

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

Deliberação

12/CONT-TV/2010

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Participação de António Nunes contra o programa A Festa das
Vindimas, exibido na RTP1 entre 15 e 19 de Setembro de 2008**

Lisboa
21 de Abril de 2010

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação 12/CONT-TV/2010

Assunto: Participação de António Nunes contra o programa *A Festa das Vindimas*, exibido na RTP1 entre 15 e 19 de Setembro de 2008

I. Identificação das partes

António Nunes como Denunciante e RTP1 como Denunciada.

II. A participação

1. Deu entrada na ERC, em 14 de Outubro de 2008, uma participação subscrita por António Nunes relativa ao programa *A Festa das Vindimas*, exibido na RTP1 entre 15 e 19 de Setembro. Trata-se de um conjunto de cinco programas, com a duração unitária de 6 horas, emitidos das 10h00 às 13h00 e as 15h00 às 18h00, em substituição do programa *Praça da Alegria e Portugal no Coração*, respectivamente.
2. O Denunciante, que não especifica exactamente se se refere a uma exibição particular ou à totalidade das edições do programa, sustenta que “*constantemente se fazia de forma camuflada, mas afinal evidente, a promoção de vinhos, com marcas, variedades, etc.*” Acrescenta que, na sua opinião, esta referência às marcas constitui publicidade e que, assim sendo, o programa “*teria de passar depois das 22:00h*”.

III. Descrição do programa

3. O programa *A Festa das Vindimas* foi um “especial” exibido pela RTP1 em substituição do programa da manhã *Praça de Alegria* e da tarde *Portugal no Coração*,

conduzido pelos mesmos apresentadores, entre 15 e 19 de Setembro, período que corresponde ao início da época das vindimas.

4. A proposta do programa, de acordo com a informação disponível no sítio electrónico da RTP, era a de *“celebrar as vindimas”* que *“são uma tradição em Portugal e celebradas um pouco por todo o país. O mês de Setembro anuncia a chegada das vindimas que são sempre vividas com muito trabalho, mas também com sinais de festa e de confraternização”*.

5. Num percurso pelas principais regiões de vinha do país (Minho, Península de Setúbal e Ribatejo, Douro e Trás-os-Montes, Alentejo e Algarve e a zona da Bairrada), o programa, transmitido em directo, ao ar livre e com a presença de público, promove entrevistas com trabalhadores das vindimas, escanções, produtores de vinho, representantes de cooperativas; dá a conhecer os solares e a actividade turística associada à exploração vitivinícola; refere-se à gastronomia, ao ambiente de trabalho na vinha, às várias fases da produção do vinho, do cultivo da vinha ao engarrafamento; aborda a história das quintas e dos solares, etc.. A abordagem destas temáticas é intercalada pela actuação de intérpretes de músicas tradicionais e populares, criando no programa uma atmosfera de festa.

6. Consta-se que em alguns momentos são mostradas garrafas durante a exibição de imagens que retratam o ciclo de produção do vinho, normalmente através de imagens em movimento. Também no decurso de algumas entrevistas, são visíveis as garrafas de vinho e os respectivos rótulos em imagens estáticas, normalmente quando o produtor ou o escanção entrevistados apresentam mais detalhadamente as características do produto vinícola.

IV. Argumentação do Denunciado

7. Na sequência da notificação do Denunciado pela ERC sobre o conteúdo da Participação, bem como do direito de apresentar oposição à mesma, a RTP, em resposta com entrada na ERC a 25 de Novembro 2008, defende que o programa *“teve como objectivo dar a conhecer a gastronomia, as festas e padroeiros relacionados com o*

vinho, a história e indústria associada à produção vinícola, o processo e tradição das vindimas, para além de outros aspectos que acentuam a distinção de cada região do país.”

8. Acrescenta que “[s]em prejuízo do seu carácter de entretenimento, os referidos programas pretendiam uma abordagem exaustiva dos temas tratados, dando a conhecer, para além das tradições ancestrais das diferentes regiões, um sector económico de manifesta importância para o país.

9. Entende ainda o Denunciado que “numa abordagem desta natureza, referências a produtos são, por vezes, inevitáveis não havendo, no entanto, qualquer objectivo directo ou indirecto de promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços, nomeadamente, quaisquer vinhos ou outras bebidas alcoólicas”, objectivo que constitui “critério essencial para caracterizar o conceito de publicidade”.

V. Análise e fundamentação

10. 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.

11. 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.”

12. 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) como se deve processar a inserção de publicidade na televisão, bem como (iii) a televenda.

13. De acordo com o disposto da alínea a) do ponto 1 do artigo 3.º do do mesmo diploma, “[c]onsidera-se publicidade (...) qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objectivo directo ou indirecto de: a) Promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços (...)”

14. A *Festa das Vindimas* foi, como referido supra, um programa especial emitido no início da época das vindimas, cujo objectivo, divulgado no sítio electrónico do operador, era “celebrar as vindimas”, tradição comemorada “um pouco por todo o país”.

15. Visionados os programas sob participação, constata-se que se dedicam essencialmente à apresentação do vinho como um produto enraizado na cultura portuguesa, sublinhando vários dos aspectos que se lhe encontram associados, como a selecção de castas, a sua importância económica, os métodos de produção e conservação, a gastronomia, as garrafeiras, o turismo... Trata-se, portanto, de fazer sobressair os diferentes elementos que constituem a designada *festa das vindimas*, numa perspectiva pedagógica e de promoção das regiões vinícolas, em que o vinho surge representado como um elemento de identidade e de cultura marcante e enraizado nas vivências ibéricas há mais de 4000 anos.

16. Ora, a presença dos produtos vinícolas no programa em causa pretende essencialmente ilustrar as entrevistas realizadas e reforçar a ideia de que o vinho é um produto nacional de grande qualidade e importância na economia e tradição nacionais. Aliás, as referências às castas das regiões são mais frequentes do que as próprias marcas dos vinhos.

17. Acresce ainda que a baixa frequência e a rapidez com que as garrafas e os rótulos são exibidos não permitem ao espectador fixar-se em algum deles em particular, pelo que o efeito de exposição ao produto em si dificilmente pode levar o consumidor a familiarizar-se com a marca, num sentido de reforço de níveis de reconhecimento e recordação, como seria característico caso se tratasse de uma mensagem de cariz publicitário.

18. No visionamento das diferentes edições também não se verificou qualquer apologia ou incentivo ao consumo excessivo ou irresponsável de bebidas alcoólicas, ou qualquer apelo ao consumo por menores. Pelo contrário, o programa refere-se sobretudo a um tipo de consumo de vinho moderado, seleccionado e requintado, por oposição a um consumo massivo e irresponsável.

19. Não foram, portanto, identificados quaisquer factos que possam constituir uma violação do previsto no n.º2 do artigo 17.º, do Código da Publicidade, onde se estabelece uma limitação horária, entre as 7 horas e as 22 horas e 30 minutos, à apresentação de publicidade relativa a bebidas alcoólicas, na medida em que dificilmente se pode considerar que alguma das mensagens divulgadas relativas a vinhos ou marcas de vinho possam ser consideradas como uma forma de publicidade comercial.

20. Em síntese, da análise efectuada, resulta que este programa especial da RTP1 foi orientado essencialmente no sentido de promover a *festa das vindimas* enquanto acontecimento sazonal enraizado na nossa cultura popular, não se vislumbrando qualquer correspondência directa entre a sua concepção e possíveis interesses comerciais explícitos ou a promoção de interesses não declarados de patrocinadores.

VI. Deliberação

Tendo apreciado uma participação de António Nunes contra o programa *A Festa das Vindimas*, exibido na RTP1 entre 15 e 19 de Setembro de 2008, sobre a alegada violação dos limites horários impostos à publicidade a bebidas alcoólicas, o Conselho Regulador, ao abrigo do artigo 58º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro,

Delibera arquivar a participação por considerar que o programa em apreço não prossegue qualquer intenção que possa ser confundida com a exibição de mensagens publicitárias.

Lisboa, 21 de Abril de 2010

O Conselho Regulador

José Alberto de Azeredo Lopes
Elísio Cabral de Oliveira
Maria Estrela Serrano