



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Deliberação

ERC/2025/150 (OUT)

Exposição da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista sobre
contratos celebrados entre entidades públicas e empresas
proprietárias de órgãos de comunicação social

Lisboa
23 de abril de 2025

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação ERC/2025/150 (OUT)

Assunto: Exposição da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista sobre contratos celebrados entre entidades públicas e empresas proprietárias de órgãos de comunicação social

I. Exposição

1. Deu entrada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (adiante, ERC), a 17 de agosto de 2023, uma exposição da CCPJ - Comissão da Carteira Profissional de Jornalista sobre contratos celebrados entre entidades públicas e empresas proprietárias de órgãos de comunicação social.
2. Segundo a expoente, a CCPJ encontra-se «a analisar a natureza de algumas publicações essencialmente vocacionadas para a área do lifestyle, no âmbito de requerimentos de emissão e renovação de títulos» e que, por isso, «tem tido necessidade crescente de clarificar o tipo de trabalho desenvolvido nessas publicações», tendo-se já deparado «com trabalhos apresentados como sendo jornalísticos, mas que levantam sérias dúvidas acerca da sua natureza e finalidade.»
3. Neste contexto, a CCPJ solicitou à ERC «verificar se a execução dos contratos, exemplificativos», por si indicados, «foi concretizada através de trabalhos realizados por jornalistas, assumindo, para o leitor, erradamente, “natureza jornalística”, quando na realidade são conteúdos promocionais e/ou publicitários, vedados, portanto, aos profissionais da informação».
4. A expoente identifica os seguintes contratos:
 - a) Contrato em que a **Impresa Publishing, S.A.** é a adjudicatária e a Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal a adjudicante;

- b) Contrato em que a **Madmen, Lda.** é a adjudicatária e a Feira Viva – Cultura e Desporto, E. M., a adjudicante;
- c) Contrato em que a **Madmen, Lda.** é a adjudicatária e a Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra a adjudicante.

II. Questão prévia

- 5. Na sequência da exposição rececionada, procedeu-se a uma análise preliminar da mesma, em que, por um lado, se procurou: i) analisar cada um dos contratos, respetivo objeto e outras cláusulas com potencial impacto na autonomia editorial do órgão de comunicação social, como as cláusulas relativas aos deveres do adjudicatário; ii) identificar a correspondência entre os contratos listados e os serviços/ conteúdos a que terá dado origem; e iii) avaliar se tais conteúdos poderiam contender com a independência editorial, através do pagamento de serviços editoriais a serem produzidos por jornalistas e/ ou apresentados como jornalísticos.

III. Pronúncia dos Denunciados

- 6. Notificados para se pronunciarem, vieram os Denunciados argumentar:

SIC Notícias/Expresso (Impresa Publishing, S.A.)

- 7. Em sede de pronúncia, a Impresa Publishing, S.A. identificou 16 peças publicadas ao abrigo do suprarreferido contrato celebrado com a Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal.
- 8. A Impresa Publishing, S.A., salienta que «o “Boa Cama Boa Mesa” explora e dá a conhecer, desde 2003, a cultura, as tradições, o turismo e a gastronomia das mais

diversas regiões do país, abrangendo todo o território continental e as ilhas, fazendo parte do seu histórico a referência a cerca de mil hotéis e restaurantes em todo o país.»

9. Refere ainda que «[t]êm sido produzidos, ao longo destes 20 anos, vários conteúdos, com diferentes características em diversos suportes (...).»

New in Town/New in Coimbra (Mandmen, Lda.)

10. Em sede de pronúncia, a Madmen, Lda. elencou as peças publicadas ao abrigo do contrato suprarreferido: uma peça publicada pela *New in Town*, ao abrigo do contrato celebrado com a Feira Viva – Cultura e Desporto, E. M.; e 45 peças publicadas pela *New in Coimbra*, ao abrigo do contrato celebrado com a Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra.

IV. Análise e fundamentação

a) Enquadramento legal

11. Os Estatutos da ERC, aprovados em anexo à Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, consagram como objetivo de regulação «assegurar que a informação fornecida pelos prestadores de serviços de natureza editorial se pauta por critérios de exigência e rigor jornalísticos, efetivando a responsabilidade editorial perante o público em geral dos que se encontram sujeitos à sua jurisdição, caso se mostrem violados os princípios e regras legais aplicáveis» (alínea d) do artigo 7.º). Os mesmos Estatutos estabelecem como competência da ERC «zelar pela independência das entidades que prosseguem atividades de comunicação social perante os poderes político e económico» (alínea c) do artigo 8.º).

12. O n.º 3 da Lei de Imprensa¹ estabelece que a liberdade de imprensa tem como únicos limites os que decorrem da Constituição e da lei, como forma de salvaguardar o rigor e a objetividade da informação, garantir os direitos ao bom nome, à reserva da intimidade da vida privada, à imagem e à palavra dos cidadãos e defender o interesse público e a ordem democrática.
13. Atente-se ainda ao artigo 3.º do Código da Publicidade², que define que publicidade consiste em «(...) 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.»
14. A publicidade deve ser manifestamente percecionada como tal pelos leitores e facilmente distinguível dos conteúdos informativos. De facto, o artigo 28.º da Lei de Imprensa estabelece que «toda a publicidade redigida ou a publicidade gráfica, que como tal não seja imediatamente identificável, deve ser identificada através da palavra «Publicidade» ou das letras «PUB», em caixa alta, no início do anúncio, contendo ainda, quando tal não for evidente, o nome do anunciante.»
15. Os princípios da identificabilidade e separação visam garantir que os conteúdos de natureza publicitária não se confundam com os textos jornalísticos, na medida em que estes possuem características distintas, desde logo por estarem afetos a deveres de rigor informativo, isenção e objetividade, não compatíveis com a utilização de linguagem de cariz promocional ou apelativa, típica dos conteúdos publicitários.
16. No que respeita aos conteúdos televisivos, importa destacar o n.º 1, do artigo 41.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP)³, onde se dispõe que «[o]s serviços de programas televisivos e os serviços de comunicação audiovisual a

¹ Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, na sua redação em vigor.

² Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, na sua redação em vigor.

³ Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, na sua redação em vigor.

pedido, bem como os respectivos programas patrocinados, são claramente identificados como tal pelo nome, logótipo ou qualquer outro sinal distintivo do patrocinador dos seus produtos ou dos seus serviços».

17. Importa ainda destacar que, nos termos do disposto no n.º 3, do mesmo artigo, «[o]s serviços noticiosos e os programas de informação política não podem ser patrocinados».

b) Nota metodológica

18. Para efeitos da presente análise, nos casos em que foram identificadas, pelo respetivo Denunciado, várias peças, optou-se por analisar a mais recente publicação.

19. A presente análise irá incidir, assim, sobre as seguintes peças:

- a) Edição de 29 de julho de 2023 do programa “Boa Cama Boa Mesa” emitida pela *SIC Notícias*, dedicado a “Penela e Condeixa”, replicada no dia seguinte na edição eletrónica do jornal *Expresso*;
- b) Peça intitulada “Viagem Medieval regressa a Santa Maria da Feira”, publicada pela *New in Town* no dia 3 de agosto de 2023;
- c) Peça intitulada “Região de Coimbra promove formação para as indústrias criativas”, publicada pela *New in Coimbra* no dia 6 de setembro de 2023.

c) Análise

New in Town/New in Amadora

20. A publicação *New in Town* publicou, no dia 3 de agosto de 2023, uma peça intitulada “Viagem Medieval regressa a Santa Maria da Feira”, com o pós-título “A 26.ª edição

do famoso evento acontece no centro histórico da cidade, com uma recriação do reinado de D. João I”⁴.

21. O texto da peça é complementado por uma imagem da recriação de um cortejo medieval, com a legenda «O cortejo que acontece no evento.». No canto superior direito da referida imagem encontra-se um grafismo circular, de cor azul-clara, com a seguinte inscrição: «NiT. Conteúdo Patrocinado».
22. No final do artigo surge a nota «Este artigo foi escrito em parceria com a viagem medieval», complementando a informação contida no grafismo acima descrito.
23. A *New in Coimbra* publicou, no dia 6 de setembro de 2023, uma peça intitulada “Região de Coimbra promove formação para as indústrias criativas”, e o pós-título “Festival MATE promove 12 ações destinadas a estudantes ou profissionais da área da cultura. Inscrições são gratuitas”.
24. O texto é complementado por uma imagem de um concerto, com a legenda «Produção de eventos será um dos temas a abordar.». No canto superior direito da referida imagem encontra-se um grafismo circular, de cor azul-clara, com a seguinte inscrição: «NiT. Conteúdo Patrocinado».
25. Verifica-se que o grafismo usado pela *New in Coimbra* é idêntico ao utilizado pela *New in Town*.
26. No final do artigo surge a nota «Este artigo foi escrito em parceria com a Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra», complementando a informação contida no grafismo acima descrito.
27. O grafismo suprarreferido utilizado pelas publicações *New in Town* e *New in Coimbra* não é de imediata identificação, pois a sua localização – colocado, não junto

⁴ Disponível em: <https://www.nit.pt/cultura/viagem-medieval-regressa-a-santa-maria-da-feira>.

do texto, mas sim no canto superior da imagem que o complementa –, e o seu tamanho reduzido, não contribuem para a sua fácil e imediata perceção.

28. Adicionalmente, a referência, no final do texto, a uma «parceria» na escrita das peças, constitui, no entendimento da ERC, uma formulação ambígua que não esclarece de imediato os leitores sobre a natureza publicitária dos conteúdos (veja-se, a título de exemplo, a Deliberação ERC/2023/204 (OUT-I)).
29. Assim, pese embora se verifiquem elementos de identificação da natureza publicitária/ comercial do texto, deve notar-se que as suas características (supra descritas) comportam alguma ambiguidade.

SIC Notícias/Expresso

30. No dia 29 de julho de 2023, a *SIC Notícias* exibiu o programa “Boa Cama, Boa Mesa”, cuja edição foi dedicada à área geográfica de Penela e Condeixa. A mesma peça [vídeo] foi ainda publicada na página eletrónica do jornal *Expresso* no dia seguinte⁵.
31. O programa “Boa Cama, Boa Mesa” resulta de uma parceria entre a *SIC Notícias* e o *Expresso* e é apresentado do seguinte modo: «Com o Boa Cama Boa Mesa fique a conhecer os melhores locais para comer ou dormir. Dicas de roteiros e viagens para aproveitar (ainda) melhor os tempos livres».⁶
32. Importa referir que, no sítio eletrónico do jornal *Expresso*, o conteúdo em apreço encontra-se publicado no dossiê “Boa Cama Boa Mesa” – com o seguinte subtítulo: “Viagens, alojamentos, restaurantes e vinhos” –, onde se encontram elencadas as mais recentes edições/ peças do programa⁷. Na página do referido dossiê, ladeando

⁵ Disponível em: <https://expresso.pt/boa-cama-boa-mesa/2023-07-30-Programa-Penela-e-Condeixa-BCBM-na-SIC-N-15d0cdca>.

⁶ Disponível em: <https://sicnoticias.pt/autores/2023-06-01-boa-cama-boa-mesa-7a973e71>.

⁷ Disponível em: <https://expresso.pt/boa-cama-boa-mesa>.

o título, surge ainda uma hiperligação com o texto «Comprar guias BCBM»⁸, que remete para uma página onde se podem adquirir os referidos guias.

33. Ora, o programa “Boa Cama Boa Mesa” centra-se, assim, na divulgação de locais a visitar, tais como monumentos e museus, e na divulgação e promoção de vários estabelecimentos comerciais no setor da restauração e alojamento.
34. Na edição em apreço, por exemplo, no campo da restauração, são divulgados a Quinta do Clero (inclusive com a indicação do contacto telefónico, número de quartos e o preço), o restaurante Louçainha (inclusive com a indicação do contacto telefónico, local, horário e preço médio da refeição).
35. Após visualização da edição suprarreferida – vídeo com 9m26s – verificou-se que, no final, antes da exibição da ficha técnica, surge a indicação de que se trata de um «projeto cofinanciado por» Centro 2020, Portugal 2020 e União Europeia (através dos seus respetivos logótipos).
36. Deste modo, entende-se que a indicação de patrocínio se encontra concretizada, acompanhando as obrigações vertidas no n.º 1 do artigo 41.º da LTSAP.
37. Mais se diga que, não se tratando de um serviço noticioso ou de um programa de informação política, o patrocínio não se lhe encontra vedado.
38. No que respeita à sua publicação pelo jornal *Expresso*, dado tratar-se de uma publicação escrita, pese embora se verifiquem os elementos de identificação supra descritos no final do vídeo, poderia o *Expresso* ter assegurado a respetiva identificação da natureza publicitária/ comercial no texto (ou apenas título, quando aplicável), obviando a sua eventual confusão com um conteúdo jornalístico.

⁸ Disponível em:

<https://sdistribution.impresa.pt/data/content/binaries/custom/expresso/expressopapel/bcbm/produtosexpresso/>.

39. De assinalar também que a análise permitiu verificar que o dossiê “Boa Cama, Boa Mesa” publicado no sítio eletrónico do *Expresso*, onde as várias peças/edições se encontram elencadas, não apresenta qualquer indicação de que se trata de uma secção de conteúdos publicitários.
40. Deste modo, importa igualmente sensibilizar o *Expresso* para a necessidade de identificar de forma mais clara, imediata e inequívoca os conteúdos publicitários que publicita, desde logo no que respeita ao dossiê “Boa Cama, Boa Mesa”.
41. Por último, importa ainda referir que constam da ficha técnica da edição em apreço do “Boa Cama, Boa Mesa”, dois jornalistas (com carteira profissional de jornalista emitida pela CCPJ)⁹, nas funções de “Texto e Reportagem” e de “Coordenador Editorial”.
42. Cumpre assinalar que a participação de jornalistas em conteúdos que resultam do pagamento de contrapartidas por entidades externas poderá contender com o disposto na alínea a), n.º 1, artigo 3.º do Estatuto do Jornalista¹⁰, que determina que a profissão de jornalista é incompatível com «[f]unções de angariação, concepção ou apresentação, através de texto, voz ou imagem, de mensagens publicitárias».
43. Tal participação poderá também contender com a alínea c), n.º 1, artigo 14.º, do Estatuto do Jornalista, que determina que deve o jornalista recusar funções ou tarefas suscetíveis de comprometer a sua independência e integridade profissional.

V. Deliberação

Tendo analisado duas peças, publicadas pela *New in Town*, no dia 3 de agosto de 2023, e pela *New in Coimbra*, no dia 6 de setembro de 2023, no âmbito de dois contratos celebrados,

⁹ Conforme pesquisa no sítio eletrónico da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (<https://www.ccpj.pt/>) realizada a 1 de abril de 2025.

¹⁰ Lei n.º 1/99, de 13 de janeiro, na sua redação em vigor.

respetivamente entre a empresa Madmen, Lda. e as entidades Feira Viva - Cultura e Desporto, E.M. e Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra; e uma peça exibida pela *SIC Notícias*, no dia 29 de fevereiro de 2023, e publicada na edição eletrónica do jornal *Expresso*, no dia 30 de fevereiro de 2023, no âmbito de um contrato celebrado entre a Impresa Publishing S.A. e a Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal, o Conselho Regulador, no exercício das atribuições e competências de regulação constantes, respetivamente, na alínea d) do artigo 7.º, e na alínea c) do artigo 8.º, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, delibera:

1. Verificar que as peças publicadas pelas publicações periódicas *New in Town* e *New in Coimbra* contêm elementos de identificação da sua natureza publicitária/comercial, embora importe sensibilizar para a necessidade de garantir uma identificação mais clara, imediata e inequívoca dos conteúdos publicitários que publica;
2. Considerar que a peça exibida pela *SIC Notícias* e publicada pelo *Expresso*, identifica adequadamente a natureza publicitária/comercial dos conteúdos, bem como o respetivo anunciante;
3. Notar que a secção “Boa Cama Boa Mesa” constante do sítio eletrónico do *Expresso* não identifica ou esclarece a sua natureza publicitária/comercial, sendo suscetível de induzir os públicos em erro quanto à verdadeira natureza dos conteúdos ali publicados;
4. Recomendar à *New in Town*, *New in Coimbra* e *Expresso* que, de futuro, respeitem 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;
5. Recordar a *SIC Notícias* e o *Expresso* da necessidade de garantir que os conteúdos emitidos ao abrigo de contratos com entidades externas não sejam concebidos, nem assinados, por jornalistas;

6. Em sequência, enviar a presente deliberação para a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista para averiguação de eventual incumprimento dos deveres profissionais dos jornalistas, designadamente aqueles previstos na alínea a) do n.º 1 do artigo 3.º, e na alínea c) do n.º 1 do artigo 14.º, do Estatuto do Jornalista.

Lisboa, 23 de abril de 2025

O Conselho Regulador,

Helena Sousa

Pedro Correia Gonçalves

Telmo Gonçalves

Rita Rola