

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



Parecer

5/2012

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Projeto de Lei n.º 193/XII/1.ª (PEV), e o Projeto de Lei
n.º 195/XII/1.ª (PS) que procedem à alteração do
Código da Publicidade**

Lisboa
26 de abril de 2012

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Parecer relativo ao

Projeto de Lei n.º 193/XII/1.ª (PEV), e o Projeto de Lei n.º 195/XII/1.ª (PS) que procedem à alteração do Código da Publicidade

Parecer 5/2012

1. Em 5 de abril de 2012 a Comissão para a Ética, a Cidadania e a Comunicação solicitou à Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) parecer sobre o Projeto de Lei n.º 193/XII/1.ª (PEV) – “Altera o Código da Publicidade, no sentido de regulação da publicidade a produtos alimentares dirigida a crianças e jovens” - e o Projeto de Lei n.º 195/XII/1.ª (PS) – “Procede à 13.ª alteração ao Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, estabelecendo restrições à publicidade dirigida a menores de determinados produtos alimentares”.
2. São atribuições da ERC, entre outras, “assegurar a livre difusão de conteúdos pelas entidades que prosseguem atividades de comunicação social e o livre acesso aos conteúdos por parte dos respetivos destinatários da respetiva oferta de conteúdos de comunicação social”, “assegurar a proteção dos públicos mais sensíveis, tais como menores, relativamente a conteúdos e serviços suscetíveis de prejudicar o respetivo desenvolvimento, oferecidos ao público através das entidades que prosseguem atividades de comunicação social sujeitos à sua regulação”, bem como “fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos publicitários, nas matérias cuja competência não se encontre legalmente conferida ao Instituto do Consumidor e à Comissão de Aplicação das Coimas em Matéria Económica e de Publicidade ou a quaisquer outras entidades previstas no regime jurídico da publicidade”. (artigos 7.º, alíneas b) e c), e 24.º, n.º 3, alínea b), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro).

3. A nível publicitário as competências da ERC estão previstas nos diferentes diplomas legais que regulam a atuação dos órgãos de comunicação social sujeitos à jurisdição do Estado Português, conforme decorre da leitura conjugada dos artigos 28.º e 36.º da Lei de Imprensa, 40.º e 77.º da Lei da Rádio, 40.º a 41.º-D conjugados com o artigo 93.º da Lei da Televisão.
4. Relativamente ao Código da Publicidade, as competências da ERC restringem-se ao disposto no artigo 24.º, o qual regula a figura do patrocínio.
5. Da análise dos projetos de lei remetidos pela Comissão para a Ética, a Cidadania e a Comunicação verifica-se que os mesmos pretendem regular a publicidade, dirigida a menores, de certos produtos alimentares, com o fim último de combater a obesidade e promover uma alimentação correta e saudável.
6. Ora, se é um facto que todas as entidades que prosseguem a atividade de comunicação social gozam do princípio da liberdade e da autonomia editorial, a verdade é que o mesmo não é absoluto, estando sujeito a alguns condicionamentos (veja-se, a título de exemplo, o artigo 27.º da Lei da Televisão).
7. Tais restrições estão também previstas a nível da publicidade, sendo, por exemplo, proibida a publicidade a bebidas alcoólicas, na televisão e na rádio, entre as 7 e as 22 horas e 30 minutos ou a publicidade ao tabaco (artigo 17.º do Código da Publicidade e artigo 16.º da Lei n.º 37/2007, de 14 de agosto, respetivamente).
8. Considerando que os dois Projetos de Lei visam, na generalidade, proibir a publicidade a produtos alimentares que possam colocar em perigo a saúde de crianças e adolescentes – sem prejuízo de o Projeto de Lei n.º 195/XII ser mais ambicioso do que o Projeto de Lei n.º 193/XII, no sentido de pretender proibir tal publicidade não só nos órgãos de comunicação social, mas também junto dos estabelecimentos de ensino básico e secundário, e deste último Projeto querer proibir *toda* a publicidade a *produtos alimentares*, enquanto no primeiro se aspira a proibir “a publicidade a *alimentos e bebidas de elevado teor em açúcar, gordura ou sódio*”.

9. Assim, e admitindo-se a alteração ao Código da Publicidade num dos sentidos apresentados, e embora a competência para uma futura fiscalização do seu cumprimento não incidir sobre a ERC, mas antes sobre a Direção-Geral do Consumidor ou sobre a Direção-Geral da Saúde, o Conselho Regulador da ERC não quer deixar de salientar que seria pertinente estender-se tal proibição aos patrocínios, ajudas à produção e “*product placement*”, dado serem também formas de promover bens e/ou serviços que têm influência na formação de opiniões e condutas dos telespetadores.
10. Face ao exposto, e atendendo aos fins que se visa alcançar, a ERC nada tem a opor aos referidos Projetos de Lei.

Lisboa, 26 de abril de 2012

O Conselho Regulador,

Carlos Magno
Alberto Arons de Carvalho
Luísa Roseira
Raquel Alexandra Castro

Rui Gomes