



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Deliberação

ERC/2022/231 (PUB-NET)

Participação contra a publicação periódica O Setubalense por alegada inserção de publicidade sem identificação em diversas publicações

Lisboa
29 de junho de 2022

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação ERC/2022/231 (PUB-NET)

Assunto: Participação contra a publicação periódica *O Setubalense* por alegada inserção de publicidade sem identificação em diversas publicações

I. Participação

1. Deu entrada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante, ERC), em 4 de dezembro de 2021, uma participação contra as edições de 25 e 26 de novembro de 2021 da publicação periódica *O Setubalense* (doravante, Denunciado), por alegada inserção de publicidade não identificada.

2. Na participação alega-se que o jornal «está a publicar notícias sobre empresas que mais não são do que publicidade.»

3. A participante considera que «nenhuma destas notícias ou entrevistas está com a identificação de «Publicidade» e algumas nem referem que são empresas só aparecem como notícias de Local e com os nomes dos concelhos.»

4. Junta seis ligações para notícias publicadas na edição eletrónica do jornal nas datas acima indicadas.

II. Posição do Denunciado

5. O jornal *O Setubalense* veio apresentar oposição à participação mencionada, em missiva recebida pela ERC, no dia 2 de fevereiro de 2022.

6. Começa por dizer que «não é verdade que os textos em causa sejam publicidade não identificada nem sequer “publireportagens”. São notícias inseridas numa edição especial, cuja temática é específica, de informação da atividade económica e empresarial.»
7. Explica que a edição de 25 de novembro de 2021 «é uma Edição Especial [...], em que o jornal revela e divulga o Ranking das 500 Maiores Empresas do Distrito de Setúbal.»
8. Sustenta que o *ranking* mencionado «é um trabalho sério, honesto e competente, realizado para o jornal O SETUBALENSE pela consultora Iberinform Portugal [...], que o elabora com base na informação oficial das empresas prestada em sede de IES (Informação Empresarial Simplificada).»
9. A este respeito diz ainda que, «ao contrário do que refere a queixa, ao dizer “nem explicam onde foram buscar os dados”, a informação de que o ranking publicado é um trabalho da consultora Iberinform Portugal é dada aos leitores, na referida edição, e com bastante destaque, precisamente para que não subsistam dúvidas».
10. O jornal denunciado considera que «as notícias que publicamos sobre empresas, entre as quais se incluem as referidas na participação, são informação de carácter empresarial, sobre o lugar que as empresas ocupam no ranking, que atividade desenvolvem, como está a correr e o que as diferencia.»
11. Adita que «não se trata de publicidade nem de publireportagens, não só porque o conteúdo não é publicitário – não se centra, nem aprofunda, nos serviços ou produtos, embora os possa referir lateralmente – mas também porque não são conteúdos pagos.»
12. O *Setubalense* vem ainda dizer que, «na edição em causa, além dos referidos na participação, foram publicados muitos outros textos relativos a empresas, entrevistas a

empresários, entre as quais algumas grandes empresas nacionais [...] e até artigos de opinião de empresários».

13. Esclarece que «todos os textos sobre empresas têm em comum serem empresas que figuram no ranking e com atividade na região de Setúbal, independentemente de serem ou não produtoras ou prestadoras diretamente para o distrito.»

14. Sustenta também que «as empresas com que existe uma relação comercial pagam única e exclusivamente pelo valor da publicidade inserida [...], na forma de anúncios devidamente identificados.»

15. O jornal refere que, «nesta edição especial, não só os conteúdos não são pagos como o facto de ser uma edição especial, temática, devidamente assinalada, garante que os leitores não são confundidos.»

16. Por fim, *O Setubalense* defende que, «se a informação sobre a atividade empresarial não pudesse ter dignidade de informação jornalística, o que seria dos jornais especializados, como os jornais económicos, ou das secções sobre economia [...] ou os programas das rádios e televisões, em que se dão notícias das empresas e entrevistas a empresários.»

17. O jornal denunciado junta à oposição cópia dos artigos publicados na edição impressa de 25 de novembro de 2021.

III. **Análise e fundamentação**

18. O jornal *O Setubalense* é uma publicação periódica de periodicidade diária, de suporte papel e eletrónico, de informação geral e de âmbito geográfico regional, registada na ERC sob o número 107 552.

19. Em causa na participação está a inserção de publicidade não identificada em diversas publicações.

20. Importa começar por assinalar que não é admissível a confusão entre conteúdos de natureza editorial e publicitários, por colocar em causa os princípios aplicáveis à publicidade, designadamente aqueles respeitantes à separação e identificabilidade (artigo 8.º do Código da Publicidade¹).

21. No caso em apreço, por se tratar de uma publicação periódica, estabelece a Lei de Imprensa², no seu artigo 28.º, número 2, a obrigatoriedade de a publicidade surgir identificada como tal, tornando perceptível a sua diferenciação relativamente aos conteúdos de natureza informativa: «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.»

22. Como tal, a elaboração e divulgação de conteúdos de natureza publicitária não se pode confundir com a publicação de textos jornalísticos, os quais devem acompanhar obrigações de rigor informativo, assim como a observância de um conjunto de deveres dos jornalistas, destacando-se a demarcação de factos e opiniões, o que se revela incompatível com a utilização de linguagem de cariz promocional ou apelativa.

23. Concomitantemente, o número 1 do *supra* referido artigo 28.º remete para a legislação aplicável em matéria de publicidade. De acordo com o artigo 3.º do Código da Publicidade, entende-se por publicidade «[...] qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma atividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objetivo direto ou indireto de: a) Promover, com vista à sua

¹ Aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, na sua versão atual.

² Lei 2/99, de 13 de janeiro.

comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços; b) Promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições.»

24. Importa ainda mencionar a Diretiva 1/2009, de 1 de julho, da ERC, sobre publicidade em publicações periódicas³, que, no seu ponto 4, dispõe que «[...] é automaticamente considerada identificada a publicidade redigida ou a publicidade gráfica que possua, pelo menos, um dos seguintes elementos: a) Filete de cor ou espessura distintos dos usados em filetes destinados a separar conteúdos editoriais; b) Mancha de cor diferente da usada em conteúdos editoriais; c) Outro separador gráfico distinto dos separadores usados em conteúdos editoriais.»

25. Mais se acrescenta, no ponto 5 da Diretiva, que «a publicidade não identificada com qualquer dos elementos mencionados nas alíneas a), b) e c) do número anterior deve conter a palavra “Publicidade” ou as letras “PUB” grafadas em caixa alta e em corpo de letra legível no início do anúncio, contendo ainda, quando tal não for evidente, o nome do anunciante».

26. Cumpre também referir que a Diretiva acima mencionada define, no seu ponto 8, que se considera publisreportagem «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.»

27. Dispõe ainda, no seu ponto 9, que a publisreportagem «deve ser sempre identificada de forma bem visível».

³ Disponível em

<https://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvIjtzOjM5OjItZWRpYS9kZW50c29lc3RvYmplY3RvX29mZmxpbmUvMTQyMy5wZGYiO3M6NjoidGl0dWxvIjtzOjE1OjIkaXJY3RpdmEtMTlwMDkiO30=/directiva-12009>

28. Ora, no caso em apreço, deverá atentar-se, em primeiro lugar, aos conteúdos da edição impressa de 25 de novembro de 2021 enviados pelo jornal *O Setubalense* em sede de oposição.

29. A primeira página desta edição é constituída pela manchete “Pandemia afetou volume de negócios na região” e pelo pós-título “Especial Ranking das 500 Maiores Empresas do Distrito de Setúbal”.

30. No interior do jornal, cinco páginas são compostas por uma tabela intitulada “Ranking 500 maiores empresas do distrito” e encontram-se sob uma secção denominada “500 maiores empresas do distrito”.

31. Refira-se que, a partir da cópia da edição enviada pelo jornal denunciado a esta Entidade, não foi possível identificar a numeração das referidas páginas.

32. Nestas mesmas páginas também não consta qualquer indicação sobre a fonte de informação dos dados constantes da tabela.

33. Na página 10 desta edição pode ver-se, no canto superior esquerdo, um filete de cor com a referência “Especial”.

34. As catorze páginas seguintes (não numeradas na cópia enviada) encontram-se sob a secção “500 maiores empresas do distrito” e incluem notícias, entrevistas e artigos de opinião de representantes de empresas da região de Setúbal.

35. É também na página 10, no segundo parágrafo da notícia, que se refere que o *ranking* em causa foi elaborado pela Iberinform Portugal.

36. Considera-se que, no caso da edição impressa ora em análise, as peças jornalísticas com referências a empresas, bens e serviços têm correspondência com o critério editorial enunciado pelo jornal, partindo de uma ordenação de empresas da região elaborada por uma entidade externa ao jornal.

37. Para além disso, todas as peças se encontram sob uma secção devidamente identificada (“500 maiores empresas do distrito”), sinalizada como “Especial”, e que fornece ao leitor de forma manifesta a informação necessária para enquadrar os textos aí publicados.

38. Importa igualmente atentar aos conteúdos publicados na edição eletrónica do jornal e que foram indicados na participação. Veja-se:

- i. «Centesol: A paixão pela conquista de novos mercados e desafios», edição eletrónica de 25 de novembro de 2021⁴;
- ii. «Jorge Gama: “A meta da Global Brands Solutions para os próximos três anos é a diversificação”», edição eletrónica de 25 de novembro de 2021⁵;
- iii. «Mundimat: Consolidar no presente para elevar fasquias no futuro», edição eletrónica de 25 de novembro de 2021⁶;
- iv. «Miguel Ribeiro: “Os nossos planos passam pela ampliação das instalações da Pinopine para melhoria da eficiência”», edição eletrónica de 26 de novembro de 2021⁷;
- v. «Basil Car Center: Resultados operacionais a crescer mesmo em tempo de pandemia», edição eletrónica de 26 de novembro de 2021⁸;

⁴ Disponível em: <https://osetubalense.com/local/seixal/2021/11/25/centesol-a-paixao-pela-conquista-de-novos-mercados-e-desafios/>

⁵ Disponível em: <https://osetubalense.com/local/seixal/2021/11/25/jorge-gama-a-meta-da-global-brands-solutions-para-os-proximos-tres-anos-e-a-diversificacao/>

⁶ Disponível em: <https://osetubalense.com/local/palmela/2021/11/25/mundimat-consolidar-no-presente-para-elevar-fasquias-no-futuro/>

⁷ Disponível em: <https://osetubalense.com/local/alcacer-do-sal/2021/11/26/miguel-ribeiro-os-nossos-planos-passam-pela-ampliacao-das-instalacoes-da-pinopine-para-melhoria-da-eficiencia/>

⁸ Disponível em: <https://osetubalense.com/local/setubal/2021/11/26/basil-car-center-resultados-operacionais-a-crescer-mesmo-em-tempo-de-pandemia/>

vi. «Jaime Almeida “Estamos satisfeitos, mas não surpreendidos porque o crescimento do Stand Jasma tem sido progressivo”», edição eletrónica de 26 de novembro de 2021⁹.

39. A análise permitiu verificar que as peças acima identificadas correspondem a um subconjunto dos conteúdos também publicados na edição impressa.

40. Por outro lado, verifica-se que todas as seis peças publicadas na edição eletrónica referem que as empresas noticiadas compõem o *ranking* das 500 maiores empresas do distrito de Setúbal, pese embora não se identifique a entidade que elabora a referida listagem, o que não cumpre o dever de identificação das fontes de informação, previsto na alínea f) do número 1 do artigo 14.º do Estatuto do Jornalista¹⁰ e pelo artigo 3.º da Lei de Imprensa.

41. Observa-se ainda que o *ranking* publicado na edição impressa não é publicado na edição eletrónica.

42. Por fim, foi também possível verificar que, ao contrário do que acontece na edição impressa, a edição eletrónica não publica as peças jornalísticas controvertidas numa secção especial, encontrando-se outrossim sob as secções “Local” e “Empresas”.

43. É bem sabido que as características das edições eletrónicas se distinguem dos formatos tradicionais das publicações impressas, nomeadamente devido à fluidez da organização dos conteúdos digitais.

44. Não obstante, no caso em apreço, estaria ao alcance do jornal *O Setubalense* publicar os textos controvertidos na sua edição eletrónica sob uma secção cuja

⁹ Disponível em: <https://osetubalense.com/local/seixal/2021/11/26/jaime-almeida-estamos-satisfeitos-mas-nao-surpreendidos-porque-o-crescimento-do-stand-jasma-tem-sido-progressivo/>

¹⁰ Lei n.º 1/99, de 1 de janeiro, na sua versão atual.

denominação remetesse imediatamente e de forma evidente o leitor para o enquadramento da matéria noticiada, tal como o fez na sua edição impressa.

IV. Deliberação

Apreciada uma participação contra as edições de 25 e 26 de novembro de 2021 da publicação periódica *O Setubalense*, o Conselho Regulador, no exercício das atribuições e competências de regulação constantes, respetivamente, na alínea b) do artigo 6.º, nas alíneas a), c) e j) do artigo 8.º, e nas alíneas a) e b) do número 3 do artigo 24.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, delibera:

1. Sensibilizar o jornal *O Setubalense* para a necessidade de identificar de forma clara e perceptível, na sua edição eletrónica, as secções especiais, à semelhança do que fez na sua edição impressa.

Lisboa, 29 de junho de 2022

O Conselho Regulador,

Sebastião Póvoas

Francisco Azevedo e Silva

Fátima Resende

João Pedro Figueiredo