

ERC aprova Diretiva sobre a variação do volume de som nos intervalos publicitários das televisões

Regulador preocupado com o incómodo gerado pela inconsistência dos níveis sonoros junto dos espetadores

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social aprovou, no dia 23 de fevereiro de 2016, uma Diretiva sobre os parâmetros técnicos de avaliação da variação do volume sonoro na difusão de publicidade nas emissões televisivas.

Esta diretiva é aplicável a todos os operadores de televisão e distribuição sob jurisdição portuguesa, e visa normalizar a intensidade sonora nas emissões televisivas de forma a assegurar que os níveis de sensação auditiva confortáveis ao telespectador são respeitados, quer durante os intervalos publicitários, quer durante a restante programação.

Nos termos desta diretiva, o nível de sensação de intensidade auditiva dos intervalos publicitários e de cada uma das mensagens que os integram, bem como dos demais programas que compõem a restante emissão televisiva, deve ser fixado em -23 LUFS. Em programas nos quais o controlo exato do nível de sensação de intensidade auditiva não seja possível, tais como emissões em direto, os desvios em relação a este valor não deverão, em geral, ultrapassar ± 1 LU.

A diretiva estabelece ainda que a medição do sinal áudio de um programa deverá ser feita na sua globalidade, sem ênfase em elementos específicos, tais como música, fala ou efeitos sonoros.

Mais se refere que os operadores de distribuição deverão proceder a diligências para assegurar a normalização dos níveis sonoros nas emissões dos serviços de programas sob jurisdição portuguesa e aqueles que têm como origem outros países da União Europeia ou outros países fora da União Europeia.

A [Diretiva 2016/1](#) entra em vigor, a 1 de junho de 2016.

Lisboa, 10 de março de 2016