



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Deliberação

ERC/2023/415 (OUT-TV)

Contratos de empresa de jornalista para a execução de conteúdos publicitários e de programas de informação da CMTV

Lisboa
15 de novembro de 2023

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação ERC/2023/415 (OUT-TV)

Assunto: Contratos de empresa de jornalista para a execução de conteúdos publicitários e de programas de informação da CMTV

I. Exposição

1. Deu entrada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante, ERC), a 10 de julho de 2023, uma exposição de Pedro Almeida Vieira (Página Um), remetendo para a existência de dois contratos assinados pela empresa Kind of Magic, Unipessoal, Lda. (adiante, Kind of Magic), os quais anexa à sua comunicação.

2. Mais aponta que a referida empresa pertence a um jornalista com título habilitador atribuído pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ) e apresentador do programa “Falar Global”, transmitido pela CMTV¹.

3. O expoente concretiza que o contrato celebrado entre a Kind of Magic e a Universidade de Aveiro se refere à «aquisição de serviços de gestão, realização e produção de conteúdos relativos ao plano de comunicação do evento ciência 23, que se realizou em 5, 6 e 7 de julho».

4. Já o contrato celebrado entre a Kind of Magic e o Município de Oeiras (marca Oeiras Valley) refere-se à «aquisição de conteúdos publicitários para divulgação da marca Oeiras Valley, no Programa Falar Global da CMTV».

¹ Adicionalmente, o expoente abordou também a matéria em causa em notícia publicada a 3 de agosto de 2023, disponível em: <https://paginaum.pt/2023/08/03/obrigado-por-esta-participacao-no-falar-global-minha-querida/>

5. Acrescenta-se ainda na exposição que, em anos anteriores, «houve também contratos semelhantes, incluindo com a Câmara Municipal de Oeiras, para outros programas da CMTV», sem, contudo, especificar quais.

II. Posição da Denunciada

6. Foi o Presidente do Conselho de Administração da Cofina Media, S.A., notificado para se pronunciar a 25 de agosto de 2023 sobre a exposição rececionada.

7. Apesar de a notificação ser dirigida ao Presidente do CA, a resposta a esta Entidade foi subscrita por Carlos Rodrigues.

8. Vem dizer que «esta matéria não pertence ao pelouro do Senhor Presidente do Conselho de Administração da Cofina, que encaminhou internamente o assunto a quem incumbe a tutela da Comunicação Social».

9. Entretanto não foi rececionada nesta Entidade qualquer outra resposta.

10. Na pronúncia informa-se que o programa visado é um «*magazine* de assuntos científico/tecnológicos».

11. Acrescenta-se que o programa “Falar Global” é «uma produção externa contratada pela Cofina Media, S.A. (“Cofina”), goza de total autonomia de conteúdos, dentro do respeito pelo Estatuto Editorial do serviço de programas CMTV e pelo princípio geral que norteia este mesmo canal televisivo. Por estes motivos e como se compreenderá, no que à Cofina, designadamente ao serviço de programas CMTV, diz respeito, nada poderá ser adiantado sobre a situação descrita no Ofício em apreço e sobre os conteúdos em questão referidos no mesmo, tendo inclusive em conta que não é sequer a Cofina parte nos contratos com

entidades externas mencionadas no mesmo Ofício a que se responde, sendo alheia aos mesmos.»

III. Análise e fundamentação

a) Questão prévia

12. Como questão prévia, e considerando o conteúdo da comunicação da Cofina à ERC, cumpre dizer que não colhe, nem nunca poderá colher, o argumento trazido pela Denunciada de que «o programa “Falar Global” é «uma produção externa contratada pela Cofina Media, S.A. (“Cofina”), goza de total autonomia de conteúdos».

13. Como a Denunciada bem sabe, o que está em causa são conteúdos transmitidos pela CMTV, um órgão de comunicação social registado na ERC, com autorização para o exercício da atividade televisiva (Deliberação 6/AUT-TV/2012²), necessariamente dotado de autonomia editorial, e a quem cabe, sempre e em última instância, a decisão e responsabilidade sobre os conteúdos que transmite, independentemente de serem ou não produzidos por entidades externas ao serviço de programas, situação, aliás, bastante comum na contemporânea estruturação do negócio audiovisual.

b) Normas aplicáveis

14. O presente procedimento centra-se na averiguação da eficaz e clara separação entre conteúdos editoriais e promocionais, no quadro das competências e atribuições da ERC, nomeadamente as respeitantes à salvaguarda da independência dos órgãos de comunicação social perante os poderes políticos e económicos. Assim, a análise debruça-se sobre a verificação de eventuais situações em que se indicia que conteúdos promocionais foram dissimulados como conteúdos de natureza jornalística, enquanto resultado de contratos estabelecidos com entidades externas ao órgão de comunicação social, em desrespeito pela

² Disponível em:

<https://www.erc.pt/document.php?id=MmI4NDNhNmUtNzM3YS00MjdjLWFmYTMtMWQ2MmFINTliMjUx>

autonomia editorial e pelo princípio de identificabilidade de conteúdos de natureza publicitária.

15. A ERC é competente para analisar a matéria em causa nos termos das suas atribuições, tal como elencadas no artigo 8.º, alíneas c) e j), dos seus Estatutos³, designadamente no seu artigo 8.º: «c) Zelar pela independência das entidades que prosseguem atividades de comunicação social perante os poderes político e económico; j) Assegurar o cumprimento das normas reguladoras das atividades de comunicação social.»

16. O artigo 24.º, n.º 3, dos referidos Estatutos atribuem ao Conselho Regulador da ERC competência para: «a) Fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos difundidos pelas entidades que prosseguem atividades de comunicação social, designadamente em matéria de rigor informativo e de proteção dos direitos, liberdades e garantias pessoais; b) 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; c) Fiscalizar o cumprimento das leis, regulamentos e requisitos técnicos aplicáveis no âmbito das suas atribuições; q) Proceder à identificação dos poderes de influência sobre a opinião pública, na perspetiva da defesa do pluralismo e da diversidade, podendo adotar as medidas necessárias à sua salvaguarda».

17. Constituem ainda objetivos da regulação a prosseguir pela ERC aqueles estabelecidos no artigo 7.º, alínea d): «Assegurar que a informação fornecida pelos prestadores de serviços de natureza editorial se pauta por critérios de exigência e rigor jornalísticos, efetivando a responsabilidade editorial perante o público em geral dos que se encontram sujeitos à sua jurisdição, caso se mostrem violados os princípios e regras legais aplicáveis.»

18. A partir de 2015, também a Lei da Transparência veio estabelecer, no n.º 5 do seu artigo 6.º, que: «As informações e elementos transmitidos à ERC (...) e por esta divulgados

³ Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

publicamente (...), podem ser utilizadas pela ERC no exercício das suas atribuições e competências, designadamente no que respeita à salvaguarda do livre exercício do direito à informação e à liberdade de imprensa, à salvaguarda da independência das entidades que prosseguem atividades de comunicação social perante os poderes político e económico e à defesa do pluralismo e da diversidade face aos poderes de influência sobre a opinião pública.»

19. Diante do exposto, resulta claro que compete à ERC averiguar a eficaz e clara separação entre conteúdos editoriais e promocionais, seja pela previsão deste princípio como pedra fundamental de todo o regime jurídico aplicável ao setor da comunicação social, seja pela garantia de defesa da independência editorial.

20. Por outro lado, e embora a ERC não disponha de competências no domínio da deontologia dos jornalistas, importa considerar que o Estatuto do Jornalista⁴ determina, no seu artigo 14.º, que constituem deveres fundamentais dos jornalistas, designadamente: «c) Recusar funções ou tarefas suscetíveis de comprometer a sua independência e integridade profissional».

21. Ora, se o jornalista deve recusar funções ou tarefas suscetíveis de comprometer a sua independência e integridade profissional, por maioria de razão, a obrigação de tal recusa vincula o próprio órgão de comunicação social, esse sim, sujeito à regulação da ERC.

22. Tem ainda aplicação o disposto no Código da Publicidade⁵, onde se prevê que a publicidade se rege pelos princípios da licitude, identificabilidade, veracidade e respeito pelos direitos do consumidor, detalhando de forma expressa, no n.º 1 do artigo 8.º, a regra geral de que: «A publicidade tem de ser inequivocamente identificada como tal, qualquer que seja o meio de difusão utilizado.»

⁴ Lei n.º 1/99, de 13 de janeiro, na sua versão atual.

⁵ Aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, na sua versão atual.

23. Importa ainda recordar que a liberdade de imprensa e o direito à informação são direitos com garantia constitucional (artigos 37.º e 38.º da Constituição da República Portuguesa). Garantia esta com conteúdos e limites definidos, entre outros, na Lei de Imprensa⁶, que estabelece no seu artigo 2.º, n.º 2: «O direito dos cidadãos a serem informados é garantido, nomeadamente, através: (...) d) Da identificação e veracidade da publicidade».

24. Daí decorre que a liberdade de imprensa abrange o direito dos cidadãos a serem informados, o qual é garantido também, como vimos, através da identificação e veracidade da publicidade.

25. Sendo aqui diretamente aplicável a Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP)⁷, a interpretação que leva à sua aplicação ao caso concreto deve considerar o elemento sistemático (de todo o regime aplicável à comunicação social) e à sua evolução histórica (nomeadamente desde a entrada em vigor da Lei de Imprensa, em 1999).

26. Com efeito, e como referido, a Lei de Imprensa concretiza as obrigações relativas à separação entre conteúdos publicitários e conteúdos editoriais⁸.

27. A natureza sinalagmática (não necessariamente pecuniária), bem como a clara obrigação de identificação e separação de conteúdos editoriais, são elementos essenciais para apreender a evolução do conceito de «Publicidade», conceito este passível de, desde logo, preencher a previsão genérica da Lei de Imprensa, mas também de integrar os vários (sub)tipos em que tem vindo, na prática, a desdobrar-se, na própria LTSAP, mas igualmente fruto da evolução tecnológica dos suportes, técnicas e práticas de interação agora disponíveis às decisões editoriais.

⁶ Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, na sua versão atual.

⁷ Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, na sua versão atual.

⁸ Artigo 28º, n.º 2, da LI: «Toda a publicidade redigida ou a publicidade gráfica, que como tal não seja imediatamente identificável, deve ser identificada através da palavra 'Publicidade' ou das letras 'PUB', em caixa alta, no início do anúncio, contendo ainda, quando tal não for evidente, o nome do anunciante.»

28. Procura-se com isto destacar que conceitos como «publi-reportagem», «patrocínio» ou «colaboração», entre muitos outros⁹ previstos na LTSAP, se incluem na tipologia mais generalista de «publicidade» originária da Lei de Imprensa.

29. Ora, na LTSAP confirma-se a enumeração, exemplificativa, de vários subtipos daquele género amplo de «Publicidade» (da Lei de Imprensa).

30. Desde logo com o vasto leque de «definições» como: «Publicidade televisiva»; «Telepromoção»; «Patrocínio»; «Colocação de produto e ajuda à produção»; etc.¹⁰ De notar que em todos estes casos – tal como no género «publicidade» da Lei de Imprensa – a identificação é obrigatória, independentemente das especificidades de cada subtipo. Neste sentido veja-se o enquadramento que a LTSAP prevê: «Publicidade televisiva»¹¹ no artigo 40^o-A, «Telepromoção»¹² no artigo 40.^o-C, «Patrocínio»¹³ no artigo 41.^o, «Colocação de produto e ajuda à produção»¹⁴ no artigo 41.^o-A.

31. Nesta evolução de subtipos do conceito genérico de «publicidade», refira-se ainda a manutenção da qualificação da violação dos deveres de identificação como contraordenação grave, nos termos da alínea a), do n.^o 1, do artigo 76.^o da LTSAP, com a previsão da punibilidade da negligência (n.^o 3).¹⁵

32. Pelo que é possível concluir que, pese embora a variedade de conteúdos comerciais e de «parcerias» ou «colaboração» entre órgãos de comunicação social e entidades não

⁹ Como por exemplo «telepromoção» ou «colocação de produto» (estes com as devidas adaptações à imprensa (mas também à extensão desta a meios audiovisuais online).

¹⁰ Cfr. Artigo 2.^o, n.^o 1, da LTSAP: b) «Ajuda à produção»; c) «Autopromoção»; d) «Colocação de produto»; e) «Comunicação comercial audiovisual»; f) «Comunicação comercial audiovisual virtual»; o) «Patrocínio»; r) «Publicidade televisiva»; u) «Telepromoção».

¹¹ Cfr. Artigo 40.^o-A da LTSAP.

¹² Cfr. Artigo 40.^o-C da LTSAP.

¹³ Cfr. Artigo 41.^o da LTSAP.

¹⁴ Cfr. Artigo 41.^o-A da LTSAP.

¹⁵ Cfr. Artigo 76.^o da LTSAP.

jornalísticas: a) Todas as novas tipologias reconduzíveis ao género mais vasto de «publicidade» mantêm, na LTSAP, uma obrigação geral de identificação, ainda que com menções diferenciadas (patrocínio, ajuda à produção, etc.); b) Alguns tipos de «colaborações», implicando uma promoção – mesmo que apenas de marca e não necessariamente de bem ou serviço –, também têm de ser identificados e/ou não podem ser difundidos em certos espaços editoriais; c) Existe um carácter sinalagmático na relação e as eventuais contrapartidas, para o órgão de comunicação social, não são necessariamente pecuniárias.

33. Pelo exposto, aos conteúdos comerciais impõem-se obrigações de identificação, nomeadamente para se não confundirem com conteúdos editoriais ou, em certos casos, para tornar evidente aos destinatários a influência que tais conteúdos (comerciais) podem ou não ter nos restantes conteúdos (editoriais). Esta obrigação é igualmente aplicável a uma putativa (nova) tipologia de colaboração entre o órgão de comunicação social e entidades externas. Conclusão necessária da constatação de que toda e qualquer (nova) tipologia de relação sinalagmática que implique a difusão de conteúdos que promovam o parceiro, e não o órgão de comunicação social, será – independentemente da nomenclatura descritiva usada – passível de ser reconduzida à previsão do género amplo de «publicidade», no sentido histórico previsto na Lei de Imprensa ou, neste caso, à enumeração dos (sub)tipos contantes da LTSAP.

c) Descrição dos conteúdos

34. Consultada a base de dados do DAM (Departamento de Análise de *Media*) referente ao ano de 2022, que decorre de uma classificação inicial da Markttest, verifica-se que o programa “Falar Global” se encontra classificado, em termos de macrogénero, como “cultura/conhecimento”, cuja função é informar¹⁶.

35. O programa em análise é exibido semanalmente na CMTV.

¹⁶. Uma conceptualização mais desenvolvida pode ser consultada no Relatório de Regulação 2021 da ERC, pp. 549-551, disponível em: <https://www.erc.pt/pt/estudos/relatorios-de-regulacao/relatorio-de-regulacao-2021/>

36. Adicionalmente, foram verificadas as fichas técnicas constantes do genérico final de três edições do programa “Falar Global”, cuja análise se desenvolverá adiante.

37. As três edições do programa “Falar Global” identificadas para a análise foram selecionadas a partir da correspondência entre os conteúdos emitidos e o objeto dos dois contratos identificados pelo expoente, bem como a partir da correspondência entre as suas datas de transmissão e os períodos temporais patentes nos contratos anexos à exposição.

Veja-se:

Data	Duração
23/01/2023	00:13:32
28/07/2023	00:15:30
14/08/2023	00:14:44

38. Das fichas técnicas analisadas consta a referência ao «Diretor» (Carlos Rodrigues) do serviço de programas CMTV. Refira-se que, no caso da CMTV, a função de diretor responsável pela área da informação e pela área da programação tem sido, nos últimos anos, desempenhada por uma única pessoa.

39. Nelas consta também a referência à «autoria» do programa.

40. Consultada a página eletrónica da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ), verifica-se que dois dos autores são detentores de título habilitador para o exercício do jornalismo, e um não tem, à presente data, carteira profissional.¹⁷

41. Um dos jornalistas autores do programa é também o apresentador do mesmo.

42. Por fim, consta ainda da ficha técnica a identificação de «jornalistas» que participam em cada edição do programa. No caso das três edições aqui em análise, a pesquisa permitiu

¹⁷ Pesquisa realizada a 29 de agosto de 2023.

verificar que, à presente data, uma dessas profissionais não tem carteira profissional¹⁸ e a outra é detentora de título habilitador para o exercício do jornalismo¹⁹.

43. A análise permitiu também verificar que as três edições do programa “Falar Global” da CMTV exibem sinalética de comunicações comerciais, em concreto, colocação de produto, patrocínio e apoio à produção.

44. As três edições do programa apresentam ainda uma estrutura semelhante, com uma divisão em três segmentos diferenciados.

45. O primeiro segmento, apresentado por um jornalista, destina-se a desenvolver o tema específico da edição em causa. É composto por peças editadas e entrevistas.

46. O segundo segmento denomina-se “Global Gadget” e é conduzido por uma jornalista. Numas edições é feito a partir do estúdio, noutras fora do estúdio. Apresenta um equipamento tecnológico e tem um convidado que é entrevistado sobre o produto em questão.

47. O último segmento do programa chama-se “Retratos de Portugal” e apresenta dados estatísticos sobre o país. A fonte dos dados surge identificada como “INE/Pordata” e faz referência à Fundação Francisco Manuel dos Santos.

48. As edições de 23/01/2023 e de 14/08/2023 têm conteúdos relacionados com o objeto do contrato celebrado entre a Kind of Magic e o Município de Oeiras (marca Oeiras Valley).

49. A edição de 28/07/2023 tem conteúdos relacionados com o objeto do contrato celebrado entre a Kind of Magic e a Universidade de Aveiro.

¹⁸ Pesquisa realizada a 29 de agosto de 2023.

¹⁹ Pesquisa realizada a 29 de agosto de 2023.

50. Na edição de **23/01/2023** do “Falar Global”, o apresentador introduz o tema do programa da seguinte forma: «O Taguspark é conhecido como a cidade do conhecimento e transformou-se num verdadeiro ecossistema de inovação, muito valorizado pelas empresas tecnológicas. O Falar Global foi conhecer algumas dessas empresas que escolheram este parque para se instalarem em Portugal.»

51. Segue-se uma peça editada, introduzida pela *voz off*: «Há cerca de 160 empresas no Taguspark. Atuam em diferentes setores, desde o desenvolvimento de software, sensibilização para a reutilização de dispositivos tecnológicos ou a formação em emergência médica, como é o caso da Ocean Medical.»

52. Nesta peça é entrevistado Marco Castro, CEO da Ocean Medical, sobre a área de intervenção da empresa e os serviços que a mesma disponibiliza.

53. Após esta entrevista, a *voz off* intervém de novo: «Outra empresa instalada neste parque tecnológico, no município de Oeiras, é a PHC, que desenvolve software de gestão para pequenas e médias empresas. Aposta na transição digital, suportada por tecnologias de última geração, como a Cloud ou a Inteligência Artificial, para ajudar a simplificar e otimizar até os setores de atividade mais convencionais.»

54. Nesse seguimento, é entrevistado Ricardo Parreira, CEO da PHC.

55. A *voz off* apresenta outra empresa: «Para além desta nova relação com o local de trabalho, a mudança de hábitos de consumo tecnológico começa a ser imagem de marca para uma geração de empresas que se mostram preocupadas com o futuro eficiente e sustentável. É precisamente na área da sensibilização para a reutilização tecnológica que a Itancia, uma empresa francesa, atua nos seus escritórios em Portugal.»

56. Após a introdução, é entrevistado Pedro Serra, diretor da Itancia Portugal.

57. A meio desta entrevista, a *voz off* intervém: «As empresas aqui sedeadas escolheram este parque devido às infraestruturas, mas acima de tudo, ao prestígio e ao crescimento que o Taguspark tem assistido desde a sua inauguração.»

58. No final desta entrevista, a *voz off* refere: «Este parque tecnológico é uma referência nacional que, numa área equivalente a 500 campos de futebol, reúne mais de uma centena de empresas, centros de investigação, uma universidade, uma incubadora de empresas, um museu e muitos outros serviços que fazem deste centro empresarial uma verdadeira cidade do conhecimento.»

59. Finda a peça, o apresentador do programa entrevista, em estúdio, Eduardo Baptista Correia, CEO do Taguspark.

60. Refira-se que no segmento “Global Gadget” é entrevistado Bruno Borges, da iServices, que apresenta a “Câmara Action 2”, descreve as suas características e indica o seu preço de venda ao público.

61. Na edição de **14/08/2023** do “Falar Global”, o apresentador introduz o tema do programa da seguinte forma: «Estamos em formato especial de verão, onde pode ver alguns dos trabalhos que lhe temos mostrado ao longo do ano. Começamos por conhecer algumas empresas tecnológicas que escolheram o Taguspark para se instalarem. O maior parque de ciência e tecnologia do país, que é uma verdadeira cidade do conhecimento.»

62. Segue-se uma peça editada, que constitui uma repetição dos conteúdos emitidos na edição de 23/01/2023, *supra* descritos, com exceção da entrevista em estúdio a Eduardo Baptista Correia, CEO do Taguspark.

63. No fim desta peça, o apresentador do programa introduz novos conteúdos: «Cinco projetos promissores na área da saúde para resolver problemas que nos afetam a todos foram premiados numa parceria inédita em Portugal, entre duas instituições científicas e o município de Oeiras. Veja agora todos esses projetos.»

64. Na peça que se segue são apresentados os projetos mencionados e entrevistados os respetivos representantes: Maria Miragaia, investigadora ITQB Nova; Margarida Archer, investigadora ITQB Nova; Vítor Cabral, investigador Instituto Gulbenkian de Ciência; Ana Pina, investigadora ITQB Nova; e Mónica Serrano, investigadora ITQB Nova.

65. Após estas entrevistas, a *voz off* informa: «Todos estes investigadores foram premiados na segunda edição do INOValley, um fundo para prova de conceito, que é uma iniciativa pioneira em Portugal ao juntar duas instituições científicas, o ITQB Nova e o Instituto Gulbenkian de Ciência, e o município de Oeiras, para premiar projetos que possam fazer a diferença na nossa vida.»

66. Refira-se que ambas as instituições mencionadas na peça, o ITQB Nova e o Instituto Gulbenkian de Ciência, se encontram sedeadas em Oeiras.

67. O segmento “Global Gadget” é igualmente uma reedição da edição de 23/01/2023.

68. Na edição de **28/07/2023** do “Falar Global”, o apresentador introduz o tema do programa da seguinte forma: «O Falar Global está no Ciência 2023, o maior evento da comunidade científica em Portugal, que este ano se realiza em Aveiro. São três dias com muita ciência e tecnologia, dedicados à proteção do oceano.»

69. Segue-se uma peça editada, introduzida pela jornalista: «Sabia que há tecnologia capaz de medir o batimento cardíaco de um mexilhão? Cerveja feita com algas marinhas e até

fungos que degradam microplásticos? São projetos de investigação que vieram de todo o país para o Ciência 2023, mostrar a excelência da ciência nacional.»

70. A voz *off* intervém de seguida: «As demonstrações de projetos científicos que dão a conhecer o que de melhor se faz na investigação em Portugal são uma parte importante deste encontro.»

71. Nesta peça são entrevistados Fernando Lima, da Biopolis; Paula Lima, do Centro Robótica e Sistemas Autónomos INESC TEC; e António Costa, primeiro-ministro.

72. A jornalista intervém de novo: «Ciência e Oceano para além do Horizonte foi o tema deste encontro que, pela primeira vez, deixou Lisboa rumo a Aveiro. E foi aqui, na Universidade, que se deu a conhecer a ciência que está a ser desenvolvida na área da preservação do oceano.»

73. Segue-se novo conjunto de entrevistas: Ricardo Calado, da Ecomar Universidade de Aveiro; Maria Inês Cardoso, da Escola Secundária Amato Lusitano Castelo Branco; Mónica Vilela, da Escola Secundária Amato Lusitano Castelo Branco; Rosalia Vargas, presidente da Ciência Viva; Madalena Alves, presidente da FCT; Joana Xavier, do Centro Interdisciplinar de Investigação Marinha e Ambiental; Paulo Jorge Ferreira, reitor da Universidade de Aveiro; e Juan Lema, da Universidade de Santiago de Compostela.

74. Segue-se nova intervenção em voz *off*: «Este encontro anual é promovido pela Fundação para a Ciência e Tecnologia, pela Ciência Viva e, este ano, pela Universidade de Aveiro, com o apoio institucional do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior.»

75. Terminada a peça, inicia-se uma entrevista editada, conduzida pelo apresentador do programa, a Helena Vieira, Comissária Ciência 2023.

76. No segmento “Global Gadget” é entrevistado Bruno Borges, da iServices, que apresenta um liquidificador inteligente e descreve as suas características.

d) Análise – Separação entre conteúdos editoriais e promocionais

77. Para efeitos da presente análise, importa começar por referir que o programa aqui visado cumpre uma função informativa, sendo inclusivamente apresentado por um jornalista com título habilitador para o exercício da profissão.

78. O jornalista em causa é o detentor do capital social da Kind of Magic, Unipessoal, Lda., sociedade que, aliás, celebrou os referidos dois contratos *supra* identificados.

79. Cumpre aqui referir também que, consultada a respetiva certidão²⁰, a empresa Kind of Magic tem como objeto social a «produção de audiovisuais e conteúdos, filmes, programas de rádio e televisão, Internet, cinema, som, edição, música, media, programas informáticos, fotografia e imagem e respetivo comércio. Produção, organização, realização e promoção de eventos, congressos e conferências. Assessoria de imprensa, marketing e comunicação. Edição, produção gráfica, realização de publicações e conteúdos. Consultoria de imagem, comunicação e de gestão. Formação nas mesmas áreas.»

80. A análise realizada permitiu verificar que, nas três edições do programa “Falar Global” aqui em causa, descritas na alínea c), e apesar da presença de sinalética de comunicações comerciais, não se encontra identificada perante os telespectadores a relação comercial estabelecida entre a Universidade de Aveiro e a empresa Kind of Magic e entre o Município de Oeiras e a Kind of Magic.

81. Em concreto, verifica-se que, no início e no final das edições do programa “Falar Global”, existe indicação, através de sinalética, de que o mesmo contém ajuda à produção, colocação de produto e patrocínio.

²⁰ Consulta realizada através do Portal da Justiça, em 2 de novembro de 2023.

82. No final das edições, após a apresentação do genérico com a ficha técnica, surgem os cartões com a identificação das marcas que se associaram ao programa através de ajuda à produção.

83. Contudo, como se mencionou acima, não é feita qualquer referência à relação comercial estabelecida com as entidades que celebraram contratos com a Kind of Magic e cuja atividade é divulgada nas três edições do “Falar Global”.

84. Tal ausência constata-se no início e no fim do programa, contrariando os termos do artigo 41.º, n.º 1, da LTSAP, que determina o seguinte: «Os serviços de programas televisivos (...), bem como os respetivos programas patrocinados, são claramente identificados como tal pelo nome, logótipo ou qualquer outro sinal distintivo do patrocinador dos seus produtos ou dos seus serviços» (sublinhado nosso).

85. Ora, a LTSAP define patrocínio, na alínea o) do n.º 1 do artigo 2.º, como «uma contribuição, feita por uma empresa pública ou privada (...) para o financiamento de serviços de comunicação social audiovisual (...) ou de programas a fim de promover o seu nome, a sua marca, a sua imagem, as suas atividades ou os seus produtos».

86. Deverá ressaltar-se ainda que a LTSAP determina que «o conteúdo de um serviço de programas televisivo, serviço audiovisual a pedido ou programa patrocinado ou, no caso dos serviços de programas televisivos, a sua programação, não podem, em caso algum, ser influenciados de modo a afetar a respetiva responsabilidade e independência editorial.» (artigo 41.º, n.º 4, da LTSAP)

87. A não identificação da relação comercial estabelecida com as entidades externas ao serviço de programas configura uma atuação que se reveste de opacidade por não sinalizar, perante o público, que os conteúdos em causa resultaram de pagamentos estabelecidos contratualmente.

88.A produção e exibição de conteúdos mediante o pagamento de contrapartidas por entidades externas, quando não devidamente identificada, ameaça seriamente a independência do órgão de comunicação social, bem como o livre exercício do direito à informação, contendo com o princípio da transparência exigível na relação da CMTV com os seus telespectadores.

89.Ao não acautelar as previsões legais e deontológicas exigíveis, a CMTV poderá ter comprometido a veracidade, rigor e objetividade dos conteúdos, em prejuízo do interesse público e da livre formação da opinião, não cuidando de garantir de forma cabal a sua independência perante interferências do plano económico nas suas decisões editoriais, perigando a sua credibilidade e transparência, em incumprimento da sua obrigação prevista na alínea c), n.º 2, artigo 34.º da LTSAP.

90.Da mesma forma, e contrariamente ao preconizado na sua pronúncia, a CMTV não cuidou de acompanhar o compromisso, vertido no n.º 2 do seu Estatuto Editorial²¹, de defesa do «valor absoluto da notícia como componente essencial da transparência democrática, e a necessária independência da atividade jornalística perante todas as formas de poder, sejam elas políticas, económicas, religiosas ou outras.» A defesa do princípio da independência editorial conflitua, aliás, com a argumentação exibida na pronúncia que sugere desresponsabilização editorial por conteúdos emitidos na antena da CMTV: o programa em apreço constitui uma «produção externa contratada pela Cofina», «goza de total autonomia de conteúdos», a Cofina não é «parte nos contratos com entidades externas mencionadas» e é «alheia aos mesmos».

91. Resulta, portanto, da análise empírica a existência de indícios de violação das regras relativas a «outras formas de comunicação comercial audiovisual» – designadamente aquelas referentes a «patrocínio», dispostas no n.º 1 do artigo 41.º.

²¹ Disponível em: https://cdn.cmjornal.pt/files/2023-08/2023-08-22_09_10_17_EstatutoEditorialCMTV.pdf

92. A violação de qualquer regra constante do artigo 41.º da LTSAP constitui contraordenação grave, prevista e punida com coima de € 20.000 a €150.000, nos termos do artigo 76.º, n.º 1, alínea a) da LTSAP.

e) Análise – Participação de jornalistas

93. A análise às três edições *supra* identificadas permitiu igualmente constatar que o programa “Falar Global” é apresentado por um jornalista com carteira profissional atribuída pela CCPJ, bem como tem a participação de outros profissionais com título habilitador para o exercício do jornalismo.

94. A este respeito cumpre assinalar que a participação de jornalistas em conteúdos que resultam do pagamento de contrapartidas por entidades externas compromete não só o seu direito à autonomia e independência, como também o seu dever correspondente, tal como determinado na alínea a), n.º 1, artigo 3.º do Estatuto do Jornalista.

95. Tal prestação também contende potencialmente com o disposto na alínea c), n.º 1, artigo 14.º, do Estatuto do Jornalista, que determina que deve o jornalista recusar funções ou tarefas suscetíveis de comprometer a sua independência e integridade profissional.

96. A salvaguarda da independência editorial implica a definição de uma clara esfera de proteção face aos interesses promocionais de entidades externas à redação.

97. Daí decorre que a transparência e independência editorial não podem ser caucionadas de forma cabal em conteúdos pagos que são escritos por jornalistas.

98. Adicionalmente, o presente caso apresenta a singularidade de o jornalista que é um dos autores do programa e que o apresenta ser o proprietário da empresa (Kind of Magic) que

celebrou os dois contratos com as entidades externas ao órgão de comunicação social, o Município de Oeiras e a Universidade de Aveiro, dos quais resultaram os conteúdos exibidos nas três edições do “Falar Global” aqui em análise.

IV. Deliberação

Tendo sido analisadas três edições do programa “Falar Global” emitido pela CMTV por referência a conteúdos difundidos no quadro de dois contratos estabelecidos entre a sociedade Kind of Magic, Unipessoal, Lda., e a Universidade de Aveiro e o Município de Oeiras, entidades externas ao serviço de programas, o Conselho Regulador, ao abrigo das atribuições e competências de regulação constantes do artigo 6.º, artigo 7.º, alínea d), artigo 8.º, alínea c), artigo 24.º, n.º 3, alínea q), dos Estatutos da ERC, anexos à Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, delibera:

1. Lembrar que a CMTV é um órgão de comunicação social registado na ERC, com autorização para o exercício da atividade televisiva, dotado de autonomia editorial, a quem cabe, sempre e em última instância, a decisão e responsabilidade sobre os conteúdos que transmite, independentemente de serem ou não produzidos por entidades externas ao serviço de programas;
2. Verificar que a CMTV emitiu conteúdos que, preenchendo materialmente o conceito de «outras formas de comunicação comercial audiovisual» previstas nos artigos 41.º e seguintes da LTSAP, não identificam de forma adequada e suficiente a relação comercial estabelecida, em desconformidade com as previsões legais das citadas normas (e.g., do n.º 1 do artigo 41.º da LTSAP);

3. Evidenciar que a publicidade, independentemente do subgénero em que se reifique, se reconhece sempre pela sua natureza sinalagmática (não necessariamente pecuniária), o que fundamenta as obrigações de identificação e separação face aos conteúdos editoriais;
4. Notar que a não identificação da natureza contratual estabelecida, bem como da entidade adjudicante, compromete a independência do órgão de comunicação social perante interferências do plano económico;
5. Instaurar procedimento contraordenacional contra a Cofina Media, SA, detentora do serviço de programas televisivo CMTV, ao abrigo do disposto no artigo 76.º, n.º 1, alínea a), da LTSAP, com fundamento na possível violação do n.º 1 do artigo 41.º da LTSAP, respeitante a conteúdos emitidos pela CMTV no programa “Falar Global”, que constituem formas de comunicação comercial audiovisual sem a respetiva identificação;
6. Verificar ainda que as edições do “Falar Global” são apresentadas por um jornalista com carteira profissional atribuída pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista, bem como têm a participação de outros profissionais com título habilitador para o exercício do jornalismo;
7. Recordar a CMTV da necessidade de garantir que os conteúdos emitidos ao abrigo de contratos com entidades externas não sejam concebidos, apresentados, nem assinados, por jornalistas;
8. Enviar a presente deliberação para a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista para averiguação de eventual incumprimento dos deveres profissionais dos jornalistas, designadamente aqueles previstos na alínea a) do n.º 1 do artigo 3.º, e na alínea c) do n.º 1 do artigo 14.º, do Estatuto do Jornalista.

Lisboa, 15 de novembro de 2023

O Conselho Regulador,

Helena Sousa

Pedro Correia Gonçalves

Telmo Gonçalves

Carla Martins

Rita Rola