

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



**Deliberação  
4/CONT-TV/2008**

ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Participação contra a RTP1 relativa a uma autopromoção do filme  
Seven**

Lisboa

5 de Março de 2008

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

### **Deliberação 4/CONT-TV/2008**

**Assunto:** Participação contra a RTP1 relativa a uma autopromoção do filme *Seven*

#### **I. Queixa**

No dia 25 de Novembro de 2007, deu entrada na ERC uma queixa subscrita por João Noronha, contra a RTP1, relativa à emissão naquele dia de uma autopromoção ao filme *Seven*, com título traduzido para *Sete Pecados Mortais*, cujas imagens considera impróprias para o horário em que foi apresentado – 21h40m.

#### **II. Defesa do denunciado**

Notificada a pronunciar-se sobre a queixa referida, ao abrigo do n.º 2 do artigo 56.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, a RTP1 nada disse sobre a mesma, tendo apenas enviado, por solicitação da ERC, cópia da autopromoção objecto da queixa, identificando o horário de início da sua transmissão pelas 21h42m35s.

#### **III. Análise e fundamentação**

**3.1.** Do visionamento efectuado à autopromoção do filme *Sete Pecados Mortais*, extraem-se, desde logo, os seguintes elementos relevantes de análise:

- i) A autopromoção, com uma duração de 26 segundos, é exibida com a sinalética utilizada, pelos operadores televisivos, para indicação de conteúdos susceptíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade das crianças ou de adolescentes;

- ii) O filme *Sete Pecados Mortais* foi classificado pela Comissão de Classificação de Espectáculos (CEE) para maiores de dezasseis anos, conforme informação prestada por aquela Comissão;
- iii) A autopromoção é constituída por imagens que são montadas sequencialmente e acompanhadas por uma voz *off*. Nos primeiros 12 segundos, surgem cenas do filme, com imagens de assassinatos que representam os sete pecados mortais, sendo referido em voz *off*: “*Gula... Avareza...Ira...Luxúria... Orgulho...Inveja...Preguiça... O melhor filme da semana em Lotação Esgotada com Morgan Freeman e Brad Pitt, Sete Pecados Mortais, hoje à noite na RTP1*”. Nos últimos segundos da autopromoção, são mostrados os protagonistas do filme, sem qualquer conteúdo violento ou perturbador.

**3.2.** Feita a análise do conteúdo da autopromoção, cabe lembrar que o art. 26.º da Lei da Televisão (Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho – adiante, LTV) determina que “o exercício da actividade de televisão assenta na liberdade de programação, não podendo a Administração Pública ou qualquer órgão de soberania, com excepção dos tribunais, impedir, condicionar ou impor a difusão de quaisquer programas”.

A liberdade de programação não é, porém, absoluta, uma vez que tem de ser harmonizada e sujeita a operações metódicas de balanceamento ou de ponderação com outros bens constitucionais, nomeadamente com a protecção de crianças e jovens. Com efeito, é dever dos operadores televisivos, e dever de regulação que o Conselho Regulador tem presente e assume, não permitir que, pura e simplesmente, as crianças e adolescentes possam ser sujeitos a todo o tipo de imagens e de mensagem (cf., a este propósito, Deliberação 4-D/2006, que apreciou as imagens promocionais da novela “Jura” emitidas pela SIC em Setembro de 2006, p. 17).

Os limites à liberdade de programação encontram-se expressos no art. 27.º LTV, sendo pertinente, na resolução do caso concreto, o n.º 4, que estabelece que “[q]uaisquer outros programas susceptíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade das crianças ou de adolescentes devem ser acompanhados da difusão

permanente de um identificativo visual apropriado e só podem ser transmitidos entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas”.

Como se vê, relativamente às situações previstas no art. 27.º, n.º 4, LTV, o legislador encontrou uma solução normativa de proibição *relativa* ou de *admissibilidade condicionada*, uma vez que os programas com aquelas características só podem ser emitidos numa determinada faixa horária (entre as 22 e 30 minutos e as 6 horas) e, ainda assim, desde que acompanhados da “difusão permanente de um identificativo visual apropriado”.

Face ao n.º 7 do mesmo preceito, a regra estabelecida no n.º 4 aplica-se a quaisquer elementos de programação, aqui se incluindo as imagens de autopromoção.

Tendo em conta as normas citadas, o Conselho Regulador entende que a análise sobre a susceptibilidade de determinadas imagens influírem de modo negativo na formação da personalidade das crianças ou de adolescentes deve, naturalmente, tomar em consideração o princípio da liberdade de programação que assiste aos operadores de televisão.

Como o Conselho Regulador já acentuou por diversas vezes, a liberdade de programação é um princípio estruturante de uma sociedade livre e democrática, na medida em que “é instrumentalmente decisiva, para, no quadro da Lei da Televisão, garantir e permitir a realização da liberdade de imprensa”, razão pela qual só pode ceder em “situações muito contadas e de gravidade indesmentível” (cf., nomeadamente, a recente Deliberação 2/CONT-TV/2008, de 6 de Fevereiro, que apreciou a notícia de um espancamento público na Índia, transmitida pela SIC, na edição de 28 de Agosto de 2007 do Jornal da Noite).

Por outro lado, aquilo que se considere chocante ou violento não cai, obrigatoriamente, sob a alçada do art. 27.º LTV. “Fosse esse o critério, e não só a liberdade de programação acabaria por se tornar (no limite) letra vã (...), pelo efeito cruzado das ‘sensibilidades’ mais ou menos exacerbadas que pudessem vir a ser invocadas pelos diferentes públicos incluídos na categoria mais genérica dos ‘espectadores’” (cf. Deliberação 2/CONT-TV/2008, cit., p. 6).

Além disso, o legislador não teve seguramente como objectivo a alcançar “um mundo edulcorado, asséptico e infantilizado (e, até por isso, absurdo) em que crianças e adolescentes não tomassem contacto com qualquer forma de violência (cf. Deliberação 14-Q/2006, que apreciou a transmissão do programa “Tortura – O livro de métodos de Guantanamo”, p. 22).

No caso em análise, a autopromoção debruça-se sobre o filme *Sete Pecados Mortais*. Este filme, “por explorar, em termos excessivos, aspectos da violência física e psíquica”, foi classificado pela Comissão de Classificação de Espectáculos para maiores de 16 anos, pelo que, à partida, só poderá ser transmitido na faixa horária estabelecida no n.º 4 do art.º 27.º LTV (*vide*, ainda, n.º 5 do mesmo preceito).

Ainda assim, e não se negando que a autopromoção é composta por algumas imagens que podem ser consideradas violentas, o Conselho Regulador entende que a “violência” exibida não atinge um patamar suficiente para cair sob a alçada do n.º 4 do art. 27.º, não sendo por conseguinte susceptível de influir de modo negativo na formação da personalidade das crianças ou de adolescentes.

Em reforço desta convicção, a circunstância, por um lado, de se tratar de uma autopromoção muito breve, cujas imagens mais impressionantes são montadas em curtos “flashes” e totalizam apenas 12 segundos, e o facto, por outro, de a autopromoção ter sido transmitida no período da noite e no intervalo d’ “As escolhas de Marcelo Rebelo de Sousa” e do programa “Gato Fedorento” – e não, por exemplo, no intervalo de programas infanto-juvenis – mais contribuem para formar a convicção sobre a improbabilidade de a sua visualização ter repercussões ou efeitos graves em crianças ou adolescentes.

Em virtude desta ponderação, o Conselho Regulador entende que deve prevalecer *um princípio de liberdade*, à luz da margem de tolerância que é reconhecida aos operadores televisivos.

**3.3.** Sem prejuízo do que ficou dito, considera porém o Conselho que a utilização, nas autopromoções, da sinalética prevista no n.º 4 do art. 27.º LTV deve rodear-se da devida cautela, de forma a evitar qualquer transposição mecânica dos fundamentos dessa

mesma identificação, tal como ocorre nos programas anunciados. O que significa, por outras palavras, que a simples exigibilidade da afixação do sinal adequado, numa determinada longa-metragem, não é forçosamente extensiva às respectivas autopromoções, em especial se as imagens destas não contiverem, em si mesmas, os riscos subjacentes à obrigatoriedade de identificação de conteúdos violentos ou chocantes.

Faz-se demais notar que o recurso indevido à advertência gráfica pode produzir, ainda que involuntariamente, um efeito de aliciamento de públicos aos quais aquelas emissões não são dirigidas, mais impondo, por isso, a necessária atenção.

#### **IV. Deliberação**

*Tendo apreciado* uma queixa subscrita por João Noronha contra a RTP1, relativa a uma autopromoção ao filme *Seven*, cujas imagens considera impróprias para o horário em que foi apresentado, as 21h 40m;

*Relembrando* que a liberdade de programação é um princípio estruturante de uma sociedade livre e democrática e que aquilo que se considere chocante ou violento não cai, obrigatória e automaticamente, sob a alçada do art. 27.º da Lei da Televisão.

*Considerando* que a autopromoção, apesar de conter algumas imagens que podem ser consideradas violentas, não é susceptível, pelos motivos acima expressos, de influir de modo negativo na formação da personalidade das crianças ou de adolescentes.

O Conselho Regulador, no exercício das competências previstas nas als. c) do art. 7.º, d) do art. 8.º e a) do n.º 3 do art. 24.º dos seus Estatutos, delibera não dar seguimento a queixa.

Lisboa, 5 de Março de 2008

O Conselho Regulador  
José Alberto de Azeredo Lopes  
Elísio Cabral de Oliveira  
Maria Estrela Serrano  
Rui Assis Ferreira  
Luís Gonçalves da Silva (abstenção)