

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

Deliberação

38/CONT-TV/2011

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Participação de João Paulo Torres contra a TVI, tendo como objecto a exibição em directo de uma cirurgia às pálpebras no programa *Você na TV*

Lisboa
29 de Novembro de 2011

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação 38/CONT-TV/2011

Assunto: Participação de João Paulo Torres contra a TVI, tendo como objecto a exibição em directo de uma cirurgia às pálpebras no programa *Você na TV*

I. Exposição

1. No dia 3 de Maio de 2011 deu entrada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) uma participação contra a edição do dia anterior do programa *Você na TV*, exibido na TVI.
2. A participação tem como fundamento a transmissão, cerca das 11h, de uma cirurgia plástica, a qual foi apresentada “sem qualquer restrição de imagens, [e] focando o corte e a retirada dos tecidos corporais” em excesso das pálpebras de uma paciente.

II. Descrição

3. O *Você na TV* é um programa de entretenimento, do género *talk show*, exibido na TVI entre segunda e sexta-feira, no período da manhã (10h-13h).
4. No dia 2 de Maio de 2011, foram mostradas imagens de uma blefaroplastia, uma intervenção cirúrgica de excisão do excesso de pele e de gordura que se acumulam na zona das pálpebras.
5. A partir da Clínica Milénio, propriedade do Dr. Ângelo Rebelo, a apresentadora de *Você na TV* acompanha, em directo, a cirurgia plástica efectuada, que dura entre 30 a 45 minutos, e da qual são mostradas três etapas distintas no decurso do *talk show* da TVI.
6. A primeira ligação à clínica, com cerca de sete minutos de duração, é feita no início do programa, perto das 10h05. Manuel Luís Goucha, em estúdio, estabelece o

contacto com Cristina Ferreira, que explica qual o objectivo da sua visita à Clínica Milénio:

Hoje vamos ver como é que essa cirurgia se faz. E diz o Dr. Ângelo Rebelo que é muito engraçada. Porque para o Dr. Ângelo Rebelo estas cirurgias são todas fantásticas. E claro que para si, aí em casa, que nunca viu em directo, também o são. Porque diz que vamos ver mesmo as peles a sair, e tudo. Eu estou curiosa. E toda a gente me pergunta: E tu, não te faz impressão? Por acaso, não! Estar dentro da sala de cirurgias até é bem mais agradável do que, certamente, estar a ver através do televisor. Tenho aqui o câmara já quase a desmaiar. Mas isso é outra conversa. [risos] Assim que eu lhe disse, ao David, que íamos ver as peles e tudo ele ficou já a tremer das pernas. Mas vai tudo correr bem.

7. A apresentadora refere ainda que aquela é uma operação que nunca foi vista em televisão.
8. Junto à paciente e ao Dr. Ângelo Rebelo (AR), que explica a intervenção, Cristina Ferreira (CF) pergunta:
CF - *E quando o doutor diz que vamos ver tirar as peles, vamos ver tirar o quê?*
AR - *Vamos retirar a pele que está em excesso.*
CF - *E vê-se a pele a sair?*
AR - *Sim, vamos tirá-la. Vamos ver a pele a sair.*
9. No fecho desta primeira ligação, Manuel Luís Goucha, a partir do estúdio, ironiza: *Diz, entretanto, ao nosso operador de câmara, o David, que se ele desmaiar é maricas!* [em conversa com a co-apresentadora sobre o desconforto sentido pelo repórter de imagem]
10. Durante o directo, em oráculo, são indicados os contactos da clínica em que decorre a cirurgia, designadamente o sítio electrónico, o número de telefone e o endereço electrónico do Dr. Ângelo Rebelo.
11. O segundo directo tem lugar aproximadamente 15 minutos depois, já a partir do bloco operatório. São agora transmitidas imagens, em plano de detalhe, do processo de corte da pálpebra da paciente com um bisturi. O sangramento é reduzido, dado

que, tal como o clínico elucida, foi administrado um anestésico local que provoca a vasoconstrição.

12. Durante o procedimento Cristina Ferreira afirma: *O que nos permite também estar a ver em directo para que não cause realmente tanta aflição a quem está lá em casa. Porque eu acho que as cirurgias antigamente, com muito sangue, faziam confusão. Não é? Mas nós já vimos aqui, mesmo nas intervenções que fizemos às mamas, que hoje em dia já quase não se vê nada, não é?*
13. Após a incisão da pálpebra, a cirurgia prossegue com o corte e a extracção da pele em excesso, que vai sendo puxada com uma pinça cirúrgica. O corte da pele, e subsequente coagulação, é feito com um aparelho de radiofrequência, cujo ruído de cauterização é perfeitamente audível. Vê-se também o fumo que emana dos pontos de contacto com a pele.
14. Interpelado por Cristina Ferreira sobre se está a acompanhar o procedimento, Manuel Luís Goucha declara, enquanto se abana com umas folhas de papel: *Eu não consigo, faz-me impressão. Já me estou a sentir mal, também. Já me estou a sentir mal. (...) Sabes como é que eu sei que estou aflito? Começo a suar. Estou a suar, estou a sentir muito calor! Que horror!*
15. *Isto só custa o primeiro minuto*, refere a apresentadora mais à frente na emissão.
16. A câmara mostra a porção de pele retirada, incluindo uma faixa de músculo orbicular dos olhos, seguindo-se a sutura, durante a qual é de novo focada a pálpebra da paciente, agora sem aquela pele. O procedimento avança para a “pesca”, como apelida o clínico, da “bolsinha de gordura” localizada na pálpebra superior.
17. Há um novo grande plano da zona intervencionada. Duas mãos enluvadas esticam a pele, enquanto o cirurgião continua a abrir a pele com o aparelho de radiofrequência e procura a gordura indesejada com uma pinça.
18. Cristina Ferreira afirma que se percebe, a partir daquele tipo de intervenção, que tudo é muito simples dentro dos blocos operatórios, não devendo causar qualquer temor.
19. A seguir, é o momento de coser a pálpebra, assistindo-se ao processo de execução dos pontos.

20. Este directo tem uma duração de, sensivelmente, dez minutos. Também neste directo se divulgam os contactos da clínica. Neste caso, o oráculo surge em dois momentos distintos e, no segundo, fica no ar durante largos minutos (três minutos e meio).
21. Já na segunda parte de *Você na TV* é feita a terceira e última ligação à clínica. Antes, o apresentador do programa, em estúdio, relembra que a cirurgia tem lugar na Clínica Milénio e que, graças à “generosidade do Dr. Ângelo Rebelo e da Clínica Milénio”, tem sido possível partilhar com os espectadores diferentes intervenções cirúrgicas.
22. O último directo mostra o processo de excisão das bolsas de gordura localizadas na pálpebra inferior. Ao contrário da superior, nesta pálpebra é aplicada uma técnica fechada que requer uma pequena incisão na pele, de apenas 2 milímetros.
23. No directo pode observar-se, em plano de detalhe, o processo de “pesca” e de excisão das referidas bolsas. Assim, através da abertura feita no rosto da paciente sai, puxada pela pinça cirúrgica, uma bola amarelada de gordura, que é depois cortada com o aparelho de radiofrequência.
24. Esta última ligação à clínica tem uma duração aproximada de seis minutos.

III. Diligências

25. Após o visionamento das imagens da cirurgia transmitida pela TVI, no programa *Você na TV*, o Conselho Regulador da ERC detectou que clínica na qual se realizava o procedimento cirúrgico era ostensivamente publicitada, o que poderia configurar uma violação do disposto no artigo 41.º-A da Lei da Televisão, relativo à colocação de produto e ajuda à produção.
26. Assim, o Conselho Regulador da ERC começou por notificar a TVI para se pronunciar sobre a situação denunciada pela participante, para depois colocar à sua consideração a questão da publicidade, através de um projecto de deliberação.

IV. Argumentação da TVI

27. Informada do teor da participação remetida à ERC, a TVI, através de representante legal, começa por defender que “não se vislumbra em tais imagens qualquer elemento passível de influenciar de modo negativo a personalidade de quem quer que seja ou que possam influir de modo negativo na formação de crianças.”
28. A TVI sustenta que as imagens não revelam qualquer cariz violento ou impressionante, acrescentando que não é “afectado qualquer órgão essencial”, nem está “em causa qualquer cirurgia vital ou de grande risco para a saúde.”
29. Por outro lado, sustenta que o acompanhamento que é feito da cirurgia, ao enquadrar e explicar todos os passos do processo, acaba por retirar a carga dramática ou perturbadora que as imagens pudessem ter.
30. Em resposta à posterior notificação pelo Conselho Regulador da ERC do projecto de deliberação, no qual se pronunciava sobre a inclusão de publicidade ilícita no programa, a TVI considerou que essa matéria não podia ser apreciada no âmbito do presente procedimento da queixa, quer porque esse assunto não havia sido objecto de qualquer queixa ou participação, quer porque, à data em que pela primeira vez a TVI foi confrontada com esses factos, se encontravam manifestamente excedidos os prazos do artigo 55.º dos Estatutos da ERC.
31. Ainda que assim não fosse, declara que “não tem qualquer sustentação a tese avançada no projecto de deliberação. Em primeiro lugar, o programa *Você na TV* é, de há muito tempo a esta parte, identificado como sendo objecto de colocação de produto. (...) Em segundo lugar, este é um conteúdo editorial, onde inexistente qualquer referência promocional específica ou é concedido relevo injustificado a qualquer marca ou serviço.”
32. Tudo exposto, a TVI considera que não foi violada qualquer norma legal, ética e deontológica na emissão do programa *Você na TV*.

V. Normas aplicáveis

33. É aplicável ao caso o disposto nos artigos 27.º, 34.º, n.º 1, e 41.º-A da Lei da Televisão (Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de Abril).

34. A ERC é competente para apreciar a matéria em discussão, nos termos do preceituado na alínea c) do artigo 7.º e nas alíneas a) e b) do n.º 3 do artigo 24.º, dos Estatutos da ERC, adoptados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro.

VI. Análise e fundamentação

35. Como ponto prévio, cabe esclarecer que a ERC é competente para apreciar a questão da inclusão de publicidade no programa em apreço. Apesar de o assunto não ter sido mencionado na participação remetida à ERC, ao visionar a peça em questão, o Conselho Regulador verificou que a referência à Clínica Milénio durante a transmissão da blefaroplastia poderia configurar uma forma de publicidade oculta.
36. Ora, ao abrigo do disposto no artigo 54.º do Código de Procedimento Administrativo e do artigo 64.º, n.º 1 dos Estatutos da ERC, esta entidade tem a possibilidade de iniciar um procedimento oficioso, quando considere que possa estar em causa o cumprimento das normas reguladoras das actividades de comunicação social (cf. Deliberação 15/CONT-I/2009). Tratando-se de um procedimento oficioso, não está sujeito ao prazo previsto no artigo 55.º dos Estatutos da ERC, que apenas se aplica aos procedimentos de queixa. Uma vez que a participação não aludia a esse aspecto, a TVI foi novamente notificada, desta vez para se pronunciar quanto à licitude de tal conduta.
37. A questão suscitada pelo participante remete para a transmissão, em directo, de uma operação estética sem que se tivesse procedido à edição gráfica das imagens com vista à ocultação dos procedimentos cirúrgicos mais delicados e impressionáveis da intervenção que a TVI acompanhou.
38. O n.º 1 do artigo 34.º da Lei da Televisão dispõe que 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.

39. Nesse sentido, o n.º 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão determina que a emissão televisiva de quaisquer programas susceptíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e adolescentes deve ser acompanhada da difusão permanente de um identificativo visual apropriado e só pode ter lugar entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas.
40. Visionada a edição do *talk show* constata-se, tal como descrição *supra*, que a cirurgia – uma blefaroplastia – é acompanhada ao pormenor pela câmara da TVI, numa realização que partilha com o espectador as diversas etapas daquele procedimento.
41. Não obstante a TVI defender que as imagens não têm um carácter violento nem impressionável, tanto mais que a cirurgia não é vital, não afecta um órgão essencial, nem representa qualquer risco para a saúde da paciente, tal não significa que as imagens possam ser de imediato tidas como inócuas. Note-se que mesmo entre a equipa da TVI várias foram as reacções às imagens exibidas em directo (cf. pontos 6, 14 e 15).
42. Com efeito, independentemente do grau de resistência que diferentes indivíduos possam manifestar, torna-se curial afirmar que, enquanto órgão de comunicação, com inerente responsabilidade social no campo da actividade televisiva, a TVI deve sempre actuar no sentido de proteger os diferentes públicos de uma exposição desnecessária e inusitada a conteúdos capazes de melindrar ou de ferir susceptibilidades.
43. Ou seja, perante a eventualidade de os conteúdos televisivos desencadearem algum tipo de efeito negativo, deverá o órgão de comunicação social abster-se de proceder à sua difusão em horário acessível aos públicos mais vulneráveis – sobretudo crianças e adolescentes –, actuando, deste modo, no contexto da responsabilidade social e da ética de antena que deve prosseguir, bem como da legislação que norteia o sector dos *media* (cf. ponto 39).
44. Nesta perspectiva, o Conselho Regulador da ERC entende que a transmissão em directo de um procedimento médico-cirúrgico, com toda a crueza que uma intervenção de corte e de excisão de tecidos envolve, demandava que a exibição ocorresse num horário em que o seu visionamento fosse menos acessível à

generalidade dos públicos mais vulneráveis, como já referido, entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas da manhã.

45. Assim, considera-se que a TVI, ao transmitir, na íntegra e sem qualquer edição de imagem, uma cirurgia às pálpebras, na edição de 2 de Maio do programa *Você na TV*, desrespeitou o n.º 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão, que estipula um intervalo horário adequado para a exibição de conteúdos susceptíveis de influenciar negativamente no desenvolvimento de crianças e adolescentes.
46. Ao visionar as imagens em apreço, o Conselho Regulador da ERC verificou que a cirurgia decorreu numa clínica privada, cuja direcção clínica é da responsabilidade do Dr. Ângelo Rebelo, o cirurgião plástico que realizou a intervenção às pálpebras, e que a TVI, no decorrer dos directos, foi, por diversas vezes, divulgando os diversos contactos da Clínica Milénio. Uma prática que poderá consubstanciar uma inclusão ilícita de publicidade e de promoção da clínica.
47. Com efeito, a Lei da Televisão determina que a apresentação de imagens, com ou sem som, destinada a promover, directa ou indirectamente, os produtos, os serviços ou a imagem de uma pessoa singular ou colectiva que exerça uma actividade económica, incluindo a publicidade televisiva, a televenda, o patrocínio, a colocação de produto, a ajuda à produção e a autopromoção constitui uma “comunicação comercial audiovisual” (alínea e) do n.º 1 do artigo 2.º).
48. A exibição de uma cirurgia às pálpebras, mencionando repetidamente os contactos da clínica na qual se realizou consiste, sem dúvida, numa comunicação comercial audiovisual, pois promove um dos serviços que a referida clínica presta, neste caso, a blefaroplastia.
49. Dada a sua relevância, a questão da publicidade na televisão foi tratada na Directiva 2010/13/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 10 de Março de 2010, relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros respeitantes à oferta de serviços de comunicação social audiovisual (Directiva «Serviços de Comunicação Social Audiovisual»).
50. Nesta directiva refere-se o conceito de “comunicação comercial audiovisual oculta”, o qual designa “a apresentação oral ou visual de produtos, de serviços, do nome, da

marca ou das actividades de um fabricante de produtos ou de um fornecedor de serviços em programas, quando essa apresentação seja feita de forma intencional pelo fornecedor dos serviços de comunicação social com fins publicitários e possa induzir o público em erro quanto à natureza dessa apresentação. Tal apresentação é, em particular, considerada intencional caso seja feita a troco de pagamento ou retribuição similar “ (alínea j) do n.º 1 do artigo 1.º).

- 51.** Ora, de acordo com esta directiva, a comunicação comercial audiovisual oculta é uma prática proibida devido ao seu efeito negativo nos consumidores (cf. n.º 2 do artigo 11.º). No entanto, “a proibição da comunicação comercial audiovisual oculta não deverá abranger a colocação de produto legítima, caso o telespectador seja devidamente informado da sua existência. Isto pode ser realizado através da indicação do facto de que em determinado programa existe colocação de produto, por exemplo por meio de um logótipo neutro” (considerando 90).
- 52.** A Directiva salienta que “a colocação de produto é uma realidade nas obras cinematográficas e nas obras audiovisuais concebidas para a televisão. A fim de garantir condições equitativas e reforçar assim a competitividade do sector europeu da comunicação social, são necessárias regras sobre a colocação de produto. A definição de colocação de produto prevista na presente directiva deverá abranger todas as formas de comunicação comercial audiovisual que consistam na inclusão de – ou referência a – um produto, um serviço ou respectiva marca comercial num programa, contra pagamento ou retribuição similar. O fornecimento gratuito de bens ou serviços, como ajudas à produção ou prémios, só deve ser considerado colocação de produto se os bens ou serviços envolvidos tiverem um valor significativo. A colocação de produto deverá estar sujeita às mesmas regras qualitativas e restrições aplicáveis à comunicação comercial audiovisual. O critério decisivo que distingue o patrocínio da colocação de produto é o facto de, na colocação de produto, a referência ao produto estar inserida no conteúdo do programa, razão pela qual a definição constante da alínea m) do n.º 1 do artigo 1.º contém o termo «num». Em contrapartida, as referências ao patrocinador podem ser mostradas durante um programa sem todavia dele fazerem parte integrante” (considerando 91).

53. Cumpre assim apreciar se o acompanhamento da operação às pálpebras realizada na Clínica Milénio configura uma colocação de produto ou uma ajuda à produção legítimas.
54. De acordo com o disposto na alínea d) do n.º 1 do artigo 2.º da Lei da Televisão, quando a comunicação comercial audiovisual consiste na inclusão ou referência a um bem ou serviço, ou à respectiva marca comercial, num programa, efectuada a troco de pagamento ou retribuição similar designa-se como “colocação de produto”. Se essa referência for feita a título gratuito, denomina-se “ajuda à produção” (cf. alínea b) do n.º 1 do artigo 2.º da Lei da Televisão).
55. No caso em apreço, não é possível apurar se a publicidade feita à clínica foi a título gratuito ou a troco de pagamento. Das declarações de Manuel Luís Goucha, parece resultar que as mensagens publicitárias foram transmitidas gratuitamente e, por isso, tratar-se-á de ajuda à produção (cf. ponto 21).
56. Resta verificar se a TVI respeitou as regras estabelecidas no artigo 41.º-A da Lei da Televisão para que a ajuda à produção seja legítima (uma vez que, nos termos do n.º 9 deste preceito legal, as regras previstas para a colocação de produto aplicam-se às ajudas à produção em que os bens ou serviços utilizados tenham valor comercial significativo, assim como se aplicam os n.ºs 3 a 6 do artigo 41.º-A às ajudas de produção quando os bens ou serviços utilizados não tenham valor comercial significativo).
57. Nos termos do disposto no n.º 1 do artigo 41.º-A 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.
58. O programa *Você na TV* é um programa de entretenimento ligeiro, pelo que é permitida a colocação de produto ou a ajuda à produção.
59. Por sua vez, o conteúdo dos programas em que exista colocação de produto e, no caso dos serviços de programas televisivos, a sua programação, não pode, em caso algum, ser influenciada de modo a afectar a respectiva responsabilidade e independência editorial (cf. n.º 3 do artigo 41.º-A).

60. Analisado o conteúdo do programa em apreço, considera-se que o mesmo não foi influenciado pela ajuda à produção de forma a afectar a responsabilidade e independência editorial.
61. Para além disso, os programas que sejam objecto de colocação de produto não podem encorajar directamente à compra ou locação de produtos ou serviços, nomeadamente através de referências promocionais específicas a esses produtos ou serviços (cf. n.º 4 do artigo 41.º-A). Entende-se que também esta norma foi respeitada pela TVI, na medida em que não existe encorajamento directo à prática da referida cirurgia, nem menção a promoções específicas.
62. Também não é permitido dar relevo indevido a produtos, serviços ou marcas comerciais, designadamente quando a referência efectuada não seja justificada por razões editoriais ou seja susceptível de induzir o público em erro em relação à sua natureza, ou ainda pela forma recorrente como aqueles elementos são apresentados ou postos em evidência (cf. n.º 5 do artigo 41.º-A).
63. Quanto a este ponto, considera-se que foi dado relevo indevido à Clínica Milénio, pela forma recorrente como os seus contactos são postos em evidência. Efectivamente, num dos directos, com a duração de dez minutos, o oráculo com o nome, endereço e telefone da clínica surge em dois momentos distintos e, no segundo, fica no ar durante uns largos três minutos e meio, ou seja, aquela informação acabou por estar no ar durante quase metade do tempo de duração do directo.
64. Entende-se ainda que a referência prolongada aos contactos da clínica não é justificada por razões editoriais, uma vez que não era indispensável à peça e é susceptível de configurar uma prática de publicidade oculta, visto que os espectadores poderão não identificar de que se trata de uma comunicação comercial.
65. Finalmente, 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 respectiva difusão ou, ainda, por uma sua filial, devem ser adequadamente identificados no início, no fim e aquando do seu recomeço após interrupções publicitárias (cf. n.º 6 do artigo 41.º-A).

66. A edição de 2 de Maio do *Você na TV* apresenta, antes do início do programa, a imagem de três símbolos com respectiva legenda, sendo que um deles é uma seta invertida que significa “presença de produto”. Depois dos intervalos, no reinício do programa, e após a permanência por alguns segundos do símbolo “T” (“Todos”), surge de novo a referida seta invertida, simbolizando a presença de produto, também por alguns segundos. No fim do programa, aparece a informação: “Este programa teve ajuda à produção de:” para, de seguida, surgirem os logótipos da marca “Casiraghi Forever”, “Pedralua”, “Lúcia Piloto Cabeleireiros”, “Park dos Tecidos” e “Pic Solution”. Não tendo sido incluída qualquer referência à Clínica Milénio.
67. Foi assim violado o n.º 5 do artigo 41.º-A da Lei da Televisão, que determina a ilicitude da ajuda à produção da Clínica Milénio, na medida em que a reportagem deu demasiado destaque ao local onde estava a ser realizada a cirurgia, sem que os telespectadores pudessem identificar que estavam perante um acto promocional da clínica em causa.
68. Acrescenta-se que a TVI já se tinha vinculado anteriormente ao cumprimento destas regras, ao ter subscrito em 6 de Fevereiro de 2009 o acordo de auto-regulação em matéria de “colocação de produto” e de “ajudas à produção e/ou prémios”, assinado entre a Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social (CPMCS), o Instituto Civil de Autodisciplina da Publicidade (ICAP) e os três canais de televisão RTP, SIC e TVI.
69. Veja-se, em particular, o n.º 2 do artigo 6.º do referido acordo, que dispõe que “nenhum produto, marca, bens ou serviços, podem ser colocados numa produção ou transmissão do evento televisivo, real ou ficcionado, de forma a que a sua visualização possa induzir o telespectador de que está a ser alvo de um propósito deliberado de persuasão publicitária”.
70. A alínea d) do n.º 3 do mesmo preceito legal presume que se verifica a situação descrita no n.º 2 quando existe uma imagem reiteradamente exibida, ou quando a exibição sucede durante um período de tempo excessivo face ao critério de necessidade ou integração na estrutura narrativa.

71. Por sua vez, o n.º 3 do artigo 5.º determina que “os programas que contenham no seu interior ‘ajudas à produção e/ou prémios’ deverão ser identificados com uma referência imediatamente após o final do programa, avisando claramente o telespectador desse facto”, e o n.º 4 especifica que “a mensagem de identificação prevista no número anterior deverá conter a menção ‘Este programa teve ajuda à produção de: (identificação do produto, marca, bens ou serviços envolvidos)’”, o que não se verificou no caso em apreço, dado que não foi exibido o logótipo da Clínica Milénio.

VII. Deliberação

Apreciada a participação de João Paulo Torres contra a TVI por, no dia 2 de Maio, no programa *Você na TV*, ter exibido imagens, sem qualquer tipo de restrição visual, de uma operação plástica, envolvendo o corte e a remoção de tecidos,

Reconhecendo que as imagens da intervenção médica, ao mostrarem todas as etapas do procedimento cirúrgico sem qualquer edição de imagem que obstasse ao seu visionamento, se desviam do registo habitual de um programa de entretenimento, colidindo com o princípio que estabelece que todos os elementos de programação capazes de influir de modo negativo no desenvolvimento da personalidade de crianças e adolescentes devem ser exibidos em horário tardio de acesso mais limitado (entre as 22h30m e as 6h),

Considerando que a TVI divulgou repetidas vezes os contactos da clínica em que decorreu a cirurgia plástica, que foi transmitida em directo no programa *Você na TV*,

O Conselho Regulador da ERC delibera, ao abrigo do disposto nos artigos 7.º, alíneas c), 8.º, alínea j) e 24.º, n.º 3, alíneas a) e b), dos seus Estatutos, anexos à Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro:

1. Instar a TVI a cumprir, doravante, os princípios e os limites estipulados em matéria de liberdade de programação, tal como estabelecidos no n.º 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão;

2. Declarar que a exibição repetida e prolongada dos contactos de uma clínica enquanto era filmada uma cirurgia aí realizada configura um procedimento ilícito no âmbito da ajuda à produção, tendo sido violado, respectivamente, o n.º 5 do artigo 41.º-A da Lei da Televisão;
3. Instaurar processo contra-ordenacional nos termos do disposto na alínea a) do n.º 1 do artigo 76.º da Lei da Televisão, que determina que é punível com coima de € 20 000 a € 150 000 a inobservância do disposto na segunda parte do n.º 4 do artigo 27.º e no artigo 41.º-A do mesmo diploma legal.

Nos termos do disposto no artigo 11.º do Anexo I do Regime Jurídico das Taxas da ERC, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 103/2006, de 7 de Junho, na redacção dada pelo Decreto-Lei n.º 70/2009, de 31 de Março, é da responsabilidade da entidade proprietária do serviço de programas TVI o pagamento dos encargos administrativos, fixados em 4,5 Unidades de Conta, conforme o previsto na verba 31 do Anexo V do referido diploma legal.

Lisboa, 29 de Novembro de 2011

O Conselho Regulador,

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