

Reunião com directores de jornais

ERC prepara directiva sobre inserção de publicidade na imprensa

“Auscultar a opinião dos directores de jornais, estimular a reflexão e recolher contributos para a elaboração de uma directiva clarificadora”, foram os principais objectivos da ERC ao promover, esta terça-feira, uma reunião com os directores de jornais sobre a inserção de publicidade na imprensa.

Na reunião, em que estiveram presentes uma dezena de directores editoriais e directores comerciais de algumas das mais importantes publicações portuguesas, foi apresentado e discutido um estudo desenvolvido pela ERC sobre inserção de publicidade em publicações periódicas, em que é feito um levantamento dos vários tipos de abordagem publicitária detectados.

O estudo define várias tipologias de géneros publicitários e tipifica cada uma delas do ponto de vista conceptual e do ponto de vista legal. Após a sua apresentação, foram recordadas algumas regras e normas em vigor e identificadas várias práticas, que foram abertamente discutidas com os representantes dos órgãos de comunicação social convidados. Em causa estão, por exemplo, interpretações diferentes de publicação para publicação de noções como o princípio da identificabilidade e da separação entre conteúdos publicitários e conteúdos editoriais.

Esta iniciativa da ERC surgiu na sequência de uma deliberação do Conselho Regulador, tornada pública em Janeiro de 2008, sobre “Práticas publicitárias em publicações periódicas”, em que chamava a atenção dos directores de jornais para a constatação da “existência de práticas publicitárias susceptíveis de configurarem lesão de normativos legais e deontológicos que regem a actividade jornalística”.

Como muitas dessas práticas então detectadas “se mantêm”, e como “não raras vezes se torna difícil perceber onde começam e acabam os conteúdos jornalísticos e os conteúdos publicitários ou promocionais, tal a profusão de géneros e formatos que caracterizam hoje a publicidade nas publicações periódicas”, a ERC entendeu dever elaborar uma directiva sobre este assunto, processo no âmbito do qual promoveu esta reunião de trabalho com os directores de jornais, a qual se segue a outras com as associações do sector e as agências de publicidade.

Estrela Serrano, membro do Conselho Regulador da ERC e autora do estudo, vinca que “não está em causa a publicidade e as importantes funções que desempenha, mas o enquadramento legal, ético e deontológico da sua inserção em publicações jornalísticas”.

A ERC vai continuar a promover este tipo de encontros, alargados a outros meios de comunicação social sujeitos a regulação.

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social, criada pela Lei 53/2005, de 8 de Novembro, é a entidade responsável pela regulação e supervisão de todas as entidades que prossigam actividades de comunicação social em Portugal. Com natureza jurídica de pessoa colectiva de direito público, dotada de autonomia administrativa e financeira e de património próprio, é uma entidade administrativa independente. A estrutura orgânica da ERC compreende um Conselho Regulador, uma Direcção Executiva, um Conselho Consultivo e um Fiscal Único. O Conselho Regulador é o órgão colegial responsável pela definição e implementação da actividade reguladora da ERC.

Lisboa, 5 de Novembro de 2008