

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

Deliberação

1/CONT/2012

**Participações de Catarina Crespo e de Rafael Curado contra a
campanha *Quantas reconciliações acabam assim?*, da
Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género**

Lisboa
3 de Janeiro de 2012

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação 1/CONT/2012

Assunto: Participações de Catarina Crespo e de Rafael Curado contra a campanha *Quantas reconciliações acabam assim?*, da Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género

I. Exposição

1. Nos dias 7 e 12 de Dezembro de 2011, foram remetidas à Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) duas participações apresentadas, respectivamente, por Catarina Crespo e Rafael Curado, contra a campanha de prevenção da violência doméstica da responsabilidade da Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género (CIG), difundida em televisão, imprensa, rádio e espaços publicitários de rua.
2. Catarina Crespo manifesta a sua total concordância com a necessidade de haver informação sobre o tema da violência doméstica e da violência sobre as mulheres, não obstante defender que, quando “o próprio anúncio se torna uma violência, alguma coisa não está bem”.
3. Com efeito, a participante sustenta que se ela própria não foi “capaz de o enfrentar na totalidade” aquando da sua visualização na RTP, como poderá a violência que o anúncio exhibe ser interpretada pelas crianças que a ela são expostas, não só na televisão como também na publicidade de rua, acrescentando que “a informação em espaços públicos não considera de todo as crianças, e o ‘seu mundo’, e os seus diferentes graus de percepção e interpretação.”
4. Deste prisma, conclui que “se era indispensável a crueza/violência da imagem a transmitir, então julgo que deveriam ser considerados outros canais, para públicos-alvo que não a população em geral.”
5. Rafael Curado, referindo-se em concreto à revista *Visão*, defende que nela figura a imagem “extremamente chocante”, e inesperada para quem folheia a publicação, de

uma mulher morta, vítima de violência doméstica, sustentando que deveria evitar-se o recurso a este tipo de imagens.

II. Enquadramento jurídico

6. Nos termos do disposto no artigo 6º, alíneas b) e c), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro (doravante EstERC), estão sujeitas à supervisão e intervenção do Conselho Regulador da ERC as pessoas singulares ou colectivas que editem publicações periódicas, assim como os operadores de televisão “relativamente aos serviços de programas que difundam ou aos conteúdos complementares que forneçam, sob sua responsabilidade editorial, por qualquer meio, incluindo por via electrónica”.

7. De acordo com o artigo 7º, alíneas b) e c), dos EstERC incumbe a esta Entidade assegurar “a difusão de conteúdos pelas entidades que prosseguem actividades de comunicação social e o livre acesso aos conteúdos por parte dos respectivos destinatários” e a “protecção dos públicos mais sensíveis, tais como menores, relativamente a conteúdos e serviços susceptíveis de prejudicar o respectivo desenvolvimento, oferecidos ao público através das entidades que prosseguem actividades de comunicação social sujeitas à sua regulação”.

8. São também atribuições desta Entidade, no domínio da comunicação social, fazer respeitar (i) “os princípios e limites legais aos conteúdos difundidos pelas entidades que prosseguem actividades de comunicação social, designadamente em matéria de (...) protecção dos direitos, liberdades e garantias pessoais” e (ii) “os princípios e os limites legais aos conteúdos publicitários” (artigos 8º, alínea d), e 24º, n.º 3, alíneas a) e b), dos EstERC).

9. Ao nível da televisão, dever-se-á atender ao artigo 27º, n.º 1, da Lei da Televisão, o qual determina que “a programação dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido deve respeitar a dignidade da pessoa humana e os direitos, liberdades e garantias fundamentais”.

10. O n.º 3 do mesmo artigo impõe que a emissão de quaisquer programas susceptíveis de influírem negativamente na formação da personalidade de crianças e adolescentes só

poderão ser emitidos entre as 22h30m e as 6h e acompanhados de difusão permanente de um identificativo visual apropriado.

11. De destacar também o n.º 7 deste artigo, o qual refere que as proibições acima explanadas abrangem “não só quaisquer elementos de programação, incluindo a publicidade e as mensagens, extractos ou imagens de autopromoção, como ainda serviços de teletexto e guias electrónicos de programação”.

12. Finalmente, deverá ter-se em consideração o artigo 7º, n.º 2, alíneas b) e c), do Código da Publicidade, o qual proíbe a publicidade que estimule ou apele à violência ou que atente contra a dignidade da pessoa humana.

III. Análise e fundamentação

13. As duas participações em apreço têm por objecto a Campanha Nacional Contra a Violência Doméstica 2011, desenvolvida pela CIG no âmbito da actividade integrada na Área Estratégica 1 - Informar, Sensibilizar e Educar, do IV Plano Nacional Contra a Violência Doméstica (2011-2013).

14. A campanha, da qual é protagonista uma mulher morta com diversos hematomas e escoriações no corpo e no rosto, foi lançada a 25 de Novembro de 2011, o Dia Internacional para Eliminação da Violência Contra as Mulheres, sendo difundida em diferentes *media* – televisão, imprensa, rádio, *outdoors* e *mupis* de rua e transportes públicos.

15. De mencionar que a presente Deliberação apenas analisará o modo como esta campanha foi promovida nas publicações periódicas e nos serviços de programas televisivos, dado que não compete ao Conselho Regulador pronunciar-se acerca da sua publicitação em espaços publicitários de rua, visto que, não integrando a categoria de órgãos de comunicação social, não estão sujeitos à supervisão e regulação da ERC.

Cumpr, pois, analisar as imagens que deram origem às presentes participações:

16. Com o mote: *Quantas reconciliações acabaram assim?*, a campanha baseia-se nos dados nacionais mais dramáticos da violência doméstica:

Nos últimos 5 anos, em Portugal foram 176. 176 mulheres foram vítimas de violência doméstica até à morte. Mulheres que tiveram esperança que a

última reconciliação fosse a valer. Que os últimos pedidos de desculpa fossem sinceros. Que, desta vez, pudesse mesmo haver uma mudança. E a esperança só morreu quando elas morreram. Se a pessoa com quem vives te agride, não esperes que ela volte ao “normal”. Quem usa a violência para manter o controlo sobre o outro, escolhe fazê-lo. Quem usa a violência uma vez, tende a usar sempre. Não tenhas esperança. Liga. [texto publicado na imprensa]

17. Nas revistas, a campanha ocupa uma página inteira. Na televisão é exibido um filme de 30 segundos de duração, no qual se percebe que o cadáver da mulher se encontra deitado numa maca, na morgue. O texto da campanha televisiva é o seguinte:

Quantos pedidos de desculpa acabaram assim? Quantos arrependimentos? Quantas juras de mudança? Quantas palavras doces? Quantas reconciliações acabaram assim? Nos últimos 5 anos, em Portugal, 176. 176 mulheres tiveram esperança de que ele mudasse. Mas ele não mudou! E a esperança só morreu quando elas morreram. Não tenhas esperança. Liga!

18. No final dos textos, a CIG deixa os contactos telefónicos da sua linha de apoio, com o endereço da rede social Facebook, no caso das publicações periódicas.

19. Da consulta da página da rede social indicada vem a resposta de que a imagem do cadáver é simulada: “trata-se de uma atriz que foi caracterizada, com a assessoria técnica de uma médica legista do Instituto Nacional de Medicina Legal. Tentou-se que fosse o mais realista possível.”¹

20. A campanha da CIG contra a violência doméstica faz uso de imagens-choque, com o objectivo de sensibilizar e alertar as mulheres que são vítimas de agressão continuada por parte dos companheiros para a mais nefasta das consequências – a morte –, que num período de 5 anos vitimou, em Portugal, 176 mulheres. Num valor médio de 35,2 mulheres assassinadas por ano.

21. Não é somente através da representação imagética do cadáver de uma mulher que a campanha procura consciencializar, em concreto as vítimas, para a possibilidade de a

¹Cf. <https://www.facebook.com/#!/photo.php?fbid=144000975702586&set=a.144000965702587.18645.143998012369549&type=3&theater>, acedido a 27 de Dezembro de 2011.

violência conjugal (e para-conjugal) terminar em óbito, também o texto que acompanha a imagem da morgue exerce um propósito preventivo, na medida em que a partir do número de mortes que é revelado e dos avisos que são deixados às vítimas se apela para que não depositem esperanças na transformação e retratação dos agressores.

22. Embora a imagem, mesmo que simulada, de uma pessoa morta e com evidentes maus-tratos físicos seja incomum em campanhas de sensibilização pública e na generalidade dos meios de comunicação, o flagelo da violência doméstica na sociedade portuguesa contextualiza e justifica o recurso ao cenário em causa.

23. Poder-se-á questionar se as imagens não serão passíveis de ferir a sensibilidade de crianças e adolescentes que com elas entram em contacto através da televisão, da imprensa ou dos cartazes dispersos pelas ruas. No entanto, não se poderá ignorar que a campanha da CIG incide num problema social de manifesto e inegável interesse público, sobre o qual a sociedade como um todo deve reflectir e, sobretudo, combater².

24. Neste plano, não é despidendo notar que aos pais e educadores cabe a importante e inalienável função de acompanhamento e de contextualização e descodificação das mensagens a que as crianças e os adolescentes estão expostos, não apenas nas relações interpessoais, como também naquelas que são mediadas pelos meios de comunicação social.

25. Deste modo, a clara chamada de atenção que a campanha pretende ser na denúncia e na prevenção de uma realidade que, tal como os dados atestam, pode ter um desfecho trágico, e que constitui um crime público, não poderá ser entendida como susceptível de afectar, por si só, a livre formação da personalidade e da identidade de crianças e adolescentes e, conseqüentemente, consubstanciar uma violação ao artigo 27º, n.º 1 e 4, da Lei da Televisão.

26. Conforme tem sido entendimento da ERC, “em certos casos, devidamente justificados, é admissível a transmissão de determinados conteúdos com carácter violento ou chocante em horário não protegido e sem advertência, atentos o especial enquadramento subjacente à sua apresentação ou ao facto de, em última análise,

² A violência doméstica tornou-se crime público em Portugal no ano de 2000, “o que significa que o procedimento criminal não está dependente de queixa por parte da vítima, bastando uma denúncia ou o conhecimento do crime, para que o Ministério Público promova o processo.”

(cf. <http://www.psp.pt/Pages/programasespeciais/violenciadomestica.aspx>, acessado em 27 de Dezembro de 2011).

desencorajarem certos comportamentos de risco”³, acrescentando que, “em determinadas circunstâncias, a exibição de violência reveste importância jornalística e pode inclusive exercer uma função normativa, isto é, o confronto com aquele tipo de conteúdo pode gerar um sentimento de reprovação e rejeição dos comportamentos envolvidos”⁴.

27. Do mesmo modo considera-se que as imagens divulgadas nas publicações periódicas não se traduzem em violação do artigo 7º do Código da Publicidade, dado que as mesmas não põem em causa a dignidade da pessoa humana ou apelam à violência, visando antes combater tais situações.

28. Em suma, entende-se que as imagens simuladas do cadáver de uma mulher com diversos hematomas e escoriações, que fazem parte da campanha de 2011 de combate à violência doméstica da responsabilidade da Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género, não consubstanciam qualquer violação legal, pelo que se consideram improcedentes as participações em apreço.

IV. Deliberação

Tendo apreciado as participações de Rafael Curado e de Catarina Crespo contra a campanha *Quantas reconciliações acabam assim?*, da Comissão para a Cidadania e Igualdade do Género, divulgada nos diferentes *media*, o Conselho Regulador da ERC delibera, ao abrigo dos artigos 7º, alínea c), 8º, alínea j), e 24º, n.º 3, alíneas a) e b), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro:

- 1.** Não dar seguimento às participações apresentadas, uma vez que a campanha em causa visa combater e alertar para o problema da violência doméstica, respeitando o princípio da dignidade da pessoa humana e os direitos, liberdades e garantias fundamentais.
- 2.** Arquivar, conseqüentemente, o processo.

³ Deliberação n.º 19/CONT-TV/2011, de 5 de Julho, que aprovou as linhas orientadoras de intervenção da ERC, em matéria de limites à liberdade de programação, no período entre 2006 e 2010.

⁴ Idem.

Lisboa, 3 de Janeiro de 2012

O Conselho Regulador,

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