

**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