

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

**Deliberação
35/2015 (PUB-TV)**

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Exposições apresentadas por José Miguel Fischer e Adelino Medeiros,
relativas ao anúncio publicitário à manteiga Flora exibido na televisão**

Lisboa
4 de março de 2015

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação 35/2015 (PUB-TV)

Assunto: Exposições apresentadas por José Miguel Fischer e Adelino Medeiros, relativas ao anúncio publicitário à manteiga Flora exibido na televisão

I. Objeto de queixa

1. Deram entrada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), duas exposições referentes ao anúncio publicitário à manteiga «Flora» exibido na televisão, subscritas por José Miguel Fischer, no dia 30 de dezembro de 2014, e por Adelino Medeiros, no dia 14 de janeiro de 2015, respetivamente.
2. Os participantes referem:
 - 2.1. O primeiro indica: *«Ora ver o anúncio da “Flora”, face ao estado actual do quadro da violência doméstica é, no mínimo, inaceitável (...). A esposa, irritada, imaginando que a Flora é a amante, pega no candeeiro e vai dar/bater com ele na cabeça do marido.(...) Tal publicidade é inadmissível, inaceitável e intolerável, uma vez que dá a entender aquele ato de agressão como algo normal».*
 - 2.2. Por sua vez, na segunda exposição pode ler-se: *«venho pela presente manifestar o meu repúdio pelo anúncio publicitário transmitido pela RTP, passo a descrever: Neste anúncio aparece um casal deitado na cama, e, a dado momento a mulher começa a espancar o seu companheiro com um candeeiro pelo facto de este, ter pronunciado em sonho, o nome de uma mulher, para se defender ele diz que sonhava com a marca da margarina que tem o nome de uma mulher.
Este anúncio faz claramente apologia à violência doméstica (...).»*

II. Descrição

3. O anúncio em causa inicia-se com a imagem de uma embalagem de manteiga, identificada como «Flora», mostrando-se em seguida a imagem de um pão e ainda de uma mão a segurar uma faca, colocando manteiga numa parte desse pão.
4. Posteriormente surge a representação de um casal, encontrando-se o homem deitado, a sonhar, ouvindo-se: «*Flora..hum..tão bom*».
5. A mulher, sentada na cama, de braços cruzados, com a luz acesa, diz : «*Flora, Flora, quem é a Flora?*» Enquanto pronuncia estas palavras, a mesma bate com a mão no braço do marido, segurando depois no candeeiro que se encontra na mesa-de-cabeceira, simulando que o vai utilizar para lhe bater.

Em seguida ouve-se uma música e surge novamente a imagem da manteiga «Flora».

III. Análise e Fundamentação

6. A competência da ERC, em matéria de publicidade resulta do disposto no artigo 24.º, n.º 3, alínea b), dos Estatutos da ERC, aprovados em anexo à Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro que estabelece que cabe à ERC «*fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos publicitários, nas matérias cuja competência não se encontre legalmente conferida ao Instituto do Consumidor e à Comissão de Aplicação de Coimas em Matéria Económica e de Publicidade ou a quaisquer outras entidades previstas no regime jurídico da publicidade*» e, estando ainda em causa a sua divulgação na televisão, o disposto no artigo 26.º da Lei da Televisão (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, e alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, e pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho).
7. Entende o Conselho Regulador que o caso em análise, considerando as competências da ERC acima identificadas, deve ser apreciado à luz do exercício da liberdade de expressão, criação artística e liberdade de programação, nos termos do previsto no artigo 26.º da Lei da Televisão, com os limites estabelecidos no artigo 27.º da mesma lei.
8. Pelo que cabe à ERC apreciar os factos ocorridos (e, caso entenda que os mesmos se traduzem na violação de algum normativo legal ao Código da Publicidade, informar a Direção-Geral do Consumidor (DGC), a quem cabe a verificação da conformidade legal do

conteúdo das mensagens publicitárias e o cumprimento dos princípios previstos naquele Código, para os devidos efeitos).

9. E nessa medida, importa ter em conta, com referência às exposições apresentadas, o disposto nos n.º 1, 3 e 4 daquela disposição legal, estabelecendo-se como limites à liberdade de programação o respeito pela dignidade da pessoa humana e os direitos liberdades e garantias fundamentais; a transmissão de emissões que possam prejudicar «manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade das crianças e adolescentes (...)» e a obrigatoriedade de inserção de um identificativo visual apropriado nas emissões suscetíveis de «influírem de modo negativo na formação da personalidade das crianças e adolescentes», permitindo apenas a sua emissão entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas.
10. A análise de um anúncio pressupõe a verificação de todos os seus elementos e a forma como se encontram conjugados, só assim sendo possível identificar o contexto a reproduzir. Analisado o referido anúncio, conclui-se que o mesmo apresenta carácter humorístico.
 - 10.1. Em primeiro lugar, as imagens do anúncio que surgem inicialmente permitem desde logo verificar que se trata de um anúncio a um produto alimentar, que aliás, é imediatamente identificado através da imagem do pacote de manteiga e indicação do seu nome.
 - 10.2. Pelo que, quando o marido pronuncia o nome «Flora», é perceptível que se refere à manteiga.
 - 10.3. A encenação em causa (a mulher de braços cruzados com a luz acesa e a representação do homem a “suspirar” por «Flora»), a sequência das cenas do anúncio (inicia-se com a imagem do referido pacote de manteiga, mostra a representação conjugal e termina uma vez mais com a imagem e referência à manteiga «Flora») e o tom de voz das personagens conferem-lhe uma dimensão humorística. Acresce que não se chega a visualizar nenhuma encenação de violência efetiva.
11. Em suma, na presente situação, a representação utilizada não pode deixar de ser associada à criação de um cenário humorístico, considerando a forma como se encontra construída, verificando-se que essa dimensão é imediatamente perceptível pelo destinatário da mensagem, conforme exposto.

12. Ainda que alguns aspetos visuais identificados no referido anúncio possam, eventualmente, perturbar a sensibilidade de alguns telespetadores, a sua natureza deve ser compreendida à luz de um quadro simbólico, lúdico e humorístico.
13. Ora, julga-se que é perceptível neste anúncio um carácter marcadamente humorístico da encenação descrita, independentemente de considerações relativas ao bom ou mau gosto da encenação que possam ter lugar.
14. Salieta-se que não compete a esta Entidade pronunciar-se acerca da qualidade ou bom gosto dos conteúdos transmitidos pelos operadores televisivos, mas sim se foram violados os limites à liberdade de programação (em conformidade com a Deliberação 23/CONT-TV/2008, de 23 de dezembro).
15. O artigo 26.º, n.º 2, da Lei da Televisão determina que *«o exercício da atividade de televisão assenta na liberdade de programação, não podendo a Administração Pública ou qualquer órgão de soberania, com exceção dos tribunais, impedir, condicionar ou impor a difusão de quaisquer programas»*.
16. Verifica-se, desse modo, que a liberdade de programação não deverá sofrer ingerências externas, encontrando-se condicionada apenas nas situações que ofendam a dignidade da pessoa humana e os direitos, liberdades e garantias fundamentais. Estas disposições legais, em matéria de liberdade de programação (televisão), aplicam-se não só aos programas emitidos pelos telespetadores, como também às mensagens publicitárias, por força do dispositivo no n.º 7 do artigo 27.º da Lei da Televisão.
17. Conforme o acima exposto, verifica-se que as questões suscitadas, nas exposições acima identificadas, relacionadas com cenários de violência, não têm enquadramento nesse quadro, não se identificando, no referido anúncio, quaisquer representações que possam ofender a dignidade da pessoa humana ou direitos, liberdades e garantias fundamentais, tendo em conta o seu carácter marcadamente humorístico.
18. Não se vislumbram, em conclusão, quaisquer elementos que possam colidir com os direitos de liberdade de expressão, criação artística e liberdade de programação.
19. Por outro lado, atentas as competências da Direção-Geral do Consumidor para a verificação do cumprimento do disposto no Código da Publicidade (que se distinguem das competências da ERC em matéria de publicidade), e tendo em conta que foram rececionadas duas exposições sobre o mesmo anúncio a esta Entidade Reguladora, julga-se oportuno o envio de cópia das mesmas à DGC, para conhecimento (pese embora o

reconhecimento do carácter humorístico do referido anúncio, através da utilização de linguagem metafórica e marcadamente humorística).

IV. Deliberação

Tendo apreciado duas exposições referentes ao anúncio publicitário à manteiga «Flora» exibido na televisão, o Conselho Regulador delibera, ao abrigo do disposto nos artigos 8.º, alínea j), e 24.º, n.º 3, alínea b), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, proceder ao seu arquivamento, por não se vislumbrarem na publicidade em causa quaisquer elementos que possam colidir com os direitos de liberdade de expressão, criação artística e liberdade de programação, dando conhecimento à Direção-Geral do Consumidor das queixas apresentadas, para os efeitos tidos por convenientes.

Não há lugar ao pagamento de encargos administrativos, nos termos do disposto no artigo 11.º do Anexo I do Decreto-Lei n.º 70/2009, de 31 de março.

Lisboa, 4 de março de 2015

O Conselho Regulador da ERC,

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