

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

Decisão

6/PC/2011

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Processo de contra-ordenação instaurado contra Generis
Farmacêutica, S.A.**

Lisboa
2 de Março de 2011

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Decisão 6/PC/2011

Ao abrigo do disposto no artigo 40º, n.º 2, do Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro (doravante, Código da Publicidade), conjugado com o artigo 24.º n.º 3, alínea ac), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, e com o artigo 34º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) instaurou processo contra-ordenacional contra a **Generis Farmacêutica, S.A.**, com sede na Office Park da Beloura, Edifício 4, 2710-444 Sintra, com os seguintes fundamentos:

1. Entre Janeiro e Julho de 2008, os serviços da ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social desenvolveram uma acção de verificação de cumprimento dos normativos legais, tendo analisado a conduta do serviço de programas RTP1.
2. No decurso de tal acção foi apreciado o programa “As Escolhas de Marcelo Rebelo de Sousa”, programa de periodicidade semanal, transmitido aos domingos, pelas 21 horas, após o Telejornal.
3. O programa em causa foi patrocinado nos dias 30 de Março, 6, 13 e 27 de Abril, 4, 11, 18 e 25 de Maio; 1, 8, 15, 22 e 29 de Junho, 6 de Julho.
4. Efectivamente, nestes dias verificou-se que, no início e no fim de cada programa, foi incluída a referência: “*Este programa é patrocinado por Generis.*”
5. Ora, o artigo 24º, n.º 3, do Código da Publicidade estipula que “os telejornais e os programas televisivos de informação política não podem ser patrocinados”.

6. Considerando que “As Escolhas de Marcelo Rebelo de Sousa” é um programa de informação política, o mesmo jamais poderia ser patrocinado.
7. Contactada a Generis Farmacêutica, S.A., a mesma esclareceu que a agência de publicidade que prestou o serviço em causa havia sido a Young & Rubicam (Portugal) – Publicidade, S.A., informando que “a escolha das estações e dos programas televisivos efectivamente patrocinados cabe à agência de publicidade, no óbvio pressuposto do cumprimento das normas legais e regulamentos aplicáveis, pelo que a responsabilidade por tal escolha não poderá, em caso algum, ser imputada à Generis”.
8. Acresce que mal a arguida foi contactada pela ERC “deu indicações expressas à Young & Rubicam para que faça cessar de imediato o patrocínio da Generis ao programa «As Escolhas de Marcelo», o que já foi feito”.
9. Nos termos do artigo 36º do Código da Publicidade “são punidos como agentes das contra-ordenações previstas no presente diploma o anunciante, o profissional, a agência de publicidade ou qualquer outra entidade que exerça a actividade publicitária, o titular do suporte publicitário ou o respectivo concessionário, bem como qualquer outro interveniente na emissão da mensagem publicitária.”
10. Através do ofício n.º 498/ERC/2011, de 26 de Janeiro, foi a arguida notificada da Acusação, para efeitos de exercício do seu direito de defesa, tendo sido informada do direito que lhe assistia e em conformidade convidada a apresentar os elementos de defesa que considerasse relevantes.
11. Tendo decorrido o prazo fixado para efeitos de defesa, a arguida nada disse.

Cumprir decidir.

12. Resulta do exposto que por “As Escolhas de Marcelo Rebelo de Sousa” ser um programa de informação política jamais poderia ter sido patrocinado.
13. Acresce que, de acordo com o sustentado pela arguida, a responsável pela escolha do programa que iria ser patrocinado pertenceu a uma agência de publicidade contratada, pelo que aquela não poderá ser responsável pelo sucedido.
14. Perante os esclarecimentos prestados, conclui-se que a arguida não teve uma intervenção directa no processo e escolha do programa a patrocinar, visto que delegou num terceiro as negociações com a RTP.
15. Apesar de tal não a exonerar de se certificar se o patrocínio era feito em conformidade com as exigências do Código da Publicidade, - até porque o patrocínio foi feito durante 14 programas – ter-se-á de concluir que a arguida foi negligente na sua conduta, visto que confiou na agência de publicidade para tratar de tudo.
16. Ter-se-á ainda de atender ao facto de que na sequência da Deliberação n.º 6/PUB-TV/2008, de 9 de Julho, “As Escolhas de Marcelo Rebelo de Sousa” deixaram de ser patrocinadas.
17. Por outro lado, e no que se refere à gravidade da infracção conclui-se que não houve qualquer interferência no programa, visto que nem o patrocinador, nem a agência de publicidade escolhida para promover o patrocínio influenciaram a escolha dos temas tratados, nem a opinião do comentador acerca dos mesmos.
18. Não é possível determinar se da prática da infracção foram retirados benefícios económicos.

Nestes termos, ponderados os elementos determinantes da medida da sanção, atendendo, em especial, ao facto de “As Escolhas de Marcelo Rebelo de Sousa” ter

deixado de ser patrocinado assim que a arguida foi notificada da Deliberação n.º 6/PUB-TV/2008, de 9 de Julho, é a arguida **admoestada, nos termos do artigo 51º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro**, por ter patrocinado um programa de informação política quando tal é proibido pelo artigo 24º, n.º 3, do Código da Publicidade.

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

Lisboa, 2 de Março de 2011

O Conselho Regulador,

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