



ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

# **Deliberação**

**ERC/2016/252 (PUB-TV)**

**Exposição do SCP - Sporting Clube de Portugal contra a RTP, relativa ao *spot* publicitário do Final da Super-Taça Cândido de Oliveira**

**Lisboa  
22 de novembro de 2016**

## Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

### Deliberação ERC/2016/252 (PUB-TV)

**Assunto:** Exposição do SCP - Sporting Clube de Portugal contra a RTP, relativa ao *spot* publicitário do Final da Super-Taça Cândido de Oliveira

#### I. Participação

1. Deu entrada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante, ERC), a 30 de julho de 2015, uma participação efetuada pelo Sporting Clube de Portugal contra a RTP1, serviço de programas detido pela Rádio e Televisão de Portugal, S.A., a propósito da exibição de um vídeo promocional à transmissão televisiva do encontro relativo à Supertaça Cândido de Oliveira, entre o Sporting Clube de Portugal e o Sport Lisboa e Benfica.
2. O participante afirma que a «RTP, Estação de Serviço Público, entendeu por bem e no exercício desse mesmo serviço transmitir a Final da Supertaça Cândido de Oliveira que decorrerá no próximo dia 9 de Agosto e que colocará frente a frente, como é sabido, o Sporting Clube de Portugal e o SLB».
3. Entende o participante que «[n]a promoção dessa transmissão, decidiu esse mesmo operador de televisão, difundir na sua página de Facebook» um *spot* promocional cujo conteúdo «é indiciador da leitura que a RTP faz do futebol, então este fenómeno desportivo está muito afastado do serviço público a que a estação está obrigada».
4. Acrescenta que o *spot* passou também em «antena».
5. Argumenta que «o *spot*, em vez de promover um jogo de futebol, alimenta e manipula as emoções e instintos mais primários dos adeptos (...), afasta-se da noção de fair-play que os clubes e atletas procuram a todo o momento promover, centrando-se num desfile (excessivo, de mau gosto e anti-desportivo) de situações que nada têm a ver com o jogo em causa».
6. Entende ainda que «o *spot* demonstrou a sua capacidade “incendiária” pelos comentários que arrasta consigo, por exemplo, no Facebook, sendo inevitavelmente recordado como a centelha originária na eventualidade da ocorrência de qualquer desagradável incidente extradesportivo entre os adeptos».

7. Acrescenta ainda que «[o] spot, finalmente, tem a particularidade de pretender alegadamente promover um jogo de futebol sem que surja uma única imagem de um jogador, de uma bola ou de uma jogada o que, para nós, é indiciador de que a sua missão não seja essa».
8. Conclui o participante «que a RTP não cumpre os requisitos de Serviço Público de Televisão quando é este o tratamento que dá à transmissão que a RTP se candidata a transmitir jogos de futebol, então a contribuição que todos os portugueses dão para financiar este “serviço público” não está a ser bem aplicada».

## **II. Defesa do Denunciado**

9. O denunciado foi notificado do teor da presente participação e convidado a pronunciar-se sobre o mesmo, através de ofício datado de 5 de outubro de 2015. Porém, não foi rececionada nesta Entidade, em tempo útil, qualquer oposição à mesma.

## **III. Descrição**

10. A peça em apreço compõe-se essencialmente da alternância de imagens de Jorge Jesus enquanto treinador do Sport Lisboa e Benfica (Benfica) (em diversos momentos da vida do clube: festejos; em ação a dar indicações à equipa a partir do banco do Benfica) e imagens de Jorge Jesus na sua apresentação aos sócios enquanto treinador do Sporting Clube de Portugal (Sporting), com o seguinte encandeamento:
11. Imagens de Jorge Jesus a ser abordado por um polícia que o confundiu com um adepto que tinha entrado na zona reservada aos elementos afetos à estrutura do Benfica (momento caricaturado e que foi amplamente difundido pelos Media).
12. Imagens de Jorge Jesus na apresentação oficial enquanto treinador do Sporting, a saltar: junto com o presidente do clube, Bruno de Carvalho.
13. Imagens de Jorge Jesus ao lado de Luís Filipe Vieira, Presidente do Clube, nos festejos do 34.º campeonato, enquanto se reproduzem anteriores declarações do primeiro: “Quero fazer parte da história do Benfica!”
14. Imagens de Jorge Jesus na apresentação oficial enquanto treinador do Sporting, quando este afirma: “O mais importante é o Sporting Clube de Portugal.”

15. Imagens de uma conferência de imprensa dada por Jorge Jesus enquanto treinador do Benfica, na qual este surge a torcer o nariz.
16. Imagens de Jorge Jesus na apresentação oficial enquanto treinador do Sporting, quando este afirma: “Temos que acordar o leão adormecido”
17. Imagens da águia Vitória em pleno voo [voo da águia Vitória aquando dos jogos do Benfica no seu próprio estádio] e de Jorge Jesus numa conferência de imprensa enquanto treinador do Benfica, na qual afirma: “Limpinho, limpinho”.
18. Imagens de Jorge Jesus na apresentação oficial enquanto treinador do Sporting, no momento em que se encontra a celebrar efusivamente o momento rodeado de crianças.
19. Imagens de Jorge Jesus numa conferência do Benfica, em que este afirma: “O Sporting tem sempre responsabilidade de disputar o título”.
20. Imagens de Jorge Jesus na apresentação oficial enquanto treinador do Sporting, quando afirma: “não há 2 candidatos em Portugal, há 3 candidatos em Portugal.”
21. Imagens de Jorge Jesus numa conferência do Benfica, em que este afirma: “Pode, mas...”.
22. Alguns momentos de Jorge Jesus no banco de treinador do Benfica: a gesticular e a vociferar para os seus jogadores dentro de campo e a “dançar” aquando de uma vitória na Liga dos Campeões. Surgem, por fim, os símbolos dos dois clubes e a indicação da data e da hora de início do jogo. Enquanto isso, em voz *off* afirma-se: “Este ano a Supertaça vai ser um... ai Jesus, às 20 e 45 na RTP, não perca o Benfica-Sporting mais escaldante dos últimos anos.”
23. O vídeo termina com imagens do treinador do Benfica, Rui Vitória, junto do Estádio do Benfica, acompanhado de perto por alguns adeptos, sendo que um deles diz: “Tu és capaz, tu és capaz”. Enquanto isso alguns adeptos do Benfica entoam o nome do treinador: “Vitória, Vitória...”.
24. O anúncio em referência, com a duração de 46 segundos, foi divulgado na RTP1, de 25 de julho e 9 de agosto de 2015 (conforme ficheiro em anexo), entre 5 a 10 vezes por dia, totalizando 127 reproduções, no intervalo de tempo indicado (conforme ficheiro em anexo).

#### IV. Normas aplicáveis

25. Tem aplicação o disposto nos Estatutos da ERC <sup>1</sup> (artigo 6.º, alínea c); artigo 8.º, alíneas a), d), e j), 24.º, n.º 3, alíneas a), b), e c)); a Lei da Televisão e Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP)<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro

<sup>2</sup> Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, Lei n.º 40/2014, de 9 de julho; e Lei n.º 78/2015, de 29 de julho

[artigos 2.º, 27.º, 34.º e 36.º, 50.º e 51.º]. É ainda de ter em conta o disposto no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, outorgado entre o Estado Português e a Rádio e Televisão de Portugal, S.A., em 6 de março de 2015.

## V. Análise e fundamentação

26. Conforme resulta do acima exposto, o anúncio do referido jogo foi transmitido no serviço de programas da RTP1 (e ainda na respetiva página da RTP no *facebook*).
27. A divulgação (*spot*) em causa, referindo-se a um jogo a transmitir pela RTP1, inserido na sua grelha de programação, é da responsabilidade do próprio operador, enquadrando-se, nessa medida, no âmbito da autopromoção.
28. Nos termos do disposto no artigo 2.º, n.º 1, alínea c), da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (doravante LTSAP), define-se como autopromoção: «[a] *comunicação comercial audiovisual difundida pelo operador de televisão ou por um operador de serviços audiovisuais a pedido relativa aos seus próprios produtos e serviços, incluindo os serviços de programas televisivos, os serviços audiovisuais a pedido, os programas e produtos conexos com ele directamente relacionados, bem como as obras cinematográficas e audiovisuais em que tenham participado financeiramente*».
29. A LTSAP, para além da consagração de disposições específicas relativas às comunicações comerciais audiovisuais (onde se incluem, conforme já referido, as autopromoções), estabelece a aplicação do seu regime jurídico, em matéria de liberdade de programação e seus limites, a todos os conteúdos transmitidos, incluindo as autopromoções (o n.º 7 do artigo 27.º refere expressamente que tais restrições se aplicam a quaisquer conteúdos programáticos), prevendo também obrigações gerais e de ética de antena para os operadores de televisão, devendo, neste caso, atender-se ainda às obrigações que resultam, para a RTP, do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, outorgado entre o Estado Português e a Rádio e Televisão de Portugal, S.A., em 6 de março de 2015.
30. No que respeita à transmissão em análise, note-se que não é por se tratar de uma autopromoção que deixam de ter aplicação as regras estabelecidas para os conteúdos televisivos, como aliás o Conselho Regulador já teve oportunidade de sublinhar no âmbito da Deliberação 18/CONT-TV/2011, de 5 de julho, da qual resulta que «7.3. (...) Assim, ainda que um programa não integre uma componente jornalística (...) não está desonerada de zelar pela

conformidade dos conteúdos transmitidos com os princípios ético-legais transversalmente aplicáveis a toda a programação (como sucede com o respeito pelos direitos fundamentais). Da mesma forma, em caso de violação desses princípios pode, naturalmente, o serviço de programas ser, por isso, responsabilizado».

- 31.** Ressalva-se, no entanto, que na Deliberação 19/CONT-TV/2011, de 5 de julho, que clarifica as «Linhas de Orientação da Intervenção Regulatória da ERC ao abrigo do artigo 27.º da Lei da Televisão (2006-2010)», o Conselho Regulador entendeu que «2. (...)a actuação da ERC é alheia a valores ou perspetivas individuais relacionados com a moralidade e sentimentos de decoro, bem como a uma apreciação qualitativa do bom ou mau gosto dos conteúdos».
- 32.** O artigo 34.º da LTSAP estabelece que os operadores televisivos devem observar uma “ética de antena” nas suas emissões: «1 — Todos os operadores de televisão devem garantir, na sua programação, designadamente através de práticas de auto-regulação, a observância de uma ética de antena, que assegure o respeito pela dignidade da pessoa humana, pelos direitos fundamentais e demais valores constitucionais, em especial o desenvolvimento da personalidade de crianças e adolescentes.» Sobre este conceito remete-se para a Deliberação (1-L/2006), aprovada pelo Conselho Regulador da ERC em 20 de junho de 2006, que estabelece, pág. 53): «2. [u]ma ética de antena pressupõe, antes de mais, o respeito pela lei e, por maioria de razão, o respeito pelo público, traduzido, nomeadamente, no cumprimento dos programas e horários anunciados, com exclusão de estratégias de ‘contra-programação’ e de atropelo de princípios éticos e deontológicos, ainda que apresentados em nome do gosto das audiências».
- 33.** O artigo 36.º da mesma lei prevê, por sua vez, ainda no âmbito das obrigações a que os operadores se encontram adstritos, o respeito pelos direitos dos telespectadores: «1 - Cada serviço de programas televisivo deve adoptar um estatuto editorial que defina clara e detalhadamente, com carácter vinculativo, a sua orientação e objectivos e inclua o compromisso de respeitar os direitos dos espectadores, bem como os princípios deontológicos dos jornalistas e a ética profissional».
- 34.** Considerando que a RTP é a concessionária do serviço público de televisão, acrescem as obrigações decorrentes dessa condição, com referência à missão do serviço público de televisão e objetivos a prosseguir.
- 35.** Desse modo veja-se, no que respeita às obrigações que decorrem para a concessionária do serviço público, a propósito de programas cuja temática seja o desporto, o Parecer 18/2014,

adotado pelo Conselho Regulador da ERC, em 12 de fevereiro de 2014 (proposta de Contrato de Concessão de Serviço Público de Rádio e de Televisão) no qual se escreve (página 10): «[...]Falamos de jogos de futebol porque, substancialmente, são esses espetáculos desportivos que suscitam maior cobiça e disputa por parte dos diversos agentes [...]», prosseguindo: «a Concessionária já tem a obrigação de encarar os acontecimentos de interesse generalizado do público na perspectiva da sua missão de serviço público e à luz dos princípios de atuação que lhe são ditados na cláusula 4.<sup>a</sup>».

36. A cláusula 4.<sup>a</sup> prevê: «A Concessionaria garante, nos termos do n.º 2 do artigo 50.º da Lei da Televisão, e do n.º 2 do artigo 48.º da Lei da Rádio, que a prestação do serviço público ocorre na estrita observância dos princípios da universalidade e da coesão nacional, da diversificação, da qualidade, da diferenciação e da indivisibilidade da programação, do pluralismo e do rigor, da isenção e da independência da informação, bem como do princípio da inovação» (cuja redação se aproxima n.º 2 do artigo 50.º da LTSAP).
37. Por sua vez, o artigo 51.º, n.º 1, da LTSAP estabelece: «A concessionária do serviço público de televisão deve, de acordo com os princípios enunciados no artigo anterior, apresentar uma programação que promova a formação cultural e cívica dos telespectadores, garantindo o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade» (referindo-se aos princípios indicados no já referido n.º 2 do artigo 50.º, e cujo teor se aproxima da redação da cláusula 4.º do contrato de concessão).
38. Ora, nos programas relacionados com o futebol (jogos e outros programas) é conhecida a conflituosidade latente entre os adeptos dos vários clubes desportivos, sendo um facto do conhecimento do público (em geral) que um jogo entre os clubes de futebol acima identificados (Sporting e Benfica) suscita habitualmente reações entusiásticas dos respetivos clubes e adeptos.
39. No anúncio do referido jogo, conforme acima descrito (ver descrição), a tónica é colocada no atual treinador do Sporting Clube de Portugal, através de referências irónicas ao seu papel (voz e imagem) enquanto treinador, considerando que o mesmo exerceu, anteriormente, funções no clube com o qual se defronta no jogo anunciado (Sport Lisboa e Benfica).
40. A referida autopromoção (daquele jogo de futebol) apresenta um carácter sensacionalista e irónico (e note-se que foi divulgado várias vezes ao dia, entre os dias 25 de julho e 9 de agosto de 2015) para se referir a um evento desportivo, que tem a especificidade de opor dois dos maiores clubes de futebol portugueses. Da sua visualização, resulta evidente que o enfoque da

autopromoção não se centra em promover o espetáculo desportivo, mas favorece também o acicatar os ânimos por si só já animados entre os adeptos dos dois clubes, por referência ao treinador.

- 41.** Entende o Conselho Regulador que o tratamento a conferir a anúncios deste tipo de competições deve também pautar-se por critérios éticos e de qualidade - o que, na presente situação não se verificou, considerando o teor e linguagem sensacionalistas a que recorre a referida autopromoção, e sem qualquer correspondência direta com o evento propriamente dito. De facto, a divulgação de comportamentos que de algum modo possam instigar a discórdia entre clubes e seus adeptos não se coadunam com tais padrões qualidade.
- 42.** Nesse mesmo sentido, remete-se uma vez mais para a já referida Deliberação 18/CONT-TV/2011, que a propósito de um programa desportivo que integrava comentários/opinião transmitidos por determinado operador televisivo, referia: «Não obstante o que antecede, e porque a conflitualidade dos comentários formulados nas suas emissões se vem renovando, deve a (...) cuidar de adoptar uma ética de antena consentânea com os seus deveres e com a sua responsabilidade social, de modo a evitar que, quer através dos seus colaboradores, quer através daqueles que convida a participar nos seus programas, possam surgir situações de transmissão ao público de mensagens propensas aos desenvolvimento do ódio clubístico».
- 43.** Assim, e em conclusão, julga-se que na presente situação se fomenta a discórdia entre aqueles dois clubes desportivos, através da difusão de uma mensagem autopromocional (de evento desportivo a transmitir naquela estação televisiva) que, ao invés de se centrar no evento desportivo propriamente dito, se cinge à conflitualidade latente entre clubes, através da composição de imagens e de discursos, que em nada dignificam um evento desportivo (nos termos acima descritos).
- 44.** Esta conduta viola as obrigações de ética de antena e respeito pelos direitos dos telespectadores, a cargo do respetivo operador televisivo, e traduz ainda uma violação das suas obrigações, enquanto entidade concessionária do serviço de televisão (RTP), nos termos expostos.
- 45.** Em conclusão, tratando-se de um evento desportivo, do interesse dos telespectadores de forma generalizada, que opunha dois dos maiores clubes de futebol portugueses, exigia-se a adoção de critérios de qualidade e respeito pelos direitos dos telespectadores, devendo o operador abster-se de referências sensacionalistas na sua divulgação, realçando-se que,



tratando-se de um conteúdo autopromocional, as observações em referência são imputáveis à própria estação televisiva.

## **VI. Deliberação**

Tendo sido apreciada uma participação efetuada pelo Sporting Clube de Portugal contra a Rádio e Televisão de Portugal, S.A., a propósito da exibição de um vídeo promocional (autopromoção) à transmissão televisiva do encontro relativo à Supertaça Cândido de Oliveira, entre o Sporting Clube de Portugal e o Sport Lisboa e Benfica, em 30 de julho de 2015, emitido no serviço de programas RTP1;

Considerando que se tratava da divulgação de um evento desportivo, de interesse generalizado dos telespectadores, que opunha dois dos maiores clubes de futebol portugueses;

Verificando-se que a referida promoção recorreu à utilização de imagens e discurso, em tom caricatural e com carácter sensacionalista, sem correspondência direta com o evento desportivo propriamente dito, na medida em que se cingiu praticamente à divulgação de imagens do atual treinador Sporting Clube de Portugal;

Atendendo às obrigações decorrentes da lei (LTSAP) para os operadores televisivos em matéria de ética de antena e qualidade da programação, e ainda às obrigações que resultam para a RTP, enquanto concessionária do serviço público de televisão;

Conclui-se que não foram observados os critérios de qualidade exigíveis para a promoção do referido jogo de futebol, nem respeitados os direitos dos telespectadores, verificando-se que o operador Rádio e Televisão de Portugal, S.A., deveria ter-se absterido de referências sensacionalistas e promotoras de discórdia entre os clubes em competição na sua divulgação, com referência ao disposto na LTSAP a propósito das obrigações gerais dos operadores (artigos 34.º e 36.º) e obrigações que decorrem para a RTP, do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, outorgado entre o Estado Português e a Rádio e Televisão de Portugal, S.A., em 6 de março de 2015.

Assim, o Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, conclui que não foram observadas as obrigações que decorrem para RTP- Rádio e Televisão de Portugal, S.A., previstas nos artigos 34.º e 36.º, 50.º, n.º 2, e 51.º, n.º 1.º, da LTSAP e da cláusula 4.º do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, outorgado entre o Estado Português e a Rádio e Televisão de Portugal, S.A., em 6 de março de 2015.

Lisboa, 22 de novembro de 2016

O Conselho Regulador,

Carlos Magno

Alberto Arons de Carvalho

Luísa Roseira

Raquel Alexandra Castro