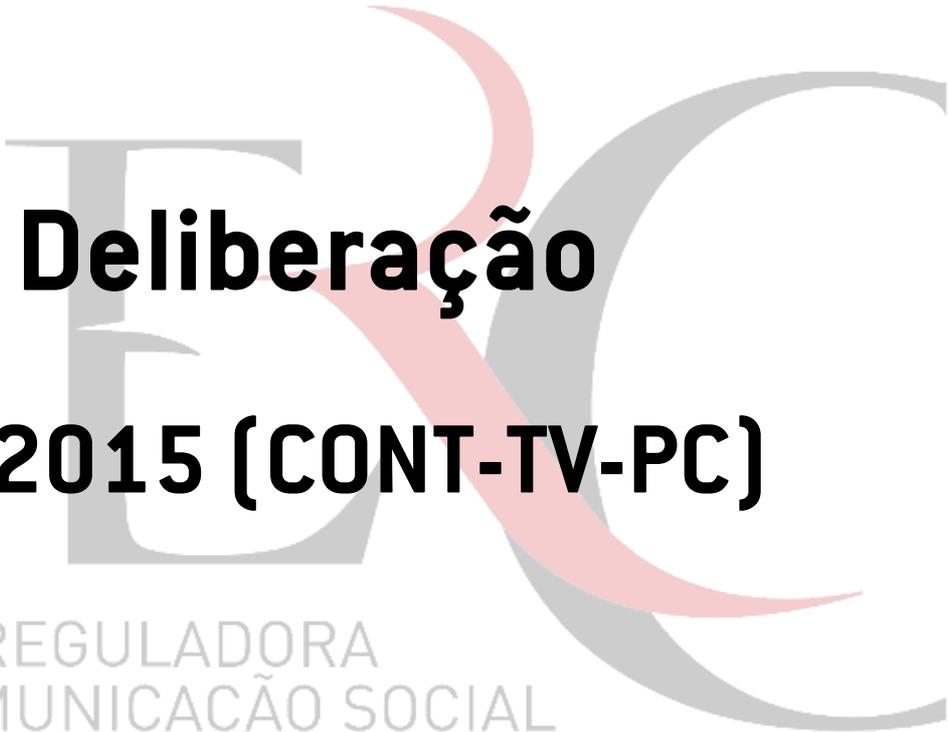


**Conselho Regulador da  
Entidade Reguladora para a Comunicação Social**



**Deliberação  
27/2015 (CONT-TV-PC)**

ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Processo contraordenacional contra a Rádio e Televisão de Portugal, S.A.**

**Participação de Sérgio Russo contra o operador televisivo RTP**

**Lisboa  
11 de fevereiro de 2015**

## CONSELHO REGULADOR DA ENTIDADE REGULADORA PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

### Processo contraordenacional n.º ERC/11/2012/1053

Em processo de contraordenação instaurado por deliberação do Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, adotada em 9 de dezembro de 2009 (Deliberação 44/CONT-TV/2009), ao abrigo das competências cometidas à Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante, ERC), designadamente as previstas nos artigos 7.º, al. c), 8.º, al. j), e 24.º, n.º 3, alíneas a) e ac), e 67.º, n.º 1, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, conjugada com o artigo 34.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, é notificada a Rádio e Televisão de Portugal, S.A. (doravante, Arguida), com sede na Av. Marechal Gomes da Costa, n.º 37, 1849-030 LISBOA, da

### Deliberação 27/2015 (CONT-TV-PC)

**Nos termos e com os fundamentos seguintes:**

#### **I. Dos factos**

1. No dia 10 de março de 2009, terça-feira, a Arguida exibiu, no seu serviço de programas RTP1, pelas 20h40, no intervalo da transmissão do jogo de futebol entre o Bayern de Munique e o Sporting Clube de Portugal, um “spot” de autopromoção do filme de terror “A Casa de Cera”, programado para transmissão na sexta-feira dessa mesma semana, dia 13 de março de 2009.
2. Esta autopromoção, participada à ERC pelo telespectador Sérgio Russo, no dia 11 de março de 2009, foi assim exibida em pleno horário nobre, sem qualquer identificativo apropriado à natureza do conteúdo promovido, e “antes de uma peça sobre o plano nacional de leitura tendo como público-alvo as crianças”, conforme o teor da participação, facto que veio a confirmar-se.

3. A autopromoção do filme “A Casa de Cera”, cujo título original é “*House of Wax*”, durou cerca de 35 segundos e consistiu numa sequência de breves imagens daquela obra do género “filme de terror”, sem sequência lógica, nem contextualizadas – como é próprio das autopromoções – tendo exibido alguns excertos da referida obra, com imagens representativas daquele género cinematográfico.
4. Assim, e a título meramente exemplificativo, uma das imagens exhibe em grande plano, os pés de uma das personagens que caminha sobre um gradeamento quando, subitamente, uma faca irrompe do chão e rasga a parte posterior de um deles; noutra imagem, é mostrado um braço amputado que cai no chão ainda preso a umas algemas; noutra, mostra-se um homem a disparar uma besta, cuja seta trespassa o braço de outra personagem.
5. As referidas imagens, eram acompanhadas por uma banda sonora sublimando a tensão e o horror, e por uma voz *off* que deixava o seguinte aviso: *“Uma avalanche de gritos, sustos e medo. Muito medo. Nesta cidade um grupo de jovens luta pela sobrevivência e os humanos confundem-se com estátuas de cera. A sua sexta-feira 13 vai ter emoções fortes. Um filme arrepiante. Estreia absoluta em televisão. A Casa de Cera, sexta-feira à noite na RTP1.”*

## II. Defesa da Arguida

6. Notificado o Diretor de Programas da Arguida, a 17 de março de 2009, informou, a 30 de março de 2009, que a transmissão do próprio filme “A Casa de Cera” *“do género terror e classificado para maiores de 18 anos estava programada para emissão na sexta-feira, dia 13, em horário tardio”*, sendo que a respetiva promoção, efetuada num intervalo da transmissão de um evento desportivo, como tantas vezes acontece com outros filmes *“não teve a intenção de atingir qualquer público mais vulnerável”*.
7. Por outro lado, a concessionária do serviço público de televisão considera que o artigo 27.º da Lei 27/2007 de 30 de julho, retificada pela Declaração de Retificação n.º 82/2007 [Lei da Televisão], *“não impede a promoção de programas para adultos fora do horário previsto no [seu] n.º 4 e sem identificativo visual [apropriado] desde que os conteúdos promocionais não contenham elementos suscetíveis de influir de modo negativo na*

*formação da personalidade de crianças ou adolescentes e desde que não sejam inseridos em períodos de programação infantojuvenil (...)*

8. A Arguida acrescenta que, *“no caso em concreto, tratou-se de um spot com cerca de 30” constituído por breves imagens [do filme], não sendo visualizada, por completo, nenhuma cena violenta ou, de alguma maneira, suscetível de prejudicar manifesta, seria e gravemente a livre formação da personalidade das crianças ou de adolescentes”* tal como previsto na Lei da Televisão.
9. Por fim, a Arguida acrescenta que entende e respeita as preocupações expressas pelo participante e os motivos que podem desencadear este género de críticas, asseverando que *“passará a estar particularmente atenta, tendo como objetivo reduzir no futuro situações similares”*.
10. Mais tarde, na fase de pronúncia prévia ao abrigo do disposto no artigo 50.º do Regime Geral das Contraordenações aprovado pelo Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 244/95, de 14 de Setembro [adiante RGCO], veio ainda aduzir em sua defesa os argumentos seguintes:
  - i. A difusão daquela autopromoção teve lugar no intervalo do jogo de futebol entre o Bayern de Munique e o Sporting Clube de Portugal, o qual foi emitido em direto;
  - ii. Os intervalos dos jogos de futebol têm uma duração de 15 (quinze) minutos, período de tempo que, no âmbito do espaço televisivo, é preenchido por publicidade, autopromoções e microprogramas, previamente alinhados na grelha de programação.
  - iii. No alinhamento previsto para o intervalo do jogo de futebol não foi inserida a autopromoção ao filme “A Casa de Cera”.
  - iv. Os programas [transmitidos] em direto estão sujeitos a alterações repentinas de natureza excecional, obrigando o operador televisivo a reestruturar, num muito curto espaço de tempo, toda a grelha de programação.
  - v. A imprevisibilidade das flutuações da emissão do programa em direto terá obrigado a Arguida a aumentar o tempo de intervalo, para acomodar corretamente os tempos de emissão, em função dos *timings* de recomeço da partida – mais prolongados que o normal, de modo a evitar alterações anormais no restante alinhamento da emissão, o que, no limite, poderia originar uma violação do disposto no artigo 25.º, n.º 5, do Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, na redação que lhe foi dada pelo Decreto-Lei n.º 275/98, de 9 de Setembro [Código da Publicidade].

- vi. Assim, a Arguida terá inserido um novo bloco de autopromoções durante o intervalo, para poder estabilizar o alinhamento anteriormente previsto face às alterações de carácter excecional e imprevisível, tendo a autopromoção entrado sem estar prevista e, conseqüentemente, sem o respetivo identificativo visual apropriado, o que torna patente a rapidez e imprevisibilidade de todos os atos de que vem acusada.
- vii. Por outro lado, devido à rapidez sequencial e à falta de nexos ou cronologia das cenas contidas na autopromoção, o telespetador não se terá apercebido, consciente ou inconscientemente, da efetiva carga emocional que a obra integral comporta, *“desde logo porque o tempo de exposição ao referido conteúdo é inequivocamente diminuto”*.
- viii. Não configurando qualquer conteúdo pornográfico, incitamento ao ódio, ao racismo ou à xenofobia.
- ix. E sendo que em alguns outros conteúdos, como aqueles sobre a vida animal ou mesmo alguma programação destinada a crianças, mesmo em conteúdos de animação, a morte e a violência estão igualmente presentes, não deixando essa programação de ser emitida em horário nobre, e não deixando, por isso, as crianças de ter contacto com a morte, violência e sangue.
- x. No caso concreto, o teor das imagens surge desgarrado de quaisquer outros elementos suscetíveis de afetar negativamente a formação da personalidade de crianças e adolescentes, por estar dissociado de um *plus* à violência, em abstrato suscetível de influenciar negativamente a formação da personalidade.
- xi. Em suma, as imagens de autopromoção do filme “A Casa de Cera” não integrariam contextos comunicacionais de violência extrema ou gratuita (mesmo apologéticos), a que se destinaria o normativo legal em apreço, citando a Recomendação n.º R (97) 19 do Comité de Ministros do Conselho da Europa sobre “Representação da Violência nos Media Eletrónicos”.
- xii. Terminando por pedir a absolvição da Arguida, por ter agido com a diligência exigível, ou, subsidiariamente, uma mera sanção de admoestação, em função da ausência de dolo, e da diminuta culpa da Arguida, e, no limite, a redução para metade dos limites mínimos e máximos da coima aplicável ao abrigo do n.º 2 do artigo 75.º e n.º 2 do artigo 76.º da Lei da Televisão e a aplicação do mínimo legal.

### III. O Direito aplicável

- 11.** Dispõe o artigo 27.º da referida Lei da Televisão, sob a epígrafe “Limites à liberdade de programação”: *“1 -A programação dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido deve respeitar a dignidade da pessoa humana e os direitos, liberdades e garantias fundamentais. 2 - Os serviços de programas televisivos e os serviços audiovisuais a pedido não podem, através dos elementos de programação que difundam, incitar ao ódio racial, religioso, político ou gerado pela cor, origem étnica ou nacional, pelo sexo, pela orientação sexual ou pela deficiência. 3 - Não é permitida a emissão televisiva de programas susceptíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e adolescentes, designadamente os que contenham pornografia, no serviço de programas de acesso não condicionado ou violência gratuita. 4 - A emissão televisiva de quaisquer outros programas susceptíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e adolescentes deve ser acompanhada da difusão permanente de um identificativo visual apropriado e só pode ter lugar entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas. 5 - A Entidade Reguladora para a Comunicação Social incentiva a elaboração pelos operadores de televisão de um sistema comum de classificação dos programas de televisão que preveja um conjunto de sinais identificadores dos diferentes escalões etários em função dos conteúdos apresentados e que respeite na exibição de obras cinematográficas e de videogramas a classificação da comissão de classificação de espectáculos. 6 - Exceptuam-se do disposto nos n.ºs 4 e 5 as transmissões em serviços de programas televisivos de acesso condicionado. 7 - O disposto nos números anteriores abrange não só quaisquer elementos de programação, incluindo a publicidade e as mensagens, extractos ou imagens de autopromoção, como ainda serviços de teletexto e guias electrónicos de programação. 8 - Os elementos de programação com as características a que se referem os n.ºs 3 e 4 podem ser transmitidos em quaisquer serviços noticiosos quando, revestindo importância jornalística, sejam apresentados com respeito pelas normas éticas da profissão e antecedidos de uma advertência sobre a sua natureza. 9 - A Entidade Reguladora para a Comunicação Social define e torna públicos os critérios seguidos para a avaliação do incumprimento do disposto nos n.ºs 3 e 4, os quais devem ser objectivos, adequados, necessários e proporcionais às finalidades*

*prosseguidas. 10 - Os programas dos serviços audiovisuais a pedido que sejam susceptíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e adolescentes, tais como os de conteúdo pornográfico, apenas podem ser disponibilizados mediante a adopção de funcionalidades técnicas adequadas a evitar o acesso a esses conteúdos por parte daquele segmento do público.*

*11 - Os operadores de televisão e os operadores de serviços audiovisuais a pedido podem adoptar códigos de conduta que respondam às exigências contidas no presente artigo, ouvidos, no caso dos operadores de televisão, os respectivos conselhos de redacção, no âmbito das suas atribuições.”*

- 12.** De acordo com o disposto no artigo 76.º, “[é] punível com coima de € 20 000 a € 150 000 [...] a) A inobservância do disposto [...] na segunda parte do n.º 4 e no n.º 8 do artigo 27.º [...]; 3 - A negligência é punível, sendo reduzidos a metade os limites mínimos e máximos das coimas previstos nos números anteriores.

#### **IV. Apreciação e Fundamentação**

- 13.** O filme “A Casa de Cera” enquadra-se no género “filmes de terror”, género cinematográfico cujo principal enfoque é gerar emoções de medo, horror e tensão junto dos espetadores. A sua exibição foi simbolicamente programada para uma Sexta-feira, dia 13, conjugação de datas, crê-se, ligada ao azar e infortúnio e utilizada no imaginário do cinema para retratar acontecimentos aterradores, em torno de temas como a morte, o sobrenatural, a demência, sempre com o sangue a violência que distinguem este género de ficção.
- 14.** Em Portugal, o filme “A Casa de Cera “ obteve a classificação “para maiores de 16” a qual é atribuída a “*espetáculos que explorem, em termos excessivos, aspetos da sexualidade e a violência física ou psíquica.*”
- 15.** Quando exibido pelo serviço de programas RTP1, o filme vinha acompanhado da sinalética atribuída pela Comissão de Classificação de Espectáculos, consubstanciada por uma advertência prévia para a possibilidade de conter linguagem ou cenas suscetíveis de ferir a sensibilidade dos espetadores e pela difusão permanente de indicativo visual apropriado durante a transmissão.
- 16.** Prescrevendo a Lei da Televisão, no n.º 7 do artigo 27.º, por remissão para o respetivo n.º 4, que os extratos ou imagens de autopromoção se encontram inequivocamente sujeitos

a tratamento igual ao conferido à difusão dos próprios conteúdos a que respeitem, improcede, desde logo, a interpretação transmitida pelo operador, na sua primeira tomada de posição quando confrontado com o teor da participação.

- 17.** Também o segundo argumento, segundo o qual a brevidade e a duração do referido “spot” autopromocional nem sequer teria permitido uma correta perceção do seu conteúdo, pelo que não seria suscetível de influir de modo negativo na formação da personalidade das crianças, na medida em que, justamente, a falta de contextualização das imagens, aliada à forte carga dramática e de tensão emocional características do género cinematográfico em causa, são muito mais suscetíveis de ser apreendidas pelos públicos sensíveis, mesmo num plano subconsciente, sobretudo tendo em conta que não é de esperar que tais imagens sejam difundidas no intervalo da transmissão de um evento desportivo de grande audiência, sendo certo que a Lei da Televisão, mesmo quanto aos conteúdos noticiosos com idêntica carga emotiva, prescreve no n.º 8 do artigo 27.º, a necessidade de advertência expressa sobre a sua natureza.
- 18.** Note-se, aliás, contrariamente ao que argumenta a Arguida nessa sua primeira pronúncia, que a lei não encerra a exigência de uma influência negativa efetiva na formação da personalidade das crianças ou dos adolescentes, antes se bastando com um mero juízo de suscetibilidade de tal verificação, conforme decorre do n.º 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão.
- 19.** Ora, constatando-se que a autopromoção do filme “A Casa de Cera” contem excertos que podem ser considerados, no mínimo, melindrosos, pelo grau de violência das suas imagens, tais como os supra descritos em 4, entende-se que a sua exibição deveria ter ocorrido em horário menos acessível a públicos vulneráveis, designadamente crianças e jovens, tal como sucedeu com a exibição do próprio filme, e, além disso, exibir o identificativo apropriado também legalmente exigido.
- 20.** Além do exposto, cumpre recordar que a Arguida, enquanto concessionária da prestação do serviço público de televisão, detém especiais responsabilidades no contexto apontado, como operadora de referência e de acesso generalizado por parte de toda a população portuguesa, que, em parte cada vez mais significativa, contribui financeiramente para o seu financiamento, responsabilidades essas das quais não pode eximir-se com argumentos como os inicialmente apresentados em sua defesa, ou mesmo invocando a justificação de que, no caso vertente, *“não houve, naturalmente, nenhuma intenção de*

*atingir qualquer público mais vulnerável “ou sob a promessa de que “passará a estar mais atenta, tendo como objetivo reduzir no futuro, situações similares”.*

- 21.** Por outro lado, quanto às linhas de defesa adotadas aquando da pronúncia prévia, sempre se dirá igualmente que não procede, na medida em que o operador tem obrigação de prever o que fazer no caso de um intervalo se prolongar por mais tempo que o previsto, ou de um programa em direto durar mais ou menos tempo do que o previsto.
- 22.** Sendo previsível que um intervalo de um jogo de futebol possa exceder o tempo regulamentar (facto alegado pela defesa e corroborado pela testemunha, mas que nem sequer se demonstrou) compete ao operador que assegura a respetiva emissão, acautelar todos os cenários com alternativas preparadas para entrar “no ar” caso seja necessário.
- 23.** Tal implica, naturalmente, a programação de espaços publicitários ou autopromocionais adequados a suprir a eventual falta de conteúdo direto, para o momento da interrupção do jogo.
- 24.** Ao referir que o “spot” autopromocional não estava previsto, e que, até por essa razão, entrou no ar sem indicativo apropriado, a Arguida está, na prática, a admitir que o bloco onde o mesmo se inseria, foi antecipado em algumas horas, o que quer dizer que iria ser transmitido mais tarde, mas, na mesma, sem que o “spot” autopromocional ao filme “Casa de Cera” estivesse devidamente assinalado como lhe cumpria, pelo que da sempre iria incumprir o n.º 7 do artigo 27.º.
- 25.** Pelo que soçobra, igualmente, a argumentação segundo a qual a Arguida teria agido com a diligência a que estava obrigada, por forma a evitar incumprir o artigo 25.º do Código da Publicidade,
- 26.** Não fazendo qualquer sentido invocar, a respeito dos factos em análise, alegados conteúdos violentos na programação infantil ou infantojuvenil ou sobre a vida animal, quando aquilo que está em causa é a difusão de um “spot” alusivo a um filme de terror, para maiores de 16 anos, em pleno horário nobre e no intervalo de um jogo de futebol, completamente fora de contexto.
- 27.** Note-se, a propósito, que já não é a primeira vez que a Arguida é alertada para a importância de atentar ao conteúdo dos “spots” autopromocionais a filmes destinados a maiores de 16 anos, como foi o caso subjacente à Deliberação n.º 4/CONT-TV/2008, em que, não obstante se ter considerado que a violência daquelas imagens não atingia o

patamar mínimo da proibição prevista no n.º 4 do artigo 27.º, nem sequer necessitando do identificativo que exibiram, sempre se consigna que tal ocorre porque as “imagens mais impressionantes são montadas em curtos “flashes” e totalizam apenas 12 segundos” e dado o facto de aquela autopromoção ter sido transmitida no período da noite (21h 42m 35s) e no intervalo de “As escolhas de Marcelo Rebelo de Sousa” e do programa “Gato Fedorento” e não, por exemplo, no intervalo de programas infantojuvenis.

- 28.** Por contraste, no caso vertente, as imagens duraram mais de 30 segundos, e foram transmitidas durante o intervalo de um jogo de futebol, que, embora não sendo propriamente um programa infantojuvenil, é suscetível de ter nos seus espetadores, muitas crianças e jovens interessados pelo desporto-rei, sendo que se trata de um espetáculo que muitos frequentam com os pais.
- 29.** Por outro lado, importa ter em conta a intervenção regulatória anterior, nomeadamente, em matéria de autopromoções, a Deliberação 4-D/2006 que adotou a Recomendação 4/2006 dirigida ao operador privado SIC e relativa à emissão de imagens promocionais da novela “Jura” da qual se extraem as seguintes passagens, por manifestamente aplicáveis ao caso em análise, sendo que as referências são para a Lei da Televisão anterior, e para o seu n.º 2 do artigo 24.º:

*“Realmente, como já teve ocasião de destacar na Deliberação 14-Q/2006, “[a]o invés de encarar a leitura e aplicação do art.º 24.º n.º 2 LT, e do que ele representa, apenas através de categorias abstratas e de conceitos de relativa indeterminação, o Conselho Regulador considera (até porque aqui se trata de limites à liberdade de programação) ser seu dever grave ponderar cada caso. É buscar o respetivo enquadramento, contextualização e caracterização dos seus elementos dominantes ou mais destacados – chegando, enfim à sua tipificação”.*

*Por outro lado, porque se trata de aferir da “suscetibilidade” de os “spots” autopromocionais influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e adolescentes, cada um dos elementos de análise que o Conselho foi arrolando reforçou a sua convicção, em concreto, de que assim sucedeu.*

*Não se trata, por conseguinte, de um confronto teórico ou abstrato de valores, da prevalência deste sobre aquele, da superioridade, até, de uma qualquer mundividência sobre outra. Mas antes, até pela impossibilidade (ou, pelo menos, muito maior dificuldades do que em relação a um adulto) de uma criança ou adolescente descodificar e fazer uma leitura crítica de mensagens televisivas, de acentuar como os “spots”*

*autopromocionais os colocaram perante conteúdos de que, manifestamente, não podiam desligar-se com facilidade- tomando na devida consideração, por exemplo, o seu quadro de vida.” (...) “tal não significa colocar as crianças e adolescentes numa redoma artificial (e, nesse sentido, irreal), imposta, por exemplo, aos operadores televisivos.*

*No entanto, é dever destes, e dever de regulação no exercício das suas competências que o Conselho Regulador tem presente e assume, não permitir que, pura e simplesmente, as crianças e adolescentes possam ser sujeitos a quaisquer imagens (e sentido que lhes é atribuível de forma objetiva) por apelo a um relativismo de opções, confortável, é certo, mas que equivaleria a esvaziar de sentido, não só o art.º 24.º n.º 2 LT, como aliás, a própria regulação e legitimação particular em que assenta.”*

- 30.** Também na Deliberação 6/CONT-TV/08 de 30 de abril, citada na Deliberação 12/CONT-TV/2009, o Conselho Regulador teve ocasião de reiterar que *“ainda que a liberdade de programação seja instrumentalmente decisiva para, no quadro da televisão, garantir e permitir a realização da liberdade de imprensa (mais precisamente, neste caso a liberdade de radiodifusão), ela não é absoluta, uma vez que tem de ser harmonizada e sujeita a operações metódicas de balanceamento ou de ponderação com outros bens constitucionais, nomeadamente com a proteção e crianças e jovens” (...) “aquela [liberdade de programação] só pode ceder em situações muito contadas e de gravidade indesmentível, No entanto é dever dos operadores televisivos não permitir que, pura e simplesmente, crianças e adolescentes estejam sujeitos a quaisquer imagens, por apelo a um relativismo de opções que esvaziaria de sentido útil o art.º 27.º da Lei da Televisão”.*
- 31.** Refira-se, por último, o Estudo de Receção dos Meios de Comunicação Social, realizado e apresentado pela ERC em 2008, o qual possibilitou determinar que uma das principais preocupações dos pais face aos *media* e, em particular, em relação à televisão, está relacionada com a transmissão de conteúdos violentos e a utilização de linguagem agressiva.
- 32.** Entretanto, e já depois dos factos em causa nos presentes autos, emitiu a ERC um relatório subordinado ao tema *“A liberdade de programação televisiva e os seus limites – intervenção regulatória ao abrigo do art.º 27.º da Lei da Televisão”*, o qual sistematiza a referida intervenção da ERC relacionada com os limites legais à liberdade de programação.
- 33.** A Arguida vem defender, subsidiariamente ao não arquivamento dos presentes autos, ou a uma mera admoestação, a aplicabilidade do regime da mera negligência.

- 34.** Sucede, porém que se afigura a este Conselho Regulador que o comportamento adotado pela Arguida está longe de ser o exigível, devendo a Arguida, pelo contrário, ter, pelo menos, admitido como possível que o *spot* em causa fosse difundido antes da hora prevista e até, talvez, por essa razão, não tivesse o mesmo sido alinhado com a sinalética apropriada.
- 35.** Segundo o artigo 14.º do Código Penal, aplicável ao caso concreto *sub judice*, por remissão do artigo 32.º do RGCO, “ *Age com dolo quem, representando um facto que preenche um tipo de crime, actuar com intenção de o realizar. 2 - Age ainda com dolo quem representar a realização de um facto que preenche um tipo de crime como consequência necessária da sua conduta. 3 - Quando a realização de um facto que preenche um tipo de crime for representada como consequência possível da conduta, há dolo se o agente atuar conformando-se com aquela realização*”-.
- 36.** Segundo se apurou, a Arguida poderia ter previsto a emissão daquele bloco de autopromoções em concreto e tomado providências para não incluir aquele “*spot*” ao lado de um programa, em particular, destinado a todos os públicos, ou então deveria ter identificado o dito “*spot*” com a sinalética apropriada e preparado o bloco para ser emitido a seguir às 22h30, como exige a Lei da Televisão.
- 37.** Com a sua conduta, a Arguida violou, pelo menos, com dolo eventual, em consumpção, o disposto no artigo 27.º, n.º 4 e 7, da Lei n.º 27/2007 de 30 de julho, retificada pela Declaração de Retificação n.º 82/2007, pelo que praticou uma contraordenação prevista e punível pelo artigo 76.º, n.º 1, alínea b), da mesma Lei, com uma coima cujo montante mínimo é de € 20.000,00 e o máximo é de € 150.000,00.
- 38.** De acordo com o artigo 18.º do Regime Geral das Contraordenações (RGCO), a medida da coima a aplicar afere-se em função da gravidade da contraordenação, da culpa, da situação económica do agente e do benefício económico que este retirou da prática da infração.
- 39.** Da prática da infração não foi possível determinar se decorreu algum benefício económico para a Arguida.
- 40.** Quanto à situação financeira da empresa, a Arguida apresentou o Modelo 22 relativo ao exercício de 2009, no qual evidencia um resultado líquido negativo de € 13.829.679,38, o qual, no entanto, representa uma melhoria significativa face ao exercício antecedente,

conforme publicado no respetivo sítio eletrónico, em que o resultado do exercício foi de € 46.880.029,61.

41. No caso em análise, por se admitir que a presente decisão poderá ter um efeito dissuasor e pedagógico, entende o Conselho Regulador que, neste momento, em relação às contraordenações identificadas, é adequado e suficiente para prevenir a prática de futuros ilícitos contraordenacionais da mesma natureza a aplicação de uma sanção de admoestação.
42. Pelo exposto, o Conselho Regulador da ERC, ao abrigo das suas competências fixadas pelos artigos 24.º, n.º 3, alínea ac), e 67.º dos seus Estatutos, decide **admoestar** a arguida, nos termos do artigo 51.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro.

Notifique-se, nos termos dos artigos 46.º e 47.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro.

Lisboa, 11 de fevereiro de 2015

O Conselho Regulador,

Carlos Magno  
Alberto Arons de Carvalho  
Luísa Roseira  
Raquel Alexandra Castro  
Rui Gomes