

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

**Deliberação
2/PUB-TV/2012**

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Participação de Jorge Ferreira contra a RTP 1 e o programa “5
para a Meia-Noite”**

Lisboa

12 de setembro de 2012

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação 2/PUB-TV/2012

Assunto: Participação de Jorge Ferreira contra a RTP 1 e o programa “5 para a Meia-Noite”

I. Identificação das Partes

Em 27 de julho de 2012, deu entrada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) uma queixa de Jorge Ferreira contra o programa “5 para a Meia-Noite”, transmitido pela RTP 1, no dia 25 de junho.

II. Da participação

1. De acordo com o Participante “o que aconteceu no final da emissão do programa “5 para a Meia-Noite” no canal RTP 1 [do dia 25 de junho] foi indescritível”, visto terem “retirado o público e o apresentador para uma área que se localizava fora do estúdio, deixando os convidados do programa completamente “à nora” e deslocados do que o que se passava”.
2. Acrescenta ainda que o público e o apresentador foram deslocados para uma suposta festa “que nada mais era do que publicidade à marca de cerveja “Desperados”, a qual teve a duração de 4 minutos.
3. Sustenta também que em momento algum foi assinalado que se tratava de publicidade – “nem um separador, nem uma legenda “Publicidade” num dos cantos inferiores ou superiores do ecrã”, o que “em nada se adequa ao serviço público de televisão, bem como é uma falta de respeito para com o telespectador”.

III. Factos apurados

4. No dia 25 de junho, “5 para a Meia-Noite” foi apresentado por Luís Filipe Borges e teve como convidados o escritor Domingos do Amaral e a cantora Didi.
5. A emissão decorre nos termos habituais, verificando-se que, enquanto os convidados são entrevistados, aparece uma nota de rodapé com a seguinte indicação: “A qualquer momento, o Borges vai ser raptado!”
6. No final do programa, enquanto o apresentador se despede dos convidados, o público presente começa a levantar-se e a sair do estúdio.
7. Luís Filipe Borges, Domingos Amaral e Didi simulam estar surpreendidos, e perguntam: “O que é que se está a passar?”, “Já se foram todos embora?”.
8. O apresentador dirige-se, então, para os convidados e afirma: “O público está a sair, eu gostava imenso de pedir uma grande salva de palmas para vocês; pelos vistos vamos ficar aqui a falar sozinhos. Eu já pergunto à produção o que é que se passa. Didi, foi um prazer, um beijinho. (...) Domingos, foi um prazer rever-te. E enquanto o público se vai embora cá estamos, eu vou bater palmas a vocês os dois”.
9. Nesse momento aparecem duas raparigas que agarram o apresentador, conduzindo-o para fora do estúdio, até à rua.
10. No exterior decorre uma festa, animada por uma banda, sendo possível visualizar, de forma intercalada, uma garrafa de cerveja gigante da marca “Desperados”.
11. Verifica-se ainda que o vocalista, o apresentador e a maioria do público presente têm uma cerveja daquela marca nas mãos.
12. Após a exibição de alguns momentos da festa, “5 para a Meia-Noite” termina.
13. No final do programa são incluídos os separadores que identificam as ajudas à produção havidas: Europcar; decoração Kare Design; C&A; Ramirezi, O Papagaio Sem Penas; Fonte Viva; Lion of Porshes; Adidas; Ego.

IV. Defesa da Denunciada

14. Notificada para se pronunciar, querendo, acerca da participação recebida, a Denunciada esclareceu que:

- a) Trata-se de um caso de colocação de produto, “prática comercial admitida pela Lei da Televisão (LTV) e que na circunstância foi identificada, ao contrário do que é invocado pelo queixoso, tanto no início como no final do programa em causa”;
- b) “A situação pode resumir-se “ao sequestro” do apresentador do programa para uma festa (...), para a qual a audiência em estúdio tinha também sido desviada. Essa festa decorre sob a égide da marca de cerveja “Desperados”, podendo a espaços identificar-se, enquanto elemento do cenário, uma garrafa gigante do produto”;
- c) A colocação de produto está prevista na Lei “com o intuito de permitir o alargamento das fontes de financiamento dos operadores de televisão, essencial para permitir a sustentação da sua atividade”;
- d) “No caso em apreço, não é visível qualquer encorajamento direto à aquisição do produto em causa, a cerveja “Desperados”, uma vez que nenhum argumento promocional é veiculado ou qualquer referência específica é feita às suas qualidades”;
- e) “Não é, por outro lado, concedido relevo indevido ao produto. A sua presença justifica-se por razões editoriais (o “sequestro” do apresentador para uma festa constitui uma componente do programa, integrando-se no seu espírito irreverente) e a exibição da marca não é recorrente, sendo pelo contrário meramente episódica, enquadrando a festa que organiza”;
- f) “Os espetadores também não são induzidos em erro quanto ao teor comercial da presença da marca em causa, cuja inclusão se encontra ademais identificada, enquanto colocação de produto e com a sinalética aprovada em sede de autorregulação, no início e no fim do programa”.

V. Normas aplicáveis

- 15.** A ERC é competente para se pronunciar acerca da participação em causa ao abrigo dos artigos 6º, alínea c), 8º, alínea d), e 24º, n.º 3, alínea b), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

16. Nos termos do artigo 2º, n.º 1, alínea d), da Lei da Televisão, entende-se por colocação de produto, “a comunicação comercial audiovisual que consista na inclusão ou referência a um bem ou serviço, ou à respetiva marca comercial, num programa, a troco de pagamento ou retribuição comercial”.
17. Estabelece o artigo 41º-A, n.º 1, da Lei da Televisão “a colocação de produto só é permitida em obras cinematográficas, filmes e séries concebidos para serviços de programas televisivos ou serviços audiovisuais a pedido, programas sobre desporto e programas de entretenimento ligeiro”.
18. De acordo com o n.º 3 deste artigo “o conteúdo dos programas em que exista colocação de produto, e no caso dos serviços de programas televisivos, a sua programação não podem, em caso algum, ser influenciados de modo a afetar a respetiva responsabilidade e independência editorial”, nem “podem encorajar diretamente à compra ou locação de produtos ou serviços, nomeadamente através de referências promocionais específicas a esses produtos ou serviços” (n.º 4).
19. Por sua vez, o n.º 6 do artigo 41º-A, n.º 1, da Lei da Televisão, estipula que “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”.
20. Deverá ainda atender-se ao Acordo de Auto-regulação em Matéria de “Colocação de Produto” e “Ajudas à Produção e/ou Prémios”, celebrado em 6 de fevereiro de 2009, que refere que “os programas que contenham no seu interior “colocação de produto” deverão ser identificados com uma referência antes do seu início e reatamento (após interrupções), e imediatamente após o final, avisando claramente o telespetador desse facto” (artigo 5º, n.º 1).

VI. Análise e fundamentação

21. A participação que motivou a abertura do presente processo assenta no facto de, durante a emissão do programa “5 para a Meia-Noite”, a Denunciada ter feito

- publicidade à marca de cerveja “Desperados” sem que a mesma fosse identificada como tal, insurgindo-se ainda o Participante com facto de terem retirado “o público e o apresentador para uma área que se localizava fora do estúdio, deixando os convidados do programa completamente “à nora” e deslocados do que se passava”.
- 22.** Por sua vez, a Denunciada contrapõe sustentando que a situação em causa configura um caso de colocação de produto, figura prevista e regulada no artigo 41º-A da Lei da Televisão, assim como no Acordo de Auto-regulação em Matéria de “Colocação de Produto” e “Ajudas à Produção e/ou Prémios”, defendendo que as disposições que regulam esta realidade foram respeitadas.
- 23.** Refira-se primeiramente que o “sequestro” do apresentador foi, evidentemente, encenado e previamente preparado, fazendo parte integrante do programa.
- 24.** O facto de ter sido conduzido para uma festa no exterior, onde já se encontrava o público que assistia ao programa, não é, por si, violador de qualquer disposição legal ou merecedor de reparo.
- 25.** É verdade que nessa “festa”, e tal como a própria Denunciada afirmou, é possível identificar-se a cerveja “Desperados”, seja por se encontrar no cenário uma garrafa gigante da mesma, seja por a maioria do público ter uma na mão.
- 26.** No entanto, a verdade é que a Lei da Televisão admite a colocação de produto em programas de entretenimento ligeiro, desde que não afete a responsabilidade e independência editorial, nem encoraje diretamente à compra ou locação (artigo 41º-A, n.º 3 e 4).
- 27.** No caso em apreço não se verificou qualquer uma destas situações: não só não existiu qualquer apelo direto ao consumo daquela bebida, como o apresentador apenas esteve na “festa” no final do programa, já após se ter despedido dos entrevistados.
- 28.** Sem prejuízo, a verdade é que não se poderá ignorar o disposto no n.º 6 do mesmo artigo que determina que os programas que contenham colocação de produto deverão ser identificados no início, no fim, e aquando o recomeço, após interrupções publicitárias (conforme também exige o artigo 5º, n.º 1, do Acordo de Auto-regulação em Matéria de “Colocação de Produto” e “Ajudas à Produção e/ou Prémios”).

29. Ora, do visionamento do programa do dia 25 de junho verificou-se, ao contrário do sustentado pela Denunciada, que não foi feita qualquer referência, nem no início, nem no fim, ao facto de o mesmo ter colocação de produto.
30. Na verdade, apenas no final do programa são emitidos os separadores com as ajudas à produção havidas, sendo que das mesmas não consta a marca “Desperados”.
31. Conclui-se, por isso, pela violação do artigo 41º-A, n.º 6, da Lei da Televisão, facto que constitui contraordenação punível com coima, conforme decorre do artigo 76º, n.º 1, alínea a), do mesmo diploma legal.

VII. Deliberação

Tendo apreciado uma participação de Jorge Ferreira contra a RTP1 por, no dia 25 de junho, durante o programa “5 para a Meia-Noite” ter sido feita publicidade à marca de cerveja “Desperados”, o Conselho Regulador da ERC, ao abrigo dos artigos 6º, alínea c), 8º, alínea d), 24º, n.º 3, alínea b), e 58º, n.º 1, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, delibera:

1. Verificar que a situação retratada se enquadra na figura da colocação de produto, pelo que deveria ter sido identificada como tal, no início e no fim do programa, em cumprimento do artigo 41º-A, n.º 6, da Lei da Televisão;
2. Em consequência, instaurar processo contraordenacional por violação do 41º-A, n.º 6, da Lei da Televisão.

Lisboa, 12 de setembro de 2012

O Conselho Regulador,

Carlos Magno
Alberto Arons de Carvalho
Luísa Roseira
Raquel Alexandra Castro
Rui Gomes