

**CONSELHO REGULADOR**  
**DELIBERAÇÃO N.º 2/CR-ARC/2026**  
**de 6 de janeiro**

**RELATIVA AO PROCESSO DE AVERIGUAÇÃO INSTAURADO À  
RECORD TV CABO VERDE, POR INDÍCIOS DE VIOLAÇÃO DO  
DISPOSTO NOS ARTIGOS 3.º, 8.º E 47.º DO CÓDIGO DE  
PUBLICIDADE**

**Cidade da Praia, 6 de janeiro de 2026**

**CONSELHO REGULADOR**  
**DELIBERAÇÃO N.º 2/CR-ARC/2026**  
**de 6 de janeiro**

**ASSUNTO:** Deliberação relativa ao Processo de Averiguação instaurado à Record TV Cabo Verde, por indícios de violação do disposto nos artigos 3.º, 8.º e 47.º do Código de Publicidade.

**I. ENQUADRAMENTO:**

1. Na sequência do Auto de Notícia elaborado pelo Departamento de Análise e Supervisão de Media (DASM), no âmbito da monitorização das emissões dos serviços de programas televisivos, em que se detetou a inserção de publicidade no espaço informativo *Fala Cabo Verde*, emitido pelos serviços de programas Record TV Cabo Verde, com indícios de violação do disposto nos artigos 3.º, 8.º e 47.º do Código de Publicidade (Decreto-Lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro), o Conselho Regulador da ARC, através da Deliberação n.º 70/CR-ARC/2025, de 28 de outubro, decidiu instaurar o presente processo de averiguação à Record TV Cabo Verde, adiante Averiguada.

**II. DA INSTRUÇÃO DO PROCESSO:**

2. A Averiguada foi, ao abrigo do n.º 2 do Artigo 55.º dos Estatutos da ARC, aprovados pela Lei n.º 8/VIII/2011, de 29 de dezembro, alterada pela Lei n.º 106/IX/2020, de 14 de dezembro, comunicada da decisão de abertura do processo de averiguação em 19 de novembro de 2025, por meio da Notificação n.º

37/DJRL-ARC/2025, e apresentou defesa dentro do prazo concedido, na qual alegou, em síntese, o seguinte:

- Que na sequência da notificação enviada pelo Departamento Jurídico e de Resolução de Litígios (DJRL) da ARC, verificaram “que a divisão temporal entre os blocos noticiosos não observou o intervalo mínimo previsto entre duas interrupções sucessivas para publicidade. À data, não detínhamos entendimento claro de que, em programas com duração de 55 minutos, o espaçamento entre os dois primeiros blocos deveria ser igual ou superior a 20 minutos”.
- Que após a notificação do DJRL procederam “à leitura minuciosa do Artigo 47.º - Inserção de publicidade na televisão - e reafirmamos o nosso compromisso total com o cumprimento das normas legais e regulatórias em vigor”.
- Que “para assegurar o cumprimento integral das obrigações regulatórias e prevenir reincidências, informamos que foram implementadas as seguintes medidas: designação de um responsável de conformidade, encarregado de verificar previamente a estrutura do noticiário e a distribuição dos intervalos comerciais; e manutenção de dois intervalos publicitários no *Fala Cabo Verde*, com reestruturação dos blocos informativos da seguinte forma: bloco 1: 25 minutos; bloco 2: 20 minutos; bloco 3: 10 minutos”.

### **III. DAS COMPETÊNCIAS DA ARC:**

3. Compete à ARC, enquanto autoridade reguladora independente, fazer a regulação, a supervisão, a fiscalização e a aplicação de normas a todas as entidades que prossigam atividades de comunicação social, *in casu*, os operadores de televisão e os respetivos serviços de programas, conforme determinam o n.º 12 do Artigo 60.º da Constituição da República (CRCV), e o n.º 1 do Artigo 1.º, conjugado com o disposto na alínea f) do Artigo 2.º dos Estatutos desta autoridade.
4. Conforme as alíneas a), c), k) e q) do Artigo 7.º dos Estatutos, são atribuições da ARC “assegurar o livre exercício do direito à informação e à liberdade de

imprensa”, “zelar pela independência das entidades que prosseguem atividades de comunicação social perante os poderes político e económico”, “assegurar o cumprimento das normas reguladoras das atividades da comunicação social” e “aplicar normas sancionatórias previstas na legislação sectorial específica”.

5. Cabe ao Conselho Regulador da ARC, “fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos difundidos pelas entidades que prosseguem atividades de comunicação social, nomeadamente em matéria de rigor informativo e de proteção dos direitos, liberdades e garantias pessoais” e “fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos publicitários, previstos no Código de Publicidade”, ao abrigo das alíneas a) e b) do n.º 3 do Artigo 22.º dos seus Estatutos.
6. Reza o Artigo 63.º do Código de Publicidade que “sem prejuízo da competência das autoridades policiais e administrativas, compete especialmente ao órgão regulador do sector a fiscalização do cumprimento do disposto no presente diploma, devendo-lhe ser remetidos os autos de notícias levantados ou as denúncias recebidas”.

#### **IV. ANÁLISE E FUNDAMENTAÇÃO:**

7. A Lei da Comunicação Social (Lei n.º 56/V/98, de 29 de junho, alterada pela Lei n.º 70/VII/2010, de 16 de agosto) é categórica ao estabelecer, no seu Artigo 4.º, que “as empresas e os órgãos de comunicação social exercerão as suas atividades em função das responsabilidades que lhes são próprias, garantindo a informação ampla e isenta, a objetividade e verdade da informação, o pluralismo e a não discriminação, respeitando a honra, a consideração, a intimidade e a privacidade das pessoas.”
8. Como decorre do n.º 1 do Artigo 17.º da Lei da Comunicação Social, “os órgãos de comunicação social noticiosos devem assegurar uma informação correta e transparente separando a informação e a notícia da publicidade e da mensagem promocional.”
9. Já a Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 90/VIII/2015, de 4 de junho) define como um dos fins específicos da atividade “assegurar a

- independência, o pluralismo, o rigor e a objetividade da informação e da programação, de modo a salvaguardar a sua independência perante os poderes públicos” (alínea a) do n.º 2 do Artigo 13.º).
10. O tempo de emissão consagrado às mensagens publicitárias, no interior de um dado período de uma hora, não deve ultrapassar 20%, conforme o disposto no n.º 2 do Artigo 53.º da Lei acima referida.
  11. A transmissão de noticiários, programas de informação política, obras cinematográficas e de filmes concebidos para televisão, com exceção de séries, folhetins e documentários, só pode ser interrompida por publicidade televisiva e/ou televenda, uma vez por cada período de programação de, no mínimo, 30 (trinta) minutos, conforme o disposto no n.º 4 do Artigo 56.º da Lei da Televisão.
  12. O conceito de publicidade encontra-se previsto no Artigo 3.º do Código de Publicidade, constituindo forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, realizada no âmbito de atividade comercial, com o objetivo direto ou indireto de: a) promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços; b) Promover ideia, princípios, iniciativas ou instituições.
  13. A publicidade deve ser inequivocamente identificada como tal em qualquer meio, e na televisão deve ser claramente separada da programação por separadores no início e no fim do espaço publicitário, atendendo-se ao disposto nos números 1 e 2 do Artigo 8.º do Código de Publicidade.
  14. De acordo com o n.º 4 do Artigo 47.º do Código de Publicidade “os programas de informação política, os programas de atualidade informativa, as revistas de atualidade, os documentários, os programas religiosos e os programas para crianças com duração programada inferior a trinta minutos não podem ser interrompidos por publicidade”.
  15. Sendo que ao abrigo do n.º 6 do Artigo suprarreferido “entre duas interrupções sucessivas do mesmo programa, para emissão de publicidade, deve mediar um período igual ou superior a vinte minutos”.
  16. Ora, a ARC, enquanto autoridade administrativa, além das atribuições legais relativas aos órgãos de comunicação social, tem a incumbência de prosseguir objetivos, como seja, a de “assegurar a proteção dos destinatários dos serviços de

conteúdos de comunicação social, enquanto consumidores, no que diz respeito a comunicações de natureza ou finalidade comercial, por parte de prestadores de serviços sujeitos à sua atuação, no caso de violação do Código de Publicidade” (Preâmbulo dos seus Estatutos).

17. O princípio da proteção dos destinatários dos serviços de conteúdos de comunicação social, assegura a tutela do público contra práticas publicitárias enganosas, abusivas ou nocivas, especialmente em relação a crianças e adolescentes, garantindo a observância da legalidade, da moralidade e da dignidade do consumidor.
18. O princípio acima referido traduz-se na garantia de que os cidadãos sejam protegidos contra práticas lesivas dos seus direitos e dignidade, assegurando-lhes o acesso a uma informação verdadeira, rigorosa e plural, bem como a salvaguarda face a conteúdos prejudiciais à dignidade humana, aos direitos fundamentais, e à formação livre da opinião pública.
19. Interessa assinalar que não é admissível a confusão entre conteúdos de natureza editorial e conteúdos publicitários, por colocar em causa os princípios aplicáveis à publicidade, designadamente aqueles respeitantes à separação e identificabilidade.
20. Ora, o DASM da ARC, durante a monitorização das emissões televisivas, detetou que o espaço informativo *Fala Cabo Verde*, transmitido pela Record TV Cabo Verde, veiculou publicidade, em várias edições, sem respeitar o período legal mínimo de 20 minutos entre os blocos publicitários.
21. Verifica-se que tal prática contraria o regime legal aplicável à inserção da publicidade na televisão, configurando infração ao princípio da proteção do telespetador e às regras de organização dos conteúdos televisivos.
22. Ora, o disposto no Código da Publicidade, ao estabelecer o intervalo mínimo de 20 minutos entre blocos publicitários, visa evitar a intrusão excessiva da publicidade, assegurar a separação entre conteúdos editoriais e comerciais e proteger os direitos e interesses dos telespectadores, preservando a integridade dos programas e a formação livre da opinião pública.
23. As irregularidades, acima referidas, foram verificadas nas edições do *Fala Cabo Verde* dos dias 08 de abril de 2025 (19h53 – 20h07, perfaz 14 minutos), 14 de

agosto de 2025 (20h30 – 20h49, perfaz 19 minutos), 18 de agosto de 2025 (20h33 – 20h49, perfaz 16 minutos), 25 de agosto de 2025 (20h30 – 20h45, perfaz 15 minutos) e 10 de outubro de 2025 (20h33 – 20h45, perfaz 12 minutos).

24. A Averiguada, ao pronunciar-se na sequência da notificação do DJRL da ARC, alegou que, em momento anterior à notificação, não tinha o entendimento de que o espaçamento entre blocos publicitários deveria ser igual ou superior a 20 minutos, referindo ainda que, subsequentemente, adotou mecanismos internos destinados a prevenir a ocorrência de situações análogas no futuro.
25. A Averiguada não podia deixar de saber que o exercício da atividade jornalística lhe impõe um especial dever de observância das normas que regulam o setor, não sendo admissível a invocação do desconhecimento dos deveres legais e deontológicos inerentes ao jornalismo, designadamente no que respeita à proteção dos telespectadores.

## **V. DELIBERAÇÃO:**

Tendo apreciado o presente processo de averiguação ao serviço de programas Record TV Cabo Verde, mais concretamente ao espaço informativo *Fala Cabo Verde*, o Conselho Regulador, ao abrigo das suas competências constantes nas alíneas k) e q) do Artigo 7.º e nas alíneas a) e b) do n.º 3 do Artigo 22.º dos seus Estatutos, **DELIBERA:**

- Considerar que a Record TV Cabo Verde infringiu o princípio da proteção do telespectador e as regras de organização dos conteúdos televisivos, constantes dos artigos 3.º, 8.º e 47.º do Código da Publicidade, ao não respeitar o período legal mínimo de 20 minutos entre blocos publicitários, e, em consequência:
- Determinar a abertura de um Processo de Contraordenação à Rede Record de Televisão - Cabo Verde, SA, proprietária da Record TV Cabo Verde, nos termos da alínea u) do n.º 3 do Artigo 22.º e números 1 e 2 do Artigo 66.º, dos Estatutos da ARC e da alínea a) do n.º 1 do Artigo 60.º do Código de Publicidade.

Notifique-se, nos termos do número 2 do Artigo 63.º dos Estatutos da ARC.

***Esta deliberação foi aprovada pelos membros do Conselho Regulador presentes na 1.ª reunião ordinária, realizada no dia 6 de janeiro de 2026.***

O Conselho Regulador  
Arminda Pereira de Barros, Presidente  
Alfredo Henriques Mendes Dias Pereira  
Jacinto José Araújo Estrela