

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



**Deliberação
195/2015 (PUB-TV)**

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Infração dos artigos 40.º-A e seguintes da Lei da Televisão e dos
Serviços Audiovisuais a Pedido – programa “Há mais em Nós - La Fura
dels Baus” – serviço de programas TVI do operador TVI – Televisão
Independente, S.A.**

Lisboa
13 de outubro de 2015

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação 195/2015 (PUB-TV)

Assunto: Infração dos artigos 40.º-A e seguintes da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido – programa “Há mais em Nós - La Fura dels Baus” – serviço de programas *TVI* do operador *TVI – Televisão Independente, S.A.*

1) Factos

- 1.1. No âmbito do alinhamento da emissão do serviço de programas *TVI* de 16 de maio de 2014, verificou-se, nos termos das obrigações contidas no artigo 29.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de Abril [Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, doravante *LTSAP*], o anúncio de um programa designado “Há Mais Em Nós: La Fura dels Baus”, com emissão pelas 22h42m.
- 1.2. O alegado programa teve a duração de 1 minuto e 58 segundos e foi patrocinado pela *NOS*. O mesmo foi precedido pela telenovela “O Beijo do Escorpião” e sucedido pela telenovela “Belmonte”. Trata-se de uma situação de realidade ficcionada visto terem sido incluídas, no alegado programa, personagens das duas telenovelas com o intuito de promover a junção da *ZON* e da *Optimus* e conseqüente lançamento da marca *NOS*.
- 1.3. Durante a exibição da telenovela “O Beijo dos Escorpião” duas personagens falam sobre o lançamento da marca em festa a decorrer essa noite na Praça do Município, em Lisboa, e combinam ir ao evento. Sequencialmente, é incluído um *separador de estação* com o *slogan TVI* e o logótipo da *NOS* com o *slogan* da marca, “Há mais em Nós”; no ecrã seguinte aparece “LA Fura dels Baus” (ainda com o logótipo da *NOS*) e são colocadas imagens do evento, em direto da Praça do Município, em Lisboa.
- 1.4. Esse direto conta com a presença de quatro atores da *TVI* - dois fotografam e tiram notas e os outros dois são um casal da novela “O Beijo do Escorpião”. Falam sobre o evento e um deles, jornalista na telenovela “Belmonte”, afirma: “Isto é o evento do ano. Uma marca nova, nós tínhamos que estar presentes”. São ainda colocadas diversas imagens

com o símbolo da NOS e de fundo a música que dá o mote à campanha publicitária. No final deste excerto surge a identificação do patrocinador do programa – NOS.

- 1.5. Durante a exibição da telenovela imediatamente seguinte, “Belmonte”, os repórteres de um jornal de Estremoz falam sobre a marca e o evento, usando expressões que o engradecem, tais como “os Fura dels Baus, a interação com o público, o *video mapping*, foi brutal” ou “aquela cena da projeção de imagens na cortina de água foi genial”.
- 1.6. De referir que ao longo da programação do dia são efetuados alguns diretos, de cerca de 2 minutos, com repórteres e caras da *TVI* a anunciarem o direto da festa no serviço de programas *+TVI*, igualmente acompanhados de imagens da Praça do Município. Estes também contêm separador de estação mas não são anunciados como programas.

2) Enquadramento legal

- 2.1. As regras de inserção de publicidade na televisão e das práticas televisivas em matéria de patrocínio e de colocação de produto, encontram-se previstas na LTSAP, nos artigos 40.º-A [Identificação e separação], 40.º-B [Inserção], 40.º-C [Telepromoção], 41.º [Patrocínio] e 41.º-A [Colocação de produto e ajuda à produção].
- 2.2. No que respeita à identificação e separação dos espaços publicitários, nos termos previsto no artigo 40.º-A, da LTSAP, a publicidade deve ser separada e identificada relativamente à restante programação, sendo inseridos separadores, no início e no final dos espaços publicitários, contendo o primeiro a palavra “Publicidade”.
- 2.3. Na sequência da análise da emissão da *TVI* de 16 de maio de 2014, e com base no enquadramento dos factos tais como anunciados pelo operador – sequência programática: telenovela “O Beijo do Escorpião”/ programa “Há mais em Nós- La Fura dels Baus”/ telenovela “Belmonte –, considera-se que no alegado programa “Há Mais em Nós- La Fura dels Baus” não é dado cumprimento ao artigo 42.º, da LTSAP que prevê a obrigação de identificação dos programas, bem como a exibição dos elementos relevantes das fichas artística e técnica.
- 2.4. Prevê o n.º4, do artigo 41.º, do referido diploma no que respeita às regras do patrocínio que «[o] conteúdo de um serviço de programas televisivo patrocinado ou, no caso dos serviços de programas televisivos, a sua programação, não podem, em caso algum ser influenciados de modo a afetar a respetiva responsabilidade e independência editorial».

O mesmo se aplica no caso das regras de colocação de produto na previsão do n.º 3, do artigo 41.º -A, pois que também o regime da referida figura determina a impossibilidade da influência na responsabilidade e independência editorial que assiste ao operador e respetiva programação.

- 2.5.** Por se ter considerado, após análise aos tempos de publicidade, que as situações descritas, nomeadamente no que diretamente respeita ao alegado programa “Há mais em NOS – La Fura dels Baus”, pudessem consubstanciar publicidade televisiva (cfrt. alínea r), n.º 1, do artigo 2.º, da LTSAP), o que conduziria à inobservância do previsto no n.º 1., do artigo 40.º, LTSAP relativo aos tempos de publicidade, foi o operador TVI inicialmente convidado a pronunciar-se (Of.º N.º4768/ERC/2014, de 22 de setembro de 2014).

3) Defesa

- 3.1.** Na sequência da nossa notificação de 22 de setembro de 2014, o operador de televisão TVI-Televisão Independente S.A., apresentou a sua defesa a 5 de outubro de 2014, nos seguintes termos:
- 3.2.** «No dia 16 de maio de 2014, teve lugar, na Praça do Município em Lisboa, um espetáculo multimédia, de entrada livre, intitulado ‘Há mais em NOS’ com a participação do grupo catalão ‘La Fura dels Baus’».
- 3.3.** «A TVI assegurou a transmissão televisiva integral de tal espetáculo no seu serviço de programas +TVI, transmissão essa que também foi ela patrocinada pela NOS».
- 3.4.** Atendendo à necessidade de captação das audiências no mercado competitivo do sector, a TVI afirma que «tem procurado adotar estratégias que sejam diferenciadoras da sua oferta televisiva [...] Para esse efeito revela-se essencial contar histórias em universos ficcionais nos quais os espetadores se possam rever [...] A inclusão, nestes universos ficcionais, de eventos da atualidade tem demonstrado o potencial para reforçar essa ligação afetiva com o público...».
- 3.5.** Perante tais motivações, a TVI dirime qualquer intenção publicitária no programa que mediou as duas telenovelas e que o mesmo constitui um elemento autónomo de programação por resultar do entrecruzamento do universo ficcional de ambas. Assim, fundamenta a decisão «de o considerar um elemento autónomo de programação, ligado

à transmissão do espetáculo “Há mais em nós- La Fura dels Baus”, servindo igualmente para despertar a curiosidade do espetador para esse espetáculo [...] Não existiu, neste elemento de programação, qualquer promoção direta à marca NOS ou qualquer elemento que possa ser considerado especificamente promocional do seu patrocinador».

4) Análise e Fundamentação

- 4.1.** Entre os episódios das telenovelas a TVI inscreveu em grelha o programa “Há Mais Em Nós: La Fura Dels Baus”, ou seja, a TVI identificou os três programas sequencialmente emitidos, telenovela “O Beijo do Escorpião”/ programa “Há mais em Nós- La Fura dels Baus”/ telenovela “Belmonte, como programas isolados, pese embora as interconexões da narrativa presentes nos três, estas tendo em vista a promoção do espetáculo a decorrer na Praça do Município em Lisboa de ativação da marca NOS.
- 4.2.** No entanto, a TVI não respeitou, desde logo, o art.º 42.º, LTSAP, pois não assinalou o final da telenovela “O Beijo do Escorpião”, o subsequente início/fim da transmissão em direto do programa identificado em grelha como “Há Mais Em Nós: La Fura Dels Baus” e o posterior início da telenovela “Belmonte”, situação p.p. como contraordenação leve pela alínea a), n.º1, art.º 75.º, LTSAP
- 4.3.** Não obstante a abordagem utilizada de realidade-ficcionada para a promoção do evento, verificou-se o recurso a todo o contexto do real, resultante de uma campanha de marketing deliberadamente montada e pensada para promover o nascimento da marca NOS, mesclando-a com a ficção e, assim, atrair e fidelizar o público de *prime time* de uma forma eventualmente mais eficaz do que o mero recurso a *spots* publicitários.
- 4.4.** Como forma a atingir essa finalidade, e na tentativa de tornar *legítima* a opção tomada, a TVI socorre-se da figura ‘patrocínio’ no alegado programa de promoção do espetáculo e da ‘colocação de produto’ nas telenovelas supramencionadas.
- 4.5.** Sucede que, mesmo a aceitar-se a existência de três programas sequenciais e distintos, não se pode ignorar a verdadeira intenção dessa sequência de programação – a divulgação e promoção junto do público da nova marca NOS.
- 4.6.** Corroborando a intenção publicitária, atente-se na chamada feita ao longo da emissão da TVI, por repórteres, em direto do local do espetáculo:

- a) 21h25m – “Hoje dia 16 de maio nasce uma nova marca. Chama-se NOS e para celebrar o nascimento desta nova marca foi preparado um grande espetáculo, emitido, em direto, na +TVI [...] não perca os episódios de ‘O Beijo do Escorpião’ e ‘Belmonte’ porque parte da trama destes dois episódios passa por este espetáculo que se chama ‘Há mais em nós’. Não perca”.
- 4.7.** Também o discurso das personagens, mesmo quando inserido na trama das telenovelas, teve intenção publicitária, desta forma, a incluir-se tais referências na figura da “colocação de produto” deverá avaliar-se se foram ou não excedidos os requisitos da referida figura, desde logo o “relevo indevido” concedido à marca.
- 4.8.** Disto são exemplo as transcrições seguintes:
- a) 21h07 - “O Beijo do Escorpião” – “É o lançamento de uma nova marca, não é?”
-“É uma marca que vai juntar a ZON com a Optimus. Eu ouvi na rádio que vai haver um espetáculo com ‘Os Fura dels Baus’. Aqui na praça do Município em Lisboa [...] é uma coisa em grande, com projeções 360º, bailarinos, tambores japoneses, estruturas, uma coisa nunca feita em Portugal.”
- b) 23h20 - “Belmonte”, os repórteres de um jornal de Estremoz falam sobre a marca e o evento, usando expressões que o engradem, tais como “Os *Fura dels Baus*, a interação com o público, o video mapping, foi brutal” e responde o outro “aquela cena da projeção de imagens na cortina de água foi genial”.
- 4.9.** Pela análise dos conteúdos expressos verifica-se uma clara intrusão dos conteúdos ficcionais com a realidade publicitária naquilo que comumente se designa como *brand entertainment*.
- 4.10.** O *brand entertainment*, também conhecido por *brand content*, *advertainment* e *conteúdo de marca*, é uma ferramenta de comunicação publicitária, que conjuga o entretenimento com uma marca num determinado formato, quer seja para TV ou outros meios de comunicação social.¹
- 4.11.** Ainda que se considere uma forma de *colocação de produto* (vulgo *product placement*) onde um determinado produto ou serviço surge integrado no contexto do conteúdo, não podemos deixar de considerar que este é pautado por um relevo indevido da marca, afetando a responsabilidade e independência editorial do operador TVI ao subjugar a sua programação à publicitação da marca NOS.

¹ HACKLEY, Chris. “Branded Entertainment - Product Placement and Brand Strategy in the Entertainment Business”, 2008: International Journal of Advertising, Vol. 27, Issue 5, p. 924-925

- 4.12.** No que em concreto se refere à transmissão em direto do “Há Mais Em Nós: La Fura Dels Baus”, indicado em antena como um programa patrocinado pela NOS, verifica-se uma dupla infração no cumprimento dos requisitos da referida figura, quer pela indevida identificação efetuada – só no final é feita a referência de programa patrocinado pela NOS (cfr. n.ºs 1 e 2, do art.º 41.º, LTSAP) –, quer pela influencia da marca objeto de divulgação no conteúdo do próprio programa patrocinado, tendo o programa em questão sido destinado exclusivamente à promoção da marca, o que compromete a responsabilidade e independência editorial do operador pela criação de um conteúdo, digamos que, “à medida” do lançamento de uma marca no mercado (cfr. n.º4, do art.º 41.º, LTSAP – art.º 24, n.º 5, Código Pub. igual).
- 4.13.** Ante tal descrição não se pode deixar de classificar a emissão de 16 de maio de 2014, pós *Jornal das 8*, com conteúdos claramente destinados e criados “à medida” de uma marca, do seu posicionamento no mercado e revestidos de um caráter promocional inequívoco, violando o disposto nos n.ºs 2 e 4, do artigo 41.º, no que se refere ao programa “Há mais em Nós- La Fura dels Baus” e os n.ºs 3 e 4, do artigo 41.ºA, no que se refere à colocação de produto nas telenovelas “O Beijo do Escorpião” e “Belmonte”.

5) Audiência de interessados

- 5.1.** Notificado nos termos e para os efeitos dos artigos 121º e 122º, ambos do Código do Procedimento Administrativo, para a audiência de interessados em sede do Projeto de Deliberação, aprovado em reunião do Conselho Regulador de 14 de julho de 2015, de abertura de procedimento contraordenacional ao abrigo do disposto nos artigos supra, o operador TVI remeteu a sua pronúncia para a comunicação de 6 de outubro de 2014, constante do ponto 3) da presente Deliberação.

Sendo que,

- a. Prevê a alínea a) do n.º 1, do artigo 76.º, da LTSAP que a inobservância do previsto no artigo 41.º e 41.º -A, da LTSAP constituem contraordenações graves, puníveis com coima de 20.000,00€ (vinte mil euros) a 150.000,00€ (cento e cinquenta mil euros).

- b. Prevê ainda a alínea a), do n.º1, do art.º 75.º, LTSAP que a inobservância do previsto no art.º 42.º, LTSAP, constitui contraordenação leve, punível com coima de 7.500,00 (sete mil e quinhentos euros) a 37.500,00€ (trinta e sete mil e quinhentos euros).

6) Deliberação

Em face do exposto, o Conselho Regulador da ERC, ao abrigo das competências previstas no artigo 6.º, alínea c), artigo 8.º, alínea j) e artigo 24.º, n.º 3, alíneas b), c), f) e ac), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, e no artigo 93.º, n.º 1 e 2, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de Abril (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), **delibera instaurar procedimento contraordenacional, contra o operador TVI- Televisão Independente, S.A., nos termos dos artigos 75.º, n.º 1, alínea a) e 76.º, n.º1, alínea a), por violação do previsto nos artigos 41.º, 41.º -A e 42.º, LTSAP.**

Lisboa, 13 de outubro de 2015

O Conselho Regulador,

Carlos Magno
Alberto Arons de Carvalho
Luísa Roseira
Rui Gomes