



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Deliberação

ERC/2018/111 (PUB-TV)

Participação apresentada contra a emissão de dia 25 de novembro de 2017 do “Jornal das 8” - serviço de programas da TVI-Televisão Independente, S.A

**Lisboa
16 de maio de 2018**

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação ERC/2018/111 (PUB-TV)

Assunto: Participação apresentada contra a emissão de dia 25 de novembro de 2017 do “Jornal das 8” - serviço de programas da TVI-Televisão Independente, S.A

Deu entrada na ERC, no dia 25 de novembro de 2017, uma participação relativa à alegada transmissão de publicidade na emissão do programa “Jornal da 8”, na referida data, no serviço de programas TVI, propriedade da TVI, Televisão Independente, S.A.

Na participação apresentada refere-se que aquele serviço noticioso incluiu publicidade: «Uma "alegada reportagem", com o título inserido de "TAP WINE TOUR" passou no principal espaço informativo da TVI». No entender do participante, a mesma configura uma «nítida promoção ao consumo de vinho/bebidas alcoólicas em horário que creio ser proibido».

Face ao exposto, procedeu-se à notificação do diretor de informação do serviço de programas da TVI e Conselho de Administração da proprietária.

O operador televisivo, na sua resposta, começa por suscitar um conjunto de questões de natureza procedimental - as quais incidiam sobre a legitimidade do participante, início e natureza do procedimento iniciado pela ERC (conforme documento junto no processo). A TVI pronunciou-se ainda sobre o teor da reportagem transmitida, nos seguintes termos: «*sempre* adiantamos que a emissão da reportagem em causa se ficou a dever única e exclusivamente a critérios editoriais da TVI, não configurando a mesma qualquer forma de comunicação comercial audiovisual, seja ela um patrocínio, um *spot* de publicidade, colocação de produto ou qualquer outra. Por outro lado, o consumo de bebidas alcoólicas é legal em Portugal, sendo perfeitamente lícito o tratamento editorial, em contexto informativo, de iniciativas relacionadas com a enofilia e o consumo de vinho e outras bebidas alcoólicas».

Na presente situação está em causa o cumprimento das regras referentes à inserção de publicidade televisiva (artigo 40.º- A da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido - LTSAP). Acresce que a transmissão de publicidade a bebidas alcoólicas é proibida entre as 7 e as 22 horas e 30 minutos (realçando-se contudo, que a verificação do cumprimento desta restrição cabe à Direção-Geral do Consumidor e não à ERC - artigo 17.º do Código da Publicidade).

O operador televisivo identificado encontra-se subordinado à jurisdição da ERC. A Lei da Televisão atribui a esta entidade reguladora competência para a verificação do cumprimento das suas disposições legais, entre as quais as que se referem à obrigação de identificação dos conteúdos publicitários.

Realça-se ainda que, atualmente, a LTSAP prevê outras figuras para além da publicidade televisiva, que se enquadram no âmbito das comunicações comerciais audiovisuais, às quais cabe ainda à ERC verificar, nos termos do disposto na mesma lei (artigo 6.º, alínea c); artigo 8.º, alínea j), artigo 24.º, n.º 3, alíneas b), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro; e artigos 40.º e seguintes da LTSAP).

Assim, a publicidade televisiva deve observar o princípio da identificabilidade, devendo ser claramente separada da restante programação. A mesma pode ser inserida «entre programas e nas interrupções dos programas», sendo proibida a sua inserção no interior de um programa de natureza informativa.

Nessa medida, cabe verificar, em primeiro lugar, se o programa em questão incluiu publicidade, em inobservância do disposto na lei.

Conforme referido, a LTSAP prevê outras formas de comunicações comerciais audiovisuais que se distinguem da publicidade televisiva, mas cuja inserção é permitida no interior de determinados programas, mediante o cumprimento dos requisitos indicados nos artigos 41.º e seguintes da LTSAP.

Contudo, os serviços noticiosos não podem ser patrocinados, tal como não podem incluir colocação de produto (sendo no entanto admissíveis «ajudas à produção», «quando os bens ou serviços utilizados não tenham valor comercial significativo»), nos termos do disposto nos artigos 41.º n.º 3, 41.º A, n.º 7 da LTSAP).

Ora, a reportagem identificada respeita a um evento, designado como “TAP WINE TOUR”, relacionado com a apresentação de roteiros vinícolas, para o qual foram convidados jornalistas de vários países. A referida iniciativa incide sobre um trajeto desenhado em função da produção de vinhos e inclui deslocações de avião a bordo da transportadora aérea TAP.

Na reportagem apresentada são incluídas referências a vinhos e entrevistas a organizadores, produtores e participantes, os quais são filmados com copos de vinho na mão. Alguns dos jornalistas entrevistados referiram trabalhar para publicações relacionadas com as áreas temáticas do turismo e viticultura. A reportagem inclui também imagens aéreas dessa viagem, sobrevoando sobre regiões de produção de vinhos. A peça inclui provas de vinhos.

No entanto, verifica-se que as referências a cada um desses produtos (vinhos) surgem associadas aos espaços onde ocorre a sua produção, contemplando-se os respetivos modos de produção, história e suas características, não se identificando ângulos de filmagem, frases promocionais ou outras abordagens que indiciassem a presença de mensagens de natureza publicitária, conforme exige o conceito de publicidade televisiva: «**a** comunicação comercial audiovisual difundida em serviços de programas televisivos a troco de remuneração ou retribuição similar, ou com carácter autopromocional, por uma pessoa singular ou colectiva, pública ou privada, relacionada com uma actividade comercial, industrial, artesanal ou profissão liberal, com o objectivo de promover o fornecimento, mediante pagamento, de produtos ou serviços, incluindo bens imóveis, direitos e obrigações» (alínea r) do artigo 1.º da LTSAP). Realça-se que o conceito de publicidade televisiva não prescinde de uma intenção de natureza comercial de terceiros (com exceção da autopromoção), divulgada num serviço de programas televisivo, e mediante remuneração ou retribuição similar. Assim, as referências a bebidas alcoólicas identificadas (incluindo as imagens de pessoas que seguram copos de vinho ou que o bebem) encontram-se contextualizadas, isto é, na medida em que surgem associadas a espaços de produção de vinhos, os quais, por sua vez, são elementos integrantes da iniciativa apresentada, relativa a um circuito vinícola com potencial interesse para o sector turístico do país, e sobre o qual incide, precisamente, a reportagem apresentada. Neste caso, são as várias componentes daquele circuito que estruturam o conteúdo da referida peça, o qual resulta de uma opção de natureza editorial, a cargo do operador televisivo identificado.

Pelo que, se conclui que as referências supra mencionadas se encontram contextualmente enquadradas, no âmbito de uma peça que incide sobre uma iniciativa relacionada com a criação de roteiros relacionados com a produção de vinhos em Portugal.

A ERC já se pronunciou sobre a matéria identificada, reconhecendo a existência de referências a bebidas alcoólicas de modo contextualizado, em diversos programas, distinguindo-as de conteúdos de natureza publicitária. Desse modo, não se identificam indícios da violação das regras referentes à inserção de publicidade na televisão, nos termos da já mencionada lei.

Refere-se ainda, em resultado do exposto, que tais referências também não são suscetíveis de influir de modo negativo o desenvolvimento dos menores.

Deliberação

Tendo sido rececionada uma participação relativa ao programa “Jornal das 8”, transmitido no serviço de programas TVI, propriedade da Televisão Independente, S.A., de 25 de novembro de 2017, e considerando que as referências identificadas a bebidas alcoólicas não configuram publicidade

televisiva por integrarem, de forma contextualizada, o conteúdo editorial do programa, o Conselho Regulador da ERC, no exercício das atribuições e competências de regulação consagradas, respetivamente, nos artigos 6.º, alínea c), 24.º, n.º 3, alínea b), dos Estatutos da ERC (Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro) determina o arquivamento do procedimento.

Lisboa, 16 de maio de 2018

O Conselho Regulador,

Sebastião Póvoas

Mário Mesquita

Francisco Azevedo e Silva

Fátima Resende

João Pedro Figueiredo