

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



**Deliberação
10/PUB-TV/2008**

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Patrocínio dos programas “Frente a Frente” e “Expresso da Meia-
Noite”**

Lisboa

28 de Outubro de 2008

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação 10/PUB-TV/2008

Assunto: Patrocínio dos programas “Frente a Frente” e “Expresso da Meia-Noite”

1. Factos

1. No âmbito das competências de fiscalização previstas no nº 2 do artigo 40º do Código da Publicidade e alínea b) do nº 3 do artigo 24º dos Estatutos da ERC, procedeu-se à análise da programação dos serviços de programas SIC Notícias e RTPN, tendo por objectivo a monitorização do cumprimento do disposto no nº 3 do artigo 24º do Código da Publicidade, que determina que «os teletornais e os programas televisivos de informação política não podem ser patrocinados».

2. Em resultado dessa análise, **no período de 1 a 27 de Julho de 2008**, apurou-se o seguinte:

2.1. No serviço de programas RTPN não foram identificados conteúdos patrocinados, inseridos na tipologia da pesquisa.

2.2. No serviço de programas SIC Notícias verificou-se a inserção de patrocínios nos programas “Frente a Frente” e “Expresso da Meia-Noite”. Em concreto:

a) No programa “Frente a Frente”, incluído no serviço informativo “Jornal das 9”, foram inseridos patrocínios nos dias 1,2,3,4,7,8,9,10,11,14,15,16,17,18,21,22,23,24, e 25 de Julho, referentes aos produtos “Citroën C5 Tourer” e “Caixa Works”;

b) No programa “Expresso da Meia-Noite”, foram inseridos patrocínios nos dias 4,11,18 e 25 de Julho, referentes ao produto “Citroën C4 Picasso”.

2.3. Os patrocínios ao programa “Frente a Frente” são identificados pela locução de «*Este programa é patrocinado por...*» e apresentados através de «spot's» com a duração de 5 segundos, no início e no final do programa.

2.4. O patrocínio ao programa “Expresso da Meia-Noite” é igualmente identificado pela locução de «*Este programa é patrocinado por...*» e apresentado através de um «spot» com a duração de 5 segundos, no início e no final do programa, com a particularidade de, no final, ser inserido após o separador de publicidade e da apresentação dos designados cartões de agradecimento das marcas “Banif”, “Wilkhahn” e “Dielmar”.

2. Audiência do operador

1. Em 12 de Agosto de 2008, o Conselho de Administração da Lisboa TV - Informação e Multimédia SA foi notificado para prestar esclarecimentos sobre os factos apurados e sua qualificação jurídica, mormente quanto à violação dos limites legais estabelecidos para a utilização da figura do patrocínio, com expressa chamada de atenção para o conteúdo da Deliberação nº 6/PUB-TV/2008 deste Conselho Regulador, que versou sobre idêntica matéria.

2. Respondendo ao teor da notificação, a entidade titular da autorização do serviço de programas SIC Notícias veio alegar, em síntese, o seguinte:

- «*A SIC Notícias é (...) “o” canal de referência em termos informativos, de actualidade e de opinião em Portugal já de alguns anos a esta parte, realizando um verdadeiro serviço público ao veicular, a um conjunto mais alargado de destinatários, informação geral numa base de vinte e quatro horas por dia nos sete dias da semana*»;

- «(...) desde praticamente o início das suas emissões (...) diversos programas e rubricas da programação da SIC Notícias sempre foram objecto de patrocínio (e mencionado como tal) sem que alguma vez tal prática tenha sido posta em causa (e sem que, entretanto, o normativo legal aplicável aos patrocínios tenha sofrido qualquer alteração)»;

- «O binómio programação de qualidade/custo é um dado absolutamente adquirido no sector televisivo e é sabido que uma eventual redução de receitas (por efeito da limitação dos patrocínios) implicará a determinação de idêntica compressão nos custos, com óbvios e inelutáveis reflexos na qualidade da programação, determinando o inevitável empobrecimento da mesma em prejuízo dos telespectadores»;

- «(...) nem o programa “Frente a Frente” nem o programa “Expresso da Meia-Noite” integram tais categorias [previstas no n.º 3 do artigo 24.º do Código da Publicidade], não constituindo qualquer deles nem telejornais nem programas de informação política».

- «É bem conhecida na teoria do jornalismo a capital diferença entre os conceitos de “informação” e de “opinião”, integrando-se claramente quer o “Frente a Frente” quer o “Expresso da Meia-Noite” no segundo deles»;

- «(...) de acordo com a legislação aplicável, não podem restar quaisquer dúvidas acerca do patrocínio aos dois referidos programas ser lícito e legalmente admissível, porquanto os mesmos não integram o conceito de programa em que tal patrocínio seja proibido por lei (que são exclusivamente, recorde-se, os “telejornais e os programas televisivos de informação política”, conforme dispõe expressamente o art.º 24.º, n.º 3 do Código da Publicidade)».

3. Legislação aplicável

As normas aplicáveis ao caso vertente são as previstas no artigo 24º, alínea a) do nº 1 do artigo 34º, artigo 36º e nº 2 do artigo 40º do Código da Publicidade, bem como a alínea b) do nº 3 do artigo 24º dos Estatutos da ERC.

4. Análise e fundamentação

1. A tese defendida pelo operador passa, essencialmente, por uma valorização do elemento literal do nº 3 do artigo 24º do Código da Publicidade, que veda os patrocínios aos designados «telejornais» e aos «programas televisivos de informação política».

Sustentando que os programas “Frente a Frente” e “Expresso da Meia-Noite” não integram as categorias acima referidas, antes tratando-se de espaços de «opinião», não lhes seria aplicável o impedimento de patrocínio.

Ora, a solidez dessa interpretação é logo abalada pelo próprio operador, ao inserir o programa “Expresso da Meia-Noite” na categoria dos programas de informação, como é verificável na sua página de internet em <http://sic.aeiou.pt/online/noticias/programas>.

Sobre a matéria atinente à interpretação do nº 3 do artigo 24º do Código da Publicidade já se pronunciou este Conselho Regulador, através da Deliberação nº 6/PUB-TV/2008, de 9 de Julho. Nessa sede sublinhou-se a importância vital que a Convenção Europeia sobre a Televisão Transfronteiras e a Directiva 89/552/CEE, de 3 de Outubro de 1989 (Televisão Sem Fronteiras) reflectem na norma em causa do Código da Publicidade, como elemento decisivo da sua interpretação. Escusando-nos de repetir a análise jurídica que então se desenvolveu, para a qual se remete e que, para todos os efeitos, se dá por reproduzida, concluiu-se então “*que a proibição de patrocínio abrange os serviços noticiosos, também designados telejornais, bem como os programas de actualidade informativa, incluindo os que poderão ter uma vertente mais acentuada de*

informação/actualidade/debate político, ainda que ela coexista com vertentes de outra natureza, em nome de princípios que visam preservar a independência editorial dos órgãos de comunicação social e a liberdade de informar, bem como a sua imagem de isenção junto do público”.

E frisou-se igualmente nessa Deliberação que, a propósito da recente aprovação da Directiva 2007/65/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 11 de Dezembro de 2007, embora não vinculando para já, uma vez que se aguarda a sua transposição para a ordem jurídica interna, a mesma surge como precioso auxiliar de interpretação e elemento clarificador da questão controvertida, porquanto *“nada mudando nesta matéria em termos de princípios e finalidades, como se comprova pela circunstância de não se considerar a necessidade de inserir no seu preâmbulo qualquer considerando de natureza justificativa, o nº 4 do artigo 3º-F aproxima-se da redacção da Convenção: «Os **noticiários e programas de actualidades** não devem ser patrocinados».* (Negrito acrescentado no texto).

2. De igual modo, na aludida Deliberação, se invocava que a jurisprudência do Tribunal de Justiça das Comunidades Europeias tem entendido que o relatório explicativo que acompanha a Convenção Europeia de 5 de Maio de 1989 sobre a Televisão Transfronteiras é igualmente válido como instrumento de interpretação da Directiva 89/552/CEE, no que respeita às disposições cujo conteúdo é idêntico.

Nesse relatório explicativo, no seu parágrafo 292, pode entender-se que a expressão “programas de actualidade informativa” utilizada no nº 3 do artigo 18º da Convenção refere-se aos programas estritamente consagrados a acontecimentos da actualidade com interesse informativo, tais como comentários relativos a notícias, análises de desenvolvimentos noticiosos e posições políticas sobre acontecimentos da actualidade em serviços noticiosos ”¹.

¹Na versão original em francês: «Par “magazines d’actualités”, on entend les magazines strictement consacrés à des événements d’actualité tels que les commentaires sur l’actualité, l’analyse des développements et les prises de positions politiques sur les événements d’actualité».

Assim, nesta categoria de programas podemos incluir os que tenham por objecto os acontecimentos da actualidade, análise dos seus desenvolvimentos e tomadas de posição política sobre factos da actualidade. Nesse sentido, sublinhou-se na Deliberação nº 6/PUB-TV/2008 que a componente política integra igualmente o conceito de programa de actualidade informativa, reforçando-se a ideia de que, no quadro de referência dos vários normativos que constituem as fontes do nº 3 do Código da Publicidade, os conceitos de «*programas de informação política*» e de «*programas de actualidades*» se confundem em absoluto.

3. Ambos os programas em questão se caracterizam pela sua componente de debate, com participação de diversas personalidades, salientando-se uma importante moderação jornalística e intervenção editorial na escolha dos temas de actualidade a discutir. A sua natureza permite integrá-los, sem dificuldade, no conceito de «*programas de informação política*», dando-lhe o alcance interpretativo que se revela mais adequado à compreensão do nº 3 do artigo 24º do Código da Publicidade, que resulta da doutrina propugnada por este Conselho Regulador na aludida Deliberação nº 6/PUB-TV/2008, de 9 de Julho.

5. Deliberação

Tendo apreciado o enquadramento dos programas “Frente a Frente” e “Expresso da Meia-Noite”,

Considerando os factos apurados, que revelam a recolha e difusão de patrocínios naqueles programas da SIC Notícias,

Por sua vez, a versão em inglês do relatório explicativo assume a seguinte redacção: «*The term “current affairs” in this Article refers to strictly news related programmes such as commentaries on news, analysis of news developments and political positions on events in the news*».

Em face da interdição de patrocínios prevista no nº 3 do artigo 24º do Código da Publicidade e tendo presentes o nº 4 do artigo 17º da Directiva 89/552/CEE, de 3 de Outubro de 1989 (Televisão Sem Fronteiras), e o teor do nº 3 do artigo 18º da Convenção Europeia de 5 de Maio de 1989 sobre a Televisão Transfronteiras,

O Conselho Regulador da ERC delibera, ao abrigo do disposto no nº 2 do artigo 40º do Código da Publicidade e nos termos da alínea a) do nº 1 do artigo 34º e do artigo 36º do mesmo diploma legal, instaurar procedimento contra-ordenacional contra o operador Lisboa TV - Informação e Multimédia SA, bem como contra os patrocinadores Automóveis Citroën SA e Caixa Geral de Depósitos e agências de publicidade eventualmente envolvidas.

Lisboa, 28 de Outubro de 2008

O Conselho Regulador

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