



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Deliberação

ERC/2019/176 (PUB-TV)

Infração relativa aos tempos de publicidade (artigo 40.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), no serviço de programas SIC, do operador SIC – Sociedade Independente de Televisão, S.A., referente aos meses de janeiro, fevereiro e março de 2019 (1.º trimestre de 2019)

**Lisboa
26 de junho de 2019**

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação ERC/2019/176 (PUB-TV)

Assunto: Infração relativa aos tempos de publicidade [artigo 40.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido], no serviço de programas SIC, do operador SIC – Sociedade Independente de Televisão, S.A., referente aos meses de janeiro, fevereiro e março de 2019 [1.º trimestre de 2019]

1. Factos

- 1.1.** No âmbito da verificação do cumprimento dos limites de tempo impostos à difusão de mensagens publicitárias, contidos no n.º 1, do artigo 40.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pelas Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e Lei n.º 78/2015, de 29 de julho [Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido - LTSAP], procedeu-se à análise do volume publicitário emitido por unidade de hora no serviço de programas televisivo SIC, do operador SIC – Sociedade Independente de Televisão, S.A.
- 1.2.** Para efeito da presente avaliação foram consideradas as 24 horas de emissão das semanas constantes na figura 1 – amostra do 1.º trimestre de 2019.

Fig. 1 – Amostra analisada no 1.º trimestre de 2019

Meses	Semanas
JANEIRO	Semana 3 - 14 a 20
FEVEREIRO	Semana 8 - 18 a 24
MARÇO	Semana 12 - 18 a 24

- 1.3.** Prevê o n.º 1 do artigo 40.º, do referido diploma que «[o] tempo de emissão destinado às mensagens curtas de publicidade e de televenda, em cada período compreendido entre duas unidades de hora, não pode exceder 10% ou 20%, consoante se trate de serviços de programas televisivos de acesso condicionado ou de serviços de programas televisivos de acesso não condicionado livre ou não condicionado com assinatura».

- 1.4.** A SIC é um serviço de acesso não condicionado livre, pelo que está sujeito à limitação de 20% de reserva de tempo de emissão para difusão de mensagens publicitárias, ou seja, 12 minutos entre duas unidades de hora.
- 1.5.** Nas análises efetuadas, foram excluídas da contagem do tempo reservado à publicidade as mensagens previstas no n.º 2, da citada norma, designadamente as autopromoções, as telepromoções e os blocos de televenda, bem como a produção de produtos conexos, ainda que não fossem próprios, diretamente relacionados com os programas do operador (ex. UEFA).
- 1.6.** Para além destas, em respeito pela LTSAP, foram ainda objeto de exclusão do tempo reservado à publicidade as mensagens previstas no art.º 41.º-C, da LTSAP, por não estarem sujeitas a qualquer limitação, designadamente a identificação do patrocínio, a colocação de produto, a ajuda à produção e, ainda, as mensagens respeitantes a serviços públicos ou fins de interesse público e apelos de teor humanitário transmitidas gratuitamente.
- 1.7.** No âmbito de uma colaboração estreita e regular com os operadores televisivos sujeitos à fiscalização da ERC, a SIC enviou por correio eletrónico de 14/02/2019 (relativo a janeiro 2019), 20/03/2019 (relativo a fevereiro 2019) e 12/04/2019 (relativo a março 2019) a «listagem das campanhas emitidas ao abrigo do artigo 41.º C da LTSAP», contendo, entre outras informações, a identificação das mensagens e os respetivos anunciantes (Fig.s 2 a 4).

Fig.2 - Campanhas identificadas pela SIC – janeiro 2019

Campanhas janeiro 2019							
Campanha em janeiro		Duração do Spot	Nº exibições	Anunciante	Campanha	Notas	Canal
Início	Fim						
01-01-2019	31-01-2019	20" e 25"	37	New Sheet Entertainment	Revenge 90's	Cultura	SIC
01-01-2019	06-01-2019	25"	30	AM Live	Alice no País das Maravilhas	Cultura	SIC
01-01-2019	06-01-2019	25"	49	AM Live	Surpreendente Fábrica de Chocolate	Cultura	SIC
25-01-2019	31-01-2019	18"	35	Live Com	António Zambujo	Cultura	SIC
01-01-2019	31-01-2019	23"	86	Uguru	Rui Massena	Cultura	SIC
08-01-2019	25-01-2019	22"	115	Bussinesgolf	Gal Costa	Cultura	SIC
27-01-2019	31-01-2019	25"	33	Ritmos e Blues	Disney On Ice	Cultura	SIC
21-01-2019	29-01-2019	20"	28	Senhores do Ar	Anjos	Cultura	SIC
30-01-2019	31-01-2019	20"	3	Liga Portuguesa Contra o Cancro	Dia Mundial	Solidariedade	SIC
02-01-2019	31-01-2019	20"	29	Aldeia SOS Donativo	Donativo	Solidariedade	SIC
02-01-2019	31-01-2019	75"	29	Federação Portuguesa de Dadores Benévolos de Sangue	Dar Sangue	Solidariedade	SIC
02-01-2019	31-01-2019	20"	29	Aldeia SOS Donativo	Donativo	Solidariedade	SIC
02-01-2019	07-01-2019	20"	5	Make a Wish	Make a Wish	Solidariedade	SIC
10-01-2019	31-01-2019	30"	30	APAV	Apoio à Vitima	Solidariedade	SIC
08-01-2019	13-01-2019	21"	8	Uma Pedra No Sapato	Terra Franca	Protocolo	SIC
16-01-2019	20-01-2019	15"	8	Stoptline	Tire e Queda - O Filme	Protocolo	SIC
25-01-2019	31-01-2019	30"	26	Agência para a Gestão Integrada de Fogos Rurais	AGIFR - Fogos Conceito / Limpezas no Terreno	Prevenção Incendios	SIC
01-01-2019	02-01-2019	20"	9	Autoridade Nacional para a Segurança Rodoviária	Campanha Final do Ano	Prevenção Rodoviária	SIC
01-01-2019	24-01-2019	20"	75	MEO - SNS24	SNS24 - Inverno	Solidariedade	SIC
14-01-2019	31-01-2019	31"	53	SIC	Nonio Media Digital Portugal	Divulgação Institucional	SIC

Fig.3 - Campanhas identificadas pela SIC – fevereiro 2019

Campanhas Fevereiro 2019							
Campanha em Fevereiro		Duração do Spot	Nº exibições	Anunciante	Campanha	Notas	Canal
Início	Fim						
01-02-2019	17-02-2019	20" e 25"	102	New Sheet Entertainment	Revenge 90's	Cultura	SIC
01-02-2019	12-02-2019	23"	29	Breaking News	Amar Amalia	Cultura	SIC
13-02-2019	13-02-2019	24"	60	Brain Music	António Raminhos - O Melhor do Pior	Cultura	SIC
01-02-2019	04-02-2019	18"	19	Live Com	António Zambujo	Cultura	SIC
01-02-2019	07-02-2019	23"	15	Uguru	Rui Massena	Cultura	SIC
18-02-2019	28-02-2019	25"	56	CM Loulé	Carnaval de Loulé	Cultura	SIC
11-02-2019	17-02-2019	17"	29	The Fladgate Partnership Vinhos	Climate Change Lidership	Cultura	SIC
27-02-2019	28-02-2019	24"	8	Música no Coração	SBSR	Cultura	SIC
27-02-2019	28-02-2019	25"	6	Breaking News	North Music Festival	Cultura	SIC
27-02-2019	28-02-2019	25"	6	Braver Entertainment	RFM Somnii	Cultura	SIC
01-02-2019	12-02-2019	25"	56	Ritmos e Blues	Disney On Ice	Cultura	SIC
25-02-2019	28-02-2019	20"	19	Senhores do Ar	Anjos	Cultura	SIC
01-02-2019	04-02-2019	20"	6	Liga Portuguesa Contra o Cancro	Dia Mundial	Solidariedade	SIC
26-02-2019	28-02-2019	20"	6	Guess What	Dia Mundial das Doenças Raras	Solidariedade	SIC
23-02-2019	28-02-2019	20"	9	Associação Seres	Mais Conhecimento Menos Preconceito	Solidariedade	SIC
01-02-2019	10-02-2019	30"	13	APAV	Apoio à Vitima	Solidariedade	SIC
01-02-2019	26-02-2019	30"	43	Agencia para a Gestão Integrada de Fogos Rurais	Portuga Chama : Fogos Conceito / Limpeza de Terrenos	Prevenção Incendios	SIC
01-02-2019	28-02-2019	31"	84	SIC	Nonio Media Digital	Divulgação Institucional	SIC

Fig.4 - Campanhas identificadas pela SIC – março 2019

Campanhas Março 2019							
Campanha em Março		Duração do Spot	Nº exibições	Anunciante	Campanha	Notas	Canal
Início	Fim						
04-03-2019	31-03-2019	20" e 25"	99	New Sheet Entertainment	Revenge 90's	Cultura	SIC
27-03-2019	30-03-2019	24"	10	Live Experiences	ID No Limits	Cultura	SIC
28-03-2019	31-03-2019	23"	20	Live Experiences	Cool Jazz	Cultura	SIC
04-03-2019	22-03-2019	25"	69	Ritmos e Blues	Disney On Ice	Cultura	SIC
01-03-2019	06-03-2019	25"	24	CM Loulé	Carnaval de Loulé	Cultura	SIC
12-03-2019	31-03-2019	24"	51	Música no Coração	Sumol	Cultura	SIC
01-03-2019	31-03-2019	24"	69	Música no Coração	SBSR	Cultura	SIC
08-03-2019	31-03-2019	24"	65	Música no Coração	Sudoeste	Cultura	SIC
11-03-2019	22-03-2019	25"	26	Uguru	José Carreras	Cultura	SIC
26-03-2019	31-03-2019	25"	17	Regi Concerto	David Carreira	Cultura	SIC
01-03-2019	31-03-2019	25"	64	Breaking News	North Music Festival	Cultura	SIC
01-03-2019	31-03-2019	25"	96	Braver Entertainment	RFM Somnii	Cultura	SIC
01-03-2019	10-03-2019	20"	44	Senhores do Ar	Anjos	Cultura	SIC
01-03-2019	17-03-2019	20"	22	Guess What	Dia Mundial das Doenças Raras	Solidariedade	SIC
01-03-2019	14-03-2019	20"	23	Associação Seres	Mais Conhecimento Menos Preconceito	Solidariedade	SIC
13-03-2019	31-03-2019	20"	19	APELA	Donativos	Solidariedade	SIC
16-03-2019	24-03-2019	20"	9	Cáritas Portuguesa	Peditório	Solidariedade	SIC
07-03-2019	28-03-2019	20"	22	Gab. da Secretária de Estado para Cidadania e a Igualdade	Vamos ganhar a luta contra a violencia	Solidariedade	SIC
01-03-2019	11-03-2019	20"	45	Ministério da Saúde	Eu fumo, tu fumas	Saúde	SIC
01-03-2019	15-03-2019	25" + 30"	36	Agencia para a Gestão Fogos Rurais	Portugal Chama: Queima e Queimadas / Limpeza de Terrenos	Prevenção Incendios	SIC
09-03-2019	15-03-2019	30"	26	Autoridade Nacional para Proteção Civil	Portugal Chama: Limpeza de Terrenos	Prevenção Incendios	SIC
18-03-2019	29-03-2019	30"	19	Santa Casa da Misericórdia de Lisboa	Sta. Casa Projecto Radar	Solidariedade	SIC
14-03-2019	18-03-2019	22"	9	O Som e A Fúria	Chuva é Cantoria na Aldeia dos Mortos	Protocolo	SIC

1.8. A instâncias da ERC, o operador esclareceu, por correio eletrónico de 16 de abril de 2019, que «[...] as referidas campanhas foram emitidas a título gratuito não existindo, assim, a necessidade de aditamento à informação já veiculada para a Entidade Reguladora».

1.9. O apuramento para a exclusão ou não das campanhas assim elencadas pelos operadores é realizado, desde agosto de 2015, com base nos critérios adotados por esta Entidade em Parecer aprovado em reunião do Conselho Regulador de 6 de maio de 2015; o referido Parecer foi notificado ao operador SIC pelo ofício n.º 6095, datado de 16 de julho de 2015 (no âmbito do proc. ERC/12/2013/1056).

1.10. Esse apuramento passa, assim, por uma avaliação casuística das campanhas elencadas pelo operador, com recurso à sua visualização, a fim de se apurar se as mesmas encerram em si os requisitos necessários ao seu enquadramento na norma de exceção do artigo 41.º-C, da LTSAP.

1.11. Na sequência das dúvidas e contestação dos operadores SIC e TVI quanto ao entendimento da ERC sobre a matéria, nomeadamente pela apresentação de um documento conjunto

denominado “Conceito de publicidade televisiva no direito europeu e português – contributo para a delimitação das mensagens que contam para o limite horário de emissão de publicidade”, em 13 de abril de 2016, o Conselho Regulador da ERC aprovou por unanimidade a concessão de um período de adaptação às regras nesta matéria, o qual vigorou até 31 de agosto de 2016.

- 1.12.** E em 14 de dezembro de 2016, o Conselho Regulador da ERC aprovou por unanimidade uma *adenda* ao seu parecer anterior, visando-se esclarecer algumas orientações para a monitorização dos tempos de publicidade pelos serviços da ERC, uniformizando-se tal apreciação; a mesma foi notificada ao operador SIC pelo ofício n.º SAI-ERC/2017/1790, datado de 23 de janeiro de 2017 (no âmbito do proc. 100.20.04/2016/2 – EDOC/2016/3263).
- 1.13.** Na presente avaliação das mensagens identificadas pelo operador foram tidos em conta os documentos supra referidos e, ainda, a decisão do Conselho Regulador da ERC datada de 26 de abril de 2017 (proferida no âmbito do processo 500.10.03/2017/8 – EDOC/2017/73) onde foi deliberada a exclusão das mensagens “A Cinderela no Gelo” e “A Bela e o Monstro no Gelo” do cômputo do limite de publicidade televisiva e televidua, aplicando-se a mensagens análogas de divulgação de eventos de âmbito cultural o mesmo tratamento, ou seja, não contabilizando a sua duração no cômputo dos limites de tempo impostos à difusão de mensagens publicitárias sempre que existe um apoio por parte do operador.
- 1.14.** Foram, assim, retiradas da análise aos tempos reservados a publicidade televisiva e televidua no primeiro trimestre de 2019 todas as campanhas elencadas pelo operador nas listas enviadas, para o período da amostra selecionado (cfr Figs. 2 a 4 supra).
- 1.15.** De acordo com a análise efetuada, e tendo sido concedida uma margem de apreciação de 6 segundos, concluiu-se que o serviço de programas SIC não reservou mais de 20% do seu tempo de emissão à difusão de mensagens publicitárias em qualquer unidade de hora nos meses de janeiro e março de 2019 (cf. amostra analisada).
- 1.16.** Contudo, apesar de se manter a margem de apreciação de 6 segundos, e observados os critérios de exclusão previstos nas normas supra referidas, apurou-se que o limite de tempo

legalmente permitido para a emissão de publicidade foi ultrapassado no mês de fevereiro de 2019, tendo o referido serviço de programas reservado mais de 20% do seu tempo de emissão para a difusão de mensagens publicitárias, na seguinte data e bloco horário, cfr. figura 5:

Fig. 5 – Infração ao limite de tempo legalmente permitido para emissão de publicidade no 1.º trimestre de 2019

SIC	Duração (hh:mm:ss)	Exclusões* (hh:mm:ss)	Pub. Televisiva (hh:mm:ss)
JANEIRO			
SEM INFRAÇÕES			
FEVEREIRO			
21/02/2019			
22:00:00 - 23:00:00	00:22:28	00:05:09	00:17:19
MARÇO			
SEM INFRAÇÕES			

*De acordo com art.º 40.º, n.º 2 e art.º 41.º-C, da Lei da Televisão

2. Análise e Fundamentação

- 2.1.** Nos termos da alínea b) do n.º 3 do artigo 24.º, dos Estatutos da ERC, compete a esta Entidade “[f]azer 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 de Coimas em Matéria Económica e de Publicidade ou a quaisquer outras entidades previstas no regime jurídico da publicidade».
- 2.2.** A lista de campanhas enviada pelo operador foi igualmente tida em consideração, nos termos e limites em que se considerou não colidir com as disposições legais em matéria de tempo reservado à publicidade televisiva e televenda (cfr. Fig.s 2 a 4).
- 2.3.** De notar que o Parecer aprovado em reunião do Conselho Regulador, em 6 de maio de 2015, é claro em considerar, no que se refere às “mensagens relativas a serviços públicos, fins de interesse público e apelos de teor humanitário” que «considerando que a emissão destas comunicações (...), mediante pagamento, não tem enquadramento no âmbito da «publicidade televisiva», atentos os seus requisitos, não se encontram ainda assim sujeitas a quaisquer limites de ordem temporal.» - i.e. pese embora estas mensagens possam ser emitidas nos serviços de programas televisivos mediante pagamento, atentos os requisitos inerentes a

estas mensagens (que têm de estar verificados), continuarão a não contar para o cômputo da “publicidade televisiva”.

- 2.4.** O mencionado parecer deixou ainda expresso que «O conceito de publicidade televisiva, restrito à comunicação em serviços de programas televisivos, impõe a existência de remuneração ou retribuição similar «ou carácter autopromocional» - i.e. se as mensagens forem passadas em antena gratuitamente, não podem ser consideradas para o cômputo de “publicidade televisiva”.
- 2.5.** Na situação em análise, não existindo remuneração e/ou retribuição similar nas campanhas indicadas pelo operador (Figs 2 a 4), serão as mesmas desconsideradas para o cômputo de “publicidade televisiva”, mostrando-se desnecessário proceder ao enquadramento das campanhas indicadas como “cultura” no âmbito do artigo 41.º-C LTSAP, através da existência de um «interesse público relacionado com o âmbito cultural» tal como ficou consagrado na adenda ao parecer de 6 de maio de 2015, aprovada, em 14 de dezembro de 2016, pelo Conselho Regulador da ERC.
- 2.6.** Face ao exposto, foram solicitados esclarecimentos ao operador quanto à situação assinalada, através do Ofício n.º SAI-ERC/2019/4180, de 6 de maio de 2019, ao qual se anexou o correspondente descritivo da publicidade emitida.
- 2.7.** Na sequência da notificação efetuada, pronunciou-se o operador a 10 de maio de 2019 (ENT-ERC/2019/4862 e ENT-ERC/2019/4878), o que fez nos termos e com os fundamentos seguintes (em síntese):
- 2.7.1.** 21 de fevereiro de 2019 – 22h/23h – excesso contabilizado de 5 minutos e 19 segundos.
- «A 21 de fevereiro de 2019 a SIC Generalista emitiu, em direto, o jogo de futebol da Liga Europa “Benficax Galatasaray”».
- «Tratando-se a Liga Europa da UEFA de uma competição de futebol de clubes europeus, que representa

atualmente o segundo campeonato mais importante do futebol europeu, a SIC pretende proporcionar, no seu serviço de programas generalista, a transmissão dos principais jogos inseridos nesta competição, em especial, os que incluem equipas portuguesas».

«Dada a relevância social e cultural que este desporto assume na sociedade portuguesa, a SIC entende que a transmissão televisiva destas partidas futebolísticas consubstancia a prestação de um serviço de interesse público aos telespetadores».

«Assim, a SIC ao permitir aos seus telespetadores o acompanhamento dos jogos em direto, seguindo passo a passo todos os momentos do jogo que se encontra a decorrer, fá-lo também porque se encontra contratualmente obrigada nesse sentido, devendo, por isso, respeitar o intervalo natural dos jogos para emitir os blocos publicitários».

«[...] atenta a dinâmica associada aos jogos de futebol [...] os respetivos blocos publicitários contíguos serão, naturalmente, influenciados na sua duração, de modo a conciliar a sua existência com o estrito cumprimento legal».

«[...] a publicidade em geral e, em concreto, a que se encontra inserida junto a estas transmissões televisivas, afigura-se essencial, em termos de viabilidade económico-financeira, para que a SIC continue a conseguir cumprir com a prestação desse serviço e, nesse sentido, continue a transmitir os jogos das principais competições desportivas em canal aberto».

«[...] uma vez que o jogo da Liga Europa “Benfica x Galatasaray” [...] só terminou às 21h53m02s, o bloco publicitário de 11m57s, previsto para a faixa das 21h00m, resvalou em 5m17s para a faixa horária das 22h00m, o que levou a que nesta faixa horária (das 22h00m) fossem emitidos 17m17s de publicidade (i.e. 5m17s pertencentes ao bloco das 21h00m e 12m marcados para o bloco das 22h00m)».

«[...] a emissão deste jogo teve, no total entre a primeira e a segunda parte, 4 minutos de compensação, pelo que a hora prevista para o termo do jogo se atrasou».

O operador acrescenta que «[...] fez os seus melhores esforços para cumprir as suas obrigações legais, contratuais, e para com os seus telespectadores»

O operador referiu, ainda, que cumpriu, no cômputo das três horas (21h, 22h e 23h), o tempo máximo de inserção de publicidade permitido, ficando-se pela emissão de um total de 35m50s de publicidade televisiva.

Foi ressalvado pelo operador a indispensabilidade da receita publicitária «[...] em particular no horário de exibição do evento desportivo em apreço» para que seja possível a transmissão de importantes eventos desportivos nos serviços de programas generalista de acesso não condicionado livre.

2.8. Cumpre analisar a justificação apresentada pelo operador para o dia/horário em que se verificou o desvio ao limite legalmente estabelecido para a “publicidade televisiva”:

2.8.1. 21 de fevereiro de 2019 – 22h/23h – excesso contabilizado de 5 minutos e 19 segundos.

Em primeiro lugar, refira-se que o operador aceitou um excesso de 5m17s, contrariando o valor apurado pelos serviços da ERC em 2 segundos. O valor notificado ao operador, nomeadamente através do descritivo do break referido, contabilizava um excesso de 5m19s (i.e. 17m19s de publicidade televisiva). Não tendo sido indicado pelo operador qualquer motivo para a discordância com o valor apurado pela ERC, nem feita qualquer correção ao descritivo que lhe foi enviado, entende a ERC que se deve manter o valor de publicidade televisiva apurado em 17m19s.

De acordo com o operador, este excesso está diretamente relacionado com a sua programação: o operador emitiu nesse dia, em direto, o Jogo de Futebol da Liga Europa entre o Benfica e o Galatasaray.

A partida de futebol foi patrocinada por “PLACARD” e teve o seguinte alinhamento:

- a)** Início do direto (genérico e emissão do estádio e equipas): 19h55m02s;
- b)** Início do jogo 1.^a parte (pontapé de saída): 20h01m00s;
- c)** Final 1.^a parte do jogo: 20h47m03s (após 1m de compensação do tempo regulamentar), tendo ido para intervalo às 20h47m24s;
- d)** Primeiro spot de publicidade televisiva do intervalo – “ME0” – às 20h47m28s, com a duração de 30s;
- e)** Entre as 20h48m03s e as 20h48m41s (total de 38s) – retoma da emissão em direto do estádio;
- f)** Intervalo reinicia às 20h48m41s e termina às 21h01m17s, com um total de 12m36s;
- g)** Início do direto (estádio): 21h01m17s;
- h)** Início do jogo 2.^a parte (pontapé de saída): 21h03m09s;
- i)** Final 2.^a parte do jogo: 21h51m10s (após 3m de compensação do tempo regulamentar), tendo ido para intervalo às 21h53m08s;
- j)** Primeiro spot de publicidade televisiva do intervalo – “ME0” – às 21h53m12s, com a duração de 30s;
- k)** Entre as 21h53m47s e as 21h54m07s (total de 20s) – a emissão termina com o genérico;
- l)** Intervalo a partir das 21h54m07s.

Em face do alinhamento da emissão, do início dos diretos (apresentação do ambiente no estádio, das equipas, arbitragem, etc.) e das partes naturais da competição desportiva emitida, verificou-se a impossibilidade de inserção de 12 minutos de publicidade televisiva no bloco horário das 21h-22h (hora anterior à infração), em virtude da segunda parte da transmissão da referida competição.

No entanto, tal situação, mesmo que motivada pela programação, não desresponsabiliza o operador – ao qual a lei confere, desde logo, autonomia editorial – do cumprimento da norma contida n.º 1 do artigo 40.º da LTSAP.

Ressalva-se que, de acordo com o proc. EDOC/2019/3540, relativo à fiscalização regular ao “anúncio da programação” da SIC, no primeiro trimestre de 2019, nenhuma situação anómala foi detetada no dia em análise, tendo a referida transmissão desportiva sido iniciado pelas 19h55m02s e o programa seguinte, a telenovela *Alma e Coração*, iniciado pelas 22h06m37s; de acordo com a programação antecipadamente prevista pelo operador, a transmissão desportiva iniciar-se-ia pelas 19h54m e a telenovela *Alma e Coração* iniciar-se-ia às 22h08, pelo que as diminutas diferenças horárias se integraram dentro da tolerância de 3 minutos concedida pela ERC nesses casos.

Desta feita, comprova-se que a programação foi previamente planeada pelo operador, não tendo ocorrido quaisquer circunstâncias, desde logo vicissitudes da própria competição desportiva, que pudessem ter implicado um desvio aos tempos de publicidade permitidos em cada período compreendido entre duas unidades de hora, tendo até o programa seguinte, a telenovela *Alma e Coração*, iniciado mais cedo do que o inicialmente previsto pelo operador, apesar dos 4 minutos totais de compensação verificados no decurso da partida (1 minuto na primeira parte e 3 minutos na segunda).

2.9. Quanto ao incumprimento ao limite da publicidade televisiva ocorrido, sempre se diga que a ERC desconhece os termos do contrato celebrado entre a SIC e entidades terceiras para transmissão dos referidos jogos de futebol, não obstante, também se refira que imposições contratuais não poderão prevalecer sobre os comandos legais internos, designadamente em matéria de publicidade.

2.10. A convicção do operador de que está a “prestar um serviço público” com a transmissão dessas competições em “sinal aberto” não encontra respaldo na lei que justifique o desrespeito pelas normas legais relativas a tempos de publicidade, não podendo a SIC ser positivamente discriminada em face de qualquer outro operador de televisão nesta matéria.

- 2.11.** Conforme disposto no n.º 3, do artigo 80.º da LTSAP, «o operador pode ser dispensado de coima [...] quando o incumprimento desse limite ocorrer pontualmente por motivos de carácter excecional devidamente justificados [...] e se verificar que, no conjunto dessa hora, da anterior e da seguinte, foi respeitado o limite acumulado da publicidade previsto naquela disposição», i.e. um total de 36 minutos.
- 2.12.** A aplicação do n.º 3 do art.º 80.º da LTSAP, por referir-se a uma “dispensa de coima”, aplica-se se, e quando, seja verificada uma infração; sendo que a aplicação desta norma não é imediata antes do processo contraordenacional (que termine em coima) e, muito menos, servirá de norma de exceção que permita afirmar que a infração não se verificou. Contudo, far-se-á seguidamente o cômputo das três horas aí previstas, verificando-se se o operador excedeu o limite total de 36 minutos na situação irregular identificada. A Fig. 6 apresenta o apuramento de publicidade para a hora em que se verifica a infração, a anterior e a seguinte (descritivo em anexo – ANEXO A):

Fig. 6 – Limite acumulado de tempos de publicidade (art.º 80.º, n.º 3 LTSAP)

SIC	Tempo Pub. televisiva (hh:mm:ss)
21/02/2019	
21:00:00 - 22:00:00	00:06:30
22:00:00 - 23:00:00	00:17:19
23:00:00 - 24:00:00	00:11:49
Total acumulado:	00:35:38

- 2.13.** De notar que o apuramento de publicidade que se apresenta (na hora em que se verifica a infração, a anterior e a seguinte) exclui as “sobreposições – PLACARD” inseridas durante o jogo de futebol, uma vez que o art.º 41.º, n.º 2, da LTSAP refere que a identificação do patrocínio pode ser feita «cumulativamente noutros momentos desde que não atente quanto à integridade dos programas», sendo que a «duração e natureza» dos mesmos e «os direitos de quaisquer titulares» igualmente deverão ser tidos em conta. Ora, no caso em concreto, tal como foram inseridas em ecrã as “sobreposições”, não cremos que as mesmas tivessem prejudicado a integridade do programa e, por conseguinte, os direitos dos espetadores. Contudo, para melhor se perceber se a prática respeitou cabalmente a norma, deverá igualmente verificar-se o número e duração das referidas “sobreposições”: desde o início da partida de futebol até ao seu

fim, as referidas “sobreposições - PLACARD” tiveram uma duração total de 2m01s, divididos por 6 “sobreposições” inseridas na primeira parte do jogo (total 1m13s) e 5 “sobreposições” inseridas na segunda parte do jogo (total 48s). A duração da maior “sobreposição - PLACARD” contou com 15s e a menor com 6s. Desta forma, em face da permissão legal de identificação do patrocínio *noutros momentos* do programa, da duração total de um jogo de futebol (90 minutos), e tendo em conta que tais “sobreposições” contabilizaram na sua totalidade 2m01s, foram excluídas no cômputo do limite de publicidade televisiva e televenda.

- 2.14.** De acordo com o apuramento efetuado, verifica-se que o limite acumulado da publicidade no conjunto da hora em que se verifica a infração, da anterior e da seguinte, foi respeitado, sendo inferior a 36 minutos.

Contudo,

- 2.15.** Será de ter em conta que situações semelhantes têm vindo a ser repetidamente verificadas nos últimos dois anos: i) no primeiro trimestre de 2017 (proc. 500.10.03/2017/50 - EDOC/2017/3101), tendo-se decidido pela não abertura de procedimento contraordenacional, mas que o operador fosse «[instado] ao cumprimento escrupuloso das normas relativas aos tempos de publicidade, devendo o operador pugnar pelo respeito das referidas normas em todas as circunstâncias, não podendo escudar-se na programação que elege e transmite em antena, nomeadamente em contratos bilaterais que não se podem sobrepor à lei»; ii) no primeiro trimestre de 2018 (proc. 500.10.03/2018/34 - EDOC/2018/2802), tendo sido deliberada a abertura de processo contraordenacional contra o operador SIC, com fundamento no desrespeito do artigo 40.º, n.º 1 da LTSAP (cf. Deliberação ERC/2018/197 (PUB-TV), de 20 de setembro); e iii) no quarto trimestre de 2018 (proc. 500.10.03/2019/8 - EDOC/2019/126), tendo sido deliberada a abertura de processo contraordenacional contra o operador SIC, com fundamento no desrespeito do artigo 40.º, n.º 1 da LTSAP (cf. Deliberação ERC/2019/85 (PUB-TV), de 20 de março).
- 2.16.** Motivo pelo qual não se pode considerar cumprido o carácter “pontual” exigido pela norma do n.º 3, do artigo 80.º da LTSAP, por não ser a primeira vez que se verifica um incumprimento com os referidos contornos, tendo o operador clara consciência de que está a incumprir determinações

legais quando coloca em antena publicidade televisiva com duração superior a 12 minutos, por unidade de hora.

- 2.17.** A inclusão em antena de transmissões desportivas, em direto, com durações elevadas, como é o caso de um jogo de futebol, faz parte da autonomia de programação de um operador de televisão; por sua vez, coexistem regras, desde logo relativas ao “anúncio da programação” e “publicidade”, às quais o operador igualmente deve obedecer, pelo que cabe ao operador tentar encontrar o equilíbrio que melhor se ajuste aos seus interesses e ao cumprimento das regras que lhe são impostas no exercício da atividade televisiva.
- 2.18.** No caso em apreço, verificado no dia 21 de fevereiro de 2019, o limite legalmente previsto de tempo reservado à publicidade televisiva (12 minutos), no período compreendido entre as 22h e as 23h, foi excedido em 5 minutos e 19 segundos, o que não se pode considerar admissível.
- 2.19.** Prevê a alínea a) do n.º 1, do artigo 76.º, da LTSAP que a inobservância do disposto no artigo 40.º constitui contraordenação grave, punível com coima de 20.000,00€ (vinte mil euros) a 150.000,00€ (cento e cinquenta mil euros), cabendo à ERC, nos termos do n.º 2, do artigo 93.º do mesmo diploma, a instrução dos processos de contraordenação aí previstos.

3. Deliberação

Tendo analisado o cumprimento dos limites de tempo reservado à publicidade pelo serviço de programas SIC, referente ao 1.º trimestre de 2019 – janeiro, fevereiro e março – e de acordo com a amostra selecionada para o efeito, o Conselho Regulador delibera instaurar procedimento contraordenacional contra o operador SIC – Sociedade Independente de Televisão, S.A., ao abrigo do disposto no artigo 76.º, n.º 1, alínea a) e artigo 93.º, ns.º 1 e 2 da LTSAP, e artigo 24.º, n.º 3, alínea b), dos Estatutos da ERC, com fundamento no desrespeito do artigo 40.º, n.º 1 da LTSAP, no dia 21 de fevereiro de 2019, no período compreendido entre as 22h e as 23h, onde foram destinados 17 minutos e 19 segundos a publicidade televisiva.

Lisboa, 26 de junho de 2019

O Conselho Regulador,

Sebastião Póvoas

Mário Mesquita

Francisco Azevedo e Silva

Fátima Resende