



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Deliberação

ERC/2021/175 (PUB-NET)

Processo de averiguações referente à análise do cumprimento do princípio da identificabilidade da publicidade nos vídeos sob o tema “Cartografia de Talento” que integram o separador “OBS LAB” disponibilizados em www.observador.pt

Lisboa
1 de junho de 2021

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação ERC/2021/175 (PUB-NET)

Assunto: Processo de averiguações referente à análise do cumprimento do princípio da identificabilidade da publicidade nos vídeos sob o tema “Cartografia de Talento” que integram o separador “OBS LAB” disponibilizados em www.observador.pt

I - Introdução

Na sequência da participação contra a publicação periódica OBSERVADOR relativa à série “Cartografia do Talento” e do Relatório n.º 8/DJ/JPD/2018/REL, por deliberação do Conselho Regulador, de 11 de julho de 2018, foi determinada a abertura do procedimento de averiguações.

II – Dos Factos

A publicação periódica Observador está inscrita na Entidade Reguladora para a Comunicação Social sob o n.º126302, tem como proprietário a sociedade comercial, Observador on Time, S.A., é de âmbito nacional, tem suporte *online* (www.observador.pt), periodicidade diária e o conteúdo é de informação geral.

Na publicação periódica Observador foram publicados vídeos referentes à campanha “CGD apoia o talento”, nomeadamente:

- a) A mota não o larga desde os 8 anos de 09/01/2018 - «O Diogo recebeu a primeira mota ainda criança e aos 10 anos participou na sua primeira prova. Hoje é piloto de enduro e já foi campeão nacional da modalidade, em 2017» *in* <https://observador.pt/programas/obs-lab/a-mota-nao-o-larga-desde-os-8-anos/>¹;
- b) Apaixonou-se pela profissão e partilha com todos de 16/01/2018 - «Bárbara é nutricionista e, com apenas 23 anos, já se aventurou num estágio na ONU, em

¹ <https://www.youtube.com/watch?v=uS02MQgPfsI>

- voluntariados na Filipinas e Moçambique, sempre ligados a boas práticas da alimentação» *in* <https://observador.pt/programas/obs-lab/apaixonou-se-pela-profissao-e-partilha-com-todos/>;
- c) Pedala desde os 2 anos e aos 15 já chegou ao pódio de 23/01/2018 - «O Gonçalo começou a andar de bicicleta aos 2 anos e aos 4 participou em provas de Downhill. Já foi campeão nacional e hoje, com 15 anos, é atleta federado e participa em provas internacionais» *in* <https://observador.pt/programas/obs-lab/pedala-desde-os-2-anos-e-aos-15-ja-chegou-o-podio/>²;
- d) Este vinho é feito com muita dança de 30/01/2018 - «O Tomás dedica-se à quinta da família e reinventou a arte de fazer vinho. Tornou o simples pisar de uva em dança. Além do trabalho é DJ. Ele e um amigo formaram a dupla Fat & Slim» *in* <https://observador.pt/programas/obs-lab/este-vinho-e-feito-com-muita-danca/>³
- e) A neurociência ao serviço do consumidor de 14/02/2018 - «Enquanto criativo não posso criar coisas para as pessoas sem saber como funcionam», foi com esta premissa que o Francisco voltou a estudar, desta vez uma pós graduação em Neurociência» *in* <https://observador.pt/programas/obs-lab/a-neurociencia-ao-servico-do-consumidor/>⁴

Verificamos que na página <https://observador.pt/programas/obs-lab/>, do lado esquerdo de cada vídeo, da «cartografia do talento» é visível:

1. Observador Lab
2. Conteúdo patrocinado por 

² <https://www.youtube.com/watch?v=EiUcbsHvSrg>

³ <https://www.facebook.com/ObservadorOnTime/videos/996348370529837>

⁴ https://www.youtube.com/watch?v=m_97toUS2GE

PROGRAMAS /
OBSERVADOR LAB

Seguir

Siga o programa Observador Lab e receba um alerta assim que um novo episódio é publicado.

Observador Lab
Texto

Conteúdo patrocinado por

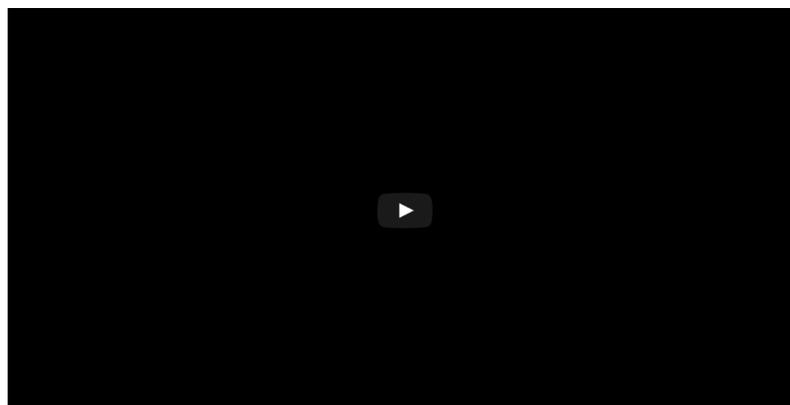


14 fev 2018, 12:26

f t in e w

A neurociência ao serviço do consumidor

“Enquanto criativo não posso criar coisas para as pessoas sem saber como funcionam”, foi com esta premissa que o Francisco voltou a estudar, desta vez uma pós graduação em Neurociência.



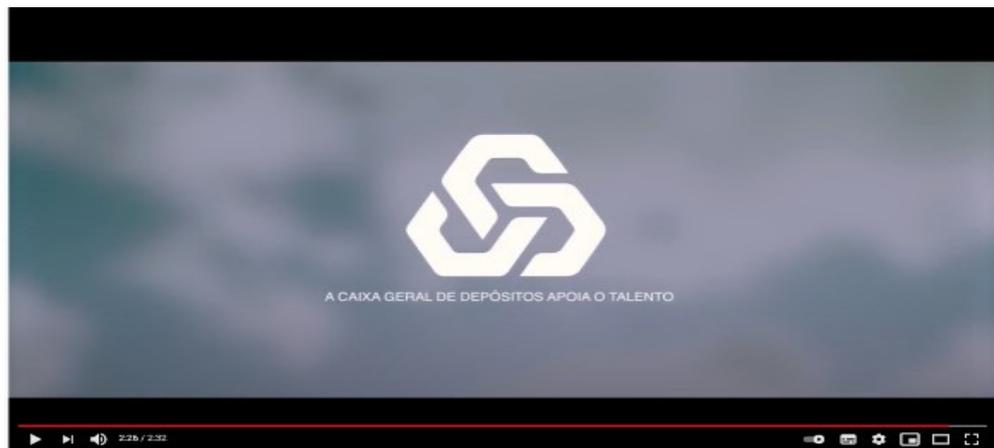
Ainda na publicação eletrónica OBSERVADOR, encontramos o seguinte: «Observador Lab é a marca que representa a área de Branded Content do Observador. Com o intuito de dar voz às marcas de forma exímia e diferenciadora no mercado, o Observador Lab trabalha as marcas através de diferentes formatos que se traduzem em artigos, vídeos, webinars, conferências, infografias, entre outros. Fazendo jus ao compromisso de rigor e qualidade que tem vindo a pautar o projeto Observador, o Observador Lab será o palco perfeito para as marcas contarem a sua história de forma mais completa e indelével, fazendo chegar o melhor do seu conteúdo aos leitores» In <https://observador.pt/perfil/obslab/>.

Verifica-se ainda que todos os vídeos supra discriminados referem:

1. OBSERVADORLAB durante todo o vídeo, no seu canto superior direito.
2. No início do vídeo: «Cartografia do Talento com o apoio da Caixa Geral de Depósitos».



3. No final do vídeo: «A Caixa Geral de Depósitos apoia o Talento»



Cada vídeo tem uma temática diferente, através de um depoimento/relato/entrevista, nos quais verbalmente nunca é referida a marca CGD ou qualquer serviço desta, apenas referindo a CGD no início e no fim.

Acresce, ainda, que em nenhum dos vídeos é colocada a palavra “publicidade ou as letras “PUB”.

III – Do Direito

Ao abrigo do princípio da identificabilidade previsto no artigo 8.º do Código da Publicidade, «[a] publicidade tem de ser inequivocamente identificada como tal, qualquer que seja o meio de difusão utilizado».

O artigo 28.º, n.º 2 da Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, alterada pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, determina que «[t]oda a publicidade redigida ou a publicidade gráfica, que como tal não seja imediatamente identificável, deve ser identificada através da palavra «Publicidade» ou das letras «PUB», em caixa alta, no início do anúncio, contendo, ainda, quando tal não for evidente, o nome do anunciante». Referindo o n.º 3 do mesmo artigo 28.º «[c]onsidera-se publicidade redigida e publicidade gráfica todo o texto ou imagem cuja inserção tenha sido paga, ainda que sem cumprimento da tabela da publicidade do respetivo periódico».

A Diretiva da ERC 1/2009, de 1 de julho de 2009, «Sobre Publicidade em Publicações Periódicas», «traça algumas linhas orientadoras sobre a identificabilidade da publicidade⁵». De acordo com este documento, «(...) considera-se patrocínio a participação de pessoas singulares ou coletivas, com ressalva das empresas jornalísticas, no financiamento da produção de criações jornalísticas de qualquer género, com vista à promoção do seu nome, marca ou imagem, bem como das suas atividades, bens ou serviços.

De acordo também com a mesma diretiva, no seu n.º 11, «[a]s criações jornalísticas publicadas com o contributo de pessoas singulares ou coletivas estranhas às empresas jornalísticas, com vista à promoção do seu nome, marca ou imagem, bem como das suas atividades, bens ou serviços, devem ser explicitamente identificadas como “patrocínio”, “colaboração”, “apoio”, ou expressão equivalente, e incluir a identificação do patrocinador ou, alternativamente, do bem ou serviço em causa.

E por último, a Diretiva refere ainda no seu n.º 12 que «[a]s menções referidas no número anterior devem ser exteriores aos textos, imagens ou outros elementos gráficos da autoria de jornalistas, não podendo as criações jornalísticas conter quaisquer referências diretas ou indiretas aos patrocinadores ou aos bens e serviços por estes disponibilizados».

Assim sendo, *in casu*, estamos perante um patrocínio da CGD à série «Cartografia do Talento», em conformidade com a definição constante no ponto 10 da Diretiva da ERC 1/2009.

Maria Manuel Bastos e Neuza Lopes⁶ referem quanto ao patrocínio que «desde que não coloque em causa a independência dos jornalistas e/ou a publicação, será, à partida lícito». Ora, os casos visionados e supra identificados da «Cartografia de Talento» com depoimentos/relatos/entrevistas não colocam em causa a independência dos jornalistas ou da publicação periódica e salvaguardam o respeito pelo princípio da identificabilidade da publicidade ao observarem as orientações da ERC constantes dos pontos 11 e 12 da Diretiva 1/2009, de 1 de julho de 2009.

⁵ Maria Manuel Bastos e Neuza Lopes, Comentário à Lei de Imprensa e ao Estatuto do Jornalista, Coimbra Editora, pág. 112.

⁶ Comentário à Lei de Imprensa e ao Estatuto do Jornalista, Coimbra Editora, pág. 115.

IV - Deliberação

Pelo exposto, o Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, no exercício das competências previstas no artigo 24.º, n.º 3, alínea b) e c), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, delibera pelo arquivamento do presente procedimento e pelo seu envio à Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ) para averiguar da eventual qualidade de jornalistas dos autores dos vídeos.

Lisboa, 1 de junho de 2021

O Conselho Regulador,

Sebastião Póvoas

Mário Mesquita

Francisco Azevedo e Silva

Fátima Resende

João Pedro Figueiredo