



ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

# **Deliberação**

**ERC/2016/151 (CONTPROG-TV-PC)**

**Processo contraordenacional - Participação de João Paulo Torres  
contra a TVI, tendo como objecto a exibição em directo de uma  
cirurgia às pálpebras no programa Você na TV**

**Lisboa  
8 de junho de 2016**

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

### **Deliberação ERC/2016/151 (CONTPROG-TV-PC)**

**Assunto:** Processo contraordenacional - Participação de João Paulo Torres contra a TVI, tendo como objecto a exibição em directo de uma cirurgia às pálpebras no programa *Você na TV*

**Em processo de contraordenação instaurado por deliberação do Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (Deliberação 38/CONT-TV), adotada em 29 de novembro de 2011, ao abrigo das competências cometidas à Entidade Reguladora para a Comunicação Social, designadamente a prevista na alínea ac) do n.º 3 do artigo 24.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, conjugada com o previsto no n.º 1 do artigo 67.º do mesmo diploma legal, é notificada a TVI, Televisão Independente, S.A. (doravante, Arguida), com sede na Rua Mário Castelhana, 40, Queluz de Baixo, 2734-502, Barcarena, da**

**Nos termos e com os fundamentos seguintes:**

#### **A. Matéria de Facto**

Por deliberação de 29 de novembro de 2011, o Conselho Regulador da ERC determinou a instauração de processo de contraordenação contra o operador TVI – Televisão Independente, S.A., por o seu serviço de programas generalista *TVI* ter emitido na edição de 2 de maio de 2011, do programa *Você na TV*, imagens de uma blefaroplastia, (Cfr. folhas 1 a folhas 4, do Processo ERC/01/2012/90).

Estão em causa duas questões distintas: por um lado, os limites estipulados em matéria de liberdade de programação, estabelecidos no n.º 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão; por outro, a utilização ilícita da ajuda à produção.

O *Você na TV* é um programa de entretenimento, do género talk show, exibido na TVI entre segunda e sexta-feira, no período da manhã (10h-13h).

No dia 2 de Maio de 2011, foram mostradas imagens de uma blefaroplastia, uma intervenção cirúrgica de excisão do excesso de pele e de gordura que se acumulam na zona das pálpebras [Cfr. DVD, a folhas 6 do Processo ERC/05/2011/792].

A partir da Clínica Milénio, propriedade do Dr. Ângelo Rebelo, a apresentadora de *Você na TV* acompanha, em direto, a cirurgia plástica efetuada, que dura entre 30 a 45 minutos, e da qual são mostradas três etapas distintas no decurso do talk show da TVI.

A primeira ligação à clínica, com cerca de sete minutos de duração, é feita no início do programa, perto das 10h05. Manuel Luís Goucha, em estúdio, estabelece o contacto com Cristina Ferreira, que explica qual o objetivo da sua visita à Clínica Milénio:

«Hoje vamos ver como é que essa cirurgia se faz. E diz o Dr. Ângelo Rebelo que é muito engraçada. Porque para o Dr. Ângelo Rebelo estas cirurgias são todas fantásticas. E claro que para si, aí em casa, que nunca viu em direto, também o são. Porque diz que vamos ver mesmo as peles a sair, e tudo. Eu estou curiosa. E toda a gente me pergunta: E tu, não te faz impressão? Por acaso, não! Estar dentro da sala de cirurgias até é bem mais agradável do que, certamente, estar a ver através do televisor. Tenho aqui o câmara já quase a desmaiar. Mas isso é outra conversa. [risos] Assim que eu lhe disse, ao David, que íamos ver as peles e tudo ele ficou já a tremer das pernas. Mas vai tudo correr bem.»

A apresentadora refere ainda que aquela é uma operação que nunca foi vista em televisão.

Junto à paciente e ao Dr. Ângelo Rebelo [AR], que explica a intervenção, Cristina Ferreira [CF] pergunta:

«CF - E quando o doutor diz que vamos ver tirar as peles, vamos ver tirar o quê?

AR - Vamos retirar a pele que está em excesso.

CF - E vê-se a pele a sair?

AR - Sim, vamos tirá-la. Vamos ver a pele a sair.»

No fecho desta primeira ligação, Manuel Luís Goucha, a partir do estúdio, ironiza:

«Diz, entretanto, ao nosso operador de câmara, o David, que se ele desmaiar é maricas!»  
[em conversa com a coapresentadora sobre o desconforto sentido pelo repórter de imagem]

Durante o direto, em oráculo, são indicados os contactos da clínica em que decorre a cirurgia, designadamente o sítio eletrónico, o número de telefone e o endereço eletrónico do Dr. Ângelo Rebelo.

O segundo direto tem lugar aproximadamente 15 minutos depois, já a partir do bloco operatório. São agora transmitidas imagens, em plano de detalhe, do processo de corte da pálpebra da

paciente com um bisturi. O sangramento é reduzido, dado que, tal como o clínico elucida, foi administrado um anestésico local que provoca a vasoconstrição.

Durante o procedimento Cristina Ferreira afirma:

«O que nos permite também estar a ver em direto para que não cause realmente tanta aflição a quem está lá em casa. Porque eu acho que as cirurgias antigamente, com muito sangue, faziam confusão. Não é? Mas nós já vimos aqui, mesmo nas intervenções que fizemos às mamas, que hoje em dia já quase não se vê nada, não é?»

Após a incisão da pálpebra, a cirurgia prossegue com o corte e a extração da pele em excesso, que vai sendo puxada com uma pinça cirúrgica. O corte da pele, e subsequente coagulação, é feito com um aparelho de radiofrequência, cujo ruído de cauterização é perfeitamente audível. Vê-se também o fumo que emana dos pontos de contacto com a pele.

Interpelado por Cristina Ferreira sobre se está a acompanhar o procedimento, Manuel Luís Goucha declara, enquanto se abana com umas folhas de papel:

«Eu não consigo, faz-me impressão. Já me estou a sentir mal, também. Já me estou a sentir mal. (...) Sabes como é que eu sei que estou aflito? Começo a suar. Estou a suar, estou a sentir muito calor! Que horror! Isto só custa o primeiro minuto, refere a apresentadora mais à frente na emissão.»

A câmara mostra a porção de pele retirada, incluindo uma faixa de músculo orbicular dos olhos, seguindo-se a sutura, durante a qual é de novo focada a pálpebra da paciente, agora sem aquela pele. O procedimento avança para a “pesca”, como apelida o clínico, da “bolsinha de gordura” localizada na pálpebra superior.

Há um novo grande plano da zona intervencionada. Duas mãos enluvadas esticam a pele, enquanto o cirurgião continua a abrir a pele com o aparelho de radiofrequência e procura a gordura indesejada com uma pinça.

Cristina Ferreira afirma que se percebe, a partir daquele tipo de intervenção, que tudo é muito simples dentro dos blocos operatórios, não devendo causar qualquer temor.

A seguir, é o momento de coser a pálpebra, assistindo-se ao processo de execução dos pontos.

Este direto tem uma duração de, sensivelmente, dez minutos.

Também neste direto se divulgam os contactos da clínica. Neste caso, o oráculo surge em dois momentos distintos e, no segundo, fica no ar durante largos minutos, mais precisamente, três minutos e meio.

Já na segunda parte de *Você na TV* é feita a terceira e última ligação à clínica. Antes, o apresentador do programa, em estúdio, relembra que a cirurgia tem lugar na Clínica Milénio e que, graças à

“generosidade do Dr. Ângelo Rebelo e da Clínica Milénio”, tem sido possível partilhar com os espectadores diferentes intervenções cirúrgicas.

O último direto mostra o processo de excisão das bolsas de gordura localizadas na pálpebra inferior. No direto pode observar-se, em plano de detalhe, o processo de “pesca” e de excisão das referidas bolsas. Assim, através da abertura feita no rosto da paciente sai, puxada pela pinça cirúrgica, uma bola amarelada de gordura, que é depois cortada com o aparelho de radiofrequência.

Esta última ligação à clínica tem uma duração aproximada de seis minutos.

Visionada a edição do talk show, surgem indícios de que o mesmo pode lesar os limites à liberdade de programação, estabelecidos no artigo 27.º da Lei da Televisão, e infringir as regras à colocação de produto e ajuda à produção, estabelecidas no artigo 41.º-A.

Apresenta a Arguida defesa escrita, [Cfr. folhas 19 a folhas 22 do Processo ERC/05/2011/792]

Apresenta a Arguida prova testemunhal, [Cfr. folhas 43 do Processo ERC/01/2012/90].

## **B. Da Defesa Escrita**

Vem a Arguida, exercendo o princípio do contraditório, em sede de audiência prévia, apresentar defesa escrita. Considera que a acusação é “completamente infundada e desprovida de qualquer base factual ou probatória que a sustente”.

Declara que a acusação está alicerçada num conjunto de suposições e preconceitos, porque considera evidente que “não realizou e emitiu o conteúdo referido nos autos para promover a clínica ou os seus serviços”.

Acrescenta que a ERC inverteu a análise dos factos, partindo da conclusão de que o programa se destinava a promover a clínica e os seus serviços”.

A Arguida reitera que não houve qualquer tipo de publicidade, patrocínio ou colocação de produto não identificados, mas apenas o desenvolvimento de um tema que os editores consideraram adequado ao seu público.

Contesta referindo que a ERC argumenta com a existência de um acordo de autorregulação na matéria de colocação de produto que obrigaria a TVI a essa identificação, contudo acrescenta que tal acordo não tem a forma de lei, sobretudo que a ERC não é subscritora ou sequer entidade fiscalizadora.

Conclui afirmando que para se falar de publicidade tem de necessariamente existir uma relação comercial entre o difusor da mensagem e o detentor do produto ou serviço referido, em suma, tem de haver uma intenção de difundir uma mensagem publicitária.

### **C. Da Prova Testemunhal**

Foi apresentada prova testemunhal, exercendo a testemunha a função de editor do programa *Você na TV*.

Foi declarado pela testemunha que a reportagem não teve nenhuma contrapartida comercial, nem foi cogitado tal aspeto.

Várias vezes, durante o programa surgem solicitações ao editor, podendo por divisão de tarefas, ter levado ao prolongamento da duração dos oráculos.

A testemunha declara que após anteriores deliberações da ERC, a TVI pediu que deixassem de apresentar os contatos comerciais neste tipo de reportagens.

Foi acrescentado pela testemunha que houve boa fé na apresentação e duração dos oráculos, sem qualquer intuito comercial ou publicidade à clínica.

### **D. Matéria de Direito**

Conforme descrição supra, a cirurgia realizada na Clínica Milénio, pelo Dr. Ângelo Rebelo – uma blefaroplastia –, é acompanhada ao pormenor pela câmara da TVI, numa realização que partilha com o espetador as diversas etapas daquele procedimento.

As imagens são impressionantes e serão difíceis de ser visionadas pela maioria do público, chocando os públicos mais sensíveis.

Atente-se que, mesmo entre a equipa da TVI, várias foram as reações às imagens exibidas em direto.

A transmissão em direto de um procedimento médico-cirúrgico, com toda a exposição impressionável que uma intervenção de corte e de excisão de tecidos envolve, impunha que a exibição ocorresse num horário em que o seu visionamento fosse menos acessível à generalidade dos públicos, logo, entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas da manhã.

Ainda assim, dada a dificuldade de, no caso concreto, fazer a prova de que aqueles conteúdos eram aptos a prejudicar o livre desenvolvimento de crianças e adolescentes, procede-se ao arquivamento do processo contraordenacional no que respeita à violação dos limites à liberdade de programação.

Impõe-se contudo, uma análise jurídica às regras sobre a colocação de produto e ajuda à produção, estabelecidas no artigo 41.º-A.

Verifica-se que a cirurgia transmitida pela TVI decorreu numa clínica privada, cuja direção clínica é da responsabilidade do Dr. Ângelo Rebelo, o cirurgião plástico que realizou a intervenção às pálpebras.

A TVI, no decorrer dos diretos, por diversas vezes divulgou os contactos da Clínica Milénio.

Uma prática que consubstancia uma promoção da clínica.

A Lei da Televisão determina que a apresentação de imagens, com ou sem som, destinada a promover, direta ou indiretamente, os produtos, os serviços ou a imagem de uma pessoa singular ou coletiva que exerça uma atividade económica, incluindo a publicidade televisiva, a televenda, o patrocínio, a colocação de produto, a ajuda à produção e a autopromoção constitui uma “comunicação comercial audiovisual” (alínea e) do n.º 1 do artigo 2.º).

A exibição de uma cirurgia às pálpebras, mencionando repetidamente os contactos da clínica na qual a mesma se realizou, consiste, sem dúvida, numa comunicação comercial audiovisual, pois promove um dos serviços que a referida clínica presta, neste caso, a blefaroplastia.

Dada a sua relevância, a questão da publicidade na televisão foi tratada na Diretiva 2010/13/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 10 de Março de 2010, relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros respeitantes à oferta de serviços de comunicação social audiovisual (Diretiva «Serviços de Comunicação Social Audiovisual»).

Nesta diretiva refere-se o conceito de “comunicação comercial audiovisual oculta”, o qual designa «a apresentação oral ou visual de produtos, de serviços, do nome, da marca ou das atividades de um fabricante de produtos ou de um fornecedor de serviços em programas, quando essa apresentação seja feita de forma intencional pelo fornecedor dos serviços de comunicação social com fins publicitários e possa induzir o público em erro quanto à natureza dessa apresentação. Tal apresentação é, em particular, considerada intencional caso seja feita a troco de pagamento ou retribuição similar» (alínea j) do n.º 1 do artigo 1.º).

De acordo com esta diretiva, a comunicação comercial audiovisual oculta é uma prática proibida devido ao seu efeito negativo nos consumidores (cf. n.º 2 do artigo 11.º). No entanto, «a proibição da comunicação comercial audiovisual oculta não deverá abranger a colocação de produto legítima, caso o telespectador seja devidamente informado da sua existência. Isto pode ser realizado através da indicação do facto de que em determinado programa existe colocação de produto, por exemplo por meio de um logótipo neutro» (considerando 90).

Cumprе apreciar se o acompanhamento da operação às pálpebras realizada na Clínica Milénio configura uma colocação de produto ou uma ajuda à produção legítimas.

De acordo com o disposto na alínea d) do n.º 1 do artigo 2.º da Lei da Televisão, quando a comunicação comercial audiovisual consiste na inclusão ou referência a um bem ou serviço, ou à respetiva marca comercial, num programa, efetuada a troco de pagamento ou retribuição similar, designa-se como “colocação de produto”.

Se essa referência for feita a título gratuito, denomina-se “ajuda à produção” (cf. alínea b) do n.º 1 do artigo 2.º da Lei da Televisão).

Não é possível apurar se a publicidade feita à clínica foi a título gratuito ou a troco de pagamento.

Das declarações de Manuel Luís Goucha, aludindo à «generosidade» do Dr. Ângelo Rebelo (ponto 21), parece resultar que as mensagens publicitárias foram transmitidas gratuitamente e, por isso, tratar-se-á de ajuda à produção.

Por prova testemunhal, foi sustentado que a inclusão do oráculo não teve qualquer contrapartida comercial.

Resta verificar se a TVI respeitou as regras estabelecidas no artigo 41.º-A da Lei da Televisão para que a ajuda à produção seja legítima.

O legislador distingue, por força dos n.ºs 7 e 9 do artigo 41.º-A, as regras previstas para as ajudas à produção consoante os bens ou serviços utilizados tenham, ou não, valor comercial significativo.

Dado que não foi, até à data, determinado o montante do “valor comercial significativo”, para efeitos dos n.ºs 10 e 11 do artigo 41.º-A, aplicar-se-á à Arguida o regime que lhe é mais favorável.

Nos termos do n.º 7, do artigo 41.º-A, aplicam-se somente as regras constantes dos n.ºs 3 a 6 do mesmo preceito.

Não foi respeitado o n.º 5 do artigo 41.º-A, que determina que não é permitido dar relevo indevido a produtos, serviços ou marcas comerciais, designadamente quando a referência efetuada não seja justificada por razões editoriais ou seja suscetível de induzir o público em erro em relação à sua natureza, ou ainda pela forma recorrente como aqueles elementos são apresentados ou postos em evidência.

Com efeito, foi dado relevo indevido à Clínica Milénio. Os seus contactos são postos em evidência de forma recorrente.

Num dos diretos, com a duração de dez minutos, o oráculo com o nome, endereço e telefone da clínica surge em dois momentos distintos e, no segundo, fica no ar durante três minutos e meio. Ou seja, o nome e os contactos da Clínica estiveram no ar durante quase metade do tempo de duração do direto.



Entende-se ainda que a referência prolongada aos contactos da clínica não é justificada por razões editoriais, uma vez que não era indispensável à peça ou à explicação do procedimento.

Acresce que é suscetível de configurar uma prática de publicidade oculta, visto que os espectadores poderão não identificar de que se trata de uma comunicação comercial.

Finalmente, os programas que contenham colocação de produto, quando produzidos ou encomendados pelo operador de televisão ou pelo operador de serviços audiovisuais a pedido que procede à respetiva difusão ou, ainda, por uma sua filial, devem ser adequadamente identificados no início, no fim e aquando do seu recomeço após interrupções publicitárias (cf. n.º 6 do artigo 41.º-A).

Esta regra é também aplicável às ajudas à produção – cf. n.º 7 do artigo 41.º-A.

A edição de 2 de Maio do *Você na TV* apresenta, antes do início do programa, a imagem de três símbolos com respetiva legenda, sendo que um deles é uma seta invertida que significa “presença de produto”.

Depois dos intervalos, no reinício do programa, e após a permanência por alguns segundos do símbolo “T” (“Todos”), surge de novo a referida seta invertida, simbolizando a presença de produto, também por alguns segundos.

No fim do programa, aparece a informação: “Este programa teve ajuda à produção de:” para, de seguida, surgirem os logótipos da marca “Casiraghi Forever”, “Pedralua”, “Lúcia Piloto Cabeleireiros”, “Park dos Tecidos” e “Pic Solution”. Não tendo sido incluída qualquer referência à Clínica Milénio.

Foram assim violadas regras contidas nos n.ºs 5 e 6 do artigo 41.º-A, da Lei da Televisão, o que determina a ilicitude da ajuda à produção pela Clínica Milénio, na medida em que a reportagem deu demasiado destaque ao local onde estava a ser realizada a cirurgia, sem que os telespectadores pudessem identificar que estavam perante um ato promocional da clínica em causa.

No que respeita ao tempo de exposição do oráculo, sustentou a testemunha que tal poderá ter ocorrido pela circunstância de no decurso do programa serem efetuadas várias solicitações ao editor, podendo eventualmente isso ter ocorrido no caso concreto e por lapso ter conduzido à prolongada exibição do oráculo.

Ainda que se conceda que tal possa ocorrer, tal lapso conduz a uma exposição indevida de um conteúdo promocional que a lei proíbe, pelo que ao editor deverão ser exigíveis cuidados redobrados no tratamento destas ocorrências, as interrupções frequentes e diárias, tornam-se

rotineiras, impondo particular cautela e não sendo justificação para o incumprimento das normas supra citadas.

Acrescenta-se que a TVI já se tinha vinculado anteriormente ao cumprimento destas regras, ao ter subscrito em 6 de Fevereiro de 2009, o acordo de autorregulação em matéria de “colocação de produto” e de “ajudas à produção e/ou prémios”, assinado entre a Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social (CPMCS), o Instituto Civil de Autodisciplina da Publicidade (ICAP) e os três canais de televisão RTP, SIC e TVI (Acordo junto ao processo).

Veja-se, em particular, o n.º 2 do artigo 6.º do referido acordo, que dispõe que «nenhum produto, marca, bens ou serviços, podem ser colocados numa produção ou transmissão do evento televisivo, real ou ficcionado, de forma a que a sua visualização possa induzir o telespectador de que está a ser alvo de um propósito deliberado de persuasão publicitária».

A alínea d) do n.º 3 do mesmo preceito presume que se verifica a situação descrita no n.º 2 quando existe uma imagem reiteradamente exibida, ou quando a exibição sucede durante um período de tempo excessivo face ao critério de necessidade ou integração na estrutura narrativa.

Por sua vez, o n.º 3 do artigo 5.º determina que «os programas que contenham no seu interior ‘ajudas à produção e/ou prémios’ deverão ser identificados com uma referência imediatamente após o final do programa, avisando claramente o telespectador desse facto», e o n.º 4 especifica que «a mensagem de identificação prevista no número anterior deverá conter a menção ‘Este programa teve ajuda à produção de: (identificação do produto, marca, bens ou serviços envolvidos)’».

Como bem refere a Arguida, tal acordo não tem força de lei nem a ERC é subscritora ou entidade fiscalizadora. Porém enquanto instrumento de autorregulação subscrito pelo operador é de presumir que a sua atuação se desenvolve em conformidade com as balizas aí estabelecidas e acordadas pela própria Arguida.

A referência ao acordo de autorregulação foi meramente com o intuito de consolidar toda a argumentação supra exposta. No entanto, é de lamentar que aparentemente a Arguida considere o acordo, por si subscrito, letra morta, a ignorar, como fez ao não identificar a referência à Clínica Milénio como ajuda à produção.

Importa ainda referir que várias foram as vezes em que a Arguida inseriu mensagens publicitárias ocultas não identificadas, que originaram as seguintes decisões:

- a. Decisão 2/PC/2012, junta ao processo, na qual foi aplicada à Arguida uma sanção de admoestação por se considerar que tal seria suficiente para prevenir futuros ilícitos contraordenacionais.

- b. Decisão 6/PC/2012, junta ao processo, na qual foi aplicada à Arguida uma coima no valor de 13.966,36 euros.
- c. Decisão 5/2013 (PUB-TV-PC), junta ao processo, na qual foi aplicada à Arguida uma coima no valor de 20.949,54 euros.

Sustentou a testemunha apresentada pela Arguida, que na sequência de deliberações anteriores da ERC haviam sido alterados os procedimentos da Arguida deixando de ser apresentados os contactos comerciais neste tipo de reportagens. O presente procedimento contraordenacional é sintomático da necessidade de melhoria e reforço de alterações mais significativas e proíficas.

### **E. Conclusão**

A Arguida, por via da sua atividade como detentora de um canal de televisão que opera no mercado da comunicação social há vários anos, tem obrigação de conhecer o regime legal a que está adstrita, designadamente as normas referentes à matéria de ajudas à produção, mormente devido às anteriores intervenções da Entidade Reguladora e às decisões referenciadas.

Tendo representado, seguramente, os deveres que sobre si impendiam, conformou-se com o seu incumprimento.

Ou seja, previu que o relevo dado à Clínica Milénio e a falta de identificação desta ajuda à produção violava normas legais – e desrespeitava a intenção do legislador comunitário e nacional de impedir publicidade oculta –, tendo-se conformado com esta violação, consubstanciando uma conduta deliberada e dolosa.

Em suma, entende-se que com a sua conduta, a Arguida praticou duas contraordenações em concurso efetivo, violando dolosamente, o artigo 41.-A, n.º 5 e 6, da Lei da Televisão, constituindo contraordenação grave, punível com coima de €20 000 (vinte mil euros) a €150 000 (cento e cinquenta mil euros), nos termos do artigo 76.º, n.º 1, al. a).

Conforme determina o artigo 18.º, n.º 1, do Regime Geral das Contraordenações, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, “ A determinação da medida da coima faz-se em função da gravidade da contraordenação, da culpa, da situação económica do agente e do benefício económico que este retirou da prática da contraordenação.

Condena-se a Arguida numa coima de valor € 20 000 (vinte mil euros) por cada uma das infrações, consubstanciando a moldura mínima aplicável a título doloso.

Dispõe o artigo 19.º do Regime Geral das Contraordenações, que quem tiver praticado várias contraordenações é punido com uma coima cujo limite máximo resulta da soma das coimas

concretamente aplicadas sendo que a mesma não pode exceder o dobro do limite máximo mais elevado das contraordenações em concurso, nem pode ser inferior à mais elevada das coimas concretamente aplicadas.

Atento às regras do cúmulo jurídico, face ao exposto, vai a Arguida ser condenada no pagamento de uma **coima única no valor de €20 000, 00 (vinte mil euros)**.

Mais se adverte a Arguida, nos termos do artigo 58.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, que:

- i) A presente condenação torna-se definitiva e exequível se não for judicialmente impugnada nos termos do artigo 59.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro.
- ii) Em caso de impugnação judicial, o tribunal pode decidir mediante audiência ou, caso a arguida e o Ministério Público não se oponham, através de simples despacho.
- iii) A Arguida deverá proceder ao pagamento da coima no prazo máximo de dez dias após o carácter definitivo ou trânsito em julgado da decisão.
- iv) Em caso de impossibilidade de pagamento tempestivo, deverá comunicar o facto à Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

Nos termos do disposto do artigo 50.º, alínea d), dos Estatutos da ERC, constituem receitas da Entidade Reguladora o produto das coimas por si aplicadas.

O pagamento deverá ser efetuado através de cheque emitido à ordem da ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social, ou através de transferência bancária para o NIB 0781 0112 01120012082 78. Em qualquer das formas de pagamento deverá ser identificado o n/Proc. ERC/08/2014/557 e mencionado o envio, por correio registado para a morada da ERC, do respetivo cheque/comprovativo de transferência, com indicação do número de contribuinte, após o que será emitida e remetida a respetiva guia de receita.

É devido o pagamento de encargos administrativos, nos termos do disposto na alínea b), do n.º 1, do artigo 11 do Regime de taxas da ERC, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 103/2006, de 7 de julho, na versão resultante das alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 70/2009, de 31 de março, e na verba 31 do anexo V do mesmo diploma legal, no valor de 4,5 unidades de conta.

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

**Prova:** A constante dos Autos.

Lisboa, 8 de junho de 2016

O Conselho Regulador,

Carlos Magno

Alberto Arons de Carvalho

Luísa Roseira

Raquel Alexandra Castro (voto contra)

Rui Gomes (abstenção, com declaração)