



ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

# Deliberação

ERC/2022/223 (PUB-I)

Participação contra o jornal Notícias da Sua Terra por  
inobservância das regras da publicidade

Lisboa  
6 de julho de 2022

## Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

### Deliberação ERC/2022/223 (PUB-I)

**Assunto:** Participação contra o jornal Notícias da Sua Terra por inobservância das regras da publicidade

#### I. Da participação

1. Deu entrada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante, ERC), uma participação contra o jornal *Notícias da Sua Terra* (doravante, Denunciado), por alegada inobservância das regras em matéria de publicidade nas publicações periódicas.
2. O participante alerta, genericamente, para o excesso de conteúdos publicitários, referindo ainda, sem concretizar, a existência de publicidade não identificada, na edição n.º 94 do jornal em apreço, acrescentando que tal situação é recorrente.

#### II. Pronúncia do denunciado

3. Notificado do conteúdo da participação, e em resposta ao solicitado pela ERC, veio o denunciado, por ofício de 20 de maio de 2022, juntar ao processo o exemplar da edição do n.º 99, de 11 de maio de 2022, realçando que «as publlirreportagens estão devidamente identificadas».
4. Mais esclareceu que terá a preocupação de assegurar que todos os conteúdos publicitários do jornal serão sempre bem identificados, designadamente através da palavra “PUB”, no «pressuposto que desta forma estaremos em

conformidade com a legislação [...] e em sintonia com as indicações que [...] nos foram presentes pela nossa associação [ANIR<sup>1</sup>]».

5. Por comunicação de 22 de junho de 2022, veio o denunciado transmitir as edições n.ºs 94 e 100, correspondentes, respetivamente, aos meses de dezembro de 2021 e junho de 2022, a fim de permitir a devida análise dos factos.

### III. Normas aplicáveis

6. O Conselho Regulador é competente para apreciar a matéria da presente participação, nos termos do disposto na alínea b) do artigo 6.º e da alínea c) do n.º 3 do artigo 24.º dos seus Estatutos<sup>2</sup>.
7. É aplicável o disposto no artigo 3.º e nos n.ºs 1, 2 e 3 do artigo 28.º da Lei de Imprensa (doravante, LI)<sup>3</sup>.
8. É igualmente aplicável o artigo 8.º do Código da Publicidade, relativo à separação e identificação da publicidade<sup>4</sup>.
9. Por último, importa considerar o disposto na Diretiva ERC n.º 1/2009, de 1 de julho, relativa à publicidade em publicações periódicas<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> ANIR – Associação Nacional de Imprensa Regional.

<sup>2</sup> Aprovados em anexo à Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

<sup>3</sup> Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, na sua redação atual.

<sup>4</sup> Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, na sua redação atual.

<sup>5</sup>

<https://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvIjtzOjM4OjItZWVpYS9kZW50c29lc3VYmplY3RvX29mZmxpbmUvMzgxLnBkZiI7czo2OjI0aXR1bG8iO3M6MTU6ImRpcmVjdGl2YS0xMjAwOSI7fQ==/directiva-12009>

#### **IV. Análise e fundamentação**

10. O jornal *Notícias da Sua Terra* é um órgão de comunicação social, mais especificamente uma publicação periódica, mensal, de âmbito regional (Pombal), registada na ERC desde 14 de fevereiro de 2014, sob o n.º 126 471, propriedade de José António Ribeiro Pereira (CP 6608)<sup>6</sup>.
11. Deste modo, o *Notícias da Sua Terra* encontra-se sujeito à supervisão e intervenção do Conselho Regulador da ERC, nos termos da *supra* referida alínea b) do artigo 6.º dos Estatutos da ERC.
12. O caso vertente remete para a necessidade de diferenciação da publicidade face aos restantes conteúdos publicados pelos órgãos de imprensa.
13. No caso das publicações periódicas, a Lei de Imprensa obriga a que a publicidade seja identificada de modo a que torne imediatamente perceptível a sua natureza e a sua diferenciação relativamente aos restantes conteúdos.
14. Com efeito, segundo o n.º 2 do artigo 28.º LI, «toda a publicidade redigida ou publicidade gráfica, que como tal não seja imediatamente identificável, deve ser identificada pela palavra “publicidade” ou das letras “PUB”, em caixa alta, no início do anúncio, contendo ainda, quando tal não for evidente, o nome do anunciante».
15. Deste modo, na elaboração e divulgação de conteúdos de natureza publicitária deverá evitar-se a possibilidade de confusão com conteúdos de natureza jornalística, na medida em que estes se devem revestir de rigor informativo e assegurar a observância de um conjunto de deveres, entre os quais a clara demarcação entre factos e opiniões, o que é incompatível com a utilização de linguagem promocional ou apelativa.

---

<sup>6</sup> Cf. <https://www.ccpj.pt/pt/profissionais-do-sector/>

16. Por outro lado, o n.º 1 do artigo 28.º remete para a legislação aplicável em matéria de publicidade, *maxime* o artigo 3.º do Código da Publicidade, nos termos do qual se considera publicidade «[...] qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma atividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objetivo direto ou indireto de:

  - a) Promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços;
  - b) Promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições.»
  
17. Importa também referir que, nos termos do disposto no ponto 4 da Diretiva ERC 1/2009, de 1 de julho, sobre publicidade em publicações periódicas, «[...] é automaticamente considerada identificada a publicidade redigida ou a publicidade gráfica que possua, pelo menos, um dos seguintes elementos: a) Filete de cor ou espessura distintos dos usados em filetes destinados a separar conteúdos editoriais; b) Mancha de cor diferente da usada em conteúdos editoriais; c) Outro separador gráfico distinto dos separadores usados em conteúdos editoriais.»
  
18. E, nos termos do ponto 5 da Diretiva, «a publicidade não identificada com qualquer dos elementos mencionados nas alíneas a), b) e c) do número anterior deve conter a palavra ‘publicidade’ ou as letras “PUB” grafadas em caixa alta e em corpo de letra legível no início do anúncio, contendo ainda, quando tal não for evidente, o nome do anunciante».
  
19. Mais se refere, no ponto 8 da Diretiva, que «textos, imagens ou outros elementos gráficos destinados a promover ou publicitar um determinado produto, entidade ou serviço, apresentados com características formais da reportagem e com esta confundível» são considerados publisreportagens, devendo ser sempre identificados enquanto tal “de forma bem visível”, nos termos do ponto 7 da Diretiva.

20. Deste modo, quando a natureza comercial de uma mensagem publicitária na imprensa não seja «imediatamente identificável», deve a mesma estar identificada através da inserção da palavra “publicidade” ou das letras “PUB”, em caixa alta, em conformidade com o referido artigo 28.º da LI.
21. Em face do que precede, cumpre averiguar se são, ou não, procedentes as alegações do participante no que se respeita à inobservância de normas relativas à publicidade na imprensa por parte do Denunciado.
22. Começando pela análise da edição n.º 94, que saiu para as bancas em 7 de dezembro de 2021, constata-se que a generalidade dos conteúdos de cariz publicitário, que são bastantes, conforme alega o participante, se encontra em conformidade com o princípio da identificabilidade e separação, designadamente pela utilização de filetes ou separadores gráficos distintos dos utilizados em outros conteúdos (n.º 2 do artigo 28.º da LI e Ponto 4 da Diretiva ERC 1/2009).
23. Contudo, cabe notar que uma das peças, relativa à empresa “Olly Óptica”, e que tem natureza promocional (a linguagem e a mensagem divulgada assim o evidenciam), não se encontra editada em termos que permitam a sua imediata perceção, enquanto conteúdo promocional, não apresentando, como deveria, os elementos distintivos previstos para o efeito, designadamente a menção às letras “PUB” ou à palavra “publicidade”, nem identifica explicitamente o nome da entidade interessada ou do bem ou serviço promovidos, em moldes distintos do texto propriamente dito (Ponto 7 da Diretiva).
24. Efetivamente, segundo o ponto 8 da Diretiva os «textos, imagens ou outros elementos gráficos destinados a promover ou publicitar um determinado produto, entidade ou serviço, apresentados com características formais da reportagem e com esta confundível» são considerados publirreportagens,

devendo ser sempre identificados enquanto tal “de forma bem visível”, nos termos do ponto 7 da Diretiva.

25. Repare-se que muito embora a peça denote uma clara mensagem publicitária, a forma como está enquadrada não assegura devidamente a observância ao princípio da identificabilidade e separação, sendo, por isso, suscetível de induzir os leitores em erro quanto à verdadeira natureza da mensagem que estão a ler, pelo menos os mais desatentos, o que não é admitido.
26. Quanto ao demais, verifica-se, conforme referido pelo participante, um significativo volume publicitário, o que se torna explicável pelo facto de se tratar da edição de Natal, período do ano em que tradicionalmente se regista o maior nível de investimento publicitário, principal fonte de receita das publicações periódicas, sem a qual não poderiam manter a sua atividade.
27. A este propósito, importa ainda referir que, ao contrário do que sucede na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido<sup>7</sup>, não estão previstos, na Lei de Imprensa, limites quantitativos aos conteúdos publicitários nas publicações periódicas, pelo que, estando a publicidade devidamente separada e identificada, e não estando comprometido o estatuto editorial da publicação, não cabe levantar objeções a este respeito.
28. Quanto à edição de maio de 2022, verifica-se que também apresenta uma publlirreportagem, intitulada “Eurobetonilhas é líder da Betonilha em Portugal”, a qual ocupa as páginas 16 e 17, cobrindo o evento de celebração dos 20 anos de existência daquela empresa, e realçando a gama de produtos e serviços que a mesma disponibiliza no mercado nacional e internacional, bem como a sua localização e formas de contacto para potenciais clientes.

---

<sup>7</sup> Cf. Artigo 40.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido).

29. É de assinalar que, ao contrário da publirreportagem de dezembro, esta já se apresenta em conformidade com as normas legais aplicáveis, estando inequivocamente identificada no topo de cada uma das duas páginas que ocupa como “publirreportagem”, não sendo, por isso, suscetível de gerar dúvidas aos eventuais leitores.
30. Quanto à última edição do jornal, de junho de 2022, constata-se desde logo na respetiva primeira página que o jornal contém um suplemento dedicado à 32.ª edição da “Expo Fago”, evento de referência no concelho de Pombal, realizado nos dias 9 a 12 de junho, pela união das freguesias da Guia, Ilha e Mata Mourisca.
31. A análise ao dito suplemento revela que os conteúdos ali vertidos estão em sintonia com o disposto no artigo 28.º da LI e com o Ponto J da Diretiva ERC 1/2009, respeitando o princípio da identificabilidade e separação previsto nos pontos 3 e 4 da mesma diretiva.
32. Verifica-se, ainda, que o restante material publicitário presente naquela edição do jornal se encontra devidamente identificado com recurso às letras “PUB”.
33. Não obstante, alerta-se para o tamanho de letra utilizado na abreviatura “PUB”, recomendando-se o seu aumento nas próximas edições do jornal, em termos que garantam o seu fácil reconhecimento e legibilidade pela generalidade dos leitores.
34. Em conclusão, cabe referir que muito embora não tenha efetivamente ocorrido a devida identificação de uma peça (publirreportagem) na edição de dezembro de 2021 do jornal *Notícias da Sua Terra*, importa assinalar que as seguintes edições do jornal refletem cuidado no cumprimento dos preceitos normativos aplicáveis na matéria.
35. A ERC manter-se-á atenta a eventuais violações ao princípio da identificabilidade e separação da publicidade por parte do jornal *Notícias da Sua Terra*,

instaurando, se for caso disso, os processos de contraordenação que se justifiquem ao abrigo do disposto no artigo 35.º da LI.

## V. Deliberação

Tendo apreciado uma participação contra o jornal *Notícias da Sua Terra*, pela publicação de publicidade não identificada devidamente, na edição de dezembro de 2021, o Conselho Regulador da ERC, no exercício das atribuições e competências de regulação constantes, respetivamente, da alínea d) do artigo 7.º e alínea c) do n.º 3 do artigo 24.º dos Estatutos da ERC, aprovados em anexo à Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, delibera:

Recomendar ao jornal *Notícias da Sua Terra* o cumprimento das regras jornalísticas relativas à separação dos conteúdos jornalísticos dos conteúdos promocionais, em especial procedendo à respetiva identificação através da palavra “publicidade” ou das letras “PUB”, grafadas em caixa alta e em corpo de letra legível no início dos anúncios, bem como à identificação do nome da entidade interessada ou do bem ou serviço promovidos, em moldes distintos do texto propriamente dito, nos termos conjugados do disposto no n.º 2 do artigo 28.º da Lei de Imprensa e dos pontos 3, 5, 7 e 9 da Diretiva 1/2009, de 1 de julho, sobre publicidade em publicações periódicas.

Lisboa, 6 de julho de 2022

O Conselho Regulador,

Sebastião Póvoas

Francisco Azevedo e Silva

EDOC/2021/9408  
500.10.01/2021/404



Fátima Resende

João Pedro Figueiredo