bungalows* e outros 60 quartos, oferece uma atmosfera agradável para relaxar e ainda uma variedade de serviços como aulas de mergulho, pesca desportiva, campo de ténis, *jacuzzi*, dois restaurantes com vista para o mar e bares.”
16. Na última página do artigo, em rodapé, vem a indicação: “Texto: Catarina Cabral”.

IV. Defesa da Denunciada

17. Por ofício datado de 30 de Janeiro de 2009 foi a Denunciada notificada do conteúdo da queixa, bem como do direito a apresentar oposição à mesma, ao abrigo do

disposto do artigo 53º, n.º 5, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro (doravante, EstERC).

18. Em 10 de Fevereiro de 2009, a Denunciada prestou os seguintes esclarecimentos:

- a) Os artigos publicados não podem ser considerados publicidade, mas antes sugestões editoriais;
- b) “A mensagem que resulta do enquadramento do texto, fotos e grafismo em geral, permite concluir que a indicação teve lugar por intervenção de Agência de viagens, aproveitando-se o seu conhecimento sobre esse destino e o interesse do mesmo para os leitores em geral”;
- c) O artigo publicado enquadra-se no direito de informar conferido à Denunciada, limitando-se esta a apresentar locais com diferentes realidades sociais relacionados com o Carnaval;
- d) “A referência a uma agência de viagens, sob a designação de “contactos úteis” permite o acesso a um contacto que pode indicar os locais mais visitados nesta época de Carnaval e os festejos em cada um deles”, não se anunciando a venda de qualquer viagem através da agência;
- e) Trata-se de uma prática frequentemente utilizada nas publicações periódicas, as quais disponibilizam tais informações em destacáveis.

V. Normas aplicáveis

19. O artigo 3º da Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro (Lei de Imprensa – doravante, LI), determina que “a liberdade de imprensa tem como únicos limites os que decorrem da Constituição e da lei, de forma a salvaguardar o rigor e a objectividade da

informação, a garantir os direitos ao bom nome, à reserva da intimidade da vida privada, à imagem e à palavra dos cidadãos e a defender o interesse público e a ordem democrática.”

- 20.** O artigo 28º, n.º 2, da LI estabelece que “toda a publicidade redigida ou a publicidade gráfica, que como tal não seja imediatamente identificável, deve ser identificada através da palavra «Publicidade» ou das letras «PUB», em caixa alta, no início do anúncio, contendo ainda, quando tal não for evidente, o nome do anunciante.”
- 21.** Prescreve o artigo 3º, nº 1, alíneas a) e b), do Estatuto do Jornalista, constante da Lei nº 64/2007, de 5 de Novembro, que o exercício da profissão de jornalista “é incompatível” com “funções de angariação, concepção ou apresentação (...) de mensagens publicitárias”, assim como “de marketing, relações públicas, assessoria de imprensa e consultoria em comunicação ou imagem, bem como de planificação, orientação e execução de estratégias comerciais”.
- 22.** De acordo com o artigo 7º, alínea d), dos EstERC, constitui atribuição da ERC “assegurar que a informação fornecida pelos prestadores de serviços de natureza editorial se pauta por critérios de exigência e rigor jornalísticos, efectivando a responsabilidade editorial perante o público em geral dos que se encontram sujeitos à sua jurisdição, caso se mostrem violados os princípios e regras legais aplicáveis”.
- 23.** Por sua vez, o artigo 8º, alínea d), dos EstERC refere que é atribuição da ERC, no domínio da comunicação social, “garantir o respeito pelos direitos, liberdades e garantias”.
- 24.** Finalmente, o artigo 24º, n.º 3, alínea a), dos EstERC confere ao Conselho Regulador competência para, no exercício de funções de regulação e supervisão, “fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos difundidos pelas

entidades que prosseguem actividades de comunicação social, designadamente em matéria de rigor informativo e de protecção dos direitos, liberdades e garantias pessoais”.

VI. Análise

- 25.** Enquanto a Queixosa questiona se será legal a referência a uma única agência – Quatro Estações - nas sugestões de viagens que a revista inclui, esta contrapõe afirmando que o artigo em causa não constitui qualquer tipo de “actividade publicitária”, incluindo-se antes “no âmbito do direito de informar, sob a forma de períodos de lazer e de locais para contacto com diferentes realidades sociais e de tradição nos festejos de Carnaval”.
- 26.** Conforme anteriormente referido, o destacável faz parte integrante da revista “Focus”, facto facilmente identificável uma vez que, na primeira página do mesmo, está o símbolo da revista. Acresce que o destacável se encontra agrafado à revista.
- 27.** Nos termos do artigo 9º, n.º 1, da LI, “integram o conceito de imprensa, para efeitos da presente lei, todas as reproduções impressas de textos ou imagens disponíveis ao público, quaisquer que sejam os processos de impressão e reprodução e o modo de distribuição utilizado”.
- 28.** Insere-se, pois, o destacável em apreço nesta previsão, devendo as peças nele incluídas ser apreciadas à luz deste diploma legal.
- 29.** Alega a Denunciada que “a mensagem que resulta do enquadramento do texto, fotos e grafismo em geral, permite concluir que a indicação teve lugar por intervenção da Agência de viagens”.

- 30.** Ora, a alegada “intervenção da Agência de viagens” não desresponsabiliza a revista dos conteúdos publicados num suplemento que é parte integrante da publicação.
- 31.** De resto, e se dúvidas houvesse, sempre seria de reconhecer que releva da competência do Director das publicações periódicas, e só dele, a determinação dos respectivos conteúdos - artigo 20º, nº 1, a), da LI.
- 32.** No que se refere ao argumento de que tais artigos “não constituem actividade de publicidade”, cumpre aqui referir que, nos termos do disposto no artigo 3º, n.º 1, alínea a), do Código da Publicidade (doravante, CP), entende-se por publicidade “qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objectivo directo ou indirecto de promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços”.
- 33.** O texto em causa propõe três destinos diferentes de férias, anunciando o preço total da viagem, e, em dois dos casos, as qualidades dos hotéis sugeridos. Insere, ainda, sobre uma fotografia da cidade do Rio de Janeiro, uma caixa com o título “Contactos úteis” onde surgem o nome, o logótipo e os contactos de uma determinada agência de viagens.
- 34.** Trata-se de uma situação que se encaixa no âmbito da previsão do artigo 3º, n.º 1, do Código da Publicidade. Como publicidade que, de facto, é, e ao contrário do alegado pela Denunciada, a mesma deveria obedecer ao disposto no artigo 28º, n.º 2, da Lei de Imprensa.
- 35.** Acresce que o facto de, como refere a participante, a agência de viagens publicitada fazer parte do grupo em que se insere a presente revista (Grupo Impala – www.impala.pt) não exonera a Denunciada do cumprimento da Lei, antes exigiria maior transparência para com os leitores.

36. O Conselho Regulador teve já oportunidade, na Deliberação 1/PUB-I/2008, de 31 de Janeiro de 2008, de se pronunciar sobre “práticas publicitárias susceptíveis de configurarem lesões de normativos legais e deontológicos que regem a actividade jornalística”. E em 14 de Janeiro de 2009 adoptou um projecto de Directiva sobre **Publicidade em Publicações Periódicas**, no qual defende que os suplementos distribuídos conjuntamente com uma publicação devem possuir ficha técnica e os seus conteúdos publicitários ser devidamente identificados, em respeito, aliás, pela Lei de Imprensa.

37. Do exposto, conclui-se, pois, que o texto em análise violou o artigo 28º, n.º 2, da Lei de Imprensa.

VII. Deliberação

Tendo apreciado uma queixa de Ana Borges contra a revista “Focus”, por a mesma, no destacável “TV ETC.”, incluir uma peça contendo publicidade não identificada a uma determinada agência de viagens, o Conselho Regulador delibera, ao abrigo do disposto nos artigos 7º, alínea d), 8º, alínea d), e 24º, n.º 3, alínea b), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 08 de Novembro:

1. Considerar que o artigo em causa contém referências de natureza publicitária, sujeitando-se, por isso, ao cumprimento do artigo 28º, n.º 2, da Lei de Imprensa;
2. Instaurar, em consequência, procedimento contra-ordenacional contra a revista “Focus” por violação do artigo 28º, n.º 2, da Lei de Imprensa.

Lisboa, 18 de Março de 2009

O Conselho Regulador,

José Alberto de Azeredo Lopes
Elísio Cabral de Oliveira
Luís Gonçalves da Silva
Maria Estrela Serrano
Rui Assis Ferreira