

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



**Deliberação
3/PUB-TV/2011**

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Inserção de publicidade na televisão pelo serviço de programas
TVI, em Setembro 2010 (período de 20 a 26)**

Lisboa
1 de Junho de 2011

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação 3/PUB-TV/2011

Assunto: Inserção de publicidade na televisão pelo serviço de programas TVI, em Setembro 2010 (período de 20 a 26)

I. Processo

1. No âmbito do acompanhamento e verificação da conformidade das regras de inserção de publicidade na televisão e das práticas televisivas em matéria de patrocínio e colocação de produto, face aos limites legais estabelecidos no Código da Publicidade, designadamente nos artigos 24º (Patrocínio) e 25º (Inserção da publicidade na televisão), procedeu-se à análise da emissão do serviço de programas de acesso não condicionado livre *TVI*, disponibilizado pelo operador TVI – Televisão Independente, S.A.
2. A amostra seleccionada incidiu sobre a emissão da semana de 20 a 26 de Setembro de 2010, nos períodos assinalados no quadro seguinte:

<u>20 a 26</u> <u>Setembro</u> <u>2010</u>	<u>Segunda</u>	<u>Terça</u>	<u>Quarta</u>	<u>Quinta</u>	<u>Sexta</u>	<u>Sábado</u>	<u>Domingo</u>
20	Manhã						
21		Manhã/Tarde					
22			Manhã/Noite				
23				Manhã			
24					Manhã/Tarde		
25						Noite	
26							Manhã/Tarde

Manhã - 7h00/13h59

Tarde - 14h00/20h59

Noite - 21h00/6h59

II. Análise dos casos

3. Na amostra visionada, registaram-se algumas situações irregulares, susceptíveis de integrar violação das regras contidas nos n.ºs 1 e 2 do artigo 25.º do Código da Publicidade, nos dias 21, 22, 23 e 24 de Setembro, associadas às telenovelas emitidas no período da noite: “Espírito Indomável”, “Mar de Paixão” e “Meu Amor”, em que a emissão teve o seguinte alinhamento:

- Identificação do programa – genérico e fichas artística e técnica;
- Separador de estação contendo a frase “Voltamos dentro de 1 minuto” e a palavra “Publicidade”;
- Intervalo - anúncios publicitários;
- Separador de estação indicando final de publicidade;
- Recomeço da novela (sem o genérico).

4. De acordo com o n.º 2 do referido normativo, a publicidade televisiva apenas pode ser inserida durante os programas, desde que não atente contra a sua integridade e tenha em conta as suas interrupções naturais, bem como a sua duração e natureza, de forma não lesar os direitos de quaisquer titulares.

5. A situação descrita pode induzir em erro o telespectador quanto ao verdadeiro início do programa, devido a dois factores:

- 1) O separador é inserido a seguir aos anúncios comerciais e funciona como um falso indicador de fim de publicidade;
- 2) A exibição do genérico e da ficha técnica e artística do programa indicam um falso início do programa.

6. Analisado este alinhamento pode considerar-se que está subjacente uma intenção premeditada do operador de conservar a audiência do programa atenta à mensagem publicitária em causa, induzindo em erro os destinatários quanto ao próprio conteúdo do programa.

7. Registaram-se também situações irregulares no programa *Você na TV!*, exibido de Segunda a Sexta, nos dias 22 e 23 de Setembro e 4 de Outubro de 2010, no que respeita ao cumprimento das regras de inserção da publicidade, sendo incluídos espaços

de promoção de marcas, a propósito de temas abordados no programa, tendo como agentes promotores quer os apresentadores do programa quer representantes das marcas, na qualidade de especialistas presentes no estúdio, dos quais se destacam os seguintes casos:

i. 22 Setembro de 2010 - *Ella Lingerie*

No programa do dia 22 de Setembro de 2010, pelas 11h04m, são promovidas peças de *lingerie* da marca *Ella Lingerie*, numa rubrica designada por *Pijamas da colecção Outono – Inverno* e que tem como convidada uma especialista, Helena Bettencourt Sardinha, que é também Gestora e Coordenadora da cadeia de lojas desta marca, não tendo, contudo, sido identificada nesta qualidade.

As peças expostas no estúdio são descritas com pormenor pela representante da marca, tal como outras peças que posteriormente são usadas por manequins femininos e masculinos que desfilam no estúdio.

Este espaço tem a duração de 16 minutos - das 10h48m às 11h04m - durante o qual são exibidas, em rodapé e de forma intermitente, informações sobre duas lojas:

Ella Lingerie – Almada Fórum -Tel. 961756813

e

Ella Lingerie – Centro Comercial das Amoreiras -Tel. 961756813

Esta marca voltou a ser promovida no programa emitido no dia 4 de Outubro de 2010, a propósito do tema “As novidades da *lingerie* para disfarçar defeitos”, sendo o tema introduzido pelo apresentador que afirma:

“E agora minhas senhoras quereis saber quais são os últimos gritos de moda em *lingerie* para senhora, quereis saber?”.

Neste programa é novamente convidada a Gestora das Lojas *ELLA Lingerie*, que descreve detalhadamente as peças expostas nos manequins, enquanto vai surgindo também periodicamente, em rodapé, a informação sobre as duas lojas, designadamente os Centros Comerciais onde se localizam e os contactos telefónicos.

Salienta-se a intervenção activa do apresentador do programa que, num explícito apelo à compra, quando a Gestora da marca alerta o público para o cuidado que

devem ter com as imitações que existem no mercado, este reforça a opinião exposta, acrescentando:

“As pessoas têm que ir comprar estes artigos a lojas credíveis, não é? Como a *ELLA Lingerie...*”.

ii. 23 de Setembro de 2010 - Máquina de pão Tefal

No programa do dia 23 de Setembro de 2010, no passatempo “Você em casa”, é promovida uma máquina de fazer pão da marca *Tefal* que constitui o prémio do dia, observável nas imagens, encontrando-se exposta no centro do estúdio junto dos apresentadores, sendo focalizada de forma exclusiva permitindo, assim, o visionamento do logótipo cujas virtualidades vão sendo destacadas pelos apresentadores:

“É fácil, mete-se tudo aqui para dentro e depois espera-se um tempinho e o que é certo é que o pão sai fantástico...se há coisa boa na vida é comer pão quente com manteiga” (Cristina Ferreira, apresentadora do programa)

“A máquina trabalha à noite enquanto nós estamos a dormir” (M. L. Goucha, apresentador do programa).

Este espaço teve a duração de 6 minutos, entre as 10h16m e as 10h22m.

8. As situações descritas indicam que o operador utiliza os temas ou rubricas do programa como pretexto para a promoção de marcas ou produtos, destacando as suas qualidades, quer através do discurso dos apresentadores do programa quer dos convidados presentes no estúdio que representam as marcas ou empresas promovidas, fazendo um claro apelo ao consumo.

9. Na sequência da análise efectuada, o operador foi notificado para se pronunciar, querendo, sobre as situações irregulares detectadas, o que fez através de carta recebida no dia 23 de Dezembro de 2010, com o seguinte teor:

- No que respeita à primeira situação, descrita nos pontos 3 a 5, o operador apenas refere o n.º 6 do artigo 25º, alegando que “a limitação constante no n.º 6 do artigo 25º do Código da Publicidade é incompatível com o disposto na Directiva n.º 2007/65/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de Dezembro, designada como *Directiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual* e que estabelece 19/12/2009 como prazo limite para a transposição

nos diversos Estados membros. A partir dessa data, e na ausência de regulamentação nacional que tenha transposto a Directiva referida, deve entender-se que a mesma possui efeito directo e que é, portanto, invocável por todos os interessados por via do disposto no artigo 8º da Constituição da República Portuguesa.

- Relativamente às situações relatadas no ponto 6, relativas ao programa *Você na TV!*, o operador afirma que “nenhuma das situações mencionadas corresponde a qualquer espaço de promoção de marcas ou serviços e muito menos a um patrocínio não identificado ou colocação de produto”.

10. Atentas as justificações apresentadas pelo operador para as situações detectadas, importa efectuar a sua análise face ao quadro legal aplicável.

11. No que se refere à primeira situação, relacionada com a interrupção dos programas, entende-se que a mesma indicia incumprimento das regras contidas nos números 1 e 2 do artigo 25º do Código da Publicidade, embora o operador faça incidir em exclusivo a sua explicação tendo em conta o n.º 6 do referido artigo.

12. Entende-se que a inserção entre o genérico e a ficha técnica e artística dos conteúdos *Espírito Indomável*, *Mar de Paixão* e *Meu Amor* de spots de publicidade comercial, indicia violação dos ns.º 1 e 2 do artigo 25º do Código da Publicidade.

13. Em conformidade, a Directiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual prevê, no n.º 1 do seu artigo 20º, que “[o]s Estados membros devem assegurar que a inserção da publicidade televisiva ou de televenda nos programas não prejudique a integridade dos mesmos, tendo em conta as interrupções naturais e a duração e natureza do programa em causa, nem os direitos dos detentores dos direitos.”

14. Por outro lado, para além dos direitos dos titulares das obras que, nos casos registados são de produção própria, encontram-se aqui em causa os direitos do destinatário, na sua qualidade de espectador de televisão, lesado pela indução em erro quanto ao início da exibição dos programas referidos, ainda que respeitado o princípio do n.º 3 do artigo 8º do Código da Publicidade quanto à inserção do separador de publicidade que precede o espaço publicitário.

15. Quanto às situações relativas à inserção de referências promocionais às marcas *Tefal*, *ELLA Lingerie* no decurso do programa *Você na TV!*, o operador afirma que

“nenhuma das situações mencionadas corresponde a qualquer espaço de promoção de marcas ou serviços e muito menos a um patrocínio não identificado ou colocação de produto.”

16. Verificou-se que:

- Os espaços dedicados à promoção de marcas e produtos ocupam um espaço significativo deste programa de entretenimento, emitido na TVI, de Segunda a Sexta, a propósito da abordagem de temas variados ou de rubricas do programa.
- Nestes espaços, os convidados e os apresentadores expõem as qualidades de produtos, através do recurso a discursos enfáticos e repetitivos como é próprio da linguagem de natureza publicitária.
- Importa ainda salientar que, durante estes espaços promocionais, são feitos apelos implícitos ou explícitos à compra e são divulgadas indicações precisas sobre os locais onde poderão ser adquiridos os produtos e os respectivos contactos, como é o caso da marca *ELLA Lingerie*, marca cuja presença foi reiterada, surgindo em dois dos programas analisados.

17. Pese embora, atendendo à data dos factos, seja aplicável o previsto no n.º 2 do artigo 25º do Código da Publicidade, socorremo-nos, para efeitos interpretativos, da letra da nova Lei da Televisão, aprovada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de Abril, que introduz a definição de “colocação de produto”, até à data inexistente, quer na Lei da Televisão, quer no Código da Publicidade, na alínea d) do seu n.º 1, do artigo 2.º da Lei da Televisão, como a *comunicação comercial audiovisual que consiste na inclusão ou referência a um bem ou serviço, ou à respectiva marca comercial, num programa, a troco de pagamento ou retribuição similar*, definição que se assemelha à constante da Directiva Serviços de Comunicação Audiovisual, na alínea m) do n.º 1 do seu artigo 1º.

18. Os normativos referidos admitem a colocação de produto em programas de entretenimento, como é o caso do *Você na TV!*, contudo, não poderão encorajar directamente à compra, através de referência promocionais específicas a esses produtos ou serviços, nem dar-lhes um relevo indevido.

19. Nos casos em concreto, as referências aos produtos das marcas *Tefal e ELLA Lingerie* encorajam de forma clara a compra, sendo, no caso da última marca,

disponibilizados os endereços e os contactos das lojas, exibidos diversas vezes em rodapé, ao longo da apresentação das peças de *lingerie*.

20. Conclui-se, pelo exposto que, nos termos do regime legal em vigor à data dos factos registados para a inserção da publicidade na televisão, designadamente os n.ºs 1 e 2 do artigo 25.º do Código da Publicidade, as ocorrências descritas desrespeitam a obrigação de identificação inequívoca da publicidade e limitação da sua inserção entre programas ou nos seus intervalos, nomeadamente desde que não atente contra a integridade da obra e os direitos de quaisquer titulares.

21. Prevê a alínea a) do n.º 1 do artigo 34.º do Código da Publicidade que a infracção do previsto no artigo 25.º do referido diploma constitui contra-ordenação, cabendo à ERC a instrução dos processos de contra-ordenação, nos termos do n.º 2 do artigo 40.º do Código da Publicidade e artigo 24.º, n.º 3, alínea ac), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro.

III. Deliberação

Tendo analisado a conformidade das regras de inserção de publicidade na televisão e das práticas televisivas em matéria de patrocínio e colocação de produto, face aos limites legais estabelecidos no Código da Publicidade, no serviço de programas de acesso não condicionado livre *TVI*, na semana de 20 a 26 de Setembro de 2010, o Conselho Regulador da ERC delibera, ao abrigo do artigo 40.º, n.º 2, do Código da Publicidade e do artigo 24.º, n.º 3, alínea ac), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, instaurar procedimento contraordenacional contra o operador TVI – Televisão Independente, S.A., por infracção do disposto no artigo 25.º do Código da Publicidade, prevista e punida nos termos alínea a) do n.º 1 do artigo 34.º do referido diploma.

Lisboa, 1 de Junho de 2011

O Conselho Regulador,

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