

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



**Deliberação  
1/PUB-TV/2009**

ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Queixa de Francisco José Abreu Ferreira Grilo contra o programa  
“Portugal no Coração”**

Lisboa

4 de Março de 2009

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

### **Deliberação 1/PUB-TV/2009**

**Assunto:** Queixa de Francisco José Abreu Ferreira Grilo contra o programa “Portugal no Coração”

#### **I. Identificação das partes**

1. Em 30 de Dezembro de 2008, a Direcção-Geral do Consumidor remeteu uma queixa de Francisco José Abreu Ferreira Grilo, por ter verificado que a matéria exposta não se enquadrava no âmbito das suas competências, mas sim das da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC).
2. A queixa em causa, era apresentada contra o programa “Portugal no Coração”, transmitido pela RTP no dia 5 de Maio de 2008.

#### **II. A queixa**

3. O Queixoso exprimia o seu desagrado por um programa, cujo tema estava relacionado com a saúde, fazer publicidade a uma determinada clínica, “encapuçando-a” sob a forma de entrevista ao médico e a uma figura pública que se submetera aos novos tratamentos, obtendo resultados extraordinários.
4. Questionava ainda se tal prática seria lícita, uma vez que era, inclusive, divulgado o site da clínica, bem como o seu telefone: “será esta prática lícita, ao apresentar numa rubrica de um programa muito visto, a mensagem que pretende publicitar, fornecendo todos os dados que ao espectador menos atento, pareceria desinteressado.”

### **III. Factos apurados**

5. O programa em causa, conduzido por dois apresentadores, foi transmitido no dia 5 de Maio de 2008 e era dedicado ao tema “Corpos de Sonho”.
6. Iniciando-se com uma entrevista a duas conhecidas figuras ligadas ao mundo do espectáculo o programa aborda os “segredos” de cada uma para ter um “corpo de sonho”, passando por uma ida a uma agência de modelos, onde se procura saber o que é preciso para se ser modelo.
7. O convidado seguinte, cirurgião plástico, procura dar uma definição do que se entende por “corpo de sonho”, informando quem são as pessoas que mais procuram os seus serviços.
8. Durante esta entrevista aparece, em rodapé, a indicação “Centro Intern. de Cirurgia Plástica e Estética // [www.biscaia-fraga.com](http://www.biscaia-fraga.com) // Telefone: 217969595.”
9. O programa prossegue com mais convidados em estúdio, ligadas ao universo da televisão e da moda e o Presidente da Federação Lusa de Cultura Física.
10. O penúltimo convidado daquele dia é um nutricionista, o qual, nas palavras da apresentadora recorre a novo tratamento corporal designado por “liposhaper”.
11. Questionado acerca de tal tratamento, o convidado explica que se trata de um processo de eliminação de gordura, sem cortes, nem dores, o qual permite, no mais curto espaço de tempo, que a pessoa mude a sua vida.
12. O citado nutricionista esclarece ainda que, na “Clínica do Tempo - onde se realiza tal tratamento – procura-se também reeducar o paciente em termos de cuidados a ter

com a alimentação, para além de se pretender ajudar a pessoa em todos os seus problemas.

- 13.** Após interrupção para um momento musical, os apresentadores voltam à conversa com o seu convidado, o qual está, agora, acompanhado pelo “entertainer” e cantor Fernando Pereira – “Agora 20 kg mais magro!”, exclama a apresentadora.
- 14.** Fernando Pereira confirma que emagreceu após os tratamentos a que se submeteu na “Clínica do Tempo”, tendo procurado a ajuda daquele nutricionista de quem já tinha ouvido falar quer através da imprensa, quer através de amigos.
- 15.** Enquanto explica o motivo que o levou a consultar o referido nutricionista, bem como os resultados obtidos, aparece em rodapé a seguinte indicação: “[www.clinicadotempo.pt](http://www.clinicadotempo.pt) // Telefone: 214588500”.
- 16.** O “entertainer” refere ainda que os últimos testes que fizeram deram-lhe uma “idade biológica na casa dos trinta e pouco”, aproveitando para afirmar: “A mim também o Doutor ajudou muito na alimentação, nos cuidados e ensinou-me também a comer”. E pergunta: “Este tratamento é adequado para qualquer pessoa, Doutor?”
- 17.** O nutricionista afirma que sim, explicando um pouco o tipo de exames que são feitos na clínica e que possibilitam determinar qual o tratamento a seguir.
- 18.** Enquanto o apresentador exclama: “Temos que lá ir! O melhor mesmo é consultar o Doutor Humberto Barbosa”, a sua colega informa os telespectadores de que o programa está a terminar, perguntando a Fernando Pereira quais os próximos espectáculos em que participará.
- 19.** O programa termina com o apresentador a despedir-se dos telespectadores com o seguinte comentário: “Cuide da sua saúde e do seu corpo! Até amanhã!”

**20.** Terminado o programa, verifica-se que este tem o patrocínio das seguintes marcas:  
El Corte Inglés, Lapa Palace, Grupo Alfasom, Marina Cruz Cabeleireiros e Modelo.

#### **IV. Posição da Denunciada**

**21.** Por ofício datado de 8 de Janeiro de 2009 foi a Denunciada notificada do conteúdo da queixa, bem como do direito a apresentar oposição à mesma, ao abrigo do disposto do artigo 53º, n.º 5, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro (doravante, EstERC).

**22.** Em 22 de Janeiro de 2009, a denunciada pronunciou-se nos seguintes termos:

- a) O programa que originou a presente queixa tinha como tema central “Corpos de Sonho”, tendo sido convidadas várias personalidades para falar sobre o mesmo, bem como das “diversas formas de manutenção ou de tratamento do corpo que utilizam ou praticam, tendo sido dados exemplos, tais como cirurgia estética, actividade física e nutrição”;
- b) O convidado referido na queixa é um nutricionista reputado que apresenta novas formas de tratamento;
- c) Na parte final desta entrevista, o convidado fez-se acompanhar do apresentador Fernando Pereira, “que tinha sido sujeito a um tratamento de nutrição ortomolecular, pretendendo, desta forma, que alguém que já tivesse experimentado o citado tratamento falasse na primeira pessoa sobre os benefícios do mesmo.”
- d) À semelhança dos outros convidados, este apenas apresentou uma outra maneira de se conseguir alcançar um “corpo de sonho”;
- e) “O programa pretendeu (...) uma abordagem detalhada do assunto, dando a conhecer diversas perspectivas sobre esse tema que tanto interesse suscita. Numa abordagem deste tipo, referências a produtos e serviços são, por vezes,

inevitáveis não havendo, no entanto, como facilmente decorre do visionamento do programa, qualquer objectivo, directo ou indirecto, de promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços”;

- f) Tendo em conta que o objectivo de promoção de bens ou serviços com vista à sua comercialização ou alienação é um critério essencial para caracterizar o conceito de publicidade, é evidente que não estamos perante qualquer conteúdo publicitário”.

## **V. Análise e fundamentação**

**23.** Enquanto operador de televisão e relativamente aos serviços que difunde, a RTP está sujeita à supervisão e intervenção do Conselho Regulador, nos termos do artigo 6º, alínea c), dos EstERC.

**24.** No termos do artigo 24º, n.º 3, alínea b), dos EstERC, compete ao Conselho Regulador da ERC, “fazer respeitar os princípios e os 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 a quaisquer outras entidades previstas no regime jurídico da publicidade.”

**25.** Por sua vez, o Código da Publicidade, no artigo 40º, confere competência a esta Entidade para fiscalizar o cumprimento dos artigos 24º, 25º e 25º-A deste diploma legal, os quais dizem respeito às regras a que (i) deverá obedecer o patrocínio nos programas televisivos, (ii) a inserção de publicidade na televisão, bem como (iii) a televenda.

**26.** Com base na queixa recepcionada, não era possível a esta Entidade determinar se se estaria perante uma situação de patrocínio, o qual poderia ter ultrapassado os limites previstos no artigo 25º do Código da Publicidade.

- 27.** Contudo, e visualizado o DVD do programa foi possível concluir que este não foi patrocinado pela “Clínica do Tempo”, nem por outra clínica onde o nutricionista em questão pudesse colaborar.
- 28.** Não obstante não se tratar de uma situação de patrocínio, não pode esta Entidade deixar de reprová-la a conduta da Denunciada e o seu comportamento ao longo do programa.
- 29.** Na realidade, e partindo do tema em discussão naquele dia – “Corpos de Sonho” -, a Denunciada publicita claramente o trabalho desenvolvido por duas clínicas: o “Centro Internacional de Cirurgia Plástica e Estética”, local de trabalho de um dos convidados, e a “Clínica do Tempo”, de outro dos convidados.
- 30.** Não pode proceder o argumento da RTP de que, com tais entrevistas, “não houve nenhuma intenção de promover ou destacar nenhum dos convidados e, muito menos, promover ou destacar qualquer produto ou serviço.”
- 31.** De facto, independentemente das intenções expostas pela RTP, o aparecimento em rodapé, durante as entrevistas com os supra citados convidados, do nome da clínica onde os mesmos dão consultas, acompanhado dos respectivos sites e contactos telefónicos, resultou objectivamente numa publicitação dessas clínicas e dos serviços que fornecem; por outro lado, ao mesmo tempo, é utilizado o recurso à técnica publicitária do testemunho – publicidade testemunhal prevista no artº 5º. do Código da Publicidade - de conhecidas personalidades do meio artístico sobre a eficácia dos tratamentos recebidos, especificamente, naquelas clínicas.
- 32.** Para além da inserção dos contactos das clínicas em rodapé, e ao recorrer à prova testemunhal, a Denunciada deu mais ênfase ao convidar o “entertainer” Fernando

Pereira para falar sobre o tratamento que fizera na Clínica do Tempo, apresentando-o com a frase: “Agora 20 kg mais magro!”

- 33.** O facto é tanto mais notório quanto ser certo que o convidado não trouxe ao programa informação relevante para o tema em discussão, limitando-se a enumerar os tratamentos a que fora sujeito na “Clínica do Tempo” e a afirmar que os testes que agora fizera lhe davam “uma idade biológica na casa dos trinta e pouco”.
- 34.** Ora o relato positivo da experiência vivida na “Clínica do Tempo” pelo convidado é ainda salientado pela RTP, pela voz do apresentador do programa que o termina aconselhando os telespectadores a marcar uma consulta na citada clínica.
- 35.** Resulta claro dos factos expostos que com a sua conduta a RTP se prestou a promover e a recomendar um determinado tratamento de emagrecimento, seduzindo o telespectador a experimentá-lo e a obter os resultados que um convidado e o próprio apresentador afirmaram ter conseguido.
- 36.** Se assim não fosse, a condução da entrevista ter-se-ia centrado apenas no plano informativo ou de divulgação de novas técnicas de tratamentos de emagrecimento, de forma semelhante às habituais entrevistas a clínicos de outras especialidades.
- 37.** Conclui-se, portanto, e ao contrário do afirmado pela Denunciada, que se está perante uma situação de natureza publicitária, na acepção facultada pelo artigo 3º, n.º 1, alínea b), do Código da Publicidade.
- 38.** De facto, entre os princípios gerais da publicidade encontra-se o princípio da identificabilidade, previsto no artigo 8º do Código da Publicidade, que determina que a publicidade tem de ser sempre inequivocamente identificada como tal, bem como o da proibição da publicidade oculta ou dissimulada, regulada no artigo 9º do



mesmo diploma legal, cuja violação, pelo operador de serviço público, não pode deixar de ser reprovada de forma agravada.

39. Conforme sustenta o queixoso, trata-se, na realidade, de uma situação de pura promoção de um serviço, pelo que a mesma deveria estar devidamente identificada como publicidade.
40. Contudo, o artigo 37º do Código da Publicidade determina que a entidade competente para a fiscalização de tal normativo legal é a Direcção Geral do Consumidor e não a ERC.
41. Nesse sentido, e na medida em que poderá estar em causa matéria da competência da Direcção-Geral do Consumidor, ser-lhe-á dado conhecimento da presente deliberação, para os efeitos que tiver por convenientes.

## **VI. Deliberação**

Tendo apreciado uma queixa de Francisco José Abreu Ferreira Grilo relativa ao programa “Portugal no Coração” transmitido no dia 5 de Maio de 2008, por o mesmo conter menções publicitárias dissimuladas durante uma entrevista, o Conselho Regulador delibera ao abrigo do artigo 58º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro:

1. Reprovar a conduta da RTP por ter publicitado sem enquadramento legal, no programa Portugal no Coração, sob o tema “Corpos de Sonho”, serviços prestados por duas clínicas que a figuras da televisão e do espectáculo, chamadas a prestarem disso testemunho, quer ao apresentador do programa.
2. Remeter a presente deliberação à Direcção-Geral do Consumidor, para efeitos da competência instrutória prevista no artigo 37º do Código da Publicidade.

Lisboa, 4 de Março de 2009

O Conselho Regulador,

José Alberto de Azeredo Lopes  
Elísio Cabral de Oliveira  
Maria Estrela Serrano  
Rui Assis Ferreira