



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Deliberação

ERC/2019/49 (PUB-NET)

**Exposição apresentada pelo município de Trofa relativa à
transmissão da Assembleia Municipal de Trofa, através da
publicação periódica TrofaTV**

**Lisboa
13 de fevereiro de 2019**

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação ERC/2019/49 (PUB-NET)

Assunto: Exposição apresentada pelo município de Trofa relativa à transmissão da Assembleia Municipal de Trofa, através da publicação periódica *TrofaTV*- (<http://www.trofa.tv>)

I. Participação

1. Deu entrada na ERC, no dia 17 de dezembro de 2017, uma exposição apresentada pelo Presidente da Assembleia Municipal de Trofa contra a *TrofaTV* -(<http://www.trofa.tv>), publicação periódica propriedade de *O Noticias de Trofa – Publicações Periódicas, Lda.*.
2. A referida exposição respeita à “transmissão” pela publicação periódica *TrofaTV* de uma assembleia municipal (extraordinária) que decorreu no dia 23 de novembro de 2017, e que o município disponibilizou através do link <http://www.youtube.com/channel>, permitindo, desse modo, o seu acesso aos cidadãos.
3. Nos termos da exposição apresentada, a referida sessão foi transmitida através da página de facebook da publicação periódica *TrofaTV* «sem qualquer indicação de que se tratava de uma emissão da responsabilidade da Assembleia Municipal de Trofa entre o minuto 5m40s e o minuto 7m26s»; e só partir do minuto 7m26 é que surge a indicação da origem das imagens «sobrepondo o logotipo Trofa TV sobre o logotipo do Município de Trofa» e que, ao minuto 21m05s «o logotipo da TV Trofa deixa de estar sobreposto ao do Município da Trofa e passa para o canto superior esquerdo, com a informação da origem das imagens».
4. Na mesma exposição afirma-se ainda que, sem prejuízo de o município concordar que os jornalistas, no exercício das suas funções, possam fazer a transmissão daquelas sessões, o referido órgão de comunicação social não esteve presente no auditório onde decorreu a aquela assembleia.
5. É ainda alegado que foi inserida publicidade «sobre a emissão», a partir do minuto 7m26s, solicitando-se à ERC que se pronuncie sobre a inserção de publicidade no decorrer da transmissão da referida assembleia, através da página de *facebook* da *TrofaTV* «associando também o logotipo do Município da Trofa aos patrocínios em questão, induzindo em erro, os espectadores da emissão da *Trofa TV*, que podem ter julgado que a emissão do município da Trofa estava a se apoiada por empresas locais» e que «[...] deve existir uma separação entre

uma emissão informativa, como a que foi efetuada a partir do link da Assembleia Municipal de Trofa, e uma emissão patrocinada, efetuada por um órgão de comunicação privado[...]», solicitando que seja esclarecido se a *TrofaTV* tem direito de «associar publicidade à retransmissão da emissão da Assembleia Municipal de Trofa».

6. Em anexo, são juntas algumas imagens (impressas):
 - a) Duas imagens da assembleia municipal, nas quais é visível do lado superior direito a indicação de «Trofa Tv» e, por baixo do logotipo, a palavra «Trofa» (com a indicação de que são imagens registadas até ao 7m26s da emissão);
 - b) Duas Imagens em que é visível do lado superior esquerdo a indicação de «Trofa Tv»; e do lado direito a palavra «Trofa» junto à delimitação gráfica de uma região (com a indicação de que se trata de imagem registada a minuto 21m05s da emissão); nesta imagem surge ainda indicação de «apoio à transmissão» e, por baixo, a identificação de várias entidades (empresas);
 - c) Final da emissão com indicação de «apoio à produção».

II. **Resposta da *TrofaTV***

7. O diretor da publicação periódica *TrofaTV* e a respetiva entidade proprietária foram notificados para se pronunciarem sobre o cumprimento do disposto na lei em matéria de publicidade, bem como sobre a identificação da proveniência dos conteúdos transmitidos, através das plataformas da *Trofa TV*.
8. Em resposta (documento para o qual se remete) o diretor da *TrofaTV* vem alegar que a falta de indicação inicial da proveniência das imagens se deu a dificuldades técnicas, rejeitando ainda a afirmação de que os jornalistas da *TrofaTV* não tenham estado presentes na referida assembleia. Refere também que no dia 23 de novembro, a *TrofaTV* «disponibilizou a todos os internautas, através da sua página de facebook, uma transmissão da Assembleia Municipal de Trofa, utilizando como base um sinal vídeo público e aberto, disponível no youtube da Assembleia Municipal da Trofa». No que respeita à inserção de «publicidade», defende que a mesma se encontrava separada do restante conteúdo, «uma vez que o conteúdo publicitário está dentro de uma mancha de cor diferente». Acrescenta que a *TrofaTV* «não inseriu publicidade sobre a emissão da Assembleia Municipal da Trofa» e que o que fez foi emitir «um conteúdo que tinha como base um sinal de vídeo do Youtube, que foi captado e transmitido na nossa página de facebook». No seu entender, não considera a transmissão no canal youtube

daquela assembleia como uma emissão informativa «pois a Assembleia Municipal da Trofa, salvo melhor opinião, não é um órgão de comunicação social, dotado de personalidade jurídica com competências nem atribuições para produção ou emissão de conteúdos informativos (...)». Alega que as duas transmissões não são confundíveis «uma vez que as duas ocorreram em plataformas web diferentes (a da Assembleia municipal no youtube e a da *Trofa TV* no facebook) e ainda que a transmissão efetuada pela *Trofa TV* identifica a emissão «a fonte e propriedade das imagens». Na mesma resposta remete ainda para a Diretiva da ERC relativa às publicações periódicas, invocando que o conteúdo publicitário se encontra dentro de uma «mancha de cor diferente, devidamente setorizada e portanto não interferindo na visualização ou interpretação do conteúdo informativo disponibilizado na transmissão da Assembleia Municipal (...)». Refere ainda que a *TrofaTV* é uma publicação periódica *on line*, de informação geral e não um canal de televisão, pelo que apenas deve ter aplicação a Lei de Imprensa. Em conclusão, nega a prática de quaisquer infrações.

9. Envia, em anexo, a gravação da transmissão referenciada.

III. Descrição dos conteúdos visualizados

10. A emissão em causa foi remetida em anexo com a resposta (CD), encontrando-se na presente data também disponível na página de facebook da referida publicação periódica.

Descrição

- 10.1. A gravação inicia-se com a indicação em fundo azul “Sessão Extraordinária 23 de novembro de 2017 Transmissão em Direto a partir das 21:00h”. Do lado esquerdo do ecrã pode ler-se “ Assembleia Municipal de Trofa” e, do lado direito, “*Trofa Tv*” (ocupando a totalidade do ecrã).
- 10.2. Posteriormente (cerca dos 00:14 minutos após o início) surge no ecrã a indicação “Apoio à Produção” e, por baixo: “Body&slim” e “it style” (ocupando a totalidade do ecrã).
- 10.3. Segue-se a exibição de vários filmes publicitários, referentes às marcas (ocupando a totalidade do ecrã).
- a) “CARFAST”;
 - b) “Os Melhores Kebab’s do Mundo”;
 - c) OSFAMA
 - d) “Restaurante Panorâmico Rochedo dos Leitões”;

e) SANIMAIA;

f) SKYSIGMA;

- 10.4.** Em seguida (cerca dos 05:06 minutos após o início) retoma-se a imagem inicial (10.1.) iniciando-se depois a intervenção da Presidente da Assembleia Municipal (com a indicação de “TrofaTV” no canto superior direito) e ocupando a totalidade do ecrã;
- 10.5.** Surge novamente a imagem “Apoio à Produção” a ocupar a totalidade do ecrã e por baixo novamente as referências a “Body&slim” e “it style”;
- 10.6.** Volta a ser repetido o filme publicitário “CARFAST”;
- 10.7.** Aos 05:23 minutos, iniciou-se a apresentação de imagens daquela sessão, com a intervenção da Presidente da Assembleia Municipal (com a indicação de “TrofaTV” no canto superior direito), ocupando a totalidade do ecrã;
- 10.8.** No canto inferior direito (cerca dos 07:25 minutos após o início) vê-se um retângulo (com uma moldura azul) com a indicação “Daqui a pouco em Direto” e, por baixo, transmitem-se os filmes publicitários identificados no ponto 103, precedidos da expressão “apoio à produção”;
- 10.9.** Cerca dos 8:25 minutos (após o início da emissão) desaparece a indicação “ Daqui a pouco em Direto “ mas mantém- se a publicidade dentro do retângulo (descrita em 10.3.);
- 10.10.** A partir dos 09:13 minutos, pode ler-se a indicação de “Apoio à Transmissão” em simultâneo com os filmes publicitários;
- 10.11.** Aos 13:32 minutos, é colocada a indicação no canto superior direito “Imagens AM TROFA”, mantendo-se a indicação “Trofa TV”.
- 10.12.** Cerca de 21:00 minutos após o início da emissão, deixou de surgir a indicação de “TrofaTV” no lado direito do ecrã, passando a surgir a indicação de “município de trofa”, (mantendo-se, dentro de um retângulo colocado no canto inferior direito, a indicação de “apoio à transmissão”) sendo repetidos os filmes publicitários já descritos. Esta transmissão repete-se ainda ao longo de toda a sessão (cerca de 02:18 horas), sem

som, sendo ainda visível, a certa altura, uma mensagem publicitária referente ao “mercado do sítio”.

10.13. Por fim, após o termo da emissão, surge um ecrã preto.

10.14. Posteriormente, novamente a indicação de “apoio à transmissão” e nova reprodução de todo o bloco publicitário (agora com som e imagem e no ecrã completo e ocupando a totalidade do ecrã).

IV. Enquadramento e normas aplicáveis

11. A *Trofa TV* encontra-se registada na ERC como publicação periódica, pelo que tem aplicação a Lei de Imprensa¹ (n.º de inscrição 126002).

12. As atribuições e competências da ERC resultam dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro. Assim, ao abrigo do disposto:

- No artigo 6.º, alínea b), a intervenção da ERC abrange «as pessoas singulares ou coletivas que editem publicações periódicas, independentemente do suporte de distribuição que utilizam»;

- No artigo 24.º, n.º 3, alínea a) prevê-se que cabe a esta entidade reguladora: «Fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos difundidos pelas entidades que prosseguem actividades de comunicação social, designadamente em matéria de rigor informativo e de protecção dos direitos, liberdades e garantias pessoais»; e

- No artigo 24.º, n.º 3, alínea b) estabelece-se: «fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos publicitários, nas matérias cuja competência não se encontre legalmente conferida ao Instituto do Consumidor e à Comissão de Aplicação das Coimas em Matéria Económica e de Publicidade ou quaisquer outras entidades previstas no regime jurídico da publicidade».

13. A tramitação do procedimento em curso segue o disposto no Código de Procedimento Administrativo (CPA).²

14. É também relevante o Código da Publicidade³ (CP) bem como a Diretiva adotada pela ERC – Diretiva 1/2009, sobre publicidade em publicações periódicas, de 1 de julho de 2009.

¹ Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, alterada pela Lei n.º 18/2003, de 11 de junho.

² Aprovado pelo Decreto-Lei n.º 4/20015, de 7 de janeiro.

³ Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro.

V. Análise e Fundamentação

15. Começa por se salientar que a publicação em referência, a Trofa TV, propriedade de *O Notícias de Trofa – Publicações Periódicas, Lda.*, pese embora se trate de uma publicação *exclusivamente* eletrónica, encontra-se registada nesta entidade reguladora como publicação periódica (n.º 126002).
16. De facto, tem sido entendimento da ERC, no que se refere ao conceito de imprensa, que «numa interpretação actualista, se deve considerar que o artigo 9.º comporta a inclusão das publicações eletrónicas, uma vez que um jornal “on-line” não constitui um género diferente relativamente às publicações não digitais», conforme referem as autoras Neuza Lopes e Maria Manuel Bastos⁴, remetendo para as deliberações da AAACS, de 17 de junho de 2011, que vão nesse sentido.
17. A referida publicação periódica encontra-se registada como publicação periódica de informação geral, dispendo de estatuto editorial. No seu site, www.trofa.tv, é visível a informação de que visa informar através de texto, imagem ou vídeo, «procurando assegurar a todos o direito à informação».
18. Contudo, não pode deixar de se referir que a “emissão” visualizada apresenta características semelhantes a uma peça audiovisual, transmitida habitualmente através de um serviço televisivo. Aliás, a sua identificação remete para um serviço televisivo (*Trofa TV*), para além de que a descrição incorporada no seu *site* referir que a Trofa TV «é uma televisão digital».
19. No entanto, realçando-se que, conforme já referido, a *Trofa TV* se encontra registada como publicação periódica, a atividade da publicação periódica *Trofa TV* encontra-se sujeita à Lei de Imprensa, não sendo desse modo enquadrável no âmbito subjetivo da LTSAP⁵ (artigo 3.º).
20. Assim sendo, face ao exposto e tendo por referência o âmbito de intervenção da ERC, as suas atribuições e competências, foi iniciado um procedimento de natureza oficiosa, por despacho

⁴ Maria Manuel Bastos e Neuza Lopes, Comentário à Lei de Imprensa e ao Estatuto do Jornalista, pág.22, Coimbra Editora.Pag.43.

⁵Aprovada pela Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, e sucessivas alterações, a últimas das quais operada pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho: 1 — Estão sujeitos às disposições da presente lei: a) Os serviços de programas televisivos transmitidos por operadores que prossigam a actividade de televisão sob jurisdição do Estado Português; b) Os serviços audiovisuais a pedido disponibilizados por operadores que procedam à sua oferta sob jurisdição do Estado Português.2 — Consideram -se sob jurisdição do Estado Português os operadores de televisão e os operadores de serviços audiovisuais a pedido que satisfaçam os critérios definidos no artigo 2.º da Directiva n.º 89/552/CEE, do Conselho, de 3 de Outubro, alterado pelas Directivas n. os 97/36/CE, do Parlamento e do Conselho, de 30 de Junho, e 2007/65/CE, do Parlamento e do Conselho, de 11 de Dezembro.3 — O disposto no número anterior é aplicável, com as necessárias adaptações, aos operadores de distribuição.

do Vice-Presidente da ERC, de 11 de dezembro de 2017, com referência às matérias supra enunciadas.

- 21.** Como ponto prévio, e respondendo a uma questão suscitada na exposição em referência pelo município de Trofa (que se refere à alegada transmissão da *TV Trofa*, sem que existisse autorização para tal) importa referir que as sessões dos órgãos deliberativos das autarquias locais são atos de natureza pública, podendo, efetivamente, ser objeto de cobertura jornalística, através do uso dos meios técnicos e humanos necessários com vista ao cumprimento do direito a informar, não sendo necessária uma autorização expressa para tal. Trata-se do direito de acesso dos jornalistas a locais públicos e a fontes oficiais de informação (artigos 8.º e 9.º do Estatuto do Jornalista).
- 22.** Na presente situação, contudo, a referida transmissão, através da *Trofa TV*, foi facultada pela própria Assembleia Municipal da Trofa (através um sinal vídeo público e aberto, disponível no youtube da Assembleia Municipal da Trofa), e não em resultado de cobertura jornalística da *Trofa TV* local (independentemente da sua presença no local).
- 23.** Pelo que, em face de tais circunstâncias, a proveniência das imagens deveria encontrar-se efetivamente identificada desde o seu início.
- 24.** Note-se que tratando-se a *Trofa TV* de uma publicação periódica, a mesma encontra-se sujeita ao cumprimento do seu estatuto editorial, impondo-se o conhecimento da natureza e origem dos seus conteúdos.
- 25.** Sucede que tal identificação só surgiu de forma suficientemente esclarecedora alguns minutos após o início da “emissão” (segundo a *TrofaTV*, tal deveu-se o motivos relacionados com questões de ordem técnica).
- 26.** E, de facto, no início da referida transmissão, a designação *TrofaTV* surge sobreposta a algo (não sendo perceptível de imediato que a indicação/representação gráfica respeita ao município de Trofa).
- 27.** Tal situação foi corrigida poucos minutos após o seu início, pelo que se julga que, por esse prisma, a origem daquele conteúdo se tornou visível e compreensível ao longo da maior parte da “emissão”.
- 28.** Contudo, é de realçar junto da *Trofa TV*, a necessidade de observância do acima exposto, com vista ao cumprimento das regras jornalísticas, pelas quais se devem pautar todas as publicações periódicas informativas, ao abrigo da Lei de Imprensa. Relembrem-se ainda as

competências do diretor de uma publicação periódica para «orientar, superintender e determinar o conteúdo da publicação» (artigo 20.º da Lei de Imprensa).

29. Por outro lado, esclarece-se, que não é relevante a afirmação do diretor da publicação periódica *Trofa TV*, na qual refere que a “assembleia” não é um órgão de comunicação social, ou que o conteúdo da referida assembleia não é informativo.
30. De facto, o que está em causa, na presente situação, é a “transmissão” de uma assembleia municipal através da *Trofa TV*, sem identificação da proveniência das imagens (num momento inicial) bem como a incorporação de elementos gráficos e de natureza comercial, no âmbito da referida transmissão.
31. Note-se que a responsabilidade pela junção de tais elementos e desse modo pela edição dos conteúdos que acabaram por ser divulgados pertence à publicação periódica, independentemente de a publicação ter sido disponibilizada através da sua página de *facebook* (da *Trofa TV*), atento o âmbito de intervenção da ERC acima referido, nos termos do disposto na alínea b), do artigo 6.º, dos Estatutos da ERC]. Assim, é de salientar que as páginas de *facebook* ou de outras plataformas eletrónicas, pertencentes a órgãos de comunicação social, exprimem ainda opções de natureza editorial do respetivo órgão de comunicação social.
32. Posto isto é ainda necessário apreciar se a *TrofaTV* divulgou efetivamente publicidade e, sendo a resposta afirmativa, se foi dado cumprimento à legislação aplicável.
33. A já citada Lei de Imprensa, no n.º 3 do seu artigo 28.º, dispõe: «Considera-se publicidade redigida e publicidade gráfica todo o texto ou imagem cuja inserção tenha sido paga [...]».
34. Esta disposição tem de ser complementada com o artigo 3.º do CP. Assim, e sem prejuízo das referidas leis sectoriais regularem alguns aspetos em particular, em função das especificidades de cada sector, o referido Código da Publicidade tem aplicação a toda a publicidade divulgada nos órgãos de comunicação social. A este propósito, as autoras Neuza Lopes e Maria Manuel Bastos⁶ referem, relativamente ao conceito de publicidade: «É também no Código da Publicidade que deve procurar-se o preenchimento do conceito “materiais publicitários” uma vez que o código consagra a definição do conceito legal da publicidade (cfr. artigo 3.º do CPUB)].
35. Assim, a referida disposição legal estabelece que a publicidade consiste em «[...] qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma

⁶ Maria Manuel Bastos e Neuza Lopes, Comentário à Lei de Imprensa e ao Estatuto do Jornalista, pág.22, Coimbra Editora.

actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objectivo directo ou indirecto de:

a) Promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços; b) Promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições».

- 36.** Face ao exposto, constata-se que na presente situação parte do conteúdo identificado (visualizado e constante da gravação) corresponde efetivamente a um conjunto de mensagens publicitárias, atentas as características das referidas comunicações (enquadramento esse que, aliás, não foi contestado pelo órgão de comunicação social). De facto, traduzem a divulgação de bens e serviços, sendo inequívoca a sua natureza comercial, através das várias componentes de som e imagem que a integram (algumas delas incluem frases apelativas no ecrã, como seja, por exemplo “Os Melhores Kebab’s”). Face ao teor das comunicações, constata-se que as mesmas configuram efetivamente publicidade
- 37.** Ora, o regime jurídico aplicável à publicidade encontra-se previsto no Código da Publicidade - o qual assenta num conjunto de princípios que têm aplicação a toda a publicidade; acrescentando-se que, no que respeita à sua divulgação através de meios de comunicação social, é ainda necessário ter em conta o disposto nas respetivas leis sectoriais.
- 38.** Realça-se, no entanto, que a *Trofa TV*, a certa altura da sua resposta, vem alegar que: «A Trofa TV não inseriu publicidade sobre a emissão da Assembleia Municipal de Trofa (...) emitiu sim um conteúdo que tinha como base um sinal vídeo do *youtube*, que foi captado e transmitido na nossa página do *facebook*».
- 39.** Contudo, não se pode concordar com tal entendimento, nos termos acima expostos. A natureza das comunicações transmitidas é comercial, e as mesmas foram disponibilizadas ao público na parte inferior do ecrã, em simultâneo com a transmissão da sessão identificada.
- 40.** No que respeita aos princípios aplicáveis à publicidade, cabe referir que a mesma deve surgir identificada como tal (ou ser identificável), devendo ser perceptível a sua separação dos restantes conteúdos, ao abrigo do princípio da identificabilidade. Através deste princípio visa-se garantir que os destinatários compreendam que determinado conteúdo corresponde a uma comunicação comercial, diferenciando-o, desse modo, dos restantes conteúdos.
- 41.** O referido princípio é aplicável a toda a publicidade, independentemente do meio para a sua divulgação, no âmbito da comunicação social, resultando consagrado em todas as leis sectoriais referenciadas, bem como no citado Código da Publicidade, artigo 8.º: «a publicidade tem de ser inequivocamente identificada como tal, qualquer que seja o meio de difusão utilizado».

42. No que respeita ao modo da sua identificação, a Lei de Imprensa prevê no n.º 2 do artigo 28.º:
«[t]oda a publicidade redigida ou publicidade gráfica, que como tal não seja imediatamente identificável, deve ser identificada pela palavra 'publicidade' ou das letras "PUB", em caixa alta, no início do anúncio, contendo ainda, quando tal não for evidente, o nome do anunciante».
43. Na presente situação, o Diretor da *TrofaTV* refere que a publicidade transmitida se encontra demarcada através de uma mancha de cor e que tal solução vai de encontro ao disposto na Diretiva da ERC, pelo que a mesma se encontraria identificada ao abrigo da mesma [remetendo para a Diretiva da ERC sobre publicações periódicas já referenciada].
44. E, de facto, na referida Diretiva estabelece-se um conjunto de elementos gráficos que, a verificarem-se, permitem a identificação/demarcação da publicidade, nas situações em que não tenha sido utilizada a identificação da mesma através de "pub" ou "publicidade".
45. No entanto, é também de salientar que a sua elaboração teve por referência a imprensa tradicional, escrita e estática.
46. Ora, na situação em apreço, conforme já referenciado, o conteúdo divulgado pela *Trofa TV* naquela data aproxima-se mais de um conteúdo audiovisual, realçando-se que a própria linguagem utilizada vai nesse sentido, como seja o uso das expressões "ajuda à produção" ou "ajuda à transmissão" - as quais são habitualmente utilizadas nos serviços televisivos, servem para caracterizar comunicações comerciais audiovisuais, que, por sinal, se diferenciam da dita «publicidade televisiva».
47. Não pode ainda deixar de se notar que, se por um lado, a *Trofa TV* se identifica, no seu estatuto editorial, como «uma publicação periódica digital, independente, generalista que visa informar através de texto, imagem ou vídeo através do site www.trofa.tv, procurando assegurar a todos os direito à informação [...]», certo é que no mesmo espaço acrescenta ainda que «A Trofa TV é uma televisão digital» (anexo).
48. Ao que acresce a sua própria designação, que remete diretamente para a atividade de televisão.
49. No entanto, conforme também já referido, a *Trofa TV* encontra-se registada como publicação periódica, ao abrigo da Lei de Imprensa, pelo que as suas obrigações legais decorrem desse enquadramento legal.
50. Face ao acima exposto, cabe apreciar se, de algum modo, se pode considerar que a referida transmissão permite a identificação dos blocos publicitários que a integraram, ao abrigo dos

critérios apontados pela ERC⁷ (que prevê a possibilidade de a essa identificação surgir por outra via, ou seja, através de elementos gráficos) na medida em que não é utilizada a palavra “Publicidade” ou o vocábulo “Pub”, conforme exige o artigo 28.º da Lei de Imprensa.

- 51.** Assim verifica-se que o bloco publicitário foi passado em três momentos
 - a) Antes do início da transmissão da sessão extraordinária da assembleia municipal de Trofa;
 - b) Durante a mesma;
 - c) E após o seu termo.
- 52.** Visualizada a referida “emissão”, verifica-se que a publicidade transmitida em momento anterior ao início da sessão da assembleia municipal de Trofa foi precedida da indicação de “Ajudas à transmissão”, indicações que ocupam a totalidade do ecrã antes da apresentação das várias mensagens publicitárias (ecrã azul).
- 53.** Por sua vez, o bloco publicitário transmitido após o encerramento da sessão (assembleia extraordinária) é também precedido de um ecrã, neste caso preto, mostrado durante alguns segundos.
- 54.** Recordando a Diretiva da ERC, a mesma alude, em concreto, à utilização de «outro separador gráfico distinto dos separadores usados em conteúdos editoriais», para além da possível utilização de ou «manchas de cor» ou «filetes de cor ou espessura distintos dos usados a separar os conteúdos editoriais».
- 55.** Deste modo, a presença do grafismo descrito (ecrãs azul e preto, ocupando a totalidade do ecrã) poderá funcionar como uma chamada de atenção e distinção de conteúdos com essa natureza, comercial. Nessa medida pode aceitar-se que nesses momentos, tais elementos tenham permitido a sua identificação como publicidade.
- 56.** Cabe no entanto distinguir o momento que correspondeu à transmissão da sessão da assembleia de Trofa propriamente dita, a qual foi acompanhada de publicidade, de modo contínuo, ao longo de toda a sessão, através da *Trofa TV* - o bloco publicitário descrito em 17.3 foi transmitido em parte do ecrã (retângulo na parte inferior do ecrã) de modo simultâneo com a sessão da assembleia extraordinária (remetendo-se para as figuras que se juntam, a título de exemplo, em anexo).
- 57.** E, de facto, constata-se que o bloco publicitário não foi precedido de qualquer outro elemento gráfico que permitisse a sua identificação como publicidade (nunca sendo utilizada a palavra “publicidade” ou semelhante) ou que assim pudesse ser entendido (à luz da referida

⁷ Diretiva adotada pela ERC –Diretiva 1/2009, sobre publicidade em publicações periódicas, de 1 de julho de 2009.

Diretiva]. Ou seja, remetendo-se, uma vez mais, para a caracterização dos elementos gráficos utilizados pela *Trofa TV*, conclui-se que os mesmos não contribuem para a sua identificação como publicidade. Acresce que, neste caso, a publicidade foi passada em simultâneo com a restante programação, o que ainda dificulta mais a sua identificação.

58. Pelo que, em conclusão, existem indícios de que foi transmitida publicidade sem a respetiva identificação, daí resultando o incumprimento ao princípio da identificabilidade previsto no artigo 28.º, n.º 2, da Lei de Imprensa.
59. A violação do referido preceito legal configura a prática de contraordenação, nos termos do artigo 35.º, n.º 1, alínea b), da mesma lei, a qual é punível com coima de 997,60 euros a 4987,98 euros.
60. Por outro lado é ainda de realçar que a disponibilização de publicidade (aliás, o mesmo bloco publicitário) durante toda a transmissão (da sessão propriamente dita daquela assembleia municipal)⁸, ou seja, em simultâneo com as várias intervenções que tiveram lugar, e que se iniciaram com a palavra da Presidente, coloca em causa a separação de conteúdos comerciais dos restantes conteúdos, da responsabilidade da *Trofa TV*.
61. Note-se que a sua “transmissão” resultou de uma opção editorial, bem como o modo da limitação da sua imagem, para a introdução de publicidade em parte do ecrã.
62. O autor Jónatas Machado⁹, a propósito dos limites existentes para a publicidade, refere que se coloca uma questão relativa ao «alcance normativo a dar a um dos princípios reguladores fundamentais, em sede de disciplina da publicidade no contexto da imprensa e da comunicação audiovisual, que se prende com a necessidade de a separar nitidamente, de forma temporal, óptica ou acústica, da informação redactorial e da restante programação [...]. Esta *obrigação de separação (Trennungsgebot)*, que é o reverso do princípio da *identificabilidade da publicidade* [578], tem como fundamento substantivo, quer a defesa dos direitos dos cidadãos a uma informação tanto quanto possível verdadeira e objectiva, quer a garantia da independência dos meios de comunicação em face do poder político e económico [...]. Este princípio configura uma restrição à liberdade redactorial e de programação, no caso da imprensa e da comunicação audiovisual, implicando, designadamente, a proibição de publicidade com o formato de informação noticiosa».

⁸ O bloco publicitário acima descrito foi repetido, de forma ininterrupta, ao longo de toda a emissão da sessão da assembleia extraordinária de Trofa, ou seja, durante aproximadamente 2h e 19 minutos.

⁹ Jónatas Machado, Liberdade de Expressão, Boletim da Faculdade de Direito, Coimbra Editora, páginas 456 e 457.

63. Por fim cabe ainda referir que a “transmissão” em referência (sessão extraordinária da assembleia municipal de Trofa) trata- de um acontecimento da vida real, com interesse para a população do referido município e relevante para a “causa pública”, pelo que a sua comunicação, através de órgãos de comunicação social, deve ser isenta e rigorosa, não devendo surgir associada a quaisquer poderes de natureza económica.
64. A confundibilidade que resulta da “emissão” da *TV Trofa* naquela data, nos termos expostos, ainda é ainda suscetível de ser percecionada, pelos seus destinatários, como expressão de uma relação entre o município e as empresas retratadas naquelas mensagens publicitárias, podendo comprometer a isenção da atividade autárquica, bem como do próprio órgão de comunicação social (*Trofa TV*), em resultado, em exclusivo, da atuação da *Trofa TV*.
65. Assim, face ao disposto no artigo 8.º, alínea c), dos Estatutos da ERC, julga-se adequado recordar ao órgão de comunicação social *Trofa TV* a necessidade de separação dos conteúdos de natureza comercial dos restantes conteúdos.
66. A inobservância do disposto no artigo 28.º n.º 2 da Lei de Imprensa configura contraordenação, ao abrigo do disposto no artigo 35.º, n.º 1, alínea b) da mesma lei.

VI. Deliberação

Tendo sido iniciado um procedimento de natureza oficiosa na ERC, na sequência de uma exposição apresentada pelo Presidente da Assembleia Municipal de Trofa contra a *Trofa TV* - (<http://www.trofa.tv>), publicação periódica propriedade de *O Noticias de Trofa – Publicações Periódicas, Lda.*, o Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, no exercício das atribuições e competências, ao abrigo do artigo 6.º, alínea b), do artigo 8.º, alínea c), e do artigo 24.º, n.º 3, alíneas a) e b), delibera:

1. Instaurar um processo de contraordenação contra a proprietária da referida publicação periódica, na medida em que se julgam verificados indícios da prática da contraordenação prevista no artigo 35.º, n.º 1, alínea b), da Lei de Imprensa, em razão da inobservância do disposto no artigo 28.º, n.º 2, da mesma lei, que estabelece a obrigatoriedade de identificação da publicidade;
2. Recordar ao órgão de comunicação social *Trofa TV* a necessidade de separação dos conteúdos de natureza comercial dos restantes conteúdos.

Lisboa, 13 de fevereiro de 2019

O Conselho Regulador,

Sebastião Póvoas

Francisco Azevedo e Silva

Fátima Resende

João Pedro Figueiredo