

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

**Deliberação**

**8/PUB-TV/2011**

**Participação de Ana Margarida Rodrigues contra a SIC**

Lisboa  
7 de Setembro de 2011

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

### **Deliberação 8/PUB-TV/2011**

**Assunto:** Participação de Ana Margarida Rodrigues contra a SIC

#### **I. Exposição**

1. Em 24 de Junho de 2011 deu entrada nesta Entidade uma participação apresentada por Ana Margarida Rodrigues contra a SIC e a promoção do filme “Carros 2”.
2. A Participante exprime o seu descontentamento por a Denunciada ter publicitado, para o feriado, uma programação especial “onde, supostamente, depois do jornal da noite, iria passar o filme do CARS II, o que não aconteceu, pois 5 minutos de filme não se coadunam com o expectado pelas crianças, nem tão pouco com o publicitado”.
3. Considera que se tratou de uma situação de publicidade enganosa, comportamento contrário “ao valor “credibilidade” que, entre outros, move o canal em causa, traduzida por Rigor na informação (“verdade absoluta”)”.

#### **II. Posição da Denunciada**

4. Notificada para se pronunciar, querendo, acerca dos factos em causa, a Denunciada informou que “em nenhum momento a SIC anunciou a emissão do filme “Carros 2”, sendo que as auto-promoções transmitidas faziam unicamente referência a “espreitadelas” ao filme em questão.
5. Esclareceu também que, na sequência de uma parceria celebrada com a Disney, já realizaram três “Dia D”, isto é, “emissões especiais compostas por longas-metragens, filmes de média e de curta duração produzidas pela Disney e programadas pela SIC”, durante as quais “tem sido possível mostrar aos

telespectadores os designados “sneakpeaks” de novos filmes que a Disney estreará nas salas de cinema”.

6. “Um “sneakpeak” (traduzido para “uma espreitadela”) é um formato de curta duração (5’ a 8’) que resume, mais alargadamente do que os clássicos “trailers”, a narrativa de uma longa-metragem”.
7. A SIC não anunciou a transmissão do filme “Carros 2”, nem induziu os telespectadores nessa convicção, nem nunca recebeu queixas por anunciar “espreitadelas”.

### **III. Factos apurados**

8. Juntamente com a defesa escrita, a Denunciada enviou gravação das autopromoções ao “Carros 2” emitidas, assim como o “sneakpeaks”.
9. A primeira autopromoção, com a duração de 59 segundos, inicia-se com imagens de filmes animados, e o símbolo da Disney, ao mesmo tempo que em voz off o locutor afirma: “Depressa! Despacha-te! Está a chegar o Dia D, o dia Disney dedicado a ti. Só com grandes filmes e as estreias mais incríveis. “Sininho e o Tesouro Perdido”, “O Jovem Cavalo Negro”, “Carros”, “Herbie: Prego a Fundo”, “Hanna Montana: o filme”.

E à noite que tal dares uma espreitadela ao “Carros 2”? Hoje, Dia D na SIC!”

10. Após a autopromoção dos filmes, surge a promoção de um passatempo destinado aos interessados em assistir à antestreia em sala do filme “Cars 2” que afirma: “Queres assistir à antestreia de “Carros 2 (...)? Então vai a este site (...) e participa no passatempo”.
11. A segunda autopromoção, com a duração de 20 segundos, segue o modelo da primeira, acompanhada das seguintes afirmações: “A tarde deste Dia D na SIC tem “Herbie Prego a Fundo” às 16.15, estreia depois, às 18.15, “Hannah Montana: o filme”.

À noite, a partir das 21.15, podem dar uma espreitadela no novíssimo “Carros 2”.

12. Simultaneamente com a voz off são exibidas imagens do filme, as quais são acompanhadas da indicação “21.15/Hoje/Especial Carros 2”.

13. O “sneakpeaks”, exibido á noite, contém diferentes cenas do “Carros 2” e inclui, no canto superior esquerdo, o logo da SIC e a palavra “estreia” e, no canto superior direito, a indicação “Dia D”.

#### **IV. Normas aplicáveis**

14. A ERC é competente para apreciar a participação apresentada com base nos artigos 6º, alínea c), 8º, alínea d), 24º, n.º 3, alíneas a) e b), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro.
15. Deverá atender-se ao disposto no artigo 9º, n.º 1, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, que estabelece como um dos fins da actividade televisiva contribuir para o entretenimento do público, informando com rigor, bem como ao artigo 34º, n.º 1, que determina que “todos os operadores devem garantir, na sua programação, designadamente através de práticas de auto-regulação, a observância de uma ética de antena, que assegure o respeito pela dignidade da pessoa humana, pelos direitos fundamentais e demais valores constitucionais, em especial o desenvolvimento da personalidade de crianças e adolescentes”.
16. Por fim, o artigo 11º do Código da Publicidade proíbe a publicidade enganosa.

#### **V. Análise**

17. A Participante requer a intervenção da ERC, por considerar que a SIC promoveu a emissão do filme “Carros 2” quando, na realidade, acabou por apenas transmitir algumas passagens do mesmo.
18. Por sua vez, a SIC sustenta que em momento algum “anunciou a emissão do filme “Carros 2”, mas sim de “sneakpeaks”.
19. Resulta da descrição constante no ponto III que as duas autopromoções começam por indicar quais os filmes da Disney que irão passar na SIC. Relativamente ao filme “Cars 2”, o telespectador é convidado a dar uma “espreitadela”.
20. Na verdade, um espectador menos atento pode não se aperceber da distinção entre os filmes a exhibir e a “espreitadela” (“sneapeaks”) ao “Cars 2”.

21. Numa das autopromoções, a SIC convida os telespectadores participarem num passatempo para assistirem à antestreia do “Cars 2”.
22. Na segunda autopromoção as imagens do filme são acompanhadas da informação escrita “Hoje/Especial Carros 2”, que podem levar o espectador a pressupor que a transmissão do filme será um especial da programação. Em momento algum das autopromoções é dito que será exibido apenas um pequeno extracto do filme (cerca de 5 minutos). Uma “espreitadela”, para o espectador menos informado, tanto pode ser uma “visita” ao “making off “ do filme como a exibição de um extracto, devidamente enquadrado na emissão, mas nunca a exibição isolada de um extracto de 5,04 minutos antecedido do separador da estação e do logo do filme “ Pixar – Cars 2”.
23. O facto de uma das autopromoções ser seguida da promoção do passatempo não é suficiente para o esclarecimento do espectador. Isso, por um lado, significaria que o espectador era conhecedor das diferentes auto-promoções - teria estado atento à emissão da SIC durante o dia -, e, por outro, não contemplaria os espectadores que tivessem sintonizado aquele serviço de programas em momento anterior ao início da transmissão.
24. Se da análise não se pode concluir que o comportamento da Denunciada consubstancia uma intencional situação de publicidade enganosa, na verdade, o modo como o operador conduziu a campanha de auto-promoções deveria ter sido mais claro e não indutor de falsas expectativas junto do espectador.
25. Em conclusão, e atendendo aos conteúdos visualizados, considera-se que o operador não cuidou de esclarecer cabalmente os espectadores que relativamente à exibição de “Cars 2” se trataria de pequeno um extracto e não da obra completa.

## **VI. Deliberação**

Tendo apreciado uma participação de Ana Margarida Rodrigues contra a SIC por alegada publicidade enganosa à autopromoção do filme “Carros 2”, o Conselho Regulador da ERC, ao abrigo do disposto nos artigos 8.º, alínea d), 24.º, n.º 3, alínea a),

e 64.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, delibera:

Instar o operador à observância de uma ética de antena rigorosa, distinguindo claramente estreias de filmes e “sneakpeaks”, enquadrando-os de forma a não induzir os telespectadores em erro quanto aos programas a emitir.

Lisboa, 7 de Setembro de 2011

O Conselho Regulador,

José Alberto de Azeredo Lopes  
Elísio Cabral de Oliveira  
Maria Estrela Serrano