

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

Deliberação

9/AUT-R/2012

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Participação de Hugo Neves contra a R. Cidade – Produções
Audiovisuais, S.A.**

Lisboa
2 de maio de 2012

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação 9/AUT-R/2012

Assunto: Participação de Hugo Neves contra a R. Cidade – Produções Audiovisuais, S.A.

I. Identificação das Partes

Hugo Neves na qualidade de Queixoso e R. Cidade – Produções Audiovisuais, S.A. na qualidade de Denunciada.

II. Objeto da Queixa

1. Deu entrada na ERC, no dia 3 de fevereiro de 2012, uma queixa apresentada por Hugo Neves contra a R. Cidade – Produções Audiovisuais, S.A..
2. Alega o Queixoso que “[c]omo ouvinte e amante de rádio e agente publicitário preocupado com o «monopolismo» que tenho vindo a assistir nos meios culturais do nosso país, decidi apresentar esta reclamação e a questão: porque não está a ERC a inspecionar devidamente as directrizes que emite?”.
3. O Queixoso juntou, em anexo, 3 imagens: “ a 1.^a é o logótipo da Vodafone retirado do site oficial da Vodafone; a 2.^a é o logótipo da Vodafone.fm retirado do site oficial da Vodafone.fm; a 3.^a é uma fotografia que presumo seja do estúdio da Vodafone.fm com um painel com o logótipo do serviço de rádio, imagem também retirada do site da Vodafone.fm”
4. Conclui dizendo que “[p]enso que as imagens falam por si. Contraria totalmente o que foi deliberado pela ERC.”

III. Defesa da Denunciada

5. A Denunciada começa por dizer que *“[a] Rádio Cidade integra o grupo MCR que por sua vez está integrado no Grupo Media Capital que é hoje o maior grupo de comunicação social com presença no mercado da radiodifusão, sendo que esta realidade salvaguarda a independência do projeto Vodafone FM.”*
6. Mais disse que *“[s]e há projecto que, no meio rádio, tem alargado a oferta cultural é a Vodafone FM. Uma das principais mais-valias do projecto Vodafone FM é o de permitir ao operador libertar-se da lógica das audiências a curto prazo. No último ano a Vodafone FM foi reconhecida no mercado como uma «rádio diferente» uma «rádio alternativa» e o seu surgimento veio enriquecer o panorama da radiodifusão.”*
7. Continuou dizendo que *[n]o que respeita ao que é identificado como «logótipo da rádio» esclarecemos que a rádio não tem sequer logótipo oficial como aliás foi explicado na reunião que tivemos na ERC, quando o projecto foi analisado, face às reservas levantadas na ocasião pela ERC.”*
8. Defende a Denunciada que *“[r]ádio é som e não imagem, sendo que a Lei da Rádio define serviço de programas como «conjunto de elementos de programação sequencial e unitário, fornecido por um operador». É isso que é a Vodafone FM, um conjunto de elementos de programação sequencial unitário, fornecido por um operador, de acordo com um projecto de radiodifusão apresentado e aprovado, com uma denominação (neste caso Vodafone FM).”*
9. Entende a Denunciada que *“[n]ão integra o conceito de serviço de programas a necessidade de um logótipo do serviço.”*
10. Considera a Denunciada que *“[t]al não significa que, em campanhas de comunicação que sejam desenvolvidas em suportes visuais que a Vodafone FM não desenvolva imagens que tenham relação com a Vodafone. É normal que assim seja e, no nosso entender, tal é algo que estará fora inclusive às competências regulatórias da ERC, na medida em que nada tem a ver com o serviço de programas tal como definido pela lei, a sua natureza ou os conteúdos transmitidos.”*

11. Refere ainda que “[o] facto do estúdio da Vodafone FM estar decorado com imagens alusivas à Vodafone é, a nosso ver e salvo o devido respeito, quase ridículo. Na verdade qual é o problema da decoração do estúdio ter imagens da Vodafone? O serviço de programas transmite sons e apenas sons.”
12. Esclarece também que “ (...) a Vodafone FM não tem sequer um logótipo oficial e apresenta-se graficamente de várias formas. Se estivéssemos a falar de um serviço de televisão que transmite imagens e sons ainda se compreenderia qualquer reserva ou dúvida mas estamos a falar de um serviço de rádio que, por natureza, transmite sons.”
13. Continuou dizendo que “ (...) a única imagem que é «transmitida» com o serviço Vodafone FM, será relativa ao seu nome de canal de programas que aparece no RDS dos equipamentos de recepção de rádio, nome esse aprovado pela ERC e que aparece sem qualquer logótipo.”
14. Conclui dizendo que “ (...) os ouvintes da rádio não têm qualquer contacto com imagens corporativas ou outras da Vodafone FM. De qualquer modo que fique claro que não existe qualquer intenção de desenvolver qualquer logótipo oficial da Vodafone FM, sendo que o serviço de programas, devido à sua natureza não tem necessidade de desenvolver qualquer logótipo oficial.”
15. Notificada para se pronunciar em sede de audiência prévia, para além do que ficou dito em sede de contraditório, alegou a Denunciada ser “ (...) totalmente falso que o Sr. Hugo Mendes Seja um ouvinte preocupado. Antes pelo contrário o Sr. Hugo Mendes é movido por outros interesses e está a instrumentalizar a ERC:”
16. Por outro lado, “[o] logótipo oficial da Vodafone não se resume ao speech mark; o logótipo da Vodafone é composto pela referida speech mark e pela palavra Vodafone (...)”
17. Disse também que “[f]oi precisamente para evitar uma associação à nossa marca que optámos por utilizar um símbolo e não a palavra Vodafone.”
18. Argumentou ainda que “[a] independência editorial deste operador de rádio nunca sofreu qualquer tipo de interferência por parte da Vodafone (...)”

IV. Normas Aplicáveis

19. Aplica-se ao presente caso o artigo 6.º, alínea c), dos Estatutos da ERC, anexos à lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro (doravante, EstERC), nos termos do qual “[e]stão sujeitas à supervisão e intervenção do conselho regulador todas as entidades que, sob jurisdição do Estado Português, prossigam actividades de comunicação social, designadamente: c) Os operadores de rádio e de televisão, relativamente a serviços de programas que difundam ou aos conteúdos complementares que forneçam, sob sua responsabilidade editorial, por qualquer meio, incluindo a via electrónica”.
20. Já nos termos do artigo 8.º, alínea c), dos EstERC, que consigna como atribuições da ERC “[z]elar pela independência das entidades que prosseguem actividades de comunicação social perante poderes político e económico.”
21. Refere ainda o artigo 24.º, n.º 3, alínea e), dos EstERC que “[a]tribuir os títulos habilitadores do exercício da actividade de rádio e de televisão e decidir, fundamentadamente, sobre os pedidos de alteração dos projectos aprovados, os pedidos de renovação daqueles títulos ou, sendo caso, sobre a necessidade de realização de outro concurso público”.
22. É igualmente aplicável o artigo 40.º, n.ºs 1 e 5, da Lei n.º 54/2010, de 24 de Dezembro (Lei da Rádio, doravante LR), que determina que “[a] publicidade radiofónica rege-se pelo disposto no Código da Publicidade (...)” e ainda que “[o] conteúdo e a programação de uma emissão patrocinada não podem, em caso algum, ser influenciados pelo patrocinador, de forma a afectar a responsabilidade e a independência editorial do operador de rádio ou dos respectivos directores.”
23. Aplica-se ainda o artigo 24.º, n.º 5, do Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro, (Código da Publicidade, doravante CP), segundo o qual “[o] conteúdo e a programação de uma emissão patrocinada não podem, em caso algum, ser influenciados pelo patrocinador, por forma a afectar a responsabilidade e a independência editorial do emissor.”
24. Refira-se, por último, a Diretiva sobre publicidade nas publicações periódicas, aprovada pelo Conselho Regulador da ERC em 1 de Julho de 2009 que considera no ponto 10 como patrocínio “ (...) a participação de pessoas singulares ou

colectivas, com ressalva das empresas jornalísticas, no financiamento da produção de criações jornalísticas de qualquer género, com vista à promoção do seu nome, marca ou imagem, bem como das suas actividades, bens ou serviços.”

V. Análise e Fundamentação

- 25.** Antes de proceder à apreciação da queixa cumpre recordar, conforme referido pelo Queixoso, que o assunto objeto de análise foi já apreciado pelo Regulador na Deliberação 18/AUT-R/2010, de 30 de novembro de 2010.
- 26.** Na referida Deliberação considerou-se, essencialmente, que o contrato estabelecido entre a empresa Vodafone e o operador de rádio seria semelhante à figura do patrocínio na medida em que beneficiaria reciprocamente as partes envolvidas.
- 27.** Todavia, o projeto apresentado não era subsumível no artigo 44.º da LR, uma vez que em causa estava, não um programa ou período de emissão, mas um serviço de programas.
- 28.** Dada a ausência de enquadramento legal aplicável ao projeto apresentado, decidiu-se pela aplicação das regras gerais consagradas no Código da Publicidade, designadamente no artigo 24.º.
- 29.** Assim, e do ponto de vista da regulação, esteve em causa a salvaguarda da independência das entidades que prosseguem atividades de comunicação social bem como as garantias de transparência e equidade no setor e também o seu impacto neste.
- 30.** Como tal, as principais preocupações reportaram-se à necessidade de garantir, por um lado, que da associação entre as duas empresas não resultaria uma situação à margem do legalmente consagrado em matéria de “patrocínio”, e, por outro, que tal associação não pusesse em causa a independência que os órgãos de comunicação social devem ter face ao poder económico.
- 31.** Pelos motivos expostos, entendeu o Conselho Regulador “ (...) *dar deferimento ao pedido de alteração da denominação do serviço de programas para «Vodafone FM» e ao pedido de alteração do projeto com as seguintes condições:*

- a) *A venda do espaço publicitário à Vodafone Portugal – Comunicações Pessoais, S.A., não pode exceder os 50% do total de tempo de emissão reservado à publicidade;*
- b) *O logótipo do serviço de programas não pode ser confundível com o da marca Vodafone, devendo, designadamente, assumir um grafismo distinto do utilizado por aquela empresa.”*
32. Analisada a queixa apresentada, os documentos a ela anexados, bem como o visionamento do sítio da internet da Vodafone FM, verifica-se que a Denunciada utiliza como logótipo do serviço de programas a parte gráfica em tudo igual àquela que é utilizada pela marca Vodafone.
33. Esclarece a Denunciada que “ (...) ao identificado «logótipo da rádio» esclarecemos que a rádio não tem sequer logótipo oficial (...) ”.
34. Mais disse que “ [n]ão integra o conceito de serviços de programas a necessidade de um logótipo do serviço.”
35. Considera ainda que “[t]al não significa que, em campanhas de comunicação que sejam desenvolvidas em suportes visuais em que a Vodafone FM não desenvolva imagens que tenham relação com a Vodafone. É normal que assim seja e, no nosso entender, tal é algo que estará fora inclusive às competências regulatórias da ERC, na medida em que nada tem a ver com o serviço de programas tal como definido pela lei, a sua natureza ou os conteúdos transmitidos.”
36. Não obstante a Denunciada alegar não ter nenhum logótipo oficial, o que na verdade se verifica é que em toda a comunicação externa associada à Vodafone FM é utilizado o símbolo que se assemelha a uma vírgula invertida, logótipo gráfico oficial da marca Vodafone.
37. Quanto à alegação da Denunciada de que os suportes visuais utilizados nas campanhas de comunicação da Vodafone FM estão fora das competências regulatórias da ERC, recorde-se a Denunciada que a autorização da alteração do serviço de programas da “Romântica FM” para “Vodafone FM” ficou condicionada à verificação de duas condições. Uma dessas condições foi precisamente o logótipo do serviço de programas não ser confundível com o da marca Vodafone, devendo, designadamente, assumir um grafismo distinto do utilizado por aquela empresa.

38. Refira-se que em causa está a utilização do logótipo gráfico da marca Vodafone e não a eventual utilização do tipo de letra e grafismo que compõem a palavra Vodafone.
39. De facto, com esta exigência pretende-se salvaguardar a independência do órgão de comunicação social em relação à empresa Vodafone, assim como a transparência e equidade no setor, sendo estas matérias de indiscutível natureza regulatória.
40. Considera-se, assim, que a utilização, por parte da Denunciada, da componente gráfica do logótipo da marca Vodafone reflete uma colagem excessiva à imagem da empresa, violando as condições que foram estipuladas pelo Regulador para a alteração do projeto do serviço de programas da “Romântica FM”.
41. Alegou a Denunciada, em sede de audiência de interessados que “[o] logótipo oficial da Vodafone não se resume ao speech mark; o logótipo da Vodafone é composto pela referida speech mark e pela palavra Vodafone (...)”. Mais disse ter sido “precisamente para evitar uma associação à nossa marca que optámos por utilizar o símbolo e não a palavra Vodafone.”
42. A Denunciada tenta, desta forma, contornar a obrigação a que ficou sujeita para que pudesse proceder à alteração da denominação do serviço de programas, argumentando que ao utilizar o “speech mark”, e não a palavra Vodafone, não está a utilizar o logótipo da marca.
43. Contudo, na referida Deliberação que autoriza a alteração da denominação do serviço de programas, proibiu-se expressamente a utilização da parte gráfica do logótipo da marca da empresa Vodafone, obrigação que está a ser claramente violada pelo serviço de programas.
44. De referir, por último, que o Conselho Regulador, nos termos do artigo 64.º, n.º 1, dos EstERC, independentemente de qualquer queixa, pode tomar decisões em relação a entidades que prossigam atividades de comunicação social. Tal competência é, neste caso, reforçada estando, como está, em causa o incumprimento de uma Deliberação da ERC.
45. Neste sentido, deverá a Denunciada proceder, no prazo máximo de 15 (quinze) dias, à remoção do logótipo da marca Vodafone de todas as suas formas de comunicação externa, sob pena de reavaliação do processo pelo Conselho

Regulador, que poderá culminar na revogação da Deliberação que defere o pedido de alteração da denominação do serviço de programas para “Vodafone FM”.

VI. Deliberação

Tendo apreciado a queixa de Hugo Neves contra a R. Cidade – Produções, S.A., por violação da Deliberação da ERC 18/AUT-R/2010, de 30 de novembro de 2010, ao abrigo do disposto nos artigos 8.º, alínea c), e 24.º, n.º 3, alínea e), dos Estatutos anexos à Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, delibera:

- a)** Considerar procedente a queixa apresentada;
- b)** Determinar que o serviço de programas Vodafone FM se abstenha, no futuro, de usar a parte gráfica do logótipo da marca Vodafone em qualquer uma das formas da sua comunicação externa;
- c)** Advertir a Denunciada de que, caso não proceda à remoção da parte gráfica do logótipo referido, no prazo máximo de 15 (quinze) dias, *o processo será reavaliado pelo Conselho Regulador, podendo culminar na revogação da Deliberação que defere o pedido de alteração da denominação do serviço de programas para “Vodafone FM”.*

Lisboa, 2 de maio de 2012

O Conselho Regulador,

Carlos Magno
Alberto Arons de Carvalho
Raquel Alexandra Castro
Rui Gomes