



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Deliberação

ERC/2017/20 (PUB-TV)

Cumprimento do disposto no artigo 41º-A da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido – programa “Você na TV” – serviço de programas TVI

**Lisboa
25 de janeiro de 2017**

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação ERC/2017/20 (PUB-TV)

Assunto: Cumprimento do disposto no artigo 41º-A da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido – programa “Você na TV” – serviço de programas TVI

I. Participação

1. No ano de 2015 foram rececionadas na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante, ERC) várias exposições/participações relacionadas com a transmissão do programa “Você na TV”, transmitido pela TVI - Televisão Independente, S.A., e apresentado por Cristina Ferreira.
 - a) Uma das referidas participações, apresentada por Maria de Fátima Marques, em 2 de julho de 2015, refere-se à emissão do programa “Você na TV”, de dia 1 de julho de 2015: «venho apresentar o meu desagrado quanto ao abuso de como a apresentadora Cristina Ferreira divulgou, vendeu o seu perfume, sem qualquer indicação de «publicidade», ontem, dia 1 de julho».
 - b) Na segunda participação referenciada, apresentada por Fátima Morais, no dia 6 de julho, pode ler-se: «já por diversas vezes dei conta que a Cristina Ferreira faz publicidade à sua revista».
 - c) Foi apresentada uma terceira exposição, em 4 de julho de 2016, alegando que a apresentadora Cristina Ferreira faz publicidade à sua revista, no programa da manhã, da TVI.

II. Pronúncia do operador televisivo

2. O operador televisivo TVI foi notificado para se pronunciar sobre os factos alegados nas participações referenciadas.
3. A TVI veio solicitar elementos complementares sobre o procedimento em curso, o que originou a troca de correspondência com o referido operador.
4. Nas suas comunicações, a TVI suscitou várias questões de natureza formal: em suma, a TVI solicitou à ERC esclarecimentos sobre a natureza do procedimento iniciado, referindo que no

seu entender a ERC não procedeu ao controlo da legitimidade do queixoso «não tendo nem verificado a sua identidade, nem avaliado a natureza das posições jurídicas por si reclamadas, nem identificando as normas legais aplicáveis ao seu pedido» e acrescentando que «sem saber as normas ao abrigo das quais a sua conduta será avaliada, não se pode a TVI pronunciar sobre essa matéria[...]». Posteriormente, veio ainda solicitar informações sobre a data de abertura do procedimento oficioso e órgão que procedeu à respetiva abertura.

5. Não obstante o supra exposto, a TVI impugna a factualidade subjacente à queixa apresentada, nomeadamente, que o conteúdo a que a mesma fez referência configure “publicidade”.

III. Descrição dos Factos

Questão prévia:

6. No âmbito das participações em referência, apenas foi possível identificar a emissão programa “Você na TV”, transmitido no dia 1 de julho de 2015.

Descrição do programa Você na TV, de dia 1 de julho de 2015

7. Visionado o programa “Você na TV”, do passado dia 1 de julho de 2015, das 11:26’18 às 11:45’31, ou seja, durante cerca de 19 minutos, com os apresentadores Cristina Ferreira, Luis Goucha e o Diretor Geral para a Península Ibérica da *LR Health & Beauty*, Luis Mateus, salientam-se os seguintes factos:
- A Apresentadora Cristina Ferreira referiu «a partir de hoje, dia 1 de julho de 2015, Meu chega ao mundo».
 - Às 11:26’24 foi emitido o anúncio do perfume Meu, com a referência a *LR Health & Beauty*, com a duração de 3:58 (das 11:26’24 às 11:30’22).
 - Foi entrevistado o Diretor Geral para a Península Ibérica da *LR Health & Beauty*, Luís Mateus.
 - Foram efetuadas referências aos produtos da linha Meu, tais como, «é muito bom», «qualidade do perfume», «os produtos de gel e loção são mais baratos» e «o cheiro mantém-se na pele».
 - Às 11:32’22 foram mostrados, pela apresentadora Cristina Ferreira, catálogos da *LR Health & Beauty* dos seguintes países: Portugal, República Checa, Finlândia, Noruega, Albânia e Bulgária.

- Foi exibida a página, em grande plano, com a imagem da apresentadora Cristina Ferreira e do perfume Meu, nos catálogos da República Checa, Noruega, Albânia e Bulgária.
- Foi referido pela apresentadora Cristina Ferreira que a partir de 1 de julho de 2015 o perfume Meu já estaria à venda em todos os países.
- Às 11:34'49 foi mostrada uma caixa, com um laçarote, colocada em cima de um pedestal. Cerca de 1 (um) minuto depois é retirada a caixa pela apresentadora Cristina Ferreira e exibido, por esta, o seu conteúdo, com a exposição do gel de banho, da loção corporal e do perfume da marca Meu. A exibição dos produtos é efetuada até cerca das 11:36'47.
- Durante a exibição dos produtos, referida no parágrafo anterior, foi aberta a embalagem da loção corporal e colocado o seu produto nas mãos do apresentador, Luis Goucha.
- A imagem dos produtos é novamente exibida, por segundos, nomeadamente às: 11:37'0, 11:37'38, 11:39'38, 11:40'11, 11:41'04, 11:41'19, 11:43'50, 11:44'01 e 11:44'05, 11:44'55, 11:45'04.
- Foi referido que a LR Health & Beauty tem uma vertente social, de apoiar causas dos próprios países, dando o exemplo da Casa Mãe do Gradil, a qual é filmada, bem como a entrega de € 2.000,00 pela apresentadora Cristina Ferreira a esta entidade. Esta filmagem foi emitida das 11:43'48 às 11:43'50.
- Das 11:41'44 às 11:43'47 e das 11:37'42 às 11:39'05 foi emitido filme com a inclusão, no canto inferior direito, da designação LR Health & Beauty.
- A apresentadora Cristina Ferreira fez referência ao autor da fragância, Til, mencionando que é devido a este que «o perfume é tão bom».

IV. Análise e Fundamentação

8. Relativamente às questões suscitadas pela TVI, e acima indicadas, é relevante referir que a ERC informou o denunciado sobre as atribuições e competências desta entidade reguladora, ao abrigo do disposto nos artigos 6.º, alínea c), 7.º, alínea e), 24.º, n.º 3, alíneas b) e c), e artigo 53.º, n.º 5, todos dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, tendo sido concretamente solicitados elementos sobre a inserção de referências de natureza comercial ao produto perfume "MEU", num dos programas do operador - atendendo ao disposto na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, doravante LTSAP (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pelas Leis n.º 8/2011, de 11 de abril e n.º 40/2014, de 9 de julho) sobre a matéria das comunicações comerciais audiovisuais, em concreto, face ao teor do artigo 41.º-A (n.ºs 3 a 5).

9. Não obstante e atentas as dúvidas manifestadas pelo denunciado, foram encetadas diligências com vista a obter elementos complementares por parte dos participantes; e, apesar de tais elementos não terem sido rececionados, tal não obsta ao prosseguimento do procedimento, nos termos indicados, considerando a existência de elementos suficientes para a sua apreciação, bem como que a violação das normas jurídicas supra mencionadas configura uma contraordenação [artigos 41.º-A e 76.º n.º 1, alínea a), da LTSAP].

10. Bem sabe o operador que cabe ao Conselho Regulador desta entidade, ao abrigo das suas atribuições e competências de regulação, dar seguimento às exposições rececionadas que incidam sobre ou se reportem a factos relacionados com as responsabilidades que impendem sobre esta entidade reguladora, nos termos constitucionais, legais e estatutários, e não circunscritos à defesa dos direitos subjetivos dos que sejam visados por conteúdos publicados em órgãos de comunicação social.

11. No caso vertente, foram identificados por via particular factos que respeitam a conteúdos publicitários, relativamente aos quais se suscitam dúvidas quanto à regularidade da sua inserção num programa do operador, valor cuja defesa se insere claramente na esfera de incumbências desta entidade reguladora.

12. Por outro lado, e no que respeita ao teor da notificação, a TVI foi devidamente informada de que o procedimento teve origem em participações, sendo que a receção das mesmas obriga a ERC a desencadear os procedimentos para a sua averiguação.

13. Face ao exposto, e apesar de as participações em referência não conterem todos os elementos referenciados no Código do Procedimento Administrativo (CPA), considerando as atribuições e competências desta entidade reguladora e o acima exposto, deve proceder-se à apreciação dos factos alegados nas mesmas.

14. Considerando o exposto, não resulta prejudicado o direito de pronúncia do operador televisivo, nem qualquer outra irregularidade que obste à apreciação dos factos em causa, havendo lugar à aplicação do disposto no CPA, nas matérias que não se encontrem reguladas nos Estatutos da ERC e LTSAP.

15. Assim, a ERC, no exercício das suas atribuições e competências procede regularmente à verificação das emissões dos operadores de televisão, com vista a assegurar o respeito pelas normas reguladoras da respetiva atividade, consagradas nos seus Estatutos e na LTSAP, cabendo-lhe, entre outras competências, «[f]azer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos publicitários [...]», nas matérias cuja competência não se encontre legalmente conferida a outras

entidades (artigo 24.º, n.º 3, alínea b), dos Estatutos), e «[f]iscalizar o cumprimento das leis, regulamentos e requisitos técnicos aplicáveis no âmbito das suas atribuições» (artigo 8.º, alínea j).

16. Por sua vez, na LTSAP prevê-se que cabe à ERC verificar o cumprimento do disposto nesta lei em matéria de comunicações comerciais audiovisuais, estatuidando-se ainda que violação destas normas configura a prática de contraordenações, que cabe, uma vez mais, à ERC apreciar e decidir (artigos artigos 41.º-A e 76.º n.º 1, alínea a), e 93.º da LTSAP).

17. A TVI veio referir que as referências identificadas, relativas ao perfume “MEU”, não tinham enquadramento no âmbito da publicidade, não fazendo qualquer alusão à colocação de produto.

18. Atento o exposto, procede-se à análise dos factos identificados no âmbito deste procedimento.

19. Assim veja-se: o programa “Você na TV” caracteriza-se por ser um programa de entretenimento com várias rubricas e é apresentado por Luis Goucha e Cristina Ferreira.

20. No programa transmitido no dia 1 de julho de 2015, foi entrevistado o representante da empresa LR Health & Beauty pelos apresentadores identificados.

21. Conforme resulta da análise desenvolvida, no interior desse mesmo programa foram inseridas várias referências ao perfume “MEU”, comercializado pela referida empresa, incluindo a ação publicitária desenvolvida para este perfume.

22. Note-se que a referida ação publicitária inclui a imagem da apresentadora Cristina Ferreira (facto referenciado na participação e que resulta da visualização deste programa, no qual são apresentados os catálogos deste produto e outras ações publicitárias, nos quais surge a imagem da Cristina Ferreira).

23. A entrevista e as referências a este produto ocupam 19 minutos do programa.

24. Realça-se que parte destas referências foram feitas pela apresentadora Cristina Ferreira que, conforme referido, integra as ações publicitárias a este produto.

25. As regras relativas à inserção de publicidade na televisão e das práticas televisivas em matéria de patrocínio, colocação de produto e ajuda à produção, encontram-se previstas nos artigos 40.º-A (Identificação e separação), 40.º-B (Inserção), 40.º-C (Telepromoção), 41.º (Patrocínio) e 41.º-A (Colocação de produto e ajuda à produção), todos da LTSAP, salientando-se que atualmente a lei distingue a «publicidade televisiva» de outras comunicações comerciais audiovisuais.

26. A «publicidade televisiva» define-se como «a comunicação comercial audiovisual difundida em serviços de programas televisivos a troco de remuneração ou retribuição similar, ou com carácter autopromocional, por uma pessoa singular ou colectiva, pública ou privada, relacionada com uma actividade comercial, industrial, artesanal ou profissão liberal, com o objectivo de

promover o fornecimento, mediante pagamento, de produtos ou serviços, incluindo bens imóveis, direitos e obrigações» (artigo 2.º, alínea r)); e, nos termos do já referido artigo 40.º-A, a «publicidade televisiva» tem de ser separada e identificada dos restantes conteúdos. Acrescenta-se, conforme já referido, que a publicidade televisiva se demarca da «colocação de produto» que configura «a comunicação comercial audiovisual que consiste na inclusão ou referência a um bem ou serviço, ou à respectiva marca comercial, num programa, a troco de pagamento ou retribuição similar». Acrescenta-se, nos termos da previsão do n.º 3 do já citado artigo 41.º-A, da LTSAP, que «[o] conteúdo dos programas em que exista colocação de produto e, no caso dos serviços de programas televisivos, a sua programação não podem, em caso algum, ser influenciados de modo a afectar a respectiva responsabilidade e independência editorial», acrescentando-se que o n.º 4, do mesmo artigo estabelece que as referências promocionais feitas através da colocação de produto não podem ser específicas, não podendo constituir um encorajamento direto à compra ou locação a produtos ou serviços. Mais se prevê, no n.º 5 do referido normativo, que a «[a] colocação não pode conceder relevo indevido a produtos, serviços ou marcas comerciais, designadamente quando a referência efetuada não seja justificada por razões editoriais ou suscetível de induzir o público em erro em relação à sua natureza, ou ainda pela forma recorrente como aqueles elementos são apresentados ou postos em evidência».

27. Ou seja, ao abrigo do artigo 41.º-A da LTSAP é possível inserir referências a produtos ou marcas no interior deste género de programas, mediante o cumprimento dos números 3 a 5 já referido artigo 41.º-A da LTSAP, realçando-se, uma vez mais, que a colocação de produto se distingue da «publicidade televisiva» e que a utilização desta forma de comunicação não pode desvirtuar os fins em vista pelo legislador, aquando da sua conceção e demarcação da publicidade televisiva.

28. No entanto, tal inserção pressupõe o cumprimento do disposto no referido artigo 41.º-A.

29. Ora, analisada a natureza das referências a este perfume, descritas no ponto 7 deste documento, verifica-se que as mesmas incorporam juízos valorativos do referido produto, com referência ao preço, qualidade do produto e a expressão das vendas, acrescentando-se que o produto é visualizado no referido programa, bem como a ação publicitária desenvolvida para o mesmo (são mostrados catálogos e a realização do vídeo).

30. Pelo que, resulta desta análise que as referências acima concretizadas (ao perfume), ultrapassam os limites previstos na lei, visto que configuram referências promocionais específicas, e nessa medida, proibidas por lei.

31. Ou seja, a colocação de produto, conforme acima referido, não é compatível com referências diretas a bens, serviços ou marcas, que visem enaltecer tais produtos ou suas características

perante os telespectadores, quer através de referências verbais (descrição de características e suas vantagens), ou imagens (que reflitam exclusivamente os produtos em causa ou que lhes atribuam preponderância face aos restantes elementos do enredo), por tempo claramente superior ao necessário para a colocação de produto, o que configura por sua vez relevo indevido atribuído a este produto.

32. Sem prejuízo da liberdade editorial na seleção dos conteúdos a divulgar que caracteriza o exercício da atividade televisiva, estes não podem incluir referências de natureza claramente promocional, e desse modo direcionadas para a comercialização daqueles bens e serviços, ultrapassando os limites previstos e pensados pelo legislador para as referidas figuras jurídicas.

33. Em conclusão, considerando as referências promocionais específicas e relevo indevido concedido ao “perfume MEU”, no decurso do referido programas, relevo que é intensificado pelo facto de apresentadora Cristina Ferreira ser a “cara” desse perfume, conclui-se no sentido da inobservância dos limites previstos na lei (artigo 41.º A, n.ºs 3 A 5, da LTSAP) para a «colocação de produto».

34. Tal inserção, conforme resulta da visualização levada a cabo e descrição supra, traduz uma forma de promoção de bens, serviços e marcas não permitida por lei, para a colocação de produto (artigo 41.º A da LTSAP). Assim, a utilização de referências promocionais específicas dentro dos programas, a evidenciação de bens, serviços ou marcas, com relevo indevido – nos termos acima descritos, viola o disposto na lei (artigo 41.º - A, n.ºs 3 e 4, da LTSAP).

35. A violação da referida disposição legal consubstancia a prática de contraordenação grave, nos termos do artigo 76.º n.º 1 alínea a) da LTSAP, à qual é aplicável uma coima de €20 000 a €150 000, cabendo à ERC a instrução do respetivo processo de contraordenação.

VI. Deliberação

Considerando que na sequência de participações recebidas na ERC, se detetou a inserção de referências que incorporam juízos valorativos do perfume MEU, com referência ao preço, qualidade do produto e a expressão das vendas, no programa de entretenimento “Você na TV”, transmitido pela TVI, no dia 1 de julho de 2015;

Verificando-se que a colocação de produto é admissível em programas com o formato acima descrito - artigo 41.º -B da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido- LTSAP - mas que as referências identificadas ultrapassam o estabelecido no regime jurídico aplicável à colocação de

produto, por consubstanciarem referências promocionais específicas e relevo indevido do produto MEU;

Constatando-se que a violação da referida disposição legal que consagra tal proibição constitui a prática de contraordenação,

O Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, ao abrigo das suas atribuições e competências, previstas nos Estatutos da ERC – Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro (artigos 6.º, alínea c); artigo 24.º, n.º 3, alíneas b) e c), e ac) e artigo 53.º), verificando a existência de Indícios de infração, por violação do disposto no artigo 41.º -A, delibera ao abrigo do disposto nos artigos 76.º, n.º 1, alínea a), e 93.º da LTSAP a abertura de processo de contraordenação contra a TVI - Televisão Independente, S.A..

Lisboa, 25 de janeiro de 2017

O Conselho Regulador da ERC,

Carlos Magno

Alberto Arons de Carvalho

Luísa Roseira