

CONSELHO REGULADOR
DELIBERAÇÃO N.º 13/CR-ARC/2026

de 3 de fevereiro

**RELATIVA AO PROCESSO DE CONTRAORDENAÇÃO
INSTAURADO À REDE RECORD DE TELEVISÃO - CABO VERDE,
S.A., POR VIOLAÇÃO DO DISPOSTO NOS ARTIGOS 3.º, 8.º E 47.º
DO CÓDIGO DE PUBLICIDADE**

Cidade da Praia, 3 de fevereiro de 2026

CONSELHO REGULADOR
DELIBERAÇÃO N.º 13/CR-ARC/2026
de 3 de fevereiro

ASSUNTO: Deliberação relativa ao Processo de contraordenação instaurado à Rede Record de Televisão - Cabo Verde, S.A., por violação do disposto nos artigos 3.º, 8.º e 47.º do Código de Publicidade.

I. ENQUADRAMENTO

1. Pela Deliberação N.º 2/CR-ARC/2026, de 6 de janeiro, o Conselho Regulador da Autoridade Reguladora para a Comunicação Social (ARC) decidiu instaurar o presente processo de contraordenação à Rede Record de Televisão – Cabo Verde, S.A., proprietária da Record TV Cabo Verde, pelo incumprimento do dever de proteção do telespectador e das regras de organização dos conteúdos televisivos constantes dos artigos 3.º, 8.º e 47.º do Código da Publicidade (aprovado pelo Decreto-Lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro), ao não respeitar o período legal mínimo de 20 minutos entre blocos publicitários.
2. Os factos que estiveram na origem da instauração do presente processo foram previamente apreciados no âmbito do processo de averiguação n.º 02/CR-ARC/2025, na sequência do Auto de Notícia elaborado pelo Departamento de Análise e Supervisão de Media (DASM), no contexto da monitorização das emissões dos serviços de programas televisivos, no qual se detetou a inserção de publicidade no espaço informativo *Fala Cabo Verde*, transmitido pelo serviço de programas Record TV Cabo Verde, com indícios de violação do disposto nas normas acima citadas.

II. DA INSTRUÇÃO DO PROCESSO

3. A arguida foi comunicada da decisão de abertura do processo contraordenacional, em 12 de janeiro de 2026 (Notificação N.º 04/DJRL-ARC/2026), tendo-lhe sido

concedido um prazo para apresentar a sua defesa, ou requerer quaisquer meios de prova, podendo nomear um defensor, fazer-se representar no processo e se acompanhar do advogado escolhido, bem como da obrigatoriedade da sua audição, nos termos dos artigos 61.º e 62.º do Regime Geral das Contraordenações (RGCO), aprovado pelo Decreto-legislativo n.º 9/95, de 27 de outubro.

4. A arguida não exerceu o direito de defesa que lhe assistia, não tendo requerido a sua audição no âmbito do processo, nem apresentado quaisquer meios de prova, nos termos previstos nos artigos 61.º e 62.º do RGCO.
5. Não obstante, considera-se que o direito de audição e defesa da arguida se encontra plenamente assegurado, em conformidade com o disposto no Artigo 61.º do RGCO.
6. Em conformidade, ao optar pelo silêncio e abdicar da apresentação de defesa e da produção de prova suscetível de esclarecer os factos constantes da acusação, a arguida não pode, em momento posterior, invocar eventual prejuízo decorrente dessa opção.

III. FUNDAMENTAÇÃO DA MATÉRIA DOS FATOS

a) Fatos não provados:

7. Da instrução do processo, não resultou qualquer facto relevante que deva ser considerado como não provado.

b) Fatos provados:

8. Da instrução, com interesse para a decisão da causa, resulta provado o seguinte fato:
 - Conforme resulta da visualização das edições do programa *Fala Cabo Verde*, transmitido pela Record TV Cabo Verde, verificou-se que, entre blocos publicitários, os períodos foram inferiores aos 20 minutos legalmente exigidos, nos seguintes dias e horários: 08 de abril de 2025 (19h53–20h07, 14 minutos), 14 de agosto de 2025 (20h30–20h49, 19 minutos), 18 de agosto de 2025 (20h33–20h49, 16 minutos), 25 de agosto de 2025 (20h30–20h45, 15 minutos) e 10 de outubro de 2025 (20h33–20h45, 12 minutos).

c) Provas

9. A ARC formou a sua convicção relativamente aos factos imputados à arguida com base nos meios de prova disponíveis, livremente apreciados, considerando-se, em especial, a análise das edições do programa *Fala Cabo Verde*, da Record TV Cabo Verde, constantes nos autos.
10. Na admissão e valoração dos meios de prova produzidos, foram consideradas as normas relativas à admissibilidade dos meios de prova no processo de contraordenação, concretamente o artigo 174.º do Código de Processo Penal (CPP), aplicável subsidiariamente e com as devidas adaptações, por força do artigo 45.º do RGCO, tendo sempre em consideração o princípio geral da livre apreciação da prova, previsto no artigo 177.º do CPP, em que a prova é apreciada segundo as regras da experiência e da livre convicção da autoridade administrativa.
11. Documentos apreciados:
 - A Deliberação N.º 2/CR-ARC/2026, de 6 de janeiro;
 - “Resposta à Notificação sobre Inserção e Duração de Publicidade entre os Blocos Noticiosos do *Fala Cabo Verde*” – Apresentada pela Record TV Cabo Verde, no âmbito do processo de averiguação n.º 02/CR-ARC/2025.
 - As edições do programa *Fala Cabo Verde*, transmitidas nos dias 08 de abril de 2025, 14 de agosto de 2025, 18 de agosto de 2025, 25 de agosto de 2025 e 10 de outubro de 2025.

IV. DAS COMPETÊNCIAS DA ARC

12. Cabe à ARC, enquanto autoridade administrativa independente da comunicação social, assegurar e garantir, entre outros, a liberdade de imprensa, bem como o respeito pelos direitos, liberdades e garantias fundamentais, ao abrigo das alíneas a) e d) do n.º 12 do artigo 60.º da Constituição da República de Cabo Verde (CRCV) e nos termos das alíneas a) e d) do artigo 31.º da Lei da Comunicação Social (LCS), aprovada pela Lei n.º 56/V/98, de 29 de junho, e alterada pela Lei n.º 70/VII/2010, de 16 de agosto.
13. A ARC tem poderes de fiscalização e sancionatórios relativamente a todas as entidades que prossigam atividades de comunicação social, competindo-lhe apurar e sancionar as infrações às normas aplicáveis ao setor, *in casu*, os

operadores de televisão e respetivos serviços de programas, conforme dispõe o n.º 1 do artigo 1.º, e a alínea f) do artigo 2.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.

14. Constituem 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”, “garantir o respeito pelos direitos, liberdades e garantias”, “assegurar o cumprimento das normas reguladoras das atividades de comunicação social” e “aplicar normas sancionatórias previstas na legislação sectorial específica”, conforme rezam as alíneas a), c), d), k) e q) do artigo 7.º dos seus Estatutos.
15. E ao Conselho Regulador da ARC compete “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”, “fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos publicitários, previstos no Código de Publicidade”, “conduzir o processamento das contraordenações cometidas através de meio de comunicação social, cuja competência lhe seja atribuída (...) bem como aplicar as respetivas coimas e sanções acessórias”, conforme estabelecem as alíneas a), b) e u) do n.º 3 do artigo 22.º dos Estatutos da ARC.
16. Segundo a norma prevista no n.º 1 do artigo 50.º do RGCO, por força do n.º 2. do artigo 66.º dos Estatutos da ARC, “a competência em razão da matéria pertencerá às autoridades determinadas pela lei que prevê e sanciona as contraordenações”.
17. 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”.
18. Nos termos do disposto no artigo 64.º e no n.º 1 do artigo 65.º do Código de Publicidade, compete à ARC a instrução dos processos relativos às contraordenações e a aplicação das coimas previstas naquele diploma.

V. ANÁLISE E FUNDAMENTAÇÃO

19. A Lei da Comunicação Social 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”.
20. Dispõe o n.º 1 do artigo 17.º da Lei da Comunicação Social que “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.”.
21. 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).
22. 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.
23. 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 tevenda 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.
24. O conceito de publicidade está referenciado 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.
25. A publicidade deve ser inequivocamente identificada como tal em qualquer meio, e na televisão deve ser claramente distinguida 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.

26. 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”.
27. 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”.
28. Ora, a ARC, enquanto autoridade administrativa, além das atribuições legais relativas aos órgãos de comunicação social, tem a incumbência 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).
29. 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.
30. 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.
31. Não se confundem conteúdos de natureza editorial e conteúdos publicitários, já que o contrário poria em causa princípios aplicáveis à publicidade, designadamente os respeitantes à separação e identificabilidade.
32. Ora, no âmbito do processo de averiguação n.º 02/CR-ARC/2025, concluiu-se 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.
33. Esta prática viola o enquadramento legal aplicável à inserção de publicidade na televisão, afetando o princípio da proteção do telespetador e desrespeitando as normas que regulam a organização e a estrutura dos conteúdos televisivos.

34. 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.
35. As irregularidades acima referidas foram constatadas 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).
36. No âmbito do processo de averiguação n.º 02/CR-ARC/2025, a ora arguida, ao pronunciar-se, alegou que, em momento anterior à notificação da abertura do referido processo, não tinha o entendimento de que o espaçamento entre blocos publicitários deveria ser igual ou superior a 20 minutos, acrescentando ainda que, posteriormente, adotou mecanismos internos com vista a prevenir a ocorrência de situações semelhantes no futuro.
37. Ora, a arguida não podia ignorar que o exercício da atividade jornalística lhe impõe um especial dever de observância das normas que regulam o setor, não sendo, assim, admissível a invocação do desconhecimento de qualquer dever legal e/ou deontológico inerente ao jornalismo, designadamente no que respeita à proteção dos telespectadores.
38. A arguida, ao atuar da forma descrita, assumiu um risco que não podia ignorar, uma vez que a sua conduta era suscetível de gerar confusão entre conteúdos editoriais e comerciais, comprometendo o direito dos telespectadores a uma informação clara e objetiva, enquanto consumidores, bem como a integridade do programa.
39. Encontram-se, assim, integralmente preenchidos os elementos do tipo do ilícito contraordenacional imputado à Arguida, quanto ao fato típico, ilicitude, culpabilidade e punibilidade.
40. *In casu*, as infrações praticadas pela arguida são consideradas contraordenação puníveis com coima de 700 000\$00 a 2 000 000\$00 (setecentos mil a dois milhões de escudos), conforme previsto na alínea a) do n.º 1 do artigo 60.º do Código de Publicidade.

41. Dispõe o artigo 26.º do RGCO que a determinação da medida concreta da coima far-se-á em função da gravidade da ilicitude e da culpa, e da situação económica do agente.
42. Pelas provas produzidas, não foi possível apurar a situação económica da arguida, nem determinar eventual benefício obtido com a prática da contraordenação, tampouco aferir se a conduta gerou danos concretos.
43. Não obstante a arguida tenha sido recentemente condenada noutro processo de contraordenação, a referida condenação incide sobre matéria diversa.
44. No caso em apreço, embora se tenha verificado a prática do ilícito contraordenacional imputado à arguida, a gravidade da ilicitude e o grau de culpa não se afiguram elevados.
45. Acresce que a arguida declarou ter implementado mecanismos internos de prevenção destinados a evitar a repetição de situações semelhantes, evidenciando uma postura diligente e colaborante no cumprimento das normas aplicáveis.
46. Assim, ponderados os critérios legais e atendendo às finalidades preventivas e pedagógicas da sanção, entende-se justificada a aplicação de uma coima em medida mais branda, por se revelar proporcional, adequada e suficiente à tutela do interesse público.

VI. DELIBERAÇÃO

O Conselho Regulador da ARC, no exercício da competência prevista na alínea u) do n.º 3 do artigo 22.º, em conjugação com o artigo 63.º e os números 1 e 2 do Artigo 66.º dos seus Estatutos, nos termos do n.º 1 do artigo 65.º do Código de Publicidade e dos artigos 63.º e 65.º do RGCO, **DELIBERA:**

- a) Aplicar à arguida uma Advertência acompanhada da exigência de pagamento da soma pecuniária de 5000\$00 (cinco mil escudos).
- b) Informar à arguida, nos termos do n.º 2 do artigo 65.º do RGCO de que:
 - Caso se conformar com a mera advertência e efetuar o pagamento dessa soma pecuniária, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, o processo é declarado como encerrado.
 - Caso se opuser à aplicação dessa decisão, o processo segue a sua tramitação normal, nos termos previstos na lei.

- Em caso de conformação com o processo de advertência, o pagamento deverá ser efetuado através de DUC (Documento Único de Cobrança), que será emitido pelos serviços administrativos e financeiros da ARC, à solicitação da arguida. Feito o pagamento, deverá ser identificado o processo e mencionado o envio, por correio eletrónico com indicação do número de contribuinte, após o que será emitida e remetida a respetiva guia de receita.

Notifique-se, nos termos dos números 1 e 2 do artigo 42.º e do n.º 1 do artigo 43.º do RGCO.

Esta deliberação foi aprovada, por unanimidade, dos membros do Conselho Regulador da ARC, na sua 3.ª sessão ordinária, realizada no dia 03 de fevereiro de 2026.

O Conselho Regulador,
Arminda Pereira de Barros, Presidente
Maria Augusta Évora Tavares Teixeira
Alfredo Henriques Mendes Dias Pereira
Jacinto José Araújo Estrela
Karine de Carvalho Andrade Ramos