

**Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social**

**Deliberação ERC/2025/99 (SOND)**

**Assunto:** Queixa de Pedro Almeida Vieira, por alegado incumprimento da Lei das Sondagens na realização e publicação de uma sondagem, sobre eleições presidenciais, realizada pela Pitagórica para a TVI, CNN Portugal, TSF, JN e O Jogo

**I. Queixa**

1. Foi dirigida à Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante, ERC), no dia 11 de janeiro de 2025, uma queixa de Pedro Almeida Vieira, por alegado incumprimento da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho (Lei das Sondagens, adiante LS) na realização e publicação de uma sondagem, sobre eleições presidenciais, realizada pela Pitagórica para a TVI, CNN Portugal, TSF, JN e O Jogo.
2. Alega o Queixoso que o estudo conduzido pela Pitagórica e divulgado pela CNN Portugal, pelas 20h20, na sua página eletrónica<sup>1</sup>, incorporando notícia televisiva, tem «múltiplas e gravíssimas falhas metodológicas, de abusiva interpretação e de comunicação manipulatória que comprometem gravemente a validade desta sondagem».
3. Assinalando que a notícia televisa destacava que «Gouveia e Melo tem 78% das intenções de voto» e que a notícia escrita dava como hipóteses quatro tipos resposta («votaria de certeza»; «talvez votasse»; «jamais votaria»; «não conheço/não avalia»), conclui o queixoso não ser possível determinar intenções reais de voto, dado que o somatório de votos «Votaria de certeza» nas diversas

<sup>1</sup> Cf. <https://cnnportugal.iol.pt/presidenciais/gouveia-e-melo/sondagem-cnn-portugal-gouveia-e-melo-e-o-preferido-dos-portugueses-para-a-presidencia-e-ganha-a-todos-incluindo-na-segunda-volta/20250104/6780264fd34ea1acf272b3d8>.

personalidades consideradas («1032») é superior ao número de inquiridos da sondagem («400»).

4. Em suma, a queixa coloca em questão i) a objetividade da construção do questionário por parte da Pitagórica, por falta de regras lógicas de exclusividade e consequente sobreposição das respostas; e ii) o rigor interpretativo, por parte da CNN Portugal, por «apresentar os resultados sem qualquer menção às limitações metodológicas, induzindo o público em erro e distorcendo a perceção pública sobre as intenções de voto».

## II. Factos

5. A Pitagórica depositou na ERC, no dia 8 de janeiro de 2025, ao abrigo do artigo 5.º da LS, um estudo de opinião intitulado «Barómetro TVI / CNN Portugal / JN/ TSF / O Jogo - Janeiro 2025», sob o número de registo n.º 2025001.
6. O depósito da sondagem inclui uma questão que visa uma lista de potenciais candidatos à presidência da República: «Q16 – Apesar de ainda faltar mais de 1 ano para as próximas eleições presidenciais, são vários os potenciais candidatos que se começam a posicionar. Para cada um dos potenciais candidatos a Presidente da República, diga-me por favor em quem ...? 1. Votaria de certeza 2. Talvez votasse 3. Jamais votaria 4. Não conhece / Não avalia [Lista com 19 nomes – Almirante Gouveia e Melo, Ana Gomes, André Ventura...]».
7. A CNN Portugal divulgou, às 20:20 do dia 9 de janeiro de 2025, na sua página eletrónica, sob o título «Sondagem CNN Portugal: Gouveia e Melo é o preferido dos portugueses para a Presidência e ganha a todos (incluindo na segunda volta)», resultados da sondagem realizada pela Pitagórica. A divulgação, em formato multimédia, comporta um vídeo, logo por baixo do título, seguindo-se o corpo de

texto, o qual também incorpora tabelas, gráficos e a ficha técnica com elementos de publicação obrigatória.

8. O vídeo contém a primeira divulgação dos resultados da sondagem, emitida pelo serviço de programas TVI, às 20:16, do dia 9 de janeiro de 2025, no programa Jornal Nacional. A peça foi construída em ambiente de estúdio, sendo os resultados apresentados em infografia ao mesmo tempo que o jornalista os relatava e interpretava: «[...] alguns destes senhores ou senhoras vão decidir avançar para as presidenciais, temos aqui uma lista enorme de nomes. Nomes que são desejados, outros que desejam o cargo. Vamos ver o que diz esta nossa sondagem e aquilo que diz é que há um nome incontornável é o do Almirante Gouveia e Melo. É o preferido, tem 28 % das intenções de voto [...] 28 % que dizem que vão mesmo votar nele. Mas tem ao lado dele um outro nome [...] é o de António Guterres, ele também recolhe 28 % de intenções de voto firmes, só que ele dificilmente vai ser candidato, tal como Pedro Passos Coelho que está em terceiro lugar, tal como António Costa que está em quarto, [...] em quinto [...] Mário Centeno [...] e depois Marques Mendes com 15 %, a fechar esta primeira lista inicial temos Durão Barroso e Rui Rio. Vamos só olhar para outros dados curiosos desta sondagem, estes números grandes são as pessoas que votariam de certeza e depois temos a azul as pessoas que admitiriam votar e a encarnado as pessoas que diriam não votaria de certeza [apresentação panorâmica com fotografias das personalidades referidas, sob o título «Presidenciais. Em quem votaria?» e com segmentação dos resultados (votaria de certeza, talvez votasse e jamais votaria) por candidato: Gouveia e Melo - 28 % votaria de certeza, 29 % talvez votasse, 39 % jamais votaria; António Guterres - 28 % votaria de certeza, 26 % talvez votasse, 39 % jamais votaria; ... Rui Rio - 13 % votaria de certeza, 25 % talvez votasse, 60 % jamais votaria]. A menor taxa de rejeição, 39 %, é de Gouveia e Melo. Há aqui nomes por exemplo que chegam quase aos 60 % de rejeição o que significa que Gouveia e Melo está consolidado. Vamos só fazer [...] uma ronda rápida pelos [...] possíveis candidatos [...] André Ventura, que tem aqui um dado curioso [na imagem fotografia com segmentação - 13 % votaria de certeza, 25 % talvez votasse, 60 %



jamais votaria], ele tem 80 % de rejeição, ou seja, uma margem de crescimento muito baixa [...]».

9. O corpo do texto foca as mesmas questões presentes no vídeo, detalhando em tabela, por potencial candidato, a segmentação dos resultados (votaria de certeza, talvez votasse, jamais votaria e não conhece/não avalia). A interpretação destes resultados é feita através da comparação de segmentos entre as diversas personalidades visadas, não havendo no texto qualquer referência a intenções de voto.
10. No caso da primeira divulgação realizada pela TVI, verifica-se que a peça foi introduzida pelo *pivot* do programa, o qual além de dar a conhecer a estratégia editorial pensada para o barómetro político mensal contratado à Pitagórica, fez a seguinte contextualização à divulgação: «começamos com esta questão essencial [...] Quem é o possível candidato com mais hipóteses de ganhar as próximas presidenciais?».

### III. Pronúncia dos visados

#### a) Pitagórica

11. Notificada para se pronunciar sobre a queixa em apreço, a Pitagórica refuta a existência de qualquer falha metodológica ou de falta de transparência da sondagem, alegando em sua defesa que o relatório, entregue aos «meios de comunicação social e depositad[o] na ERC», explica em detalhe a metodologia utilizada.
12. Mais esclarece a empresa, sobre o somatório e a exclusividade das respostas, que na opção metodológica seguida «avaliam se todos os candidatos com uma ou mais variáveis, de forma a avaliar o potencial de todos os candidatos. Assim todos os

MS.  
J  
Vg.  
a

entrevistados avaliaram todos os candidatos [...]. O que é avaliado é o potencial do candidato, ou seja, quantos excluem a possibilidade de votarem nele, quantos ponderam o voto e quantos afirmam votar nele com toda a certeza. Em conclusão nunca o somatório de votos "votaria de certeza" é superior ao número de inquiridos, para isso seria necessário que um candidato tivesse mais de 400 entrevistados a dizer que "votaria de certeza" ».

**b) TVI**

13. Notificada para se pronunciar sobre as queixa em apreço, a TVI começa por manifestar «total oposição à queixa formulada, que [...] entende ser desprovida de qualquer fundamento».
14. Alega o serviço de programas que a sondagem «não ficcionou uma eleição entre diversos candidatos, mas avaliou o potencial eleitoral de 19 personalidades [...]» quanto à rejeição de voto, potencial de crescimento e à firmeza de voto, sendo essa a avaliação que divulgou. Mais acrescenta a TVI que transmitiu os dados de forma clara «uma vez que graficamente os resultados foram apresentados no seu conjunto, alinhando lado a lado todos os eventuais candidatos e mostrando de forma exaustiva todos os resultados [...] das 19 personalidades [...], o que afasta perentoriamente a tese e interpretação do queixoso».

**c) CNN Portugal**

15. Notificada para se pronunciar sobre as queixa em apreço, a CNN Portugal começa por manifestar «total oposição à queixa apresentada».
16. Alega o órgão que a sondagem avaliou o potencial dos eventuais candidatos (rejeição de voto, potencial de crescimento e firmeza de voto) e que foi essa

7/8  
y  
19  
a

avaliação que a CNN Portugal divulgou com «total clareza, [...] mostrando [...] de forma exaustiva todos os resultados [...] das 19 personalidades [...], o que afasta perentoriamente a tese e interpretação do queixoso».

#### IV. Normas aplicáveis

17. É aplicável ao caso em apreço o regime jurídico da publicação ou difusão de sondagens e inquéritos de opinião, constante na Lei nº 10/2000, de 21 de junho (Lei das Sondagens).
18. Aplica-se ainda, nesta fase de apreciação da divulgação das sondagens, o disposto na alínea z) do n.º 3 do artigo 24.º dos Estatutos da ERC.

#### V. Análise e Fundamentação

19. Releva da queixa para análise o cumprimento das regras aplicáveis à realização e divulgação de sondagens de opinião. Posto isto, cumpre proceder ao enquadramento legal do estudo, designadamente quanto à submissão à Lei das Sondagens. Com efeito, dispõe o artigo 1.º da LS que o diploma é aplicável à publicação ou difusão pública de sondagens cujo objeto se relacione, direta ou indiretamente, com órgãos constitucionais, referendos e associações ou partidos políticos.
20. Ora, no caso em apreço, e considerando que a sondagem em questão se relaciona com atos eleitorais para órgãos constitucionais (eleições presidenciais de 2026), verifica-se a sua subsunção no objeto da Lei das Sondagens.

#### a) Pitagórica



21. Considerando que foi colocada em causa pelo queixoso a transparência metodológica e a sobreposição das respostas, por falta de regras de exclusividade nas questões colocadas, importa verificar o cumprimento das alíneas a) e c) do n.º 2 do artigo 4.º da LS, as quais impõem, respetivamente, objetividade, clareza e precisão na formulação das perguntas e o rigor na interpretação dos resultados.
22. Quanto à metodologia da sondagem e à operacionalização da questão sobre a avaliação dos candidatos («Q.16 [...] Para cada um dos potenciais candidatos a Presidente da República, diga-me por favor em quem ...? 1. Votaria de certeza 2. Talvez votasse 3. Jamais votaria 4. Não conhece / Não avalia»), é absolutamente claro no depósito da sondagem que não existe sobreposição de respostas, tendo a Pitagórica utilizado escalas de avaliação exclusivas para cada personalidade visada. O relatório da sondagem, parte integrante do depósito, é também claro nesta matéria, sendo a interpretação de resultados devidamente contextualizada. É também evidente, da apreciação ao questionário que integra o depósito, que a pergunta foi desenhada de modo a ser colocada aos inquiridos de forma neutra, precisa e objetiva. Pelo exposto, não se dá como verificada a violação das alíneas a) e c) do n.º 2 do artigo 4.º da LS.

**b) TVI**

23. Considerando que foi alegado pelo Queixoso que a comunicação da sondagem foi manipulatória e que a interpretação dos dados foi abusiva, importa verificar, na primeira divulgação da sondagem realizada pelo serviço de programas TVI, o cumprimento do n.º 1 do artigo 7.º da LS, que impõe o rigor interpretativo. Segundo este preceito, a interpretação deve ser efetuada de forma a não falsear ou deturpar o resultado, sentido e limites da sondagem.

24. Centrando em primeiro lugar a análise apenas nos números divulgados, verifica-se existir correspondência entre os dados constantes no depósito da sondagem realizado pela Pitagórica e os resultados difundidos pela TVI.
25. Quanto à interpretação de dados, é factual que a TVI contextualizou estar a avaliar potenciais candidatos presidenciais (e.g. «Quem é o possível candidato com mais hipóteses de ganhar as próximas presidenciais?») e detalhou («estes números grandes são as pessoas que votariam de certeza e depois temos a azul as pessoas que admitiriam votar e a encarnado as pessoas que diriam não votaria de certeza»), comparando os resultados obtidos individualmente para cada uma das personalidades avaliadas pela sondagem. Não obstante é observável a existência de incorreções no relato realizado pelo jornalista, pela utilização desadequada, por duas vezes, da expressão «intenções de voto» na primeira leitura das respostas relativas aos segmentos da «firmeza de voto» em «Gouveia e Melo» e em «António Guterres». O facto da exposição dos resultados ser muito exaustiva, incluindo a clara identificação dos segmentos de resposta (votaria de certeza, talvez votasse e jamais votaria) para cada personalidade visada, acabou por mitigar essas incorreções, autolimitando-as. De resto, a exposição comparativa dos segmentos de resposta relativos à «taxa de rejeição» (jamais votaria) e ao «potencial de crescimento» (talvez votasse) é cabal e não deixa margem para dúvidas, diferenciando só por si as avaliações divulgadas de cenários de intenções de voto. Pelo exposto, e entendendo que as falhas observadas foram colmatadas por outras informações que acompanharam a divulgação reforçando o sentido e limites dos resultados da sondagem, não se dá como verificada a violação do n.º 1 do artigo 7.º da LS. Não obstante, e considerando que os órgãos de comunicação social têm uma responsabilidade social acrescida no modo como divulgam as sondagens, não pode deixar de se notar que a TVI deveria ter tido mais cautelas de rigor a rever e a validar as expressões utilizadas, de forma a salvaguardar a clareza e a precisão da sua comunicação e impedindo a ocorrência de percepções erradas sobre o alcance dos resultados das sondagens que divulga.



c) CNN Portugal

26. Considerando que foi alegado pelo Queixoso que a comunicação da sondagem foi manipulatória e que a interpretação dos dados foi abusiva, importa verificar, na divulgação da sondagem realizada pelo serviço de programas CNN, o cumprimento do n.º 1 do artigo 7.º da LS, que impõe o rigor interpretativo. Segundo este preceito, a interpretação deve ser efetuada de forma a não falsear ou deturpar o resultado, sentido e limites da sondagem.
27. Centrando em primeiro lugar a análise apenas nos números divulgados, verifica-se existir correspondência entre os dados constantes no depósito da sondagem realizado pela Pitagórica e os resultados publicados pela CNN Portugal.
28. Quanto à interpretação dos dados importa salientar que a publicação realizada pela CNN Portugal, na sua página eletrónica, incluía, além do seu texto com a divulgação dos resultados, o arquivo de vídeo da primeira divulgação da sondagem difundida pela TVI. A análise do rigor interpretativo do vídeo disponibilizado pela CNN Portugal é inevitavelmente idêntica à análise produzida para a primeira divulgação da TVI, concluindo-se pela correta contextualização e pelo detalhe exaustivo dos resultados, não obstante a observação de incorreções na exposição oral (uso desadequado da expressão «intenções de voto»), autolimitadas e mitigadas pelo conjunto da informação publicada. Por sua vez, a interpretação de dados vertida no corpo de texto, a qual é acompanhada por uma tabela com o detalhe exaustivo dos resultados, está dentro do sentido e limites dos resultados da sondagem, não havendo qualquer referência a intenções de voto. Pelo exposto, e entendendo que as falhas observadas foram colmatadas por outras informações que acompanharam a divulgação reforçando o sentido e limites dos resultados da sondagem, não se dá como verificada a violação do n.º 1 do artigo 7.º da LS. Não obstante, e considerando que os órgãos de comunicação social têm uma responsabilidade social acrescida no modo como divulgam as sondagens, não pode deixar de se notar que a CNN Portugal

deveria ter tido mais cautelas de rigor a rever e a validar as expressões utilizadas, de forma a salvaguardar a clareza e a precisão da sua comunicação e impedindo a ocorrência de perceções erradas sobre o alcance dos resultados das sondagens que divulga.

## VI. Deliberação

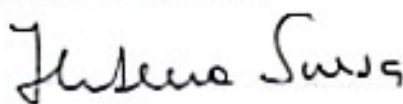
Apreciada uma queixa por alegado incumprimento da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho (Lei das Sondagens), na realização e publicação de uma sondagem efetuada pela Pitagórica e divulgada pelos serviços de programas televisivos TVI (Jornal Nacional, 9 de janeiro de 2025, pelas 20:16) e CNN Portugal (página eletrónica, às 20:20, do dia 9 de janeiro de 2025, sob o título «Sondagem CNN Portugal: Gouveia e Melo é o preferido dos portugueses para a Presidência e ganha a todos (incluindo na segunda volta)»), o Conselho Regulador, no exercício das atribuições e competências de regulação constantes na alínea z) do n.º 3 do artigo 24.º dos Estatutos anexos à Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, conjugadas com o disposto no n.º 1 e na alínea e) do n.º 2 do artigo 15.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho, delibera:

- a) Arquivar o procedimento contra a Pitagórica, não dando como verificada a violação das alíneas a) e c) do n.º 2 do artigo 4.º da LS, as quais impõem, respetivamente, objetividade, clareza e precisão na formulação das perguntas e o rigor na interpretação dos resultados;
- b) Arquivar o procedimento contra a TVI, não dando como verificada a violação do n.º 1 do artigo 7.º da LS, o qual impõe rigor interpretativo na divulgação de sondagens;
- c) Sensibilizar a TVI para a exigência a ter na divulgação de sondagens, visando a clareza e a precisão das suas comunicações, de forma a não prejudicar a fácil e rigorosa compreensão do sentido e limites dos resultados e pugnando por uma perceção pública correta do alcance das sondagens que divulga;

- d) Arquivar o procedimento contra a CNN Portugal, não dando como verificada a violação do n.º 1 do artigo 7.º da L.S., o qual impõe rigor interpretativo na divulgação de sondagens;
- e) Sensibilizar a CNN Portugal para a exigência a ter na divulgação de sondagens, visando a clareza e a precisão das suas comunicações, de forma a não prejudicar a fácil e rigorosa compreensão do sentido e limites dos resultados e pugnando por uma perceção pública correta do alcance das sondagens que divulga.

Lisboa, 19 de março de 2025

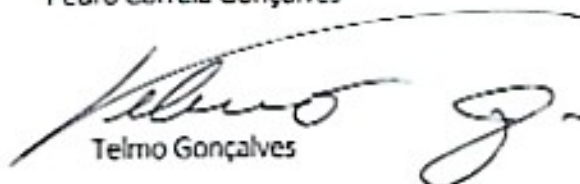
O Conselho Regulador,



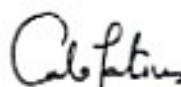
Helena Sousa



Pedro Correia Gonçalves



Telmo Gonçalves



Carla Martins