



ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

# Deliberação

ERC/2023/175 (PUB-I)

Participação contra o jornal Cidade de Tomar por publicação de publicidade não identificada nas suas edições de dias 13 de abril e 17 de agosto de 2022

Lisboa  
27 de abril de 2023

## Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

### Deliberação ERC/2023/175 (PUB-I)

**Assunto:** Participação contra o jornal Cidade de Tomar por publicação de publicidade não identificada nas suas edições de dias 13 de abril e 17 de agosto de 2022

#### I. Participação

1. Deu entrada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante, ERC), uma participação contra o jornal *Cidade de Tomar* (doravante, Denunciado) por publicação de publicidade não identificada nas suas edições *online* de dias 13 de abril e 17 de agosto de 2022.
2. Refere o Participante que o Denunciado «[...] tem tido publicidade institucional cuja origem não é divulgada, mas cujos propósitos vão ao encontro do engrandecimento de um Estado e das suas políticas».
3. Considera que o Denunciado, com os artigos visados, «[...] realiza conteúdos de formato jornalístico, perfeitamente plausíveis para ilidir [...] o grande público [...]».
4. Termina a exposição com dois *links* para as peças com o título: “Apoio à inovação na economia privada beneficia a China e o Mundo” e “Países vizinhos apoiam Afeganistão a criar um mundo melhor”.

#### II. Oposição

5. Notificado para apresentar oposição no âmbito do presente processo, o Denunciado alega que, como refere a participação, as publicações em causa têm sido publicadas

[...] quer com a indicação publicidade institucional, quer como conteúdo institucional».

6. Defende que «nada existe que seja contrário ao disposto no artigo 28.º da Lei de Imprensa».
7. Considera que existiu, contudo, um «lapso da parte [deles] – a não evidência da fonte da notícia. Fonte que se revela como sendo a China Media Group, no âmbito de uma parceria com a Associação Portuguesa de Imprensa».
8. Na sequência da oposição apresentada, foi o Denunciado de novo notificado para esclarecer quem era o efetivo anunciante nas peças denunciadas, uma vez que na pronúncia identificou a empresa CHINA MEDIA GROUP, mas nas peças verificou-se ter sido adicionada a referência à empresa “Ibéria Universal”.
9. Em resposta ao solicitado, o Denunciado juntou uma declaração da Ibéria Universal na qual esta declara que «é parceira da China Media Group e nessa qualidade é responsável pela tradução e edição dos textos daquele grupo de Media».

### **III. Análise e Fundamentação**

10. A questão enunciada – relativa aos artigos intitulados “Países vizinhos apoiam Afeganistão a criar um futuro melhor” e “Apoio à inovação na economia privada beneficia a China e o Mundo”, publicados respetivamente a 13 de abril e a 17 de agosto de 2022 – remete para a diferenciação da publicidade face a outros conteúdos publicados nos órgãos de imprensa.
11. Nessa medida, a elaboração e divulgação de conteúdos com natureza publicitária não se pode confundir com a publicação de uma notícia que, por contraposição, deve dar cumprimento a obrigações de rigor informativo e impõe a observância de um conjunto de deveres, destacando-se a demarcação de

factos e opiniões, o que é claramente incompatível com a utilização de linguagem de cariz promocional ou apelativa.

12. Na oposição enviada à ERC, o Denunciado admite que as peças em causa são um conteúdo publicitário.
13. Por outro lado, na análise levada a cabo pela ERC, verificou-se que os dois artigos correspondem ao tipo de conteúdo já identificado e analisado em detalhe nas deliberações ERC/2022/238 (PUB-I) e ERC/2022/350 (PUB-I).
14. Nesse sentido, verifica-se estarem em causa dois textos de natureza promocional, favoráveis ao Governo da República Popular da China, que se inserem em campanhas publicitárias promovidas em parceria com a Associação Portuguesa de Imprensa junto de diversos órgãos de comunicação social de âmbito nacional e regional.
15. Constatou-se também que, à data da primeira consulta dos conteúdos *online*, para efeitos de análise, estes estavam identificados através da menção “Conteúdo Institucional”. Transcorridos alguns meses, através de nova consulta aos mesmos conteúdos, verificou-se que a menção foi atualizada para “Conteúdo Institucional – Ibéria Universal”.
16. Assim, no que diz respeito à identificação dos conteúdos, há dois aspetos a assinalar, o primeiro referente à redação adotada pelo órgão para identificar a natureza publicitária dos conteúdos e o segundo referente à opção tomada pelo órgão para identificação do anunciante. Assim,

*a) Quanto à identificação da natureza publicitária dos conteúdos:*

Estabelece o artigo 28.º, n.º 2, da Lei de Imprensa, que «toda a publicidade redigida ou publicidade gráfica [...] 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».

Assim, e quanto à demarcação clara entre informação e publicidade, apesar do Denunciado ter revelado preocupação em assinalar que se tratava de um conteúdo promocional, considera-se que não o fez de forma correta. A elaboração e divulgação de conteúdos com natureza publicitária deve dar cumprimento as obrigações estipuladas pelo artigo 28.º, n.º 2, da Lei de Imprensa, destacando-se a necessidade de logo no início do anúncio o seu conteúdo estar assinalado com a palavra “Publicidade” ou com as letras “PUB”.

*b) Quanto à identificação do anunciante:*

A Diretiva da ERC 1/2009, de 1 de julho, considera que «a publicidade redigida (promovida por entidades públicas ou privadas) deve identificar explicitamente o nome da entidade interessada ou do bem ou serviço promovidos, em moldes distintos do texto propriamente dito».

Em resposta ao pedido de esclarecimento enviado pela ERC, em sequência da pronúncia do jornal *Cidade de Tomar*, o órgão remeteu a esta Entidade uma declaração da empresa *Ibéria Universal*, informando da existência de uma parceria entre aquela empresa e o grupo de *media China Media Group*. Em concreto, na qualidade de parceira, declara-se que a *Ibéria Universal* é «responsável pela tradução e edição dos textos daquele grupo de Media».

De acordo com a definição constante no Código da Publicidade, entende-se por anunciante «a pessoa singular ou coletiva no interesse de quem se realiza a publicidade» (artigo 5.º, n.º 1, alínea a), do Código da Publicidade)<sup>1</sup>.

Ora, considerando que:

---

<sup>1</sup> DL n.º 330/90, de 23 de outubro, com as atualizações subsequentes.

- Os anúncios em apreço promovem, como anteriormente se verificou, o governo chinês e o papel da China no mundo;
- A China Media Group é o grupo de *media* estatal chinês, responsável pela criação daqueles conteúdos publicitários;
- O papel da empresa Ibéria Universal corresponde a uma prestação de serviços àquele grupo de *media*, concretamente tradução e edição de textos, de acordo com esclarecimentos prestados à ERC pela própria empresa.

Conclui-se que a menção à Ibéria Universal, opção entretanto assumida pelo órgão de comunicação social (OCS), não corresponde de modo efetivo à pretensão de que o anunciante deverá ser imediatamente identificável para o leitor, em coerência com o disposto no número 2 do artigo 28.º da Lei da Imprensa.

Tendo em conta o exposto, considera-se que, no caso em apreço, apenas a identificação da empresa China Media Group, enquanto anunciante, corresponde a uma opção transparente, inequívoca e esclarecedora para o leitor, pelo que tal identificação deverá ser retificada nas peças em apreço e, por força de razão, em todas as peças publicadas pelo jornal que se encontrem na situação identificada.

#### **IV. Deliberação**

Tendo apreciado uma participação contra o jornal *Cidade de Tomar* pela publicação de publicidade não identificada relativamente às peças com o título “Países vizinhos apoiam Afeganistão a criar um futuro melhor” e “Apoio à inovação na economia privada beneficia a China e o Mundo”, publicados respetivamente a 13 de abril e a 17 de agosto de 2022, o Conselho Regulador da ERC, ao abrigo das suas atribuições e competências previstas nos artigos 7.º, alínea d), e artigo 24.º, n.º 3, alínea c), dos Estatutos da ERC, aprovados em anexo à Lei 53/2005, de 8 de novembro, delibera:

1. Dar como verificado que os artigos visados na participação são um conteúdo publicitário sem que, contudo, tenham sido devidamente identificados como tal, conforme exigido pelo artigo 28.º, número 2, da Lei de Imprensa;
2. Conceder ao jornal *Cidade de Tomar* a faculdade de proceder à retificação da menção “Conteúdo Institucional” nas peças “Países vizinhos apoiam Afeganistão a criar um futuro melhor” e “Apoio à inovação na economia privada beneficia a China e o Mundo”, de acordo com o disposto no artigo 28.º, número 2, da Lei de Imprensa, bem como à retificação da identificação do anunciante, substituindo a menção “Ibéria Universal” pela menção “China Media Group”, no prazo de 10 (dez) dias a contar da receção da presente deliberação, devendo o comprovativo da retificação ser, no mesmo prazo, enviado à ERC, determinando-se, em caso de incumprimento, a abertura do correspondente procedimento contraordenacional, nos termos da alínea b) do número 1 do artigo 35.º e do artigo 36.º da Lei de Imprensa, por violação do disposto no artigo 28.º, número 2, da mesma Lei;
3. Advertir o jornal *Cidade de Tomar* para a necessidade de, doravante, proceder à clara separação entre os conteúdos jornalísticos e os conteúdos promocionais, em especial procedendo à identificação no início do anúncio usando a palavra “publicidade” ou as letras “PUB”, nos termos das regras previstas no artigo 28.º, número 2, da Lei de Imprensa, bem como de identificar o nome das entidades interessadas ou dos bens ou serviços promovidos, em moldes distintos do texto propriamente dito, nos termos do ponto 7 da Diretiva da ERC 1/2009, de 1 de julho.

Lisboa, 27 de abril de 2023

O Conselho Regulador,

Sebastião Póvoas

Francisco Azevedo e Silva

Fátima Resende

João Pedro Figueiredo