

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



**Deliberação  
1/PUB-TV/2007**

ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Apreciação de referências ao “Banco Espírito Santo” no episódio da telenovela “Floribella”, transmitida pelo serviço de programas da SIC**

Lisboa

30 de Maio de 2007

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

### **Deliberação 1/PUB-TV/2007**

**ASSUNTO:** Apreciação de referências ao “Banco Espírito Santo” no episódio da telenovela “Floribella”, transmitida pelo serviço de programas da SIC.

#### **I. Identificação das partes**

1. Na sequência de um artigo publicado na edição de 4 de Junho de 2006 do Jornal “Público”, a Unidade de Fiscalização da ERC elaborou a Informação n.º 22, de 30 de Junho de 2006, relativamente a referências comerciais ao “Banco Espírito Santo”, num diálogo da telenovela “Floribella”.
2. A referida telenovela é uma produção independente, tendo sido produzida pela empresa T.G.S.A.

#### **II. A fiscalização**

3. Está em causa a referência ao “Banco Espírito Santo” (doravante “BES”) no episódio da telenovela “Floribella”, de 3 de Junho de 2006, cerca das 21h 51m.
4. No essencial, suscita-se a apreciação da citada referência promocional, no decurso daquele programa, sem que tenha sido identificada ou separada do mesmo.

#### **III. As imagens**

##### O episódio de 3 de Junho de 2006

5. A referência em análise ocorre quando a personagem principal (Floribella) se dirige a um conjunto de jovens que folheiam um jornal, no qual se encontra um artigo sobre a

ida de milhares de mulheres ao estádio nacional para fazerem parte do espectáculo em que foi “edificada” a bandeira nacional com figuras humanas. Cada uma das personagens vai fazendo os seus comentários ao artigo dando relevo à dimensão da bandeira e à sua entrada no livro dos recordes do “Guinness”.

6. Durante os comentários, é feita referência ao apoio que este processo teve dos portugueses, focando-se a cooperação das empresas no evento. No âmbito dessas referências, uma das personagens cita o apoio específico do BES, dizendo: “não só o País...há montes de empresas a apoiar o evento...olha o Banco Espírito Santo!”.

#### **IV. A posição do denunciado**

7. Notificado, ao abrigo do disposto no número 5 do artigo 53.º dos Estatutos da ERC (doravante EstERC), aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, o operador pronunciou-se nos seguintes termos:

(i) “[O] Banco Espírito Santo patrocinou indirectamente o episódio da novela Floribella em causa, enquadrando-se, portanto, a referência em questão na figura do patrocínio e não na de publicidade”;

(ii) “A referência ao BES estava (...) completamente integrada na história, uma vez que se prende com o facto de as personagens irem participar na ‘Mais Bela Bandeira’, a bandeira feminina de apoio à Selecção Nacional de Futebol, organizada pela SIC em conjunto com o BES, autor da ideia e que tinha como objectivo homenagear a e apoiar a Selecção no âmbito da sua participação no Campeonato do Mundial de Futebol”;

(iii) “Como é sabido [aquela] foi uma realidade que uniu fortemente os portugueses e no episódio em causa da novela Floribella pretendeu-se reflectir a actualidade que se vivia no momento, em que os olhos dos portugueses, incluindo crianças e jovens, estavam postos na Selecção Nacional”;

(iv) “[Q]ue, dado [aquele] contexto, a referência ao BES não constitui publicidade, até porque não há qualquer referência promocional a produtos ou serviços do BES” constituindo, pelo contrário, “patrocínio, financiamento indirecto, de harmonia com o que é comumente aceite na doutrina e na jurisprudência quer portuguesa quer europeia”.

## V. O direito aplicável

**8.** Poder-se-ia considerar que os factos em análise são susceptíveis de consubstanciar violação ao disposto nos artigos 9.º e 25.º do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro (doravante “CP”), relativos à publicidade oculta ou dissimulada e à inserção da publicidade na televisão.

**9.** No entanto, uma vez que o operador refere que está em causa um contrato de patrocínio, a disposição adequada à análise em apreço será o artigo 24.º CP que regula, em especial, a figura do patrocínio publicitário.

**10.** Nos termos do número 4 daquele preceito “[o]s programas patrocinados devem ser claramente identificados como tal pela indicação do logótipo do patrocinador no início e, ou, no final do programa, sem prejuízo de tal indicação poder ser feita, cumulativamente, noutros momentos, de acordo com o regime previsto no artigo 25.º para a inserção da publicidade na televisão”.

**11.** O número 5 do mesmo artigo dispõe que “[o] conteúdo e a programação de uma emissão patrocinada não podem, em caso algum, ser influenciados pelo patrocinador, por forma a afectar a responsabilidade e a independência editorial do emissor”.

**12.** Por seu turno, preceitua o número 6 que “[o]s programas patrocinados não podem incitar à compra ou à locação dos bens ou serviços do patrocinador ou de terceiros, especialmente, através de referências promocionais específicas a tais bens ou serviços.”

**13.** Por último, no que respeita aos agentes passíveis de responsabilização, acrescente-se que:

dispõe o artigo 36.º CP que “são punidos como agentes das contra-ordenações previstas [no CP] o anunciante, o profissional, a agência de publicidade ou qualquer outra entidade que exerça a actividade publicitária, o titular do suporte publicitário ou o respectivo concessionário, bem como qualquer interveniente na emissão da mensagem publicitária”.

De acordo com o número 2 do artigo 34 daquele diploma, a negligência é sempre punível, nos termos gerais.

**14.** Em conformidade com aquelas disposições, entende-se que, não só o titular do suporte publicitário, no caso a SIC, poderá (caso se venham a dar como provados os factos indicados na denúncia e a violação das regras do patrocínio previstas no CP) ser responsabilizada, como também o poderão ser o produtor da telenovela, “T.G.S.A.”, bem como o próprio BES, na qualidade de anunciante.

**15.** Pelo que, decidindo-se instaurar procedimento contra-ordenacional, o mesmo também deverá correr os seus termos contra eles, devendo ser notificados e constituídos como arguidos para esse efeito.

## **VI. A competência da ERC**

**16.** Enquanto operador de televisão e relativamente aos serviços de programas que difunda, a SIC está sujeita à supervisão e intervenção do Conselho Regulador, nos termos da alínea c) do artigo 6.º EstERC.

**17.** Relativamente ao produtor do programa e do anunciante, embora seja certo que não se tratam de entidades que prosseguem actividades de comunicação social, nos termos do artigo 6.º CP, a verdade é que o CP contém uma previsão especial de competência para efeitos de apreciação desta matéria, ou seja, o legislador manifestou expressamente a vontade de que a apreciação do patrocínio na actividade televisiva fosse feita pela “entidade administrativa independente reguladora da comunicação social”, previsão essa que, por sua vez, é enquadrável na natureza jurídica e objecto da ERC, por via do

disposto no número 2 do artigo 1.º EstERC, de acordo com o qual “[a] ERC tem por objecto a prática de todos os actos necessários à prossecução das atribuições que lhe são cometidas pela Constituição, pela lei e pelos (...) Estatutos.”

**18.** A ERC também é competente para apreciar os factos em razão da matéria, nos termos do preceituado no número 2 do artigo 40.º CP, que dispõe que “[a] fiscalização do cumprimento do disposto no artigo 24.º na actividade da televisão e, bem assim, nos artigos 25.º e 25.º-A, a instrução dos respectivos processos e a aplicação das correspondentes coimas e sanções acessórias competem à entidade administrativa independente reguladora da comunicação social”.

## **VII. Análise**

**19.** Do parecer técnico de análise da cena em apreço, elaborado pela Escola de Comunicação Social, à luz do seu enquadramento na narrativa e do seu impacto no telespectador, deve reter-se que:

(i) “Considera-se que a inserção publicitária foi integrada no guião da novela de uma forma não natural, o que sugere indiciar uma intencionalidade prévia, que poderá estar subordinada aos interesses do patrocinador, em detrimento da independência editorial de quem realizou e produziu a novela”;

(ii) “Considera-se que a menção verbal ao Banco Espírito Santo, apesar de não estar inserida de forma natural é susceptível de influenciar o público-alvo, uma vez que foi associado a um episódio emotivo da vida nacional”.

**20.** Deve ter-se em consideração que, em sede de patrocínio publicitário, se permitem referências promocionais de produtos ou serviços no interior dos programas patrocinados, dentro de determinados limites. Ponto é que a sua utilização ocorra de forma integrada no desenrolar da acção, que os mesmos sejam necessários à sua compreensão ou inerentes à sua estrutura e desde que não sejam visualizados de forma susceptível de essa comunicação ser entendida como uma comunicação publicitária.

**21.** Motivo pelo qual, no que respeita à eventual violação do disposto no número 6 do artigo 24.º CP, não se encontram reunidos indícios suficientes da sua prática, porquanto, para que se verifique é essencial a comprovação de dois pressupostos cumulativos: (a) a existência de referência promocional específica (colocação e exibição estratégica em cena) e (b) o incitamento à compra ou locação de bens e produtos, designadamente, através de argumentativo publicitário.

**22.** Não obstante, considera-se que a referência promocional específica ao BES, nos moldes em que é feita, indicia a susceptibilidade de o conteúdo e a programação do programa patrocinado terem sido influenciados pelo patrocinador, de forma a afectar a responsabilidade e independência editorial do emissor. Factos esses susceptíveis de consubstanciar violação do disposto no número 5 da mesma disposição legal.

**23.** Simultaneamente, considera-se que se encontram verificados pressupostos suficientes de ter sido omitida a indicação da qualidade de patrocinador, em violação do número 4 do artigo 24.º CP.

**24.** A violação das referidas disposições constitui contra-ordenação punível com a aplicação de coima de 3 491,58 Euros a 44 891,81 Euros, no caso de pessoas colectivas, nos termos do disposto na alínea a) do número 1 do artigo 34.º CP.

## **VIII. Deliberação**

O Conselho Regulador da ERC, tendo apreciado uma Informação da Unidade de Fiscalização relativa ao episódio da telenovela “Floribella” de 3 de Junho de 2006, no decurso do qual são feitas referências promocionais ao “Banco Espírito Santo”, por alegada violação do artigo 24.º do Código da Publicidade,

Delibera:

- 1.** Considerar que não se encontram reunidos indícios suficientes da violação do disposto no número 6 do artigo 24.º do Código da Publicidade, na medida em que, apesar de se verificar a existência de referência promocional específica, não se

verifica um incitamento à compra ou locação de bens e produtos, designadamente, através de argumentativo publicitário.

**2.** Considerar que existem indícios suficientes da susceptibilidade de o conteúdo e a programação do programa patrocinado terem sido influenciados pelo patrocinador, de forma a afectar a responsabilidade e independência editorial do emissor, em violação do disposto no número 5 da mesma disposição legal.

**3.** Considerar que se encontram reunidos indícios suficientes de ter sido omitida a indicação da qualidade de patrocinador, em violação do número 4 do artigo 24.º Código da Publicidade.

**4.** Instaurar procedimento contra-ordenacional contra a SIC, o “Banco Espírito Santo” e “T.G.S.A.”, em conformidade com as regras previstas no Regime Geral do Ilícito de Mera Ordenação Social, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro, por violação dos números 4 e 5 do artigo 24.º do Código da Publicidade.

Lisboa, 30 de Maio de 2007

O Conselho Regulador

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