



ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

# Deliberação

**ERC/2025/263 (PUB-NET)**

Procedimento de averiguações relativo ao Diário de Santo Tirso,  
por publicidade não identificada

Lisboa  
6 de agosto de 2025

## Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

### Deliberação ERC/2025/263 (PUB-NET)

**Assunto:** Procedimento de averiguações relativo ao *Diário de Santo Tirso*, por publicidade não identificada

#### I. Enquadramento

1. Deu entrada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante, ERC), a 20 de janeiro de 2025, uma participação contra a publicação periódica *Diário de Santo Tirso*, a propósito da publicação, na respetiva página de Facebook, no dia 10 de janeiro de 2025, de uma peça informativa sobre a antevisão do jogo entre o Futebol Clube Tirsense e o Rebordosa Atlético Clube, por possível restrição da autonomia, independência e liberdade editorial.
2. Em sequência dessa participação, foi aberto um procedimento oficioso contra o *Diário de Santo Tirso*.
3. O Conselho Regulador da ERC pronunciou-se sobre este procedimento na Deliberação ERC/2025/71 (CONTJOR-NET).
4. Durante a instrução do mesmo, verificou-se a existência, na página de Facebook do *Diário de Santo Tirso*, de várias publicações que apresentavam indícios de elementos de cariz promocional, típicos dos conteúdos publicitários, sem indicação de se tratar de publicidade, indiciando violação do artigo 28.º da Lei de Imprensa<sup>1</sup>.
5. Nessa sequência, o Conselho Regulador, na sua reunião de 26 de fevereiro de 2025, determinou a abertura de um processo administrativo para a averiguação relativa à possível violação do princípio de identificabilidade da publicidade na página de Facebook do *Diário de Santo Tirso*.

---

<sup>1</sup> Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, na sua redação atual.

6. No âmbito desse procedimento de averiguações, foi constituída a seguinte amostra de conteúdos publicados na página de Facebook do *Diário de Santo Tirso*, no dia 17 de fevereiro de 2025.
- i. “Sugestões para o almoço na Ordem no Prato: Robalo grelhado. Rojões. Alheira grelhado. Avenida da Perlonga 127, Burgães. 910 459525(chamada para a rede móvel nacional)”, publicado pelas 11h15m;
  - ii. “A cantora tirsense Patrocínia Costa realizou ontem uma atuação no Salão Paroquial da Reguenga numa iniciativa da Comissão de Festas em Honra de Nossa Senhora das Dores.”, publicado pelas 13h15m;
  - iii. “A loja Mercado d'Aromas tem disponível para venda a nova coleção de roupa da marca Lumina. É uma marca italiana que deu um grande salto no mundo da moda, trabalha com inúmeras influencers portuguesas com imenso charme e classe! Já pode ver e adquirir na loja Mercado d'Aromas, algumas peças desta marca de topo! Mercado d'Aromas. São Bento Shopping, Loja 28, SantoTirso.939 004 284 (chamada para a rede móvel nacional)”, publicado pelas 15h28m;
  - iv. “Decorreu hoje a sessão de abertura da 19.ª Semana da Leitura. A Fábrica de Santo Thyrsó foi o palco para apresentações de várias escolas do concelho. Esta iniciativa tem como objetivo incentivar no público escolar hábitos de leitura, contando com várias atividades dirigidas tanto à comunidade educativa como à população em geral.”, publicado pelas 18h57m.

## II. Posição do Denunciado

7. O *Diário de Santo Tirso*, notificado para se pronunciar, através do ofício N.º SAI-ERC/2025/1717, veio sustentar que «sobrevive única e exclusivamente das parcerias publicitárias privadas que tem e por esse motivo é fundamental termos publicidade».
8. E que «o *Diário de Santo Tirso* sempre se mostrou e continuará a mostrar-se totalmente receptivo a cumprir todas as normas e diretivas da ERC».

9. Acrescenta que, no dia 18 de março de 2025, receberam, da ERC, a Diretiva 2025/1, sobre separação entre conteúdos jornalísticos e conteúdos publicitários/comerciais. A esse propósito, refere «que em termos gerais o Diário de Santo Tirso cumpre todas as normas, terá de reforçar a visibilidade da identificação das empresas, tal como diz na diretiva. Nas publicações publicitárias até ontem é visível a palavra "pub", no final, passará a conter as palavras "Publicação Publicitária", logo no início, tal como diz no documento da ERC».
10. Refere ainda que «sempre que identificarmos os nossos parceiros, em alguma publicação feita nas redes sociais, iremos incluir as palavras "Parcerias Publicitárias"».
11. O Denunciado reitera que «quando usamos uma barra no rodapé, em vídeos ou diretos, iremos também incluir que se trata de publicidade».
12. Entende, porém, não haver «qualquer confusão entre publicidade e informação. No entanto rentabilizamos ao máximo todos os espaços publicitários que temos (site, redes sociais, estúdio, vídeos, diretos...)».
13. Assinala que tem «uma página onde todos os nossos parceiros publicitários estão listados: <https://www.diariodesantotirso.pt/parcerias-publicitarias/>».
14. O Denunciado sustenta também que «a forma de atuação do Diário de Santo Tirso é transversal à esmagadora maioria dos órgãos de comunicação social, alguns de formas mais explícita, outros menos explícita, identificam a publicidade e alguns publicam artigos de publicidade sem qualquer identificação.»

### III. Análise e fundamentação

15. A ERC é competente para apreciar a matéria em causa, considerando as atribuições e competências dispostas nos seus Estatutos<sup>2</sup>, designadamente nas alíneas d) e e) do artigo 7.º, nas alíneas a), c) e j) do artigo 8.º e na alínea a) do n.º 3 do artigo 24.º.
16. Os factos alegados serão observados à luz do disposto no artigo 28.º da Lei da Imprensa<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

<sup>3</sup> Lei 2/99 de 13 de janeiro, na sua redação atual.

**a) Descrição dos conteúdos**

17. Os conteúdos selecionados para amostra foram publicados na página de Facebook do *Diário de Santo Tirso* no dia 17 de fevereiro de 2025.
18. A publicação “Sugestões para o almoço na Ordem no Prato: Robalo grelhado. Rojões. Alheira grelhado. Avenida da Perlonga 127, Burgães. 910 459525(chamada para a rede móvel nacional)”<sup>4</sup> é ilustrada por três fotografias de pratos cozinhados.
19. Abaixo do texto consta uma hiperligação ([fb.com/profile.php?id=100082834703297](https://fb.com/profile.php?id=100082834703297)) que redireciona para a página de Facebook do restaurante Ordem no Prato.
20. Entre o texto e as fotografias são apresentadas as seguintes palavras-chave (hashtags): [#almoçar](#) [#jantar](#) [#comeremsantotirso](#) [#restaurante](#) [#almocaremsantotirso](#) [#burgaes](#) [#comerbem](#) [#pub](#).
21. A publicação “A cantora tirsense Patrocínia Costa realizou ontem uma atuação no Salão Paroquial da Reguenga numa iniciativa da Comissão de Festas em Honra de Nossa Senhora das Dores.”<sup>5</sup> é acompanhada por três fotografias da referida cantora, durante uma atuação, cuja autoria é atribuída ao Município de Santo Tirso.
22. Logo de seguida, o texto apresenta a seguinte informação, a negrito: «Cantinho da Beleza Vera Costa | Argon Clinic | Toque Final Acessórios | Reversível – Snack & Drinks | Gestirso – Gabinete de Contabilidade, Lda | Diogo Amaral Automóveis | Ordem no Prato | Nuno Pereira photography | Loja Linda | Loja/Bazar e Boutique Stars Santo Tirso | Sílvia Alves Photography | Believe Wellness Center | Clínica Dentária Dra. Marta Cruz | APPBIZ PT | Deluxe Studio | Clube InPacto | Filónails | Qualidade d’Vida | Supermercado Pague Pouco | Camac Tyres | Tech2u.pt | Estofos António Barbosa | Carla Mota Cabeleireiro | Divinal Detail | House Shine Santo Tirso | Restaurante Olímpico | EMAC | Padaria S. Tomé | Quiosque das Rãs | Liliana Dias Clínica Estética e

---

<sup>4</sup> Disponível em:

[https://www.facebook.com/story.php?story\\_fbid=1188641743261464&id=100063469485164&\\_rdr](https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=1188641743261464&id=100063469485164&_rdr).

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/diariodesantotirso/posts/a-cantora-tirsense-patroc%C3%ADnia-costa-realizou-ontem-uma-atua%C3%A7%C3%A3o-no-sal%C3%A3o-paroquia/1188734943252144/>.

Saúde | Dspt-Oficina AUTO | Mi\*ká FunPark | Kokeluso | Negrelcar | MaisTel Santo Tirso | Meraki | Stella Carvalho Head Spa&Nails | Supermercados Preços Baixos | F16 | Atelier da Liça | Confeitaria Thyrsense | Lavandaria Self-Service Carvalhais | WEG | Covipor | Requite Calçados e Acessórios | Paço D'Além | Dra. Joselina Sousa Podologista | Mercado d'Aromas | Doutor Finanças Santo Tirso | Magia do Lar | DeBessa – Tudo para Bolos | Café do Rio-Esplanada Bar | Katia Souza | Ourivesaria Rasec | Kiosk Universal | Dona Francesinha Santo Tirso | Desportiva S. Tirso | Kanimambo Santo Tirso | Clínica D Orgal | Sparkes Caixas de Velocidades | Orlando Pereira – As Santo Tirso | Excelência Wine House».

23. A publicação “A loja Mercado d'Aromas tem disponível para venda a nova coleção de roupa da marca Lumina. É uma marca italiana que deu um grande salto no mundo da moda, trabalha com inúmeras influencers portuguesas com imenso charme e classe! Já pode ver e adquirir na loja Mercado d'Aromas, algumas peças desta marca de topo! Mercado d'Aromas. São Bento Shopping, Loja 28, SantoTirso.939 004 284 (chamada para a rede móvel nacional)”<sup>6</sup> é acompanhada por cinco fotografias do estabelecimento comercial.
24. Abaixo do texto constam duas hiperligações ([fb.com/mercado.daromas](https://fb.com/mercado.daromas); [instagram.com/mercado.daromas](https://instagram.com/mercado.daromas)) que redirecionam para as páginas de Facebook e de Instagram da mercearia Mercado d'Aromas.
25. Entre o texto e as fotografias são apresentadas as seguintes palavras-chave (hashtags): [#merceariagourmet](#) [#comerciolocal](#) [#compraremsantotirso](#) [#fazercompras](#) [#bolachas](#) [#bombs](#) [#sabonetesaromáticos](#) [#queijos](#) [#chábiológico](#) [#cerâmicasperfumadas](#) [#biscoitos](#) [#chocolates](#) [#licores](#) [#compotas](#) [#pub](#).
26. A publicação “Decorreu hoje a sessão de abertura da 19ª Semana da Leitura. A Fábrica de Santo Thyrsó foi o palco para apresentações de várias escolas do concelho. Esta iniciativa tem como objetivo incentivar no público escolar hábitos de leitura, contando com várias atividades dirigidas tanto à comunidade educativa como à população em

---

<sup>6</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/diariodesantotirso/posts/a-loja-mercado-daromas-tem-dispon%C3%ADvel-para-venda-a-nova-cole%C3%A7%C3%A3o-de-roupa-da-marc/1188844696574502/>.

geral.”<sup>7</sup> é acompanhada por 24 fotografias do evento, cuja autoria é atribuída ao Município de Santo Tirso.

27. Logo de seguida, o texto apresenta a seguinte informação, a negrito: «Atelier da Loiça | Confeitaria Thyrsense | Lavandaria Self-Service Carvalhais | WEG | Covipor | Requite Calçados e Acessórios | Paço D’Além | Dra. Joselina Sousa Podologista | Mercado d’Aromas | Doutor Finanças Santo Tirso | Magia do Lar | DeBessa – Tudo para Bolos | Café do Rio-Esplanada Bar | Katia Souza | Ourivesaria Rasec | Kiosk Universal | Dona Francesinha Santo Tirso | Desportiva S. Tirso | Kanimambo Santo Tirso | Clínica D Orgal | Sparkes Caixas de Velocidades | Orlando Pereira – As Santo Tirso | Excelência Wine House | Cantinho da Beleza Vera Costa | Argon Clinic | Toque Final Acessórios | Reversível – Snack & Drinks | Gestirso – Gabinete de Contabilidade, Lda | Diogo Amaral Automóveis | Ordem no Prato | Nuno Pereira photography | Loja Linda | Loja/Bazar e Boutique Stars Santo Tirso | Sílvia Alves Photography | Believe Wellness Center | Clínica Dentária Dra. Marta Cruz | APPBIZ PT | Deluxe Studio | Clube InPacto | Filónails | Qualidade d’Vida | Supermercado Pague Pouco | Camac Tyres | Tech2u.pt | Estofos António Barbosa | Carla Mota Cabeleireiro | Divinal Detail | House Shine Santo Tirso | Restaurante Olímpico | EMAC | Padaria S. Tomé | Quiosque das Ras | Liliana Dias Clínica Estética e Saúde | Dspt-Oficina AUTO | Mi\*ká FunPark | Kokeluso | Negrelcar | MaisTel Santo Tirso | Meraki | Stella Carvalho Head Spa&Nails | Supermercados Preços Baixos | F16».

#### **b) Análise**

28. O procedimento de averiguações remete para quatro publicações do *Diário de Santo Tirso* na sua página de Facebook.
29. Interessa começar por assinalar que não é admissível a confusão entre conteúdos de natureza editorial e conteúdos publicitários, por colocar em causa os princípios

---

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/diariodesantotirso/posts/decorreu-hoje-a-sess%C3%A3o-de-abertura-da-19%C2%AA-semana-da-leitura-a-f%C3%A1brica-de-santo-t/1188982203227418/>.

aplicáveis à publicidade, designadamente aqueles respeitantes à separação e identificabilidade (artigo 8.º do Código da Publicidade<sup>8</sup>).

30. Note-se que «a comunicação publicitária/comercial vem assumindo novos formatos, designadamente pela apropriação das modalidades discursivas do jornalismo» e que «é cada vez mais frequente o estabelecimento de «parcerias» entre entidades terceiras, públicas ou privadas, e órgãos de comunicação social para a organização de eventos e outras iniciativas»<sup>9</sup>.
- 31.No caso em apreço, por se tratar de uma publicação periódica, estabelece a Lei de Imprensa, no seu artigo 28.º, n.º 2, a obrigatoriedade de a publicidade surgir identificada como tal, tornando perceptível a sua diferenciação relativamente aos conteúdos de natureza informativa: «toda a publicidade redigida ou publicidade gráfica, que como tal não seja imediatamente identificável, deve ser identificada pela palavra ‘publicidade’ ou das letras “PUB”, em caixa alta, no início do anúncio, contendo ainda, quando tal não for evidente, o nome do anunciante».
- 32.Como tal, a elaboração e divulgação de conteúdos de natureza publicitária não se pode confundir com a publicação de textos jornalísticos, os quais devem acompanhar obrigações de rigor informativo, assim como a observância de um conjunto de deveres, destacando-se a demarcação de factos e opiniões, o que se revela incompatível com a utilização de linguagem de cariz promocional ou apelativa.
- 33.Concomitantemente, o n.º 1 do *suprarreferido* artigo 28.º remete para a legislação aplicável em matéria de publicidade. De acordo com o artigo 3.º do Código da Publicidade, entende-se por publicidade «(...) qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma atividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objetivo direto ou indireto de: a) Promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços; b) Promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições».

---

<sup>8</sup> Decreto-Lei n.º 330/90, na sua redação atual.

<sup>9</sup> Diretiva 2025/1, de 19 de fevereiro de 2025, sobre a separação entre conteúdos jornalísticos e conteúdos publicitários/ comerciais.

34. Assim, quando a natureza comercial de uma mensagem publicitária na imprensa não seja apreensível de forma «imediatamente identificável», a mesma deve surgir identificada através da palavra ‘publicidade’ ou das letras “PUB”, em conformidade com o já mencionado artigo 28.º da Lei de Imprensa.
35. Ora, no caso em apreço, afigura-se necessário verificar se as quatro publicações acima descritas são passíveis de ser enquadradas como publicidade.
36. A análise permitiu verificar que as publicações “Sugestões para o almoço na Ordem no Prato: Robalo grelhado. Rojões. Alheira grelhado (...)” e “A Loja Mercado d’Aromas tem disponível para venda a nova coleção de roupa da marca Lumina (...)” contêm, no final do texto, um vasto conjunto de palavras-chave (*hashtags*) com referências às características dos produtos e serviços disponibilizados pelas marcas em questão. Em ambas as publicações, a última palavra-chave remete para a natureza comercial dos conteúdos: «#pub».
37. Ora, resulta que as publicações em causa não são «imediatamente identificáveis» como conteúdos publicitários, apresentando o mesmo grafismo dos conteúdos editoriais, pelo que requereriam, nos termos do disposto no n.º 2 do artigo 28.º da Lei de Imprensa, a identificação da sua natureza através da palavra «Publicidade» ou das letras «PUB», «em caixa alta, no início do anúncio».
38. Estes requisitos não foram adequadamente incorporados nas duas publicações do *Diário de Santo Tirso*, resultando numa comunicação opaca perante os leitores sobre a natureza das mesmas.
39. As publicações “A cantora tirsense Patrocínia Costa realizou ontem uma atuação no Salão Paroquial da Reguenga numa iniciativa da Comissão de Festas em Honra de Nossa Senhora das Dores” e “Decorreu hoje a sessão de abertura da 19ª Semana da Leitura (...)”, visam a divulgação de eventos culturais na região e constituem, portanto, conteúdos editoriais. Os textos integram um vasto conjunto de palavras-chave (*hashtags*) com nomes de empresas (como descrito nos pontos 22 e 27).

40. No caso, verifica-se que os conteúdos comerciais se confundem com os conteúdos editoriais, sem acompanharem os critérios de identificação determinados por lei para os conteúdos publicitários.
41. Ora, a ausência de informação sobre a produção de conteúdos mediante contrapartidas monetárias traduz-se numa comunicação insuficiente no que respeita à identificação da sua real natureza e origem e, consequentemente, numa comunicação pouco transparente perante os públicos, ameaçando seriamente a independência do órgão de comunicação social, bem como o livre exercício do direito à informação.
42. Pelo que o caso em apreço presta-se a constituir um desvio ao pacto de lealdade das publicações periódicas para com os leitores.
43. Importa relembrar que a publicidade, independentemente do subgénero em que se reifique, reconhece-se sempre pela sua natureza sinalagmática (não necessariamente pecuniária), o que fundamenta as obrigações de identificação e separação face aos conteúdos editoriais, no caso, devendo acompanhar as exigências constantes do n.º 2 do artigo 28.º da Lei de Imprensa.
44. Sublinhe-se que o facto de, por ora, não estar demonstrada a existência de um pagamento associado às publicações analisadas, o que determinaria a sua qualificação como publicidade (de acordo com o artigo 28.º, n.º 3, da Lei de Imprensa), não retira à mesma as características de conteúdos publicitários.
45. Ora, tratando-se de conteúdos publicitários, a sua publicação estaria obrigada à sua identificação como tal, por observância ao disposto na lei, nomeadamente no artigo 28.º, n.º 2 da Lei de Imprensa.
46. Vem o *Diário de Santo Tirso* informar, em sede de pronúncia, que «sobrevive única e exclusivamente das parcerias publicitárias privadas», comprometendo-se a, de futuro, identificar adequadamente os conteúdos publicitários.
47. Não pode, contudo, a ERC acompanhar tal argumento, atendendo a que as disposições legais que regulam a atividade de comunicação social, e, no caso, a

imprensa, determinam claramente quais os limites e requisitos para a publicação de conteúdos publicitários.

- 48.A** inserção de publicidade na imprensa, sem observância do princípio da identificabilidade, previsto no artigo 28.º, n.º 2, da Lei de Imprensa, configura uma infração de natureza contraordenacional, punível com coima em conformidade com o previsto no artigo 35.º, n.º 1, alínea b), da Lei de Imprensa.
- 49.A** competência para a instauração e instrução de tais processos cabe à ERC, tal como vertido no artigo 36.º da Lei de Imprensa e no artigo 24.º, n.º 3, alíneas b) e c) dos Estatutos da ERC.
- 50.** Pelo exposto, resultam indícios da prática da contraordenação, por incumprimento do dever de identificação da publicidade estabelecido no artigo 28.º, n.º 2, da Lei de Imprensa, previsto na alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º, do mesmo diploma legal.
- 51.** Ante o exposto, cumpre sublinhar que a separação entre conteúdos editoriais e conteúdos publicitários deve ser escrupulosamente garantida, designadamente por via da identificação adequada da natureza comercial dos mesmos.

#### **IV. Deliberação**

Apreciadas quatro publicações do *Diário de Santo Tirso*, na sua página de Facebook, no dia 17 de fevereiro de 2025, por publicidade não identificada, o Conselho Regulador, no exercício das atribuições e competências de regulação constantes, respetivamente, nas alíneas d) e e) do artigo 7.º, nas alíneas a), c) e j) do artigo 8.º, e na alínea a) do n.º 3 do artigo 24.º da Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, delibera:

1. Verificar que os quatro textos publicados pelo *Diário de Santo Tirso* contêm elementos de natureza publicitária/comercial, sem que, contudo, tenham sido devidamente identificados como tal;
2. Evidenciar que a publicidade, independentemente do subgénero em que se reifique, se reconhece sempre pela sua natureza sinalagmática (não necessariamente pecuniária), o que fundamenta as obrigações de identificação e separação face aos

- conteúdos editoriais, no caso, devendo acompanhar as exigências constantes do n.º 2 do artigo 28.º da Lei de Imprensa;
3. Referir que a não identificação da natureza contratual estabelecida, bem como da entidade adjudicante, é suscetível de comprometer a independência do órgão de comunicação social perante interferências do plano económico;
  4. Em sequência, determinar, ao abrigo da alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º e do artigo 36.º da Lei de Imprensa, a instauração de um processo de contraordenação contra João Pedro Rosas Fernandes, proprietário da publicação periódica *Diário de Santo Tirso*, por violação do disposto no n.º 2 do artigo 28.º da Lei de Imprensa;
  5. Recomendar ao *Diário de Santo Tirso* que, de futuro, respeite escrupulosamente as disposições legais aplicáveis, bem como as recomendações da ERC publicadas na Diretiva 2025/1, de 19 de fevereiro de 2025, sobre a separação entre conteúdos jornalísticos e conteúdos publicitários/ comerciais.

Lisboa, 6 de agosto de 2025

O Conselho Regulador,

Pedro Correia Gonçalves

Carla Martins

Rita Rola