

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



**Deliberação  
20/CONT-TV/2009**

ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Queixas de Nuno Magalhães, António Cordeiro, Ana Luzia Raposo e Confederação Geral dos Trabalhadores Portugueses contra o serviço de programas “Antena 1” e a Rádio e Televisão de Portugal, S.A.**

Lisboa

22 de Julho de 2009

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

### **Deliberação 20/CONT-TV/2009**

**Assunto:** Queixas de Nuno Magalhães, António Cordeiro, Ana Luzia Raposo e Confederação Geral dos Trabalhadores Portugueses contra o serviço de programas “Antena 1” e a Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

#### **I. Identificação das partes**

Nuno Magalhães, António Cordeiro, Ana Luzia Raposo e Confederação Geral dos Trabalhadores Portugueses, conjuntamente referidos como Queixosos, e o serviço de programas “Antena 1” e a Rádio e Televisão de Portugal, S.A., na qualidade de Denunciados.

#### **II. Objecto das queixas**

As diversas queixas têm por objecto a alegada violação, pelos Denunciados, de limites legais em matéria de conteúdos televisivos, através de um *spot* de promoção da “Antena 1” que foi emitido nos serviços de programas da Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

#### **III. Factos apurados**

1. Deram entrada na ERC, em 20 de Março de 2009, três queixas, subscritas por Nuno Magalhães, António Cordeiro e Ana Luzia Raposo, contra o serviço de programas “Antena 1” e a Rádio e Televisão de Portugal, S.A., relativas a um *spot* de promoção daquele, que foi emitido noutros serviços de programas da RTP.
2. Os Queixosos referem que o *spot* em causa pretende “ridicularizar quem protesta nas manifestações”, “minimizar o crescente mal-estar da sociedade portuguesa”,

- “enxovalham de um direito fundamental estabelecido na Constituição Portuguesa (Direito de Manifestação), provavelmente tentando a promoção de ideais de extrema-direita” (*sic*), e que representa “uma ingerência inadmissível do canal estatal sobre o direito de reunião e manifestação e alinhamento inqualificável com posturas governamentais”.
3. Em 27 de Março, deu entrada na ERC uma queixa da Confederação Geral dos Trabalhadores Portugueses (CGTP), relativa ao mesmo *spot*. Sustenta que a “Antena 1” assumiu, nesse anúncio, consciente e objectivamente, uma postura de crítica face aos cidadãos que se manifestam, veiculando a ideia de tratarem-se de maus cidadãos, que não cumprem horários nem possuem qualquer noção de solidariedade e de respeito pelos outros, “quem quer chegar a horas”. Os termos do referido *spot* são incentivadores, no entender da queixosa, de actuações de pessoas ou grupos contrárias ao direito de manifestação, o que poderia até dar origem a perturbações da ordem pública em manifestações futuras. Refere, por fim, que a concepção individualista de cidadania, alegadamente ínsita ao *spot* em causa, é contrária à missão de serviço público que se encontra confiada a ambas as Denunciadas, viola o direito de manifestação, constitucionalmente consagrado, o dever de isenção e até mesmo o princípio da coesão nacional, previsto no contrato de concessão de serviço público de televisão, ao opor “cidadãos manifestantes” a “cidadãos não manifestantes”. A CGTP requer, assim, ao Conselho Regulador, que adopte as medidas necessárias à responsabilização dos responsáveis pela aprovação e difusão do anúncio, assim como para evitar situações idênticas no futuro, e que proteja a isenção política da Rádio e Televisão de Portugal, S.A.
  4. O anúncio em apreço, de cerca de meio minuto, inicia-se com imagens de uma fila de carros parados e, num deles, com o rádio ligado na “Antena 1”, a jornalista Eduarda Maio comunica ao condutor que não vale a pena ir naquela direcção, pois a via está bloqueada por uma manifestação. Quando este lhe pergunta contra quem é o protesto, a jornalista responde-lhe que é contra ele e “contra quem quer chegar a horas”.

5. O anúncio foi objecto de grande celeuma pública, com os líderes dos partidos políticos representados na Assembleia da República, assim como alguns representantes de associações sindicais, insurgindo-se contra o seu teor.
6. Em 20 de Março do presente ano, na sequência de um parecer conjunto dos provedores do ouvinte e do telespectador (disponível em [http://ww1.rtp.pt/wportal/grupo/provedor\\_telespectador/pareceres.php](http://ww1.rtp.pt/wportal/grupo/provedor_telespectador/pareceres.php)), a RTP entendeu por bem não prosseguir as emissões do referido anúncio. Nesse próprio dia, conforme é do conhecimento público, o anúncio em questão deixou de ser difundido.
7. Notificada, nos termos legais, para se pronunciar sobre o objecto das queixas, veio a RTPN referir que aquele serviço de programas não teve qualquer responsabilidade na concepção, elaboração e emissão do *spot* em causa, não surgindo mencionado em nenhuma das queixas.
8. A Rádio e Televisão de Portugal, S.A., através do seu Conselho de Administração, e após audição dos directores dos diversos serviços de programas, referiu que a campanha publicitária em crise era composta por três *spots* onde intervinham figuras conhecidas da Antena 1, não tendo qualquer objectivo político ou de ataque fosse a quem fosse.
9. Com tal campanha, pretendia-se essencialmente promover a imagem da estação como uma rádio actual, moderna, urbana e socialmente interventiva, capaz de transmitir confiança e de gerar afectos e cumplicidade, com recurso a um registo comunicacional directo, actual e descontraído. Em suma, pretendia-se desconstruir a ideia de uma rádio “sisuda”. Assim, os diversos *spots* mostravam os ouvintes em conversa informal, através dos aparelhos de rádio, com figuras da Antena 1.
10. O Plano de emissão da campanha teve início em 26 de Fevereiro na RTP 1, RTP2, RTP Memória e RTPN. Naquele mês, o anúncio em causa teve 4 exhibições na RTP1, 4 na RTP2, 3 na RTP Memória e 4 na RTPN; em Março foram contabilizadas 26 exhibições na RTP1, 30 na RTP2, 131 na RTP Memória e 28 na RTPN. O plano de emissão contemplou todos os slots horários.

11. Apesar de, numa perspectiva jurídica, a RTP entender que o anúncio não violava quaisquer normas constitucionais ou legais, o anúncio foi retirado de circulação assim que se percebeu que o mesmo estava a ser objecto de interpretações que em nada coincidiam, em seu entender, com a mensagem que se pretendia transmitir.

#### IV. Análise e fundamentação

12. Importa notar que o artigo 74.º, n.º 1, alínea d), do Código do Procedimento Administrativo (doravante, “CPA”) exige que qualquer requerimento inicial, mediante o qual é deduzida uma pretensão perante um órgão da Administração, contenha “[a] indicação do pedido, em termos claros e precisos”, sendo liminarmente indeferidos, nos termos do artigo 76.º, n.º 3, do CPA, “aqueles cujo pedido seja ininteligível”. Entra nesta categoria uma das três queixas que não contém qualquer pedido, apenas umas breves considerações sobre o *spot*, assim como a outra que é rematada com “Que se demita quem aprovou este anúncio. E, no mínimo, a RTP deve um pedido de desculpas aos portugueses”.
13. Todavia, os vícios apontados *supra* não impedem, em absoluto, uma pronúncia da ERC sobre este caso – não só por força do princípio do inquisitório, plasmado no artigo 56.º do CPA, que permite a qualquer órgão administrativo “proceder às diligências que considere convenientes para a instrução, ainda que sobre matérias não mencionadas nos requerimentos ou nas respostas dos interessados, e decidir coisa diferente ou mais ampla do que a pedida, quando o interesse público assim o exigir”, como pelo facto de, em qualquer caso, constituir um poder funcional da ERC averiguar *ex officio* situações de eventual violação de direitos fundamentais ou de incumprimento das normas reguladoras dos *media*, independentemente de qualquer queixa ou denúncia dos interessados, na medida em que o interesse público o justifique. Tal resulta, claramente, do disposto no artigo 53.º, assim como, de forma sumamente clara, do artigo 64.º, n.º 1, ambos

dos Estatutos da ERC (doravante, EstERC), aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro.

- 14.** Passando à análise da substância das queixas, o desfecho do caso mediático que lhes deu origem merece, desde logo, uma nota tendo em conta que o Conselho Regulador da ERC – em cumprimento, aliás, do disposto no artigo 9.º dos EstERC – tem promovido diversas iniciativas no sentido de incentivar a adopção de mecanismos de auto-regulação pelas entidades que prosseguem actividades de comunicação social e pelos demais intervenientes no sector, importa salientar, no presente caso, o facto de *a RTP ter reagido rápida e positivamente às críticas que lhe foram dirigidas, na sequência da recomendação comum dos Provedores do ouvinte e do telespectador*. Iniciativa esta que aflorou as questões mais relevantes que, do ponto de vista jurídico, o presente caso pode suscitar: o conflito entre a liberdade de expressão e o direito de manifestação, à luz das específicas responsabilidades e vinculações que oneram as entidades concessionárias de serviços públicos de televisão e de radiodifusão.
- 15.** Em face dos acontecimentos expostos, não pode deixar de concluir-se que a utilidade prática que poderia resultar de uma intervenção da ERC, neste domínio, se encontra prejudicada. É certo que o teor implícito do anúncio em causa, sem que pareça de nenhum modo susceptível de gerar um cenário de fractura social e subversão da ordem jurídico-constitucional semelhante àquele que em traços tão expressivos é descrito por alguns dos Queixosos, não pode ser analisado sem que se considerem os recursos narrativos presentes em qualquer discurso publicitário, nomeadamente, as diferentes leituras que o mesmo proporciona aos níveis conotativo, denotativo e polissémico. Há sempre uma intencionalidade oculta e sentido duplo de forma a provocar o receptor. Na realidade, o anúncio em crise, não refere o tipo de manifestação – de contestação ou de apoio, político, religioso, académico, etc. -, deixando ao receptor a respectiva descodificação. E essa é feita com os códigos de cada receptor associando-os aos sentidos introduzidos pela narrativa, aos valores e temas que, no momento do planeamento da emissão, circulam na sociedade.

16. Só assim se compreende que as queixas aqui referenciadas tenham surgido apenas vinte e dois dias após o início da campanha - a primeira ocorreu logo em 26 de Fevereiro -, com exibições diárias do anúncio em causa, tendo o seu planeamento coincido, na segunda quinzena de Março, com o contexto de grandes manifestações, impossíveis de prever nos meses que antecederam a concepção, aprovação, produção e planeamento da emissão.
17. Admite-se, pois, que o impacte da iniciativa auto-promocional da RTP tenha sido amplificado por acontecimentos que escaparam ao seu controlo, fazendo-a rodear de uma controvérsia inesperada para o operador.
18. Em qualquer caso e seja qual for a apreciação feita sobre a qualidade criativa da campanha, não pode a concessionária do serviço público de rádio e televisão - entidade com um dever acrescido de cautela no tocante à conformidade dos conteúdos difundidos – ficar dispensada de proceder a uma análise mais profunda e preventiva das múltiplas leituras que um texto promocional ou publicitário pode conter, de forma a evitar associações de ideias ou interpretações que possam conflitar com os valores plasmados na Constituição da República Portuguesa e, em especial, com o conjunto dos direitos, liberdades e garantias que ela reconhece a todos os cidadãos, também nos planos social e laboral. Assim, importa exortar a uma análise criteriosa, pela “Antena 1” e Rádio e Televisão de Portugal, S.A., na concepção, planeamento e difusão dos conteúdos promocionais e outros, no sentido da sua adequação à missão de serviço público, de modo a evitar a ocorrência de semelhantes situações no futuro.

#### **IV. Deliberação**

*Tendo apreciado* queixas de Nuno Magalhães, António Cordeiro e Ana Luzia Raposo, assim como da Confederação Geral dos Trabalhadores Portugueses (CGTP) contra a emissora radiofónica “Antena 1” e a Rádio e Televisão de Portugal, S.A., com fundamento na alegada violação, pelos Denunciados, de limites legais em matéria de

conteúdos televisivos, através de um *spot* de promoção da “Antena 1” que foi emitido nos serviços de programas da Rádio e Televisão de Portugal, S.A.;

*Verificando* que o alcance prático da sua intervenção se encontra já prejudicado pelo facto de a concessionária do serviço público ter feito cessar a difusão daquele *spot*, após recomendação conjunta dos Provedores do ouvinte e do espectador;

O Conselho Regulador da ERC, ao abrigo do disposto nos artigos 8.º, alínea a), e 24.º, n.º 3, alínea a), dos Estatutos anexos à Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, delibera exortar a uma análise criteriosa, pela “Antena 1” e Rádio e Televisão de Portugal, S.A., da concepção, planeamento e difusão dos seus conteúdos promocionais ou publicitários de modo a evitar a ocorrência de semelhantes situações no futuro.

Lisboa, 22 de Julho 2009

O Conselho Regulador

José Alberto de Azeredo Lopes

Elísio Cabral de Oliveira

Luís Gonçalves da Silva (voto contra com declaração de voto)

Maria Estrela Serrano (com declaração de voto)

Rui Assis Ferreira