



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Deliberação

ERC/2023/229 (OUT)

Contratos públicos celebrados com a Cofina Media, SA.

Lisboa
6 de junho de 2023

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação ERC/2023/229 (OUT)

Assunto: Contratos públicos celebrados com a Cofina Media, SA.

I. Enquadramento

1. Deu entrada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante, ERC), no dia 15 de junho de 2022, uma exposição de «Pedro Almeida Vieira – Página Um» referindo que «Em 6 de Maio p.p., o jornal PÁGINA UM divulgou, com a respetiva ligação para o Portal Base, um conjunto de 56 contratos que estiveram em vigor desde 2020 até essa data, onde, de forma evidente se está perante contratos de prestação de serviços de conteúdo editorial, algumas das vezes comprovadamente feitos por jornalistas e uns tantos com a participação mesmo de responsáveis editoriais de diversos órgãos de comunicação social.»
2. Em causa estariam contratos celebrados com a Global Notícias – Media Group, SA, a Impresa Publishing, SA, a Trust in News, Unipessoal, Lda., a Cofina Media, SA, o Público – Comunicação Social, SA, e a TVI – Televisão Independente, SA.
3. Mais se alega na mesma comunicação que foram detetados «mais oito contratos similares (não relacionados com publicidade), dos quais 4 da Cofina, 3 da Global Notícias e 1 da Impresa.»
4. A exposição supra referida termina com um pedido de informação sobre se, na ERC, estará a «decorrer ou vai ser aberto qualquer diligência para analisar estes contratos comerciais e a participação evidente (pelo menos em muitos dos casos) de jornalistas e responsáveis editoriais.»
5. No total, os 64 contratos em causa foram celebrados entre várias entidades públicas e os seguintes sete grupos ou empresas de media nacionais: i) Cofina Media, SA; ii) Global Notícias – Media Group, SA; iii) Impresa Publishing, SA; iv) SIC – Sociedade Independente de

Comunicação, SA; v) Público – Comunicação Social, SA; vi) Trust in News, Unipessoal, Lda. (TiN); e vii) TVI – Televisão Independente, SA.

6. Por despacho do Presidente do Conselho Regulador da ERC, de 15 de junho de 2022, a referida exposição foi remetida aos serviços para a respetiva análise.

7. A análise preliminar realizada pela ERC procurou identificar, por um lado, a correspondência entre os contratos listados e os serviços e/ou conteúdos a que terão dado origem; e, por outro, 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.

8. A presente deliberação debruça-se sobre os conteúdos referentes aos 19 contratos celebrados entre entidades públicas e a empresa Cofina Media, SA, no período compreendido entre 27 de janeiro de 2020 e 6 de junho de 2022.

II. Caracterização da empresa Cofina Media, SA

9. A Cofina Media, SA – cujo capital social é detido pela Cofina, SGPS, SA (99,79%) e pela própria Cofina Media, S.A. (0,21%) – é proprietária das publicações periódicas *Correio da Manhã*, *Sábado*, e *Jornal de Negócios*, e está habilitada para o exercício da atividade de televisão em Portugal, sendo detentora do serviço de programas televisivo CMTV – Correio da Manhã TV. A estrutura de propriedade pode ser consultada no Portal da Transparência da ERC¹.

10. As publicações periódicas e o serviço de programas pertencentes ao grupo, em que incidirá a análise subsequente, estão registados na ERC: *Correio da Manhã* (n.º 106585), *Sábado* (n.º 124436), *Jornal de Negócios* (n.º 121571) e CMTV – Correio da Manhã TV (n.º 523409).

¹ Disponível em <https://portaltransparencia.erc.pt/entidades-ocs/cofina-media-sa/?IdEntidade=6ebb891b-d506-e611-80c8-00505684056e&geral=true>

III. Análise

3.1. Problemática

11. O presente procedimento centra-se na averiguação da eficaz e clara separação entre conteúdos editoriais e promocionais, no quadro das competências e atribuições da ERC, nomeadamente as respeitantes à salvaguarda da independência dos órgãos de comunicação social perante os poderes políticos e económicos. Assim, a análise irá ater-se à verificação de eventuais situações em que se indicia que conteúdos promocionais foram dissimulados como conteúdos de natureza jornalística, enquanto resultado de contratos estabelecidos com entidades públicas, em desrespeito pela autonomia editorial e pelo princípio de identificabilidade de conteúdos de natureza publicitária.

3.2. Nota metodológica

12. Procedendo-se de seguida à análise dos conteúdos, por forma a identificar eventuais conteúdos jornalísticos «encomendados», contendendo-se com a independência editorial, importa desde já esclarecer que, em termos metodológicos, foi determinado analisar o universo dos conteúdos identificados relacionados com os contratos indicados na exposição.

13. Considerando o enquadramento normativo prévio, o carácter eventualmente problemático dos conteúdos identificados foi apreciado atendendo a quatro critérios principais:

- i. não são identificadas as relações comerciais (a qualidade de conteúdo pago);
- ii. não são identificados como conteúdos patrocinados ou como *branded content*;
- iii. a autoria é assegurada por jornalista com carteira profissional ativa ou pelo próprio meio de comunicação;
- iv. a supervisão e orientação dos conteúdos são asseguradas por: direções de informação (na televisão); pelos diretores, ou diretores adjuntos, ou subdiretores (na imprensa).

14. Considerando o escopo da presente análise, foram identificados 19 contratos estabelecidos com a empresa Cofina Media, SA, no âmbito da pesquisa no portal Base.Gov.
15. Da análise realizada resultaram duas situações distintas:
- a) Identificação de conteúdos em que se conclui não existir uma cabal separação entre conteúdos editoriais/jornalísticos e conteúdos promocionais/publicitários;
 - b) Impossibilidade de localização dos conteúdos correspondentes ao objeto do contrato nas publicações periódicas da Cofina Media, SA.
16. A Cofina Media, SA, foi notificada a 19 de setembro de 2022 para, querendo, se pronunciar sobre os conteúdos identificados na alínea a), bem como para identificar os conteúdos correspondentes à alínea b) do parágrafo anterior.
17. Tendo resultado, da análise preliminar, a identificação de conteúdos adicionais referentes a contratos com entidades públicas, foi novamente a Cofina Media, SA, notificada a pronunciar-se sobre aqueles, a 19 de dezembro de 2022 e a 6 de março de 2023.
18. Em sequência, foram analisados os conteúdos disponíveis que estarão relacionados com os contratos listados na figura 1.

Fig. 1: Contratos públicos celebrados com a Cofina Media, S.A.

N.º	Entidade adjudicante	Data de celebração do contrato	Objeto do contrato	Preço contratual
#46	Câmara Municipal da Maia	06/06/2022	Aquisição de serviços de produção e difusão de programa de televisão	7.400,00 €
#47	Instituto Politécnico de Portalegre	25/05/2022	Prestação de Serviços de informação e publicidade no âmbito do Projeto Guardiões	74.950,00 €
#48	Câmara Municipal de São Pedro do Sul	25/05/2022	Contratação de serviço de promoção de S. Pedro do Sul para o ano de 2022	16.260,00 €
#49	Câmara Municipal de Caldas da Rainha	25/05/2022	Prestação de Serviços de Divulgação do Município das Caldas da rainha no Programa da Manhã da CMTV e Suplemento Correio da Manhã	10.000,00 €
#50	AdP – Águas de Portugal	22/03/2022	Aquisição de serviços para produção de conteúdos digitais no âmbito da campanha de alerta para a seca	19.900,00 €
#51	Governo Regional da Madeira	29/12/2021	Aquisição de serviços de publicação e divulgação no âmbito das atribuições da	50.000,00 €

			Direção Regional do Património - Processo n.º 31/CPR/2021	
#52	Gairub – Urbanismo e Habitação E.M.	10/11/2021	Acervo - Meu Bairro, Minha Rua	53.000,00 €
#53	Câmara Municipal de Viana do Castelo	17/09/2021	Prestação de serviços para organização de seminário e divulgação - Economia Azul	13.500,00 €
#54	Câmara Municipal do Seixal	03/08/2021	Aquisição, sem exclusividade, do direito de uso temporário das marcas "Splash Seixal" e "Cofina Boost Solutions", respetiva ativação e execução plano de promoção e publicidade, assim como a organização do evento e instalação dos equipamentos, estruturas e serviços associados ao mesmo, no formato adaptado às atuais circunstâncias pandémicas, com a denominação de "Verão no Parque"	142.276,42 €
#55	Câmara Municipal de Melgaço	17/06/2021	Conferência - Pensar Global Agir Local	16.500,00 €
#56	Comunidade Intermunicipal do Cávado	02/06/2021	Aquisição de serviços para elaboração da "Comunicação e divulgação da Estratégia do Cávado 2030 (programação dos FEEI 2021-2027 no território do Cávado)"	15.000,00 €
#57	Câmara Municipal de Melgaço	29/04/2021	Campanha de promoção da Festa do Alvarinho e do Fumeiro 2021	14.634,00 €
#58	Câmara Municipal de Albufeira	27/04/2021	Plano de Comunicação, Valorização e Divulgação da Marca "ALBUFEIRA" a nível nacional	70.000,00 €
#59	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira	26/03/2021	Captação de Investimento Económico no Concelho de Santa Maria da Feira	7.500,00 €
#60	Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia	13/08/2020	Aquisição de serviços de realização e promoção da 9ª Edição do evento "A Mesa Dos Portugueses" em Vila Nova de Gaia	40.000,00 €
#61	Câmara Municipal de Albufeira	12/08/2020	Aquisição de 6 Suplementos Temáticos sobre Albufeira, no Correio da Manhã	22.500,00 €
#62	Secretaria-Geral do Ministério da Economia	01/07/2020	Produção de conteúdos e respetiva publicação no Jornal de Negócios para a Secretaria Geral da Economia e Transição Digital	18.000,00 €
#63	Câmara Municipal de Braga	29/04/2020	Serviços de promoção de eventos para o ano 2020	31.333,33 €
#64	Câmara Municipal de Salvaterra de Magos	27/01/2020	Campanha de divulgação do Mês da Enguia 2020	5.413,72 €

3.3. Análise dos conteúdos

19. No âmbito do presente processo, foi a Cofina Media, SA, convidada a pronunciar-se sobre os conteúdos publicados no âmbito dos 19 contratos identificados.
20. Começa por garantir que «pauta a sua atuação por elevados padrões de qualidade, procurando sempre o estrito cumprimento de toda a legislação, nomeadamente no que diz respeito à necessária separação entre conteúdos de natureza *editorial/jornalística* e *promocional/publicitária*, e conformidade com os princípios da identificabilidade e da separação, consagrados na Lei de Imprensa e o Código da Publicidade, pelo que, apenas por lapso involuntário poderá ter sido posta em causa esta máxima.»
21. No âmbito do presente procedimento, a Cofina Media SA, adianta que «após a análise supramencionada, constatámos de facto que, à luz das considerações da ERC, poderão existir desta forma algumas lacunas (...) razão pela qual, se pretende de imediato proceder à regularização das mesmas (...).»
22. Vem ainda a Cofina Media, SA, pronunciar-se em concreto sobre os conteúdos publicados no âmbito de cada contrato, como se verá *infra*.

#46 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal da Maia. **Data do contrato:** 06/06/2022.

- a) O jornal *Correio da Manhã* publicou um suplemento de 12 páginas, denominado «Sociedade Ponto Verde – Maia», com data de 6 e 7 de julho de 2022.
- b) Na capa consta a indicação «Extra».
- c) Os cabeçalhos das páginas interiores têm todos a menção «Suplemento Sociedade Ponto Verde – Maia».
- d) Promove o prémio «Junta-te ao Gervásio», empresas da Maia, entrevista protagonistas dessas empresas, bem como António Silva Tiago, presidente da Câmara Municipal da Maia.
- e) Na página 5 pode ler-se após o título: «De norte a sul de Portugal, o programa Manhã CM será emitido em direto de seis cidades para mostrar o que as freguesias, entidades e cidadãos portugueses estão a desenvolver na área da reciclagem e ambiente. Contamos consigo?»

- f) Na última página do suplemento consta a informação «MUNICÍPIO – CM-MAIA.PT».
- g) Convidada a pronunciar-se, a Cofina vem esclarecer que «a área de *branded content* da Cofina criou o sobredito suplemento por iniciativa da sociedade Ponto Verde (...) o qual se encontra devidamente identificado como tal, não se podendo confundir o seu conteúdo com conteúdo editorial.»
- h) Acrescenta que o suplemento «foi distribuído gratuitamente na zona da Maia, apresentando a sua capa um grafismo totalmente diferente do utilizado na capa do Jornal “Correio da Manhã”, constando especificamente a menção “CM Extra”.»
- i) A Cofina diz ainda que «pode ler-se em todas páginas “SUPLEMENTO SOCIEDADE PONTO VERDE – MAIA” com layout e cor diferente (verde) dos utilizados para conteúdo editorial.»
- j) Refere também que «nenhum dos conteúdos que integram o suplemento em crise está assinado por jornalistas.»
- k) Por fim, a Cofina sustenta que «na página final do suplemento aparecem inclusive referências publicitárias ao Município da Maia e à Sociedade Ponto Verde enquanto entidades anunciantes do trabalho em causa, bem como, a indicação “PUB”.»
- l) No dia 7 de julho de 2022, o programa “Manhã CM” da CMTV foi emitido em direto a partir da Maia.
- m) Contém promoção à campanha «Junta-te ao Gervásio», a atividades e empresas da Maia e entrevistas a agentes dessas empresas.
- n) Inclui uma entrevista a António Silva Tiago, presidente da Câmara Municipal da Maia.
- o) No início do programa, é exibida, no canto superior direito do ecrã, sinalética respeitante à inclusão de conteúdos de natureza publicitária. Não é feita menção à relação comercial estabelecida no âmbito do contrato em causa.
- p) No dia 8 de julho de 2022, o programa “Manhã CM” da CMTV foi emitido em direto a partir da Maia.

- q) Inclui uma entrevista a Marta Peneda, Vereadora do Ambiente da Câmara Municipal da Maia e a António Silva Tiago, presidente da Câmara Municipal da Maia.
- r) Contém promoção a atividades e empresas da Maia e entrevistas a agentes dessas empresas e à campanha «Junta-te ao Gervásio».
- s) No início do programa, é exibida, no canto superior direito do ecrã, sinalética respeitante à inclusão de conteúdos de natureza publicitária. Não é feita menção à relação comercial estabelecida no âmbito do contrato em causa.
- t) Em sede de pronúncia, no que respeita às duas edições do programa “Manhã CM” descritas, a Cofina assegura que «os trabalhadores afetos a este programa não são jornalistas».
- u) Mais acrescenta que, no programa em causa, «são sempre identificados (com a devida sinalética) no início, no recomeço (após intervalo) e no fim do programa – conteúdos patrocinados, *branded content* ou telepromoções.»

#47 - Entidade adjudicante: Instituto Politécnico de Portalegre. **Data do contrato:** 25/05/2022.

- a) A *Sábado* publicou, no dia 14 de abril de 2022, uma peça intitulada “Projeto Guardiões junta especialistas internacionais no Alentejo para promover o conhecimento”, disponível em: <https://www.sabado.pt/comunicados-imprensa/detalhe/projeto-guardioes-junta-especialistas-internacionais-no-alentejo-para-promover-o-conhecimento>.
- b) Encontra-se identificada através da etiqueta «comunicados de imprensa» e não é assinada.
- c) A data de publicação da peça é anterior à data de celebração do contrato.
- d) O *Jornal de Negócios* publicou, no dia 14 de abril de 2022, uma peça intitulada “Projeto Guardiões junta especialistas internacionais no Alentejo para promover o conhecimento”, disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/comunicados-de->

[imprensa/detalhe/projeto-guardioes-junta-especialistas-internacionais-no-alentejo-para-promover-o-conhecimento.](#)

- e) Encontra-se identificada através da etiqueta «comunicados de imprensa» e não é assinada.
- f) A data de publicação da peça é anterior à data de celebração do contrato.
- g) O *Jornal de Negócios* publicou, no dia 7 de junho de 2022, uma peça intitulada “Conferência GUARDIÕES: Sines lidera a dupla transição energética e digital”, disponível em: [https://www.jornaldenegocios.pt/comunicados-de-imprensa/detalhe/conferencia-guardioes-sines-lidera-a-dupla-transicao-energetica-e-digital.](https://www.jornaldenegocios.pt/comunicados-de-imprensa/detalhe/conferencia-guardioes-sines-lidera-a-dupla-transicao-energetica-e-digital)
- h) Encontra-se identificada através da etiqueta «comunicados de imprensa» e não é assinada.
- i) Na sua pronúncia, a Cofina Media, SA, garante que todos os conteúdos acima identificados se encontram identificados «como “Comunicados de Imprensa” – enquanto veículos de comunicação com empresas ou entidades (nada tendo que ver com a área editorial) o que, se considera ser suficiente para efeitos de separação.»

#48 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de São Pedro do Sul. **Data do contrato:** 25/05/2022.

- a) A *Sábado* publicou, na edição eletrónica, no dia 29 de junho de 2022, uma peça intitulada “Conhece os banhos terapêuticos de água termal?”, disponível em: [https://www.sabado.pt/c-studio/detalhe/conhece-os-banhos-terapeuticos-de-agua-termal.](https://www.sabado.pt/c-studio/detalhe/conhece-os-banhos-terapeuticos-de-agua-termal)
- b) A peça publicita as Termas de São Pedro do Sul.
- c) Encontra-se identificada através da etiqueta «Especiais C-Studio» e não é assinada.

- d) A «C-Studio» é assim identificada no sítio eletrónico do *Correio da Manhã*: «A C-Studio é a marca que representa a área de conteúdos patrocinados do universo Cofina. É o local onde as marcas podem contar as suas histórias e experiências.»
- e) O *Jornal de Negócios* publicou, na edição eletrónica, no dia 14 de julho de 2022, uma peça intitulada “Termas de S. Pedro do Sul: Cuidar do Corpo e do Espírito”, disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/c-studio/detalhe/termas-de-s-pedro-do-sul-cuidar-do-corpo-e-do-espírito>.
- f) A peça publicita as Termas de São Pedro do Sul.
- g) Encontra-se identificada através da etiqueta «Especiais C-Studio» e não é assinada.
- h) A Cofina Media, SA, não logrou pronunciar-se sobre estes conteúdos.
- i) A CMTV emitiu, na edição de 27 de junho de 2022 do programa “Manhã CM”, uma peça sobre as termas de São Pedro do Sul.
- j) Inclui declarações de Pedro Mouro, vice-presidente da Câmara Municipal de São Pedro do Sul.
- k) Os conteúdos são assinados por uma autora que não tem carteira profissional de jornalista².
- l) No início do programa, é exibida, no canto superior direito do ecrã, sinalética respeitante à inclusão de conteúdos de natureza publicitária. Não é feita menção à relação comercial estabelecida no âmbito do contrato em causa.
- m) A CMTV emitiu, na edição de 28 de junho de 2022 do programa “Manhã CM”, uma peça sobre as termas de São Pedro do Sul.
- n) Os conteúdos não são assinados.

² Pesquisa efetuada na página da CCPJ a 24 de novembro de 2022.

- o) No início do programa, é exibida, no canto superior direito do ecrã, sinalética respeitante à inclusão de conteúdos de natureza publicitária. Não é feita menção à relação comercial estabelecida no âmbito do contrato em causa.
- p) A CMTV emitiu, na edição de 29 de junho de 2022 do programa “Manhã CM”, uma peça sobre o Instituto AQVA em São Pedro do Sul.
- q) Os conteúdos são assinados por Ana Pedro Arriscado.
- r) No início do programa, é exibida, no canto superior direito do ecrã, sinalética respeitante à inclusão de conteúdos de natureza publicitária. Não é feita menção à relação comercial estabelecida no âmbito do contrato em causa.
- s) A CMTV emitiu, na edição de 30 de junho de 2022 do programa “Manhã CM”, uma peça sobre as termas de São Pedro do Sul.
- t) Os conteúdos são assinados por Ana Pedro Arriscado.
- u) No início do programa, é exibida, no canto superior direito do ecrã, sinalética respeitante à inclusão de conteúdos de natureza publicitária. Não é feita menção à relação comercial estabelecida no âmbito do contrato em causa.
- v) A CMTV emitiu, na edição de 1 de julho de 2022 do programa “Manhã CM”, uma peça sobre as termas de São Pedro do Sul.
- w) Os conteúdos são assinados por Ana Pedro Arriscado.
- x) No início do programa, é exibida, no canto superior direito do ecrã, sinalética respeitante à inclusão de conteúdos de natureza publicitária. Não é feita menção à relação comercial estabelecida no âmbito do contrato em causa.
- y) Em sede de pronúncia, no que respeita às cinco edições do programa “Manhã CM” descritas, a Cofina assegura que «os trabalhadores afetos a este programa não são jornalistas».

- z) Mais acrescenta que, no programa em causa, «são sempre identificados (com a devida sinalética) no início, no recomeço (após intervalo) e no fim do programa – conteúdos patrocinados, *branded content* ou telepromoções.»

#49 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Caldas da Rainha. **Data do contrato:** 25/05/2022.

- a) O *Correio da Manhã* publicou, no dia 6 de junho de 2022, uma peça intitulada “A reciclagem mora nas Caldas da Rainha”, disponível em: <https://www.cmjornal.pt/c-studio/especiais-c-studio/junta-te-ao-gervasio/detalhe/a-reciclagem-mora-nas-caldas-da-rainha>.
- b) Encontra-se identificada através da etiqueta «Especiais C-Studio» e não é assinada.
- c) Sobre esta peça, a Cofina Media, SA, não logrou pronunciar-se.
- d) A CMTV transmitiu, no dia 27 de maio de 2022, uma edição do programa “Manhã CM”, onde constam segmentos de promoção de marcas/empresas das Caldas da Rainha.
- e) Trata-se de um programa de entretenimento cujos apresentadores não são jornalistas.
- f) No início do programa, é exibida, no canto superior direito do ecrã, sinalética respeitante à inclusão de conteúdos de natureza publicitária. Não é feita menção à relação comercial estabelecida no âmbito do contrato em causa.
- g) Em sede de pronúncia, no que respeita a esta edição do programa “Manhã CM” descrita, a Cofina assegura que «os trabalhadores afetos a este programa não são jornalistas».
- h) Mais acrescenta que, no programa em causa, «são sempre identificados (com a devida sinalética) no início, no recomeço (após intervalo) e no fim do programa – conteúdos patrocinados, *branded content* ou telepromoções.»

#50 - Entidade adjudicante: AdP – Águas de Portugal. **Data do contrato:** 22/03/2022.

- a) O *Correio da Manhã* publicou, no dia 31 de março de 2022, uma peça intitulada “Dica da água #1: reutilizar para poupar”, disponível em: <https://www.cmjornal.pt/c-studio/detalhe/dica-da-agua-1-reutilizar-para-poupar>.

- b) Encontra-se identificada através da etiqueta «Especiais C-Studio» e não é assinada.
- c) O *Correio da Manhã* publicou, no dia 5 de abril de 2022, uma peça intitulada “Dica da água #2: (Re)Conheça o conceito de água virtual”, disponível em: <https://www.cmjornal.pt/c-studio/detalhe/dica-2-reconheca-o-conceito-de-agua-virtual>.
- d) Encontra-se identificada através da etiqueta «Especiais C-Studio» e não é assinada.
- e) O *Correio da Manhã* publicou, no dia 14 de abril de 2022, uma peça intitulada “Dica da água #3: controlar gastos e perdas”, disponível em: <https://www.cmjornal.pt/c-studio/detalhe/dica-da-agua-3-controlar-gastos-e-perdas>.
- f) Encontra-se identificada através da etiqueta «Especiais C-Studio» e não é assinada.
- g) O *Correio da Manhã* publicou, no dia 19 de abril de 2022, uma peça intitulada “Dica da água #4: não alimente este monstro!”, disponível em: <https://www.cmjornal.pt/c-studio/detalhe/dica-da-agua-4-nao-alimente-este-monstro>.
- h) Encontra-se identificada através da etiqueta «Especiais C-Studio» e não é assinada.
- i) O *Correio da Manhã* publicou, no dia 21 de abril de 2022, uma peça intitulada “Dica da Água #5: seja um chef circular!”, disponível em: <https://www.cmjornal.pt/c-studio/detalhe/dica-da-agua-5-seja-um-chef-circular>.
- j) Encontra-se identificada através da etiqueta «Especiais C-Studio» e não é assinada.
- k) O *Correio da Manhã* publicou, no dia 27 de abril de 2022, uma peça intitulada “Dica da água #6: podemos ou não beber água da torneira?”, disponível em: <https://www.cmjornal.pt/c-studio/detalhe/dica-da-agua-6-podemos-ou-nao-beber-agua-da-torneira>.
- l) Encontra-se identificada através da etiqueta «Especiais C-Studio» e não é assinada.

- m) O *Correio da Manhã* publicou, no dia 3 de maio de 2022, uma peça intitulada “Dica da água #7: REUSE água na rega!”, disponível em: <https://www.cmjornal.pt/c-studio/detalhe/dica-da-agua-7-reuse-agua-na-rega>.
- n) Encontra-se identificada através da etiqueta «Especiais C-Studio» e não é assinada.
- o) A Cofina Media, SA, não logrou pronunciar-se sobre estes conteúdos.
- p) No âmbito deste contrato foram ainda difundidos sete vídeos, correspondentes a anúncios publicitários.
- q) Em sede de pronúncia, a Cofina indica que emitiu os referidos vídeos na CMTV, nos dias 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30 e 31 de março de 2022 e 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 e 11 de abril de 2022.
- r) A Cofina indica tratar-se de «spots de publicidade» que «foram criados e emitidos em “breaks” devidamente identificados com o respetivo separador de publicidade».

#51 - Entidade adjudicante: Governo Regional da Madeira. **Data do contrato:** 29/12/2021.

- a) O *Correio da Manhã* publicou na edição impressa de 11 de janeiro de 2022, na página 3, um Aviso do Governo Regional da Madeira, em página de publicidade.
- b) O *Correio da Manhã* publicou na edição impressa de 15 de março de 2022, na página 5, um Edital do Governo Regional da Madeira, em página de publicidade.
- c) O *Correio da Manhã* publicou na edição impressa de 16 de março de 2022, na página 5, um Edital do Governo Regional da Madeira, em página de publicidade.
- d) O *Correio da Manhã* publicou na edição impressa de 7 de abril de 2022, nas páginas 4 e 5, dois Editais do Governo Regional da Madeira, em páginas de publicidade.
- e) O *Correio da Manhã* publicou na edição impressa de 8 de abril de 2022, nas páginas 4 e 5, dois Editais do Governo Regional da Madeira, em página de publicidade.
- f) O *Correio da Manhã* publicou na edição impressa de 19 de maio de 2022, na página 5, dois Editais do Governo Regional da Madeira, em página de publicidade.

- g) O *Correio da Manhã* publicou na edição impressa de 20 de maio de 2022, na página 5, dois Editais do Governo Regional da Madeira, em página de publicidade.
- h) O *Correio da Manhã* publicou na edição impressa de 11 de julho de 2022, na página 2, um Edital do Governo Regional da Madeira, em página de publicidade.
- i) O *Correio da Manhã* publicou na edição impressa de 12 de julho de 2022, na página 2, um Edital do Governo Regional da Madeira, em página de publicidade.
- j) Os conteúdos em causa encontram-se devidamente identificados como conteúdos publicitários.

#52 - Entidade adjudicante: Gairub – Urbanismo e Habitação E.M. **Data do contrato:** 10/11/2021.

- a) O *Correio da Manhã* publicou, no dia 15 de junho de 2021, uma peça intitulada “Meu bairro, minha rua”, disponível em: <https://www.cmjornal.pt/c-studio/detalhe/meu-bairro-minha-rua>.
- b) Trata-se de um vídeo que não se encontra disponível.
- c) No texto surge a seguinte informação: «Assista ao primeiro episódio de quatro, desta série feita em colaboração com a Câmara Municipal de Gaia».
- d) A data de publicação da peça é anterior à data de celebração do contrato.
- e) Encontra-se identificada através da etiqueta «C-Studio CM» e não é assinada.
- f) O *Correio da Manhã* publicou, no dia 22 de junho de 2021, uma peça intitulada “Meu Bairro, Minha Rua pelo olhar das gentes de Gaia”, disponível em: <https://www.cmjornal.pt/c-studio/detalhe/meu-bairro-minha-rua-pelo-olhar-das-gentes-de-gaia>.
- g) No texto surge a seguinte informação: «No segundo episódio do Meu Bairro, Minha Rua».
- h) A data de publicação da peça é anterior à data de celebração do contrato.
- i) Encontra-se identificada através da etiqueta «C-Studio CM» e não é assinada.

- j) O *Correio da Manhã* publicou, no dia 29 de junho de 2021, uma peça intitulada “A arte de ocupar os dias”, disponível em: <https://www.cmjornal.pt/c-studio/detalhe/a-arte-de-ocupar-os-dias>.
- k) No texto surge a seguinte informação: «O terceiro episódio de "Meu Bairro, Minha Rua"».
- l) A data de publicação da peça é anterior à data de celebração do contrato.
- m) Encontra-se identificada através da etiqueta «C-Studio CM» e não é assinada.
- n) O *Correio da Manhã* publicou, no dia 6 de julho de 2021, uma peça intitulada “Na minha casa sou feliz”, disponível em: <https://www.cmjornal.pt/c-studio/detalhe/na-minha-casa-sou-feliz>.
- o) No texto surge a seguinte informação: «No quarto episódio do Meu Bairro, Minha Rua, entramos na casa de vários moradores de Vila Nova de Gaia que, com o apoio da Gaiurb, conseguiram habitações dignas».
- p) A data de publicação da peça é anterior à data de celebração do contrato.
- q) Encontra-se identificada através da etiqueta «C-Studio CM» e não é assinada.
- r) Na sua pronúncia, a Cofina Media, SA, refere que os «conteúdos estão identificados como conteúdos C-Studio i.e., como conteúdos patrocinados» e que se encontram «no respetivo separador.»
- s) Esclarece que a «C-studio é a marca que representa a área de conteúdos patrocinados do universo Cofina».

#53 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Viana do Castelo. **Data do contrato:** 17/09/2021.

- a) O *Jornal de Negócios* publicou, no dia 9 de setembro de 2021, uma peça intitulada “Prémio Mar Sustentável | Conhecimento científico, desenvolvimento tecnológico e inovação azul”, disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/premio-mar-sustentavel--conhecimento-cientifico-desenvolvimento-tecnologico-e-inovacao-azul>.
- b) Encontra-se identificada através da etiqueta «Negócios» e não é assinada.
- c) O texto contém um *link* para o vídeo do evento. No início do vídeo pode ver-se uma intervenção de Diana Ramos, diretora do *Jornal de Negócios*, que diz «(...) uma iniciativa do Jornal de Negócios em parceria com a Fórum Oceano.»
- d) A data de publicação da peça é anterior à data de celebração do contrato.
- e) Na sua pronúncia, a Cofina Media, SA, começa por dizer que «organizou um seminário (...) junto da Câmara Municipal de Viana do Castelo.»
- f) Prossegue, considerando que, «em face da manifesta importância do tema subjacente à sobredita Conferência, o Jornal de Negócios considerou que o mesmo tinha relevância editorial – pelo que, acabou por ser criado um artigo com o presente conteúdo – o qual efetivamente não consubstanciou conteúdo patrocinado – razão pela qual, não se encontra identificado como tal.»
- g) Por fim, esclarece que «o conteúdo foi identificado como “Negócios Iniciativas» pois, sem prejuízo, de dizer respeito a uma parceria comercial, teve efetiva relevância e importância editorial.»
- h) O *Jornal de Negócios* publicou um suplemento impresso, a 23 de setembro de 2021, sobre a iniciativa «Mar sustentável, inovação azul».
- i) Em sede de pronúncia, a Cofina enviou seis páginas desse suplemento.
- j) Os cabeçalhos das peças publicadas contêm a seguinte informação: «Negócios Iniciativas».

- k) Na última página, pode ler-se: «No passado dia 9 de setembro, o Jornal de Negócios em parceria com a Fórum Oceano lançou o primeiro webinar do Prémio Mar Sustentável. Neste primeiro momento, contamos com o apoio da Câmara Municipal de Viana do Castelo (...).»
- l) As peças deste suplemento são todas assinadas por um jornalista³.
- m) A Cofina Media, SA, não logrou pronunciar-se sobre estes conteúdos.

#54 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal do Seixal. **Data do contrato:** 03/08/2021.

- a) Os conteúdos associados a este contrato encontram-se publicados no sítio eletrónico da «Cofina Boost Solutions» e intitulam-se «Splash Seixal», disponível em: <http://www.cofinaboostsolutions.pt/projetos/splash-seixal/>.
- b) O cliente, a Câmara Municipal do Seixal, é devidamente identificado, e os conteúdos não são assinados.
- c) A «Cofina Boost Solutions» é assim identificada: «tem uma equipa com criatividade e capacidade de produção para dar o Boost à sua marca através de soluções tailor made e diferenciadoras. Levamos as marcas para as ruas ao encontro dos seus públicos, temos algumas das vias de maior tráfego digital, chegamos em papel a milhões de portugueses e dispomos de um canal de referência na televisão por cabo. O que podemos fazer pela sua marca? Criar, desenhar, escrever, produzir, partilhar, apresentar, publicar, amplificar e colocá-la no local certo para fazer acontecer. Ajudamos a sua marca a comunicar apenas num contexto - só em ativações, digital, criação de conteúdos, publicidade - ou em todos os meios, de forma integrada e multiplataforma. Como fazemos parte de um grande grupo de media, com forte presença na televisão, imprensa e digital, não temos zonas escuras nas nossas visões e estratégias a 360º.»

³ N.º de título habilitador para o exercício da profissão atribuído pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista: 1175. Pesquisa realizada a 27 de fevereiro de 2023.

#55 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Melgaço. **Data do contrato:** 17/06/2021.

- a) O *Jornal de Negócios* publicou, no dia 16 de julho de 2021, uma peça intitulada “Glocal Melgaço | Pensar Global Agir Local”, disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/glocal-melgaco-pensar-global-agir-local>.
- b) Encontra-se identificada através da etiqueta «Negócios» e não é assinada.
- c) O texto contém uma ligação eletrónica para o vídeo do evento. No início, a abertura do evento é feita por um jornalista⁴ do *Jornal de Negócios*, que diz «(...) uma iniciativa do Jornal de Negócios e da Câmara Municipal de Melgaço.»
- d) O *Jornal de Negócios* publicou um suplemento impresso, a 29 de julho de 2021, sobre a iniciativa «Glocal Melgaço | Pensar Global Agir Local».
- e) Em sede de pronúncia, a Cofina enviou quatro páginas desse suplemento.
- f) Os cabeçalhos das peças publicadas contêm a seguinte informação: «Negócios Iniciativas. Glocal Melgaço – Pensar global, agir local».
- g) Não existe informação sobre a relação comercial estabelecida.
- h) Uma das peças - «Os ativos estratégicos de Melgaço» - é assinada por um jornalista⁵.
- i) O *Jornal de Negócios* publicou, no dia 29 de julho de 2021, uma peça intitulada «Os ativos estratégicos de Melgaço», disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/os-ativos-estrategicos-de-melgaco>.
- j) Não faz menção à relação comercial e é assinada por um jornalista⁶.

⁴ Vide nota de rodapé 3.

⁵ Vide nota de rodapé 3.

⁶ Vide nota de rodapé 3.

- k) Sobre esta matéria, a Cofina Media, SA, sustenta que «lançou um ciclo de conferências junto da Câmara Municipal de Melgaço (...) e em face da importância manifesta do tema, acabou por ser criado conteúdo editorial à volta do mesmo.»
- l) Diz ainda que este conjunto de conteúdos «foi identificado como “Negócios Iniciativas” pois sem prejuízo de dizer respeito a uma parceria comercial, teve relevância e importância editorial.»

#56 - Entidade adjudicante: Comunidade Intermunicipal do Cávado. **Data do contrato:** 02/06/2021.

- a) O *Jornal de Negócios* publicou, no dia 8 de junho de 2021, uma peça intitulada “Estratégia Cávado 2030: Solidariedade intermunicipal”, disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/estrategia-cavado-2030-solidariedade-intermunicipal>.
- b) Tem declarações de Ricardo Rio, presidente do Conselho Intermunicipal da Comunidade Intermunicipal do Cávado.
- c) Não identifica a relação comercial e é assinada por um jornalista⁷.
- d) O *Jornal de Negócios* publicou, no dia 11 de junho de 2021, uma peça intitulada “CONVITE CIM CÁVADO | ESTRATÉGIA CÁVADO 2030”, disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/estrategia-cavado-2030-apresentada-no-dia-11-de-junho>.
- e) Encontra-se identificada através da etiqueta «Negócios» e não é assinada.
- f) No texto surge a seguinte informação: «A Comunidade Intermunicipal do Cávado, em parceria com o Jornal de Negócios, apresenta a estratégia de construção do Pacto para o Desenvolvimento e Coesão Territorial.»

⁷ Vide nota de rodapé 3.

- g) O *Jornal de Negócios* publicou, no dia 25 de junho de 2021, uma peça intitulada “Cávado: “Um plano com a voz do território””, disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/cavado-um-plano-com-a-voz-do-territorio>.
- h) Tem declarações de Ricardo Rio, presidente do Conselho Intermunicipal da Comunidade Intermunicipal do Cávado.
- i) No texto pode ler-se: «A Conferência Plano Estratégico Territorial foi uma iniciativa da Comunidade Intermunicipal do Cávado (CIM) e do *Jornal de Negócios* e com o objetivo de apresentar as linhas estratégicas de desenvolvimento da sub-região do Cávado e que se realizou a 11 de junho no Altice Fórum de Braga.»
- j) A peça é assinada por um jornalista⁸.
- k) Em sede de pronúncia, a Cofina Media, SA, explica que «foi organizada uma Conferência pela comunidade Intermunicipal do Cávado, em parceria com o *Jornal de Negócios* com vista à apresentação da estratégia de construção do Pacto para o Desenvolvimento e Coesão Territorial.»
- l) Ademais, diz, «em face da manifesta importância do tema subjacente e à sobredita Conferência, o *Jornal de Negócios* considerou que o mesmo tinha relevância editorial – pelo que, acabou por publicar artigos com o presente conteúdo – os quais efetivamente não consubstanciam conteúdo patrocinado – razão pela qual, não se encontram identificados como tal.»
- m) A Cofina refere que «tais conteúdos encontram-se identificados como “Negócios Iniciativas” (...), pois, sem prejuízo de dizerem respeito a uma parceria comercial, tinham efetiva relevância e importância editorial.»
- n) Explica que «os responsáveis pelo cumprimento dos trâmites legais e necessário princípio da separação/identificabilidade consideravam estar o mesmo assegurado.»

⁸ Vide nota de rodapé 3.

o) Não obstante, manifesta a Cofina, «considerando o regulador que deverá existir maior destaque para a diferenciação entre os conteúdos, iremos proceder em conformidade. (...) Pelo exposto, salienta-se uma vez mais que, havendo de facto alguma omissão detetada pelo regulador, a ter ocorrido, foi totalmente involuntária, pelo que, irá proceder à sua correção imediata, assegurando e garantindo as boas práticas para o futuro, tomando as diligências necessárias ao cumprimento dos procedimentos legais que considerarem necessários.»

#57 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Melgaço. **Data do contrato:** 29/04/2021.

- a) O *Jornal de Negócios* publicou, no dia 3 de maio de 2021, uma peça intitulada “Anselmo Mendes, o “Senhor Alvarinho””, disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-em-rede/festa-do-alvarinho-e-do-fumeiro/detalhe/anselmo-mendes-o-senhor-alvarinho>.
- b) Encontra-se identificada através da etiqueta «Negócios em Rede C-Studio» e não é assinada.
- c) O *Jornal de Negócios* publicou, no dia 28 de outubro de 2021, uma peça intitulada “Vinhos: o berço da casta Alvarinho”, disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/c-studio/detalhe/vinhos-o-berco-da-casta-alvarinho>.
- d) Encontra-se identificada através da etiqueta «C-Studio» e não é assinada.

#58 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Albufeira. **Data do contrato:** 27/04/2021.

- a) O *Jornal de Negócios* publicou, no dia 8 de abril de 2021, uma peça intitulada “Albufeira quer ser mais do que a Capital do Turismo”, disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/20210408-1102-albufeira-quer-ser-mais-do-que-a-capital-do-turismo>.
- b) A peça é assinada por um jornalista⁹.

⁹ Vide nota de rodapé 3.

- c) No texto surge a seguinte informação: «Albufeira 21 Summit, uma organização da Câmara Municipal de Albufeira em parceria com a Cofina».
- d) Na barra superior consta a informação «Negócios Iniciativas», porém não é perceptível se tem relação com o conteúdo da peça.
- e) A data de publicação da peça é anterior à data de celebração do contrato.
- f) O *Jornal de Negócios* publicou, no dia 9 de abril de 2021, uma peça intitulada “Albufeira: Peixe dos chefs vendido porta a porta”, disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/albufeira-peixe-dos-chefs-vendido-porta-a-porta>.
- g) A peça é assinada por um jornalista¹⁰.
- h) Na barra superior consta a informação «Negócios Iniciativas», porém não é perceptível se tem relação com o conteúdo da peça.
- i) A data de publicação da peça é anterior à data de celebração do contrato.
- j) O *Jornal de Negócios* publicou, no dia 10 de abril de 2021, uma peça intitulada “ALBUFEIRA 21 SUMMIT | 8, 9 E 10 DE ABRIL”, disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/albufeira-21-summit>.
- k) Encontra-se identificada através da etiqueta «Negócios» e não é assinada.
- l) Na barra superior consta a informação «Negócios Iniciativas», porém não é perceptível se tem relação com o conteúdo da peça.
- m) A data de publicação da peça é anterior à data de celebração do contrato.

¹⁰ Vide nota de rodapé 3.

- n) O *Jornal de Negócios* publicou, no dia 10 de abril de 2021, uma peça intitulada “Testes rápidos gratuitos e a aplicação Albufeira Safe para salvar o Verão”, disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/turismo---lazer/detalhe/testes-rapidos-gratuitos-e-a-aplicacao-albufeira-safe-para-salvar-o-verao>.
- o) Encontra-se identificada através da etiqueta «Empresas» e é assinada por um jornalista¹¹.
- p) Na barra superior consta a informação «Negócios Iniciativas», porém não é perceptível se tem relação com o conteúdo da peça.
- q) A data de publicação da peça é anterior à data de celebração do contrato.
- r) Sobre estes conteúdos, a Cofina Media, SA, refere, em sede de pronúncia, que «apenas terá sido publicada simultaneamente em papel e online o conteúdo de dia 08.04.2021 “Albufeira quer ser mais do que a Capital do Turismo”.»
- s) Relativamente aos restantes, encontram-se «identificados como “Negócios Iniciativas”, tendo, inclusive, quando publicados em papel, um destaque de uma cor diferente.»
- t) Considera a Cofina que «tais conteúdos revestem carácter eminentemente empresarial. No *Jornal de Negócios*, a identificação de conteúdos “Negócios Iniciativas” diz respeito a parcerias comerciais com relevo editorial, sem prejuízo de nada terem que ver com a área editorial do *Jornal* propriamente dita.»

#59 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Santa Maria da Feira. **Data do contrato:** 26/03/2021.

- a) O *Jornal de Negócios* publicou um suplemento impresso, a 29 de março de 2021, denominado «Negócios em Rede».
- b) Em sede de pronúncia, a Cofina enviou sete páginas desse suplemento.

¹¹ Vide nota de rodapé 3.

- c) No cabeçalho da primeira página pode ler-se «O Negócios em Rede é uma plataforma de comunicação das empresas e marcas que acreditam na força e no valor do Negócios.»
- d) Publicita empresas e eventos de Santa Maria da Feira.
- e) O *Jornal de Negócios* publicou um encarte na sua edição eletrónica composto por seis peças, intitulado «Santa Maria da Feira», disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-em-rede/santa-maria-da-feira/>.
- f) Tanto a página inicial do encarte, como as peças são encabeçadas pelas etiquetas «Negócios em Rede» e «C-Studio».
- g) Todas as peças foram publicadas a 29 de março de 2021 e não são assinadas:
- i. Um território dinâmico», disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-em-rede/santa-maria-da-feira/detalhe/um-territorio-dinamico>.
 - ii. «Bizfeira potencia a economia local», disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-em-rede/santa-maria-da-feira/detalhe/bizfeira-potencia-a-economia-local>.
 - iii. «Captámos investimento estrangeiro sem precedentes», disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-em-rede/santa-maria-da-feira/detalhe/captamos-investimento-estrangeiro-sem-precedentes>.

- iv. «Empresas nacionais e internacionais fazem da Feira o seu centro de negócios», disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-em-rede/santa-maria-da-feira/detalhe/empresas-nacionais-e-internacionais-fazem-da-feira-o-seu-centro-de-negocios>.
- v. «Cultura, um sector gerador de riqueza», disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-em-rede/santa-maria-da-feira/detalhe/cultura-um-sector-gerador-de-riqueza>.
- vi. «Os Dias do Burgo arrancam em junho», disponível em: <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-em-rede/santa-maria-da-feira/detalhe/os-dias-do-burgo-arrancam-em-junho>.

#60 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia. **Data do contrato:** 13/08/2020.

- a) O *Correio da Manhã* publicou, na sua edição impressa de 17 de outubro de 2020, um suplemento especial denominado «A Mesa dos Portugueses».
- b) Em sede de pronúncia, a Cofina Media, SA, enviou várias páginas desse suplemento.
- c) Não se identifica menção à relação comercial em nenhuma delas.
- d) O *Correio da Manhã* publicou, na sua edição impressa de 23 de fevereiro de 2021, um suplemento especial denominado «A Mesa dos Portugueses».
- e) Em sede de pronúncia, a Cofina enviou várias páginas desse suplemento.
- f) Não se identifica menção à relação comercial em nenhuma delas.
- g) Nenhum dos conteúdos publicados nos suplementos é assinado.
- h) Na última página, que apresenta a «Timeline 2020», pode ler-se: «8 de novembro a 13 de dezembro – Batalhas em direto na CMTV com os 12 finalistas por categoria».
- i) As capas de ambos os suplementos apresentam logotipos de várias empresas. Não é perceptível, dada a fraca qualidade da imagem constante do ficheiro enviado pela Cofina, se consta o logotipo de alguma empresa associada à Cofina.

- j) Em sede de pronúncia, a Cofina Media, SA, informa que «a “MESA DOS PORTUGUESES” é um evento do Jornal Correio da Manhã» e que «o evento final foi realizado em Vila Nova de Gaia e tendo a iniciativa do evento sido do Jornal Correio da Manhã, foi realizado um trabalho editorial sobre a mesma, com identificação de alguns patrocinadores que contribuíram para a sua realização, os quais surgem devidamente identificados como tal, sendo entrevistados nessa mesma qualidade.»
- k) Verifica-se que a menção às marcas que são patrocinadoras do evento surge nos textos dedicados a cada uma delas.

#61 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Albufeira. **Data do contrato:** 12/08/2020.

- a) O *Correio da Manhã* publicou, na sua edição impressa de 26 de setembro de 2020, um suplemento especial denominado «Especial Albufeira».
- b) Em sede de pronúncia, a Cofina enviou várias páginas desse suplemento.
- c) As peças não são assinadas.
- d) Não se identifica menção à relação comercial em nenhuma delas.
- e) Na ficha técnica atribui-se a coordenação editorial do suplemento à Cofina Conteúdos.
- f) O *Correio da Manhã* publicou, na sua edição impressa de 30 de outubro de 2020, um suplemento especial denominado «Especial Albufeira».
- g) Em sede de pronúncia, a Cofina enviou várias páginas desse suplemento.
- h) As peças não são assinadas.
- i) Não se identifica menção à relação comercial em nenhuma delas.
- j) Na ficha técnica atribui-se a coordenação editorial do suplemento à Cofina Conteúdos.
- k) O *Correio da Manhã* publicou, na sua edição impressa de 30 de novembro de 2020, um suplemento especial denominado «Especial Albufeira».

- l) Em sede de pronúncia, a Cofina enviou várias páginas desse suplemento.
- m) As peças não são assinadas.
- n) Não se identifica menção à relação comercial em nenhuma delas.
- o) Na ficha técnica atribui-se a coordenação editorial do suplemento à Cofina Conteúdos.
- p) O *Correio da Manhã* publicou, na sua edição impressa de 31 de dezembro de 2020, um suplemento especial denominado «Especial Albufeira».
- q) Em sede de pronúncia, a Cofina enviou várias páginas desse suplemento.
- r) As peças não são assinadas.
- s) Não se identifica menção à relação comercial em nenhuma delas.
- t) Na ficha técnica atribui-se a coordenação editorial do suplemento à Cofina Conteúdos.
- u) Sobre estes conteúdos, a pronúncia da Cofina Media, SA, avança que «os suplementos identificados são *branded content* e contêm uma ficha técnica específica para o efeito com o destaque como sendo coordenação editorial “Cofina conteúdos” com menção especificamente alusiva ao departamento comercial.»
- v) Considera que «são suplementos especiais encartados nas centrais do Jornal com identificação/menção “ESPECIAL ALBUFEIRA”, numeração própria e ficha técnica».

#62 - Entidade adjudicante: Secretaria-Geral do Ministério da Economia. **Data do contrato:** 01/07/2020.

- a) O *Jornal de Negócios* publicou um suplemento impresso, a 30 de abril de 2020, denominado «Negócios Iniciativas – A Indústria em Tempo de Pandemia».
- b) Em sede de pronúncia, a Cofina enviou três páginas desse suplemento.
- c) No cabeçalho da página 23 pode ler-se: «Uma iniciativa do Negócios em parceria com o IAPMEI».

- d) As peças são assinadas por dois jornalistas¹².
- e) O suplemento foi publicado em data anterior à data de celebração do contrato.
- f) O *Jornal de Negócios* publicou um suplemento impresso, a 7 de maio de 2020, denominado «Negócios Iniciativas – A Indústria em Tempo de Pandemia».
- g) Em sede de pronúncia, a Cofina enviou duas páginas desse suplemento.
- h) No cabeçalho da página 25 pode ler-se: «Uma iniciativa do Negócios em parceria com o IAPMEI».
- i) A peça é assinada por um jornalista¹³.
- j) O suplemento foi publicado em data anterior à data de celebração do contrato.
- k) O *Jornal de Negócios* publicou um suplemento impresso, a 14 de maio de 2020, denominado «Negócios Iniciativas – A Indústria em Tempo de Pandemia».
- l) Em sede de pronúncia, a Cofina enviou duas páginas desse suplemento.
- m) No cabeçalho da página 25 pode ler-se: «Uma iniciativa do Negócios em parceria com o IAPMEI».
- n) A peça é assinada por um jornalista¹⁴.
- o) O suplemento foi publicado em data anterior à data de celebração do contrato.
- p) O *Jornal de Negócios* publicou um suplemento impresso, a 21 de maio de 2020, denominado «Negócios Iniciativas – A Indústria em Tempo de Pandemia».
- q) Em sede de pronúncia, a Cofina enviou duas páginas desse suplemento.
- r) No cabeçalho da página 25 pode ler-se: «Uma iniciativa do Negócios em parceria com o IAPMEI».

¹² N.ºs de título habilitador para o exercício da profissão atribuído pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista: 852 e 5493. Pesquisa realizada a 27 de fevereiro de 2023.

¹³ Vide nota de rodapé 12.

¹⁴ Vide nota de rodapé 12.

- s) A peça é assinada por um jornalista¹⁵.
- t) O suplemento foi publicado em data anterior à data de celebração do contrato.

#63 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Braga. **Data do contrato:** 29/04/2020.

- a) O *Correio da Manhã* publicou, no dia 5 de dezembro de 2020, uma peça intitulada “O comércio faz parte da história da cidade”, disponível em: https://www.cmjornal.pt/c-studio/especiais-c-studio/mercado-municipal-de-braga/detalhe/o-comercio-faz-parte-da-historia-da-cidade?ref=DET_MaisNoticiasCStudioEspecial.
- b) Encontra-se identificada através da etiqueta «Especiais C-Studio» e não é assinada.
- c) O *Correio da Manhã* publicou, no dia 5 de dezembro de 2020, uma peça intitulada “Novo mercado é hoje inaugurado”, disponível em: https://www.cmjornal.pt/c-studio/especiais-c-studio/mercado-municipal-de-braga/detalhe/novo-mercado-e-hoje-inaugurado?ref=DET_MaisNoticiasCStudioEspecial.
- d) Encontra-se identificada através da etiqueta «Especiais C-Studio» e não é assinada.
- e) O *Correio da Manhã* publicou, no dia 5 de dezembro de 2020, uma peça intitulada “Agora, Braga tem à sua disposição um espaço reinventado”, disponível em: <https://www.cmjornal.pt/c-studio/especiais-c-studio/mercado-municipal-de-braga/detalhe/agora-braga-tem-a-sua-disposicao-um-espaco-reinventado>.
- f) Encontra-se identificada através da etiqueta «Especiais C-Studio» e não é assinada.

#64 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Salvaterra de Magos. **Data do contrato:** 27/01/2020.

- a) Trata-se de um anúncio publicitário publicado na capa da edição impressa de 29 de fevereiro de 2020 do *Correio da Manhã*.

¹⁵ Vide nota de rodapé 12.

- b) Trata-se de um anúncio publicitário publicado na capa da edição impressa de 7 de março de 2020 do *Correio da Manhã*.
- c) Trata-se de um anúncio publicitário publicado na capa da edição impressa de 8 de março de 2020 do *Correio da Manhã*.
- d) Trata-se de um anúncio publicitário publicado na capa da edição impressa de 13 de março de 2020 do *Correio da Manhã*.
- e) Trata-se de um anúncio publicitário publicado na capa da edição impressa de 1 de março de 2020 do *Record*.
- f) Trata-se de um anúncio publicitário publicado na capa da edição impressa de 8 de março de 2020 do *Record*.

23.A figura 2, *infra*, elenca os conteúdos, e respetivos contratos com entidades públicas, que evidenciam indícios de incumprimento de normas legais e/ou deontológicas.

Fig. 2: Tabela síntese dos conteúdos problemáticos

Não identifica a natureza comercial dos conteúdos	
ID Contrato	ID Conteúdos
#46 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal da Maia. Data do contrato: 06/06/2022	Edições de 07/07/2022 e 08/07/2022 do programa «Manhã CM» transmitido pela CMTV
#47 - Entidade adjudicante: Instituto Politécnico de Portalegre. Data do contrato: 25/05/2022	Sábado, 14/04/2022, «Projeto Guardiões junta especialistas internacionais no Alentejo para promover o conhecimento» (https://www.sabado.pt/comunicados-imprensa/detalhe/projeto-guardioes-junta-especialistas-internacionais-no-alentejo-para-promover-o-conhecimento) Jornal de Negócios, 14/04/2022, «Projeto Guardiões junta especialistas internacionais no Alentejo para promover o conhecimento» (https://www.jornaldenegocios.pt/comunicados-de-imprensa/detalhe/projeto-guardioes-junta-especialistas-internacionais-no-alentejo-para-promover-o-conhecimento) Jornal de Negócios, 07/06/2022, «Conferência GUARDIÕES: Sines lidera a dupla transição energética e digital» (https://www.jornaldenegocios.pt/comunicados-de-imprensa/detalhe/conferencia-guardioes-sines-lidera-a-dupla-transicao-energetica-e-digital)
#48 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de São Pedro do Sul. Data do contrato: 25/05/2022	Edições de 27, 28, 29 e 30 de junho de 2022 e de 1 de julho de 2022 do programa «Manhã CM» transmitido pela CMTV
#49 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Caldas da	Edições de 27/05/2022 do programa «Manhã CM» transmitido pela CMTV

Rainha. Data do contrato: 25/05/2022	
#53 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Viana do Castelo. Data do contrato: 17/09/2021	Jornal de Negócios, 09/09/2021, «Prémio Mar Sustentável Conhecimento científico, desenvolvimento tecnológico e inovação azul» (https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/premio-mar-sustentavel-conhecimento-cientifico-desenvolvimento-tecnologico-e-inovacao-azul)
#55 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Melgaço. Data do contrato: 17/06/2021	Jornal de Negócios, 16/07/2021, «Glocal Melgaço Pensar Global Agir Local» (https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/glocal-melgaco-pensar-global-agir-local) Jornal de Negócios, 29/07/2021, suplemento impresso «Glocal Melgaço Pensar Global Agir Local» Jornal de Negócios, 29/07/2021, «Os ativos estratégicos de Melgaço» (https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/os-ativos-estrategicos-de-melgaco)
#56 - Entidade adjudicante: Comunidade Intermunicipal do Cávado. Data do contrato: 02/06/2021	Jornal de Negócios, 08/06/2021, «Estratégia Cávado 2030: Solidariedade intermunicipal» (https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/estrategia-cavado-2030-solidariedade-intermunicipal) Jornal de Negócios, 11/06/2021, «CONVITE CIM CÁVADO ESTRATÉGIA CÁVADO 2030» (https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/estrategia-cavado-2030-apresentada-no-dia-11-de-junho) Jornal de Negócios, 25/06/2021, «Cávado: “Um plano com a voz do território”» (https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/cavado-um-plano-com-a-voz-do-territorio)
#58 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Albufeira. Data do contrato: 27/04/2021	Jornal de Negócios, 09/04/2021, «Albufeira: Peixe dos chefs vendido porta a porta» (https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/albufeira-peixe-dos-chefs-vendido-porta-a-porta) Jornal de Negócios, 10/04/2021, «ALBUFEIRA 21 SUMMIT 8, 9 E 10 DE ABRIL» (https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/albufeira-21-summit) Jornal de Negócios, 10/04/2021, «Testes rápidos gratuitos e a aplicação Albufeira Safe para salvar o Verão» (https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/turismo-lazer/detalhe/testes-rapidos-gratuitos-e-a-aplicacao-albufeira-safe-para-salvar-o-verao)
#60 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia. Data do contrato: 13/08/2020	Correio da Manhã, 17/10/2020 e 23/02/2021, suplemento impresso «A Mesa dos Portugueses»
#61 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Albufeira. Data do contrato: 12/08/2020	Correio da Manhã, 26/09/2020, 30/10/2020, 30/11/2020 e 31/12/2020, suplemento impresso «Especial Albufeira»
#62 - Entidade adjudicante: Secretaria-Geral do Ministério da Economia. Data do contrato: 01/07/2020	Jornal de Negócios, 30/04/2020, 07/05/2020, 14/05/2020 e 21/05/2020, suplemento impresso «Negócios Iniciativas - A Indústria em Tempo de Pandemia»
Conteúdos ambíguos quanto à separação da natureza editorial e comercial assinados por jornalistas	
ID Contrato	ID Conteúdos
#53 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Viana do	Jornal de Negócios, 23/09/2021, suplemento impresso «Mar sustentável, inovação azul»

Castelo. Data do contrato: 17/09/2021	
#55 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Melgaço. Data do contrato: 17/06/2021	Jornal de Negócios, 23/09/2021, «Os ativos estratégicos de Melgaço», publicada no suplemento impresso «Mar sustentável, inovação azul» Jornal de Negócios, 29/07/2021, «Os ativos estratégicos de Melgaço» (https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/os-ativos-estrategicos-de-melgaco)
#56 - Entidade adjudicante: Entidade adjudicante: Comunidade Intermunicipal do Cávado. Data do contrato: 02/06/2021	Jornal de Negócios, 08/06/2021, «Estratégia Cávado 2030: Solidariedade intermunicipal» (https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/estrategia-cavado-2030-solidariedade-intermunicipal) Jornal de Negócios, 25/06/2021, «Cávado: “Um plano com a voz do território”» (https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/cavado-um-plano-com-a-voz-do-territorio)
#58 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Albufeira. Data do contrato: 27/04/2021	Jornal de Negócios, 08/04/2021, «Albufeira quer ser mais do que a Capital do Turismo» (https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/20210408-1102-albufeira-quer-ser-mais-do-que-a-capital-do-turismo) Jornal de Negócios, 09/04/2021, «Albufeira: Peixe dos chefs vendido porta a porta» (https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/albufeira-peixe-dos-chefs-vendido-porta-a-porta) Jornal de Negócios, 10/04/2021, «Testes rápidos gratuitos e a aplicação Albufeira Safe para salvar o Verão» (https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/turismo-lazer/detalhe/testes-rapidos-gratuitos-e-a-aplicacao-albufeira-safe-para-salvar-o-verao)
#62 - Entidade adjudicante: Secretaria-Geral do Ministério da Economia. Data do contrato: 01/07/2020	Jornal de Negócios, 30/04/2020, 07/05/2020, 14/05/2020 e 21/05/2020, suplemento impresso «Negócios Iniciativas - A Indústria em Tempo de Pandemia»
Conteúdos publicados em data anterior à data de celebração do contrato	
ID Contrato	ID Conteúdos
#47 - Entidade adjudicante: Instituto Politécnico de Portalegre. Data do contrato: 25/05/2022	Sábado, 14/04/2022, «Projeto Guardiões junta especialistas internacionais no Alentejo para promover o conhecimento» (https://www.sabado.pt/comunicados-imprensa/detalhe/projeto-guardioes-junta-especialistas-internacionais-no-alentejo-para-promover-o-conhecimento) Jornal de Negócios, 14/04/2022, «Projeto Guardiões junta especialistas internacionais no Alentejo para promover o conhecimento» (https://www.jornaldenegocios.pt/comunicados-de-imprensa/detalhe/projeto-guardioes-junta-especialistas-internacionais-no-alentejo-para-promover-o-conhecimento)
#52 - Entidade adjudicante: Gaiurb - Urbanismo e Habitação E.M. Data do contrato: 10/11/2021	Correio da Manhã, 15/06/2022, «Meu bairro, minha rua» (https://www.cmjornal.pt/c-studio/detalhe/meu-bairro-minha-rua) Correio da Manhã, 22/06/2021, «Meu Bairro, Minha Rua pelo olhar das gentes de Gaia» (https://www.cmjornal.pt/c-studio/detalhe/meu-bairro-minha-rua-pelo-olhar-das-gentes-de-gaia) Correio da Manhã, 29/06/2021, «A arte de ocupar os dias» (https://www.cmjornal.pt/c-studio/detalhe/a-arte-de-ocupar-os-dias) Correio da Manhã, 06/07/2021, «Na minha casa sou feliz» (https://www.cmjornal.pt/c-studio/detalhe/na-minha-casa-sou-feliz)
#53 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Viana do	Jornal de Negócios, 09/09/2021, «Prémio Mar Sustentável Conhecimento científico, desenvolvimento tecnológico e inovação azul» (https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/premio-mar-

Castelo. Data do contrato: 17/09/2021	sustentavel--conhecimento-cientifico-desenvolvimento-tecnologico-e-inovacao-azul)
#58 - Entidade adjudicante: Câmara Municipal de Albufeira. Data do contrato: 27/04/2021	Jornal de Negócios, 08/04/2021, «Albufeira quer ser mais do que a Capital do Turismo» (https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/20210408-1102-albufeira-quer-ser-mais-do-que-a-capital-do-turismo) Jornal de Negócios, 09/04/2021, «Albufeira: Peixe dos chefs vendido porta a porta» (https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/albufeira-peixe-dos-chefs-vendido-porta-a-porta) Jornal de Negócios, 10/04/2021, «ALBUFEIRA 21 SUMMIT 8, 9 E 10 DE ABRIL» (https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/detalhe/albufeira-21-summit) Jornal de Negócios, 10/04/2021, «Testes rápidos gratuitos e a aplicação Albufeira Safe para salvar o Verão» (https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/turismo--lazer/detalhe/testes-rapidos-gratuitos-e-a-aplicacao-albufeira-safe-para-salvar-o-verao)
#62 - Entidade adjudicante: Secretaria-Geral do Ministério da Economia. Data do contrato: 01/07/2020	Jornal de Negócios, 30/04/2020, 07/05/2020, 14/05/2020 e 21/05/2020, suplemento impresso «Negócios Iniciativas - A Indústria em Tempo de Pandemia»

IV. Normas aplicáveis

24. A ERC é competente para analisar a matéria em causa nos termos das suas **atribuições**, tal como elencadas no artigo 8.º, alíneas c) e j), dos seus **Estatutos**¹⁶:

«Artigo 8.º

Atribuições

São atribuições da ERC no domínio da comunicação social: (...)

c) Zelar pela independência das entidades que prosseguem atividades de comunicação social perante os poderes político e económico;

j) Assegurar o cumprimento das normas reguladoras das atividades de comunicação social.»

25. Nesse sentido, o artigo 24.º, n.º 3, dos referidos Estatutos atribuem ao Conselho Regulador da ERC **competência** para:

«Artigo 24.º

Competências do conselho regulador

¹⁶ Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

3 - *Compete, designadamente, ao conselho regulador no exercício de funções de regulação e supervisão:*

a) *Fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos difundidos pelas entidades que prosseguem atividades de comunicação social, designadamente em matéria de rigor informativo e de proteção dos direitos, liberdades e garantias pessoais;*

b) *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 das Coimas em Matéria Económica e de Publicidade ou a quaisquer outras entidades previstas no regime jurídico da publicidade;*

c) *Fiscalizar o cumprimento das leis, regulamentos e requisitos técnicos aplicáveis no âmbito das suas atribuições;*

q) *Proceder à identificação dos poderes de influência sobre a opinião pública, na perspetiva da defesa do pluralismo e da diversidade, podendo adotar as medidas necessárias à sua salvaguarda;»*

26. O artigo 7.º, alínea d), daquele articulado, estabelece ainda que:

«Artigo 7.º

Objetivos da regulação

Constituem objetivos da regulação do setor da comunicação social a prosseguir pela ERC: (...)

d) 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.»

27. No mesmo sentido, a partir de 2015, a **Lei da Transparência** (LT) veio estabelecer que:

«Artigo 6.º

Disponibilização pública da informação

5 - As informações e elementos transmitidos à ERC (...) e por esta divulgados publicamente (...), podem ser utilizadas pela ERC no exercício das suas atribuições e competências, designadamente no que respeita à salvaguarda do livre exercício do direito à informação e à liberdade de imprensa, à salvaguarda da independência das entidades que prosseguem atividades de comunicação social perante os poderes político e económico e à defesa do pluralismo e da diversidade face aos poderes de influência sobre a opinião pública.»

28. Diante do exposto, resulta claro que compete à ERC averiguar a eficaz e clara separação entre conteúdos editoriais e promocionais, seja pela previsão deste princípio como pedra fundamental de todo o regime jurídico aplicável ao setor da comunicação social, seja pela garantia de defesa da independência editorial.

29. Por outro lado, e embora a ERC não disponha de competências no domínio da deontologia dos jornalistas, importa considerar que o **Estatuto do Jornalista** (Lei n.º 1/99, de 13 de janeiro), determina que:

«Artigo 14.º

Deveres

1 - Constitui dever fundamental dos jornalistas exercer a respetiva atividade com respeito pela ética profissional, competindo-lhes, designadamente: (...)

c) Recusar funções ou tarefas suscetíveis de comprometer a sua independência e integridade profissional;»

30. Ora, se o jornalista deve recusar funções ou tarefas suscetíveis de comprometer a sua independência e integridade profissional, por maioria de razão, a obrigação de tal recusa vincula o próprio órgão de comunicação social, esse sim, sujeito à regulação da ERC.

31. Tem ainda aplicação o disposto no **Código da Publicidade**¹⁷, onde se prevê que a publicidade se rege pelos princípios da licitude, identificabilidade, veracidade e respeito pelos direitos do consumidor, detalhando mesmo de forma expressa a regra geral de que:

¹⁷ Aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, na sua versão atual.

«Artigo 8.º

Princípio da identificabilidade

1 - A publicidade tem de ser inequivocamente identificada como tal, qualquer que seja o meio de difusão utilizado.»

32. Importa ainda recordar que a liberdade de imprensa e o direito à informação são direitos com garantia constitucional (artigos 37.º e 38.º da **Constituição da República Portuguesa**). Garantia esta com conteúdos e limites definidos, entre outros, na Lei de Imprensa¹⁸, que estabelece no seu artigo 2.º, n.º 2:

«Artigo 2.º

Conteúdo

*2 - O direito dos cidadãos a serem informados é garantido, nomeadamente, através: (...)
d) Da identificação e veracidade da publicidade;»*

33. Assim, podemos desde já concluir que a liberdade de imprensa abrange o direito dos cidadãos a serem informados, o qual é garantido, como vimos, através da identificação e veracidade da publicidade.

34. Sendo disso exemplo essa norma do artigo 2.º, n.º 2, alínea d), da Lei de Imprensa. Lei esta central à interpretação de todo o regime do setor da comunicação social e que, sobre a questão em análise, concretiza as obrigações relativas à separação entre conteúdos publicitários e conteúdos editoriais no artigo 28º, n.º 2:

«Artigo 28.º

Publicidade

2 - 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.»

¹⁸ Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, na sua versão atual.

35. Tem ainda aplicação o disposto no **Código da Publicidade**¹⁹, onde se prevê que a publicidade se rege pelos princípios da licitude, identificabilidade, veracidade e respeito pelos direitos do consumidor, detalhando mesmo de forma expressa a regra geral de que:

«Artigo 8.º

Princípio da identificabilidade

1 - A publicidade tem de ser inequivocamente identificada como tal, qualquer que seja o meio de difusão utilizado.»

36. Considerando a importância desta matéria, o Conselho Regulador da ERC, por via da **Diretiva 1/2009**, de 1 de julho de 2009, publicou um conjunto de regras específicas para a regulamentação da publicidade em publicações periódicas, visando a densificação e aplicação dos conceitos vertidos no artigo 28.º da Lei de Imprensa. Naturalmente que, pese embora os quase 14 anos decorridos, esta Diretiva é aqui inteiramente aplicável, sem prejuízo de posteriores evoluções dos conceitos subjacentes.

37. Nesta diretiva encontramos, de forma explícita, (sub)tipos de «colaborações» que, pela sua natureza comercial e promocional, se podem reconduzir àquele género inicial mais vasto de «publicidade», no sentido da LI.

38. Para tanto concorrendo, sempre, uma **natureza sinalagmática** (não necessariamente pecuniária) bem como a clara **obrigação de identificação e separação** de conteúdos editoriais.

39. Sendo o exemplo mais paradigmático – até para o caso aqui em análise – o subtipo «colaboração» tal como referido no ponto (F.) da Diretiva que faz apelo àquele carácter sinalagmático (não necessariamente pecuniário) e à identificabilidade explícita.

40. Pretende-se com isto sublinhar que, sendo aqui diretamente aplicável, para além, da Lei de Imprensa, a **Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP)**²⁰, a interpretação que leva à aplicação desta última ao caso concreto deve considerar o elemento

¹⁹ Aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, na sua versão atual.

²⁰ Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, na sua versão atual.

sistemático (de todo o regime aplicável à comunicação social) e à sua evolução histórica (nomeadamente desde a entrada em vigor da Lei de Imprensa, em 1999).

41. Estes são elementos essenciais para apreender a evolução do conceito de «Publicidade», conceito este passível de, desde logo, preencher a previsão genérica da Lei de Imprensa (LI), mas também de integrar os vários (sub)tipos em que tem vindo, na prática, a desdobrar-se, na própria LTSAP, mas igualmente fruto da evolução tecnológica dos suportes, técnicas e práticas de interação agora disponíveis às decisões editoriais.

42. Procura-se com isto destacar que conceitos como «publireportagem», «patrocínio» ou «colaboração», entre muitos outros²¹ previstos na LTSAP, se incluem na tipologia mais generalista de «publicidade» originária da LI.

43. Veja-se, agora, o normativo mais diretamente aplicável - da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (sublinhados nossos):

- LTSAP: Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido

44. Na LTSAP confirma-se a enumeração, obviamente exemplificativa, de vários subtipos daquele género amplo de «Publicidade» (da LI).

45. Desde logo com o vasto leque de «definições» como: «Publicidade televisiva»; «Telepromoção»; «Patrocínio»; «Colocação de produto e ajuda à produção»; etc.²² De notar que em todos estes casos – tal como no género «publicidade» da LI – a identificação é obrigatória, independentemente das especificidades de cada subtipo. Neste sentido cf.

²¹ Como por exemplo «telepromoção» ou «colocação de produto» (estes com as devidas adaptações à imprensa (mas também à extensão desta a meios audiovisuais *online*).

²² Cfr. Artigo 2.º, n.º 1, da LTSAP:

Alínea b) «Ajuda à produção»;

Alínea c) «Autopromoção»;

Alínea d) «Colocação de produto»;

Alínea e) «Comunicação comercial audiovisual»;

Alínea f) «Comunicação comercial audiovisual virtual»;

Alínea o) «Patrocínio»;

Alínea r) «Publicidade televisiva»;

Alínea u) «Telepromoção».

«Publicidade televisiva»²³ no artigo 40º-A, «Telepromoção»²⁴ no artigo 40.º-C, «Patrocínio»²⁵ no artigo 41.º, «Colocação de produto e ajuda à produção»²⁶ no artigo 41.º-A.

46. Nesta evolução de subtipos do conceito genérico de «publicidade», de referir ainda a manutenção da qualificação da violação dos deveres de identificação como contraordenação grave, nos termos da alínea a), do n.º 1, do artigo 76.º da LTSAP, com a previsão da punibilidade da negligência (n.º 3).²⁷

47. Podemos concluir que, pese embora a variedade de conteúdos comerciais e de «parcerias» ou «colaboração» entre órgãos de comunicação social e entidades não jornalísticas:

- a. Todas as novas tipologias reconduzíveis ao género mais vasto de «publicidade» mantêm, na LTSAP, uma **obrigação geral de identificação**, ainda que com menções diferenciadas (*patrocínio, ajuda à produção, etc.*);
- b. Alguns tipos de «*colaborações*», implicando uma promoção – mesmo que apenas de marca e não necessariamente de bem ou serviço –, também têm de ser identificados e/ou não podem ser difundidos em certos espaços editoriais;
- c. Existe um **carácter sinalagmático** na relação e as eventuais contrapartidas, para o órgão de comunicação social, não são necessariamente pecuniárias.

48. Pelo que se confirma – apesar das (sub)tipologias a que a LTSAP faz corresponder obrigações específicas – que na sua globalidade há uma **relação sinalagmática** que origina a sua inclusão num género mais vasto de pendor comercial (a que, na LI, se chama «publicidade»), e às quais indubitavelmente **se impõem obrigações de identificação**, nomeadamente para se não confundirem com conteúdos editoriais ou, em certos casos, para tornar evidente aos destinatários a influência que tais conteúdos (comerciais) podem ou não ter nos restantes conteúdos (editoriais).

²³ Cfr. Artigo 40.º-A da LTSAP.

²⁴ Cfr. Artigo 40.º-C da LTSAP.

²⁵ Cfr. Artigo 41.º da LTSAP.

²⁶ Cfr. Artigo 41.º-A da LTSAP.

²⁷ Cfr. Artigo 76.º da LTSAP.

49. De referir, por fim, que os conteúdos aqui em análise não preenchendo a definição legal de «publicidade televisiva» ou de «televenda» no sentido formal previsto, respetivamente nas alíneas r) e v) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP, também não podem ser objeto das correspondentes previsões dos artigos 40.º a 4.º-C.

50. Mas sendo seguramente, como são, «outras formas de comunicação comercial audiovisual», das quais apresentam as características típicas, estão obrigatoriamente sujeitos ao regime previsto nas normas dos artigos 41.º a 41.º-D, na Subseção II, da Secção III, do Capítulo IV da LTSAP e, nesse sentido, globalmente previstas e punidas, como contraordenações graves, nos termos do artigo 76.º, n.º 1, alínea a) da LTSAP

51. Assim, e em conclusão, o normativo aplicável identificado supra não está limitado, na sua aplicação ao caso concreto, por qualquer falta de previsão de uma (nova) tipologia de colaboração entre o órgão de comunicação social e as entidades em causa. Conclusão necessária da constatação de que toda e qualquer (nova) tipologia de relação sinalagmática que implique a difusão de conteúdos que promovam o parceiro, e não o órgão de comunicação social, será – independentemente da nomenclatura descritiva usada – passível de ser reconduzida à previsão do género amplo de «publicidade», no sentido histórico previsto na Lei de Imprensa ou, neste caso, à enumeração dos (sub)tipos contantes da LTSAP.

52. Finalmente, de recordar que a aplicabilidade à extensão *online* de um órgão de comunicação social da respetiva lei aplicável ao próprio órgão (neste caso, a LTSAP) há muito está consolidada na doutrina e na jurisprudência da ERC, sendo essa a prática consistente nas suas deliberações sobre o tema²⁸.

²⁸ Sobre a matéria ver, e.g., Deliberação 2/PUB-R/2012, de 11 de dezembro, ou Deliberação ERC/2023/136 (CONTJOR-NET), de 13 de abril. Ou ainda, de forma mais detalhada:

- Deliberação 202/2015 (OUT), de 12 de agosto (pág. 74):

«As normas aplicáveis à atividade de comunicação social, sem prejuízo de outros diplomas com menor impacto, constam essencialmente de quatro diplomas legislativos: a Lei da Televisão, a Lei da Rádio, a Lei de Imprensa e o Estatuto do Jornalista. A aplicabilidade das disposições constantes dos três primeiros diplomas aos novos media, conforme as semelhanças apresentadas com os meios clássicos, afigura-se menos problemática por assentar numa ótica do serviço prestado.»

- Deliberação 18/CONT-I/2009, 29 de julho (pág. 8):

«23. O que caracteriza a imprensa é a comunicação através de uma determinada linguagem (...), sendo indiferente que a sua leitura se processe através de um ecrã de computador ou de uma folha

V. Conclusões

5.1. Sobre a eventual existência de conteúdos jornalísticos «encomendados» lesando-se a separação entre conteúdos editoriais e promocionais

53. A partir da análise realizada foi possível concluir que a relação comercial não se encontra devidamente identificada perante os leitores em conteúdos associados aos contratos #47 (Instituto Politécnico de Portalegre), #48 (Câmara Municipal de São Pedro do Sul), #49 (Câmara Municipal de Caldas da Rainha), #53 (Câmara Municipal de Viana do Castelo), #55 (Câmara Municipal de Melgaço), #56 (Comunidade Intermunicipal do Cávado), #58 (Câmara Municipal de Albufeira), #60 (Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia), #61 (Câmara Municipal de Albufeira) e #62 (Secretaria-Geral do Ministério da Economia), descritos no ponto 3.3. e na figura n.º 2.

54. Em concreto, e no que respeita aos conteúdos publicados na imprensa, verifica-se que, no respeitante ao contrato #47, os textos publicados na revista *Sábado* e no *Jornal de Negócios*, à data da pesquisa realizada²⁹, são apenas identificados através de uma barra superior denominada «comunicados de imprensa».

de papel. Aliás, um jornal electrónico é susceptível de ser reproduzido em papel, em qualquer momento, se se pretender utilizar esse suporte.

24. O inegável papel que a internet desempenha na divulgação da informação não pode deixar de ser acompanhado da regulação do exercício do direito de informar e de ser informado, em moldes tais que sejam conferidas aos cidadãos utilizadores garantias idênticas às que têm em face dos restantes meios de informação tradicionais.»

- Deliberação ERC/2017/254 (OUT-NET), de 6 de dezembro (pág. 17):

«28. Poder-se-ia concluir, utilizando a famosa navalha de Occam, e seguindo a sua tradução anglófona popular, que «se tem penas como um pato, grasna como um pato e voa como um pato, deve ser um pato...». Neste sentido, a indesmentível aparência pública de OCS (reforçada pela própria apresentação expressa), coloca a “Notícias (...)” numa posição de ser amplamente apreendida como tal pela audiência potencial desejada.

29. Uma eventual utilização do não preenchimento de um critério formal, mas assegurando a aparência pública de OCS, sobretudo para o “leitor médio”, seria uma clara fraude à lei, ou pior, uma usurpação dessa qualidade (identidade de OCS).»

- Deliberação 1/DF-NET/2007, de 7 de novembro (pág. 29):

«De facto, a multiplicidade de conteúdos passíveis de divulgação na internet poderá determinar a aplicação da Lei de Imprensa, Lei da Rádio ou Lei da Televisão, com as necessárias adaptações, consoante se tratem de conteúdos escritos, áudio ou audiovisuais.»

²⁹ Pesquisa inicial realizada a 21 de julho de 2022.

55. Ora, um comunicado de imprensa define-se como um texto de comunicação institucional e natureza informativa que uma entidade, pública ou privada, pretende divulgar junto da comunicação social com o fito de ser amplamente difundido. Por norma, e na sua génese, não existem contrapartidas monetárias. Pelo que se considera que a classificação dos conteúdos em análise como «comunicados de imprensa» é manifestamente insuficiente para tornar clara a sua natureza comercial.

56. Em nova pesquisa realizada sobre os mesmos conteúdos³⁰, observa-se que aqueles publicados no sítio eletrónico do *Jornal de Negócios* já apresentam sob a barra superior um pequeno texto onde se pode ler «A informação dos comunicados de imprensa são da exclusiva responsabilidade das marcas e produtos neles referidos».

57. Ora, tal alteração prosseguida pelo *Jornal de Negócios* é vista de forma positiva pelo Regulador por clarificar, aos olhos do público leitor, a natureza comercial da informação publicada. Porém, o mesmo não sucede com o texto publicado na revista *Sábado*, onde não é possível identificar qualquer elemento que faça distinguir os conteúdos em causa dos restantes textos informativos.

58. Relativamente aos contratos #53, #55, #56 e #58, referentes a conteúdos publicados em várias edições eletrónicas do *Jornal de Negócios*, as formas de identificação encontradas variam entre as seguintes opções: etiqueta «Negócios»; «em parceria com»; «Negócios Iniciativas»; etiqueta «Empresas»; ou não faz qualquer menção que indique tratar-se de conteúdos publicitários.

59. Ora, nenhuma destas indicações reflete a natureza paga daqueles conteúdos, sendo evidente que as expressões «empresas», «negócios» e «em parceria», por si só, não serão disso sinónimo ou não serão interpretadas pelos leitores enquanto tal.

60. A ausência de informação sobre a produção de conteúdos mediante contrapartidas monetárias traduz-se numa comunicação insuficiente no que respeita à identificação da sua

³⁰ Segunda pesquisa realizada a 28 de fevereiro de 2022.

real natureza e origem e, conseqüentemente, numa comunicação pouco transparente perante os públicos.

61. Identificam-se ainda outros casos referentes à publicação de vários suplementos impressos que acompanham as edições do *Jornal de Negócios* e do *Correio da Manhã*, e associados aos contratos #55, #60, #61, #62.

62. As opções a que se recorreu nos vários suplementos variam: cabeçalhos que indicam «Negócios Iniciais» (#55 e #62); inexistência de qualquer indicação da relação comercial (#56 e #60); ficha técnica que atribui a coordenação editorial à Cofina Conteúdos (#61); «em parceria» (#56 e #62).

63. Como se viu acima, as indicações «Negócios Iniciais» e «em parceria» não evidenciam perante o público o facto de se estar perante conteúdos produzidos mediante contrapartidas monetárias. Da mesma forma, a indicação, em ficha técnica, de que a coordenação editorial é da responsabilidade da Cofina Conteúdos é manifestamente insuficiente para refletir a natureza comercial dos conteúdos, a não ser que fosse acompanhada da sua significação. O que não aconteceu no caso em apreço.

64. O recurso a indicações ambíguas ou a total ausência de informação sobre a produção de conteúdos mediante contrapartidas monetárias traduz-se numa identificação pouco transparente.

65. Tal opção reveste-se de opacidade por não garantir, perante o público leitor, que os conteúdos em causa resultaram de pagamentos estabelecidos contratualmente.

66. A produção e publicação de conteúdos mediante o pagamento de contrapartidas por entidades externas, quando não devidamente identificadas, ameaçam seriamente a independência do órgão de comunicação social, bem como o livre exercício do direito à informação, contendendo com o princípio da transparência exigível na relação do *Jornal de Negócios*, do *Correio da Manhã* e da *Sábado* com os seus leitores.

67. Pelas características acima descritas, não restam dúvidas de que se trata de conteúdos publicitários, independentemente do seu enquadramento conceptual.

68. Evidencia-se que os mesmos não observaram de forma adequada os princípios da identificabilidade e veracidade, previstos no artigo 6.º do Código da Publicidade³¹, e concretizados nos seus artigos 8.º e 10.º, e, bem assim, no n.º 2 do artigo 28.º da Lei de Imprensa.

69. Ao não acautelar as previsões legais e deontológicas exigíveis, o *Correio da Manhã*, a *Sábado* e o *Jornal de Negócios* poderão ter comprometido a veracidade, rigor e objetividade dos conteúdos, em prejuízo do interesse público e da livre formação da opinião, não cuidando de garantir de forma cabal a sua independência perante interferências do plano económico nas suas decisões editoriais, perigando a sua própria credibilidade e transparência.

70. Tal atuação é também passível de inobservar o livre exercício do direito à informação, garantido no artigo 37.º da Constituição da República Portuguesa, e previsto na alínea d) do n.º 2 do artigo 2.º da Lei de Imprensa

71. Refira-se ainda que a inserção de publicidade na imprensa, sem observância do princípio da identificabilidade, previsto no n.º 2 do artigo 28.º da Lei de Imprensa, configura uma infração de natureza contraordenacional, punível com coima, em conformidade com o previsto na alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei de Imprensa.

72. 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 nas alíneas b) e ac) do n.º 3 do artigo 24.º dos Estatutos da ERC.

73. O mesmo se diga relativamente aos conteúdos emitidos pela CMTV, no programa «Manhã CM», associados aos contratos #46, #48 e #49.

74. Em sede de pronúncia, vem a Cofina Media, SA, argumentar que «são sempre identificados (com a devida sinalética) no início, no recomeço (após intervalo) e no fim do programa – conteúdos patrocinados, *branded content* ou telepromoções.»

75. Porém, apesar de existir indicação de que o programa “Manhã CM” contém menção a marcas e a produtos, não é feita qualquer referência ao patrocínio comercial das entidades,

³¹ Decreto-Lei n.º 330/90, na sua versão atual.

neste caso públicas, com as quais a Cofina celebrou contratos. Tal ausência constata-se no início, no recomeço e no fim do programa, contrariando os termos do artigo 41.º, n.ºs 1 e 2 da LTSAP, que determina o seguinte: «Os serviços de programas televisivos (...), bem como os respetivos programas patrocinados, são claramente identificados como tal pelo nome, logótipo ou qualquer outro sinal distintivo do patrocinador dos seus produtos ou dos seus serviços»; «Os programas patrocinados devem ainda ser identificados no início, no recomeço e no fim do programa».

76. A LTSAP define patrocínio, na alínea o) do n.º 1 do artigo 2.º, como «uma contribuição, feita por uma empresa pública ou privada (...) para o financiamento de serviços de comunicação social audiovisual (...) ou de programas a fim de promover o seu nome, a sua marca, a sua imagem, as suas atividades ou os seus produtos».

77. Deverá ressaltar-se ainda que a LTSAP determina que «o conteúdo de um serviço de programas televisivo, serviço audiovisual a pedido ou programa patrocinado ou, no caso dos serviços de programas televisivos, a sua programação, não podem, em caso algum, ser influenciados de modo a afetar a respetiva responsabilidade e independência editorial.» (artigo 41.º, n.º 4, da LTSAP)

78. A violação de qualquer regra constante do artigo 41.º da LTSAP constitui uma contraordenação grave, punível com coima de € 20.000 a €150.000.

79. Por tudo o acima exposto, resultam indícios da prática de contraordenação, por incumprimento do dever de identificação da publicidade, estabelecido no n.º 2 do artigo 28.º da Lei de Imprensa, e previsto na alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º do mesmo diploma legal, por referência ao *Correio da Manhã*, à *Sábado* e ao *Jornal de Negócios*.

80. Resulta ainda da análise empírica uma potencial violação das regras relativas a «outras formas de comunicação comercial audiovisual» – sejam as relativas a «patrocínio» (artigo 41.º), «colocação de produto e ajuda à produção» (artigo 41.º-A), ou «comunicações comerciais audiovisuais virtuais» (art.º 41.º-B) – entre as quais avulta como potencial a aplicação das normas referentes ao patrocínio constantes do artigo 41.º da LTSAP, por referência à *CMTV*.

- 81.** A violação de qualquer regra constante do artigo 41.º da LTSAP, bem como dos artigos 41.º-A, 41.º-B e 41.º-D, constitui contraordenação grave, prevista e punida com coima de € 20.000 a €150.000, nos termos do artigo 76.º, n.º 1, alínea a) da LTSAP.
- 82.** Verificou-se ainda que, no respeitante aos contratos #53, #55, #56, #58 e #62, vários conteúdos publicados no *Jornal de Negócios*, e àqueles associados, são assinados por jornalistas.
- 83.** Ora, a participação de jornalistas em conteúdos que resultam do pagamento de contrapartidas por entidades externas compromete não só o seu direito à autonomia e independência, como também o seu dever correspondente, tal como determinado na alínea a), n.º 1, artigo 3.º do Estatuto do Jornalista.
- 84.** Tal prestação também contende potencialmente com o disposto na 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.
- 85.** A ERC compreende os constrangimentos estruturais financeiros que enfrentam atualmente as empresas de comunicação social, bem como acompanha a necessidade de diversificação de fontes de receitas. Porém, a salvaguarda da independência editorial implica a definição de uma clara esfera de proteção face aos interesses promocionais de entidades externas à redação. Não é atendível o argumento de que a produção e publicação destes conteúdos dependem de uma avaliação em que, simultaneamente, coincidem as iniciativas promovidas por terceiros, o interesse jornalístico e o interesse dos leitores. Aliás, a Cofina não esclarece a quem cabe este juízo, se à direção editorial, se ao departamento comercial, se a ambos. Na realidade, não é aceitável a instrumentalização do critério noticioso, no sentido de nele residir o fundamento e justificação para essa alegada virtuosa coincidência.
- 86.** O Regulador recorda que a separação entre conteúdos editoriais e conteúdos publicitários deve ser escrupulosamente garantida, designadamente por via da identificação adequada da natureza comercial dos mesmos.

87. Por outro lado, a transparência e independência editorial não podem ser caucionadas de forma cabal em conteúdos pagos que são escritos por jornalistas.

88. Pelo que se recomenda ao *Jornal de Negócios* a criação de um mecanismo de autorregulação que preveja as regras aplicáveis à produção de conteúdos que configuram alguma forma de relação comercial com entidades externas, e que assegure que tais conteúdos não sejam concebidos, nem assinados, por jornalistas.

89. A análise permitiu também verificar que um significativo conjunto de conteúdos publicados em edições eletrónicas do *Correio da Manhã*, *Jornal de Negócios* e *Sábado*, associados a vários contratos acima elencados, se encontra identificado através de uma barra superior denominada «C-Studio» ou «Especiais C-Studio».

90. A «C-Studio» é «a marca que representa a área de conteúdos patrocinados do universo Cofina. É o local onde as marcas podem contar as suas histórias e experiências.» Esta informação é visível ao leitor passando o cursor por cima do símbolo «i» (informação) que ladeia a etiqueta.

91. Quanto a estes conteúdos, considera-se que o seu cariz comercial se encontra identificado.

92. Contudo, para que se aceda a tal informação é necessário que o leitor atue para além da leitura do texto e procure ativamente o seu significado. Pelo que, recomenda-se a estes órgãos de comunicação social, na prossecução da transparência com o seu público, a criação de um texto estático com essa informação que conste da barra superior que indica tratar-se de conteúdos «C-Studio».

5.2. Sobre as normas de contratação pública

93. Por fim, verificou-se que a publicação de 12 conteúdos no *Jornal de Negócios*, *Correio da Manhã* e *Sábado*, associados aos contratos #47, #52, #53, #58 e #62, foi realizada antes da celebração de qualquer contrato. Pelo que o negócio jurídico que está na base daquelas prestações de serviço não terá observado os trâmites procedimentais previstos na lei para esse efeito, essencialmente as regras que impõem a aplicação do Código dos Contratos Públicos³² à aquisição de bens e serviços pelas entidades públicas.

94. A ausência de cumprimento das normas de contratação pública previstas e reguladas no Código dos Contratos Públicos poderá implicar a nulidade do contrato, situação com consequências particularmente graves que deverá ser avaliada pela entidade competente para o efeito, o Tribunal de Contas (TC).

VI. Deliberação

Tendo sido analisado um conjunto de conteúdos publicados no âmbito de 19 contratos celebrados entre a empresa Cofina Media, SA, e entidades públicas, no período compreendido entre 27 de janeiro de 2020 e 6 de junho de 2022, o Conselho Regulador da ERC, ao abrigo das atribuições e competências de regulação constantes do artigo 6.º, artigo 7.º, alínea d), artigo 8.º, alínea c), artigo 24.º, n.º 3, alínea q), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, delibera:

³² Aprovado pela Lei n.º 8/2012, de 21 de fevereiro, na sua versão atual.

1. Verificar que o *Jornal de Negócios*, *Correio da Manhã* e *Sábado* publicaram conteúdos no âmbito de contratos estabelecidos com o Instituto Politécnico de Portalegre; a Câmara Municipal de Viana do Castelo; a Câmara Municipal de Melgaço; a Comunidade Intermunicipal do Cávado; a Câmara Municipal de Albufeira; a Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia; e a Secretaria-Geral do Ministério da Cultura, que não identificam, de forma adequada e suficiente, a relação comercial estabelecida, contrariando a obrigação constante do n.º 2 do artigo 28.º da Lei de Imprensa;
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;
3. Notar 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. Constatar que tal atuação é também passível de inobservar o livre exercício do direito à informação, garantido no artigo 37.º da Constituição da República Portuguesa, e previsto na alínea d) do n.º 2 do artigo 2.º da Lei de Imprensa;
5. Verificar ainda que várias edições do programa “Manhã CM”, transmitido pela CMTV, associadas a contratos celebrados com a Câmara Municipal da Maia; a Câmara Municipal de São Pedro do Sul; e a Câmara Municipal de Caldas da Rainha, contêm menções a marcas e produtos que, preenchendo materialmente o conceito de «outras formas de comunicação comercial audiovisual», em violação das normas do Capítulo IV, Secção II, Subsecção II, da LTSAP, em desconformidade com as previsões legais das citadas normas (e.g., do n.º 1 do artigo 41.º da LTSAP);

6. Constar que o *Jornal de Negócios* publicou conteúdos no âmbito de contratos estabelecidos com a Câmara Municipal de Viana do Castelo; a Câmara Municipal de Melgaço; a Comunidade Intermunicipal do Cávado; a Câmara Municipal de Albufeira; e a Secretaria-Geral do Ministério da Economia, que são assinados por jornalistas com título habilitador, comprometendo os seus direito e dever à autonomia e independência, em inobservância ao disposto 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;

7. Notar ainda a existência de indícios de incumprimento das normas de contratação pública, previstas no Código dos Contratos Públicos, por se verificar que a publicação de conteúdos no *Jornal de Negócios*, *Correio da Manhã* e *Sábado*, associados a contratos celebrados com o Instituto Politécnico de Portalegre; a Gaiurb – Urbanismo e Habitação E.M.; a Câmara Municipal de Viana do Castelo; a Câmara Municipal de Albufeira; e a Secretaria-Geral do Ministério da Economia, é anterior à data de celebração dos respetivos contratos com entidades públicas;

Em sequência e tudo ponderado:

8. Recomendar ao *Jornal de Negócios* a criação de um mecanismo de autorregulação eficaz que explicita as regras aplicáveis à produção de conteúdos que configuram alguma forma de relação comercial com entidades externas;

9. Advertir o *Jornal de Negócios* para a necessidade de garantir que os conteúdos publicados ao abrigo de contratos de natureza comercial com entidades externas não sejam concebidos, nem assinados, por jornalistas;

10. Recomendar que o *Jornal de Negócios*, o *Correio da Manhã* e o *Sábado* criem, nas suas edições eletrónicas, um texto estático que informe os seus leitores, imediatamente e de forma transparente, sobre a natureza comercial dos conteúdos classificados como «C-Studio»;

11. 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 a Cofina

Media, SA, proprietária das publicações periódicas *Jornal de Negócios*, *Correio da Manhã* e *Sábado*, por violação do disposto no n.º 2 do artigo 28.º da Lei de Imprensa;

12. Determinar a abertura de processo administrativo contra a Cofina Media, SA, para avaliação do incumprimento e qualificação da violação das normas do Capítulo IV, Secção II, Subsecção II da LTSAP, respeitante ao programa “Manhã CM”, transmitido pela CMTV, que constituem formas de comunicação comercial audiovisual sem a respetiva identificação;

13. 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;

14. Enviar o presente relatório para o Tribunal de Contas para avaliação de eventual violação das normas do Código dos Contratos Públicos por prestação de serviço anteriormente à celebração de contratos celebrados com o Instituto Politécnico de Portalegre; a Gaiurb – Urbanismo e Habitação E.M.; a Câmara Municipal de Viana do Castelo; a Câmara Municipal de Albufeira; e a Secretaria-Geral do Ministério da Economia;

15. Recomendar a promoção de uma iniciativa de autorregulação, nos termos do artigo 9.º dos Estatutos da ERC.

Dado tratar-se de decisão condenatória (cf. alínea a) do n.º 1 do artigo 11.º do Regime de Taxas da ERC, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 103/2006, de 7 de junho, alterado pelo Decreto-Lei n.º 70/2009, de 31 de março, e retificado pela Declaração de Retificação n.º 36/2009, de 28 de maio), é devida taxa por encargos administrativos, no montante de 4,5 unidades de conta, nos termos do disposto na verba 31 do Anexo V que incide sobre a Cofina Media, SA.

Lisboa, 6 de junho de 2023

O Conselho Regulador,

500.10.10/2023/10
EDOC/2023/4632



Sebastião Póvoas

Francisco Azevedo e Silva

Fátima Resende

João Pedro Figueiredo