



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Deliberação

ERC/2025/290 (SOND)

Divulgação de inquérito de opinião no dia 16 de maio de 2025, nas
redes sociais do Partido CHEGA, no âmbito das eleições
Legislativas de 2025

Lisboa
10 de setembro de 2025

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação ERC/2025/290 (SOND)

Assunto: Divulgação de inquérito de opinião no dia 16 de maio de 2025, nas redes sociais do Partido CHEGA, no âmbito das eleições Legislativas de 2025

I. Dos factos

1. Do acompanhamento realizado pelos serviços da ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social, ao abrigo das suas competências em matéria de sondagens e inquéritos de opinião previstas no n.º 1 do artigo 15.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho (Lei das Sondagens, doravante LS), foi identificada uma publicação de resultados de um inquérito de opinião, feita no dia 16 de maio de 2025, nas redes sociais (Facebook, X e Instagram) do Partido CHEGA e do seu presidente, André Claro Amaral Ventura, sob o título «Chega vence em praticamente todas as sondagens *online* para dia 18».
2. Os resultados do inquérito de opinião são representados em formato gráfico e apresentam as seguintes intenções de voto: o CHEGA na frente com 44,6% (3.156 votos), seguido pela Aliança Democrática (31,7% - 2.259 votos), pelo Partido Socialista (11,82% - 837 votos) e por outros partidos com percentagens residuais. O gráfico, de carácter visual simples, pretende reforçar a ideia de liderança do partido nas intenções de voto em contexto digital. A imagem é acompanhada pelo seguinte texto: «Estamos a poucos dias de fazer história. Estamos a poucos dias de fazer o Sistema tremer em Portugal! #SalvarPortugal».
3. A fonte é atribuída à POLLFM. Esta plataforma é descrita *online* como permitindo automatizar a participação em inquéritos criados com recurso a um bot (programa automatizado) que é configurado a partir de um modelo pré-definido. Em termos

práticos, isto significa que qualquer pessoa pode criar um sistema que vote de forma repetida e automática num inquérito da Poll.fm, levantando questões sobre a legitimidade dos resultados apresentados.

4. Por se inferir que estamos perante um inquérito de opinião, existem indícios de violação do artigo 8.º da LS, pois não se verifica a disposição prevista pelo número 2 do referido artigo que determina que os dados dos inquéritos de opinião deverão ser acompanhados de uma «advertência expressa e claramente visível ou audível de que tais resultados não permitem, cientificamente, generalizações, representando, apenas, a opinião dos inquiridos».

II. Pronúncia do Partido CHEGA

5. Remetido ao Partido CHEGA ofício com pedido de pronúncia sobre os factos supra, não foi apresentada por parte do Partido CHEGA oposição à dita notificação.

III. Análise e Fundamentação

a) Normas aplicáveis

6. 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).
7. 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 pela obrigação de zelar pelo rigor e isenção das sondagens e inquéritos de opinião.

b) Questões prévias

8. O n.º 1 do artigo 8.º da Lei das Sondagens prevê que «os responsáveis pela publicação, difusão pública ou interpretação técnica de dados recolhidos por inquéritos de opinião devem assegurar que os resultados apresentados sejam insusceptíveis de ser tomados como representativos de um universo mais abrangente que o das pessoas questionadas» e o n.º 2 do artigo 8.º determina que «a publicação ou difusão pública do inquérito de opinião deve ser acompanhada de advertência expressa e claramente visível ou audível de que tais resultados não permitem, cientificamente, generalizações, representando, apenas, a opinião dos inquiridos».
9. Por sua vez, o n.º 4 do artigo 1.º da Lei das Sondagens alarga o âmbito de aplicação da Lei das Sondagens, estabelecendo que «o disposto na presente lei é aplicável à publicação ou difusão de sondagens e inquéritos de opinião na edição electrónica de órgão de comunicação social que use também outro suporte ou promovida por entidade equiparável em difusão exclusivamente digital quando esta se faça através de redes electrónicas de uso público através de domínios geridos pela Fundação para a Computação Científica Nacional ou, quando o titular do registo esteja sujeito à lei portuguesa, por qualquer outra entidade.»
10. Daqui se infere, numa interpretação teleológica, que a Lei das Sondagens visa a proteção dos eleitores contra sondagens e inquéritos de opinião relacionados com temas políticos que não cumpram as regras previstas na Lei das Sondagens, ou seja, requisitos mínimos de rigor informativo e metodológico. O legislador pretendeu que o voto dos eleitores não fosse influenciado pela divulgação de sondagens ou mesmo inquéritos de opinião que não revistam critérios mínimos de rigor metodológico e informativo.
11. O n.º 1 do artigo 1.º da LS, esclarece que «[a] presente lei regula a realização e a publicação ou difusão pública de sondagens e inquéritos de opinião produzidos com a finalidade de divulgação pública, cujo objecto se relacione, directa ou

indirectamente, com: a) Órgãos constitucionais, designadamente o seu estatuto, competência, organização, funcionamento, responsabilidade e extinção, bem como, consoante os casos, a eleição, nomeação ou cooptação, actuação e demissão ou exoneração dos respectivos titulares; b) Convocação, realização e objecto de referendos nacionais, regionais ou locais; c) Associações políticas ou partidos políticos, designadamente a sua constituição, estatutos, denominação, sigla e símbolo, organização interna, funcionamento, exercício de direitos pelos seus associados e a respectiva dissolução ou extinção, bem como, consoante os casos, a escolha, actuação e demissão ou exoneração dos titulares dos seus órgãos centrais e locais.”

12. Neste sentido, também o artigo 8.º da LS refere que as regras aí previstas se aplicam aos inquéritos de opinião que tenham sido objeto de difusão pública, aplicando-se, de forma indistinta, aos «(...) responsáveis pela (...) difusão pública ou interpretação técnica de dados recolhidos por inquéritos de opinião (...)».
13. Constata-se, assim, que no âmbito de aplicação da lei recaem os inquéritos de opinião que tenham sido difundidos publicamente ou que tenham sido produzidos com a finalidade de divulgação pública, independentemente da plataforma utilizada para a divulgação.
14. Tendo os estudos de opinião visados sido publicados em conta pública das referidas redes sociais, logo, tendo sido difundidos publicamente, considera-se que estes inquéritos de opinião recaem no âmbito de aplicação da LS.
15. Cumpre esclarecer que o artigo 6.º define o âmbito subjetivo de intervenção da ERC. Acresce que dispõe o artigo 24.º, n.º 3, alíneas c) e z), dos Estatutos da ERC, que cabe ao Conselho Regulador da ERC a competência para «[f]iscalizar o cumprimento das leis, regulamentos e requisitos técnicos aplicáveis no âmbito das suas atribuições» e «[z]elar pelo rigor e isenção das sondagens e inquéritos de opinião»,

independentemente da natureza da entidade que proceda à sua realização, publicação ou difusão.

c) Apreciação

16. Releva para a análise o cumprimento das regras aplicáveis à realização e divulgação de estudos de opinião. Posto isto, cumpre proceder ao enquadramento legal da publicação, designadamente quanto à sua natureza e 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.
17. Ora, no caso em apreço, e considerando que o objeto dos estudos de opinião se relaciona com atos eleitorais para órgãos constitucionais (eleições legislativas realizadas a 18 de maio de 2025), verifica-se a sua subsunção no objeto da Lei das Sondagens.
18. Quanto ao enquadramento e definição dos estudos de opinião, a LS claramente diferencia duas realidades distintas: a sondagem de opinião e o inquérito de opinião (cf. artigo 2.º), fazendo-lhes corresponder diferentes exigências legais no que concerne aos requisitos para a sua realização e publicação. Nos termos da alínea a) do artigo 2.º da LS, entende-se por «inquérito de opinião»: «a notação dos fenómenos [...], através de um mero processo de recolha de informação junto de todo ou de parte do universo estatístico». O mesmo preceito especifica ainda que por «sondagem de opinião» deve designar-se: «a notação dos fenómenos [...], cujo estudo se efetua através do método estatístico quando o número de casos observados não integra todo o universo estatístico, representando apenas uma amostra» (cf. alínea b) do artigo 2.º da LS).

19. Infere-se, assim, que no caso da sondagem a amostra deve ser entendida como representativa de um determinado universo, enquanto num inquérito de opinião os resultados recolhidos não podem ser interpretados no sentido de se considerarem representativos do universo, isto é, os resultados representam apenas as opiniões das pessoas inquiridas.
20. Dispensando os inquéritos, ao contrário das sondagens, os requisitos de credenciação e depósito prévio, importa analisar o cumprimento das regras aplicáveis à sua divulgação.
21. A publicação divulgada no dia 28 de abril de 2025 pelo Partido CHEGA nas plataformas Facebook, X e Instagram sob o título «Chega vence em praticamente todas as sondagens *online* para dia 18» caracteriza-se como um inquérito de opinião, não havendo elementos que permitam indicar tratar-se de uma sondagem de opinião.
22. A constatação que se trata de um inquérito de opinião, de acordo com as disposições constantes na alínea a) do artigo 2.º da LS, não depende do suporte, forma ou objetivo com que os dados são divulgados, relevando somente a forma como foi realizado o processo de recolha da informação.
23. De forma inequívoca, a publicação apresenta dados cuja putativa recolha de informação foi feita junto de um conjunto indeterminado de indivíduos, sem que se entreveja a aplicação de métodos estatísticos que possibilitem a generalização dos dados apurados.
24. Acresce que a publicação em causa apresenta dados sobre a intenção de voto manifestada no contexto das eleições para um órgão constitucional, a saber, a eleição para a Assembleia da República de 18 de maio de 2025, facto que a torna objeto da LS nos termos da alínea a) do artigo 1.º da LS.

25. Não subsistindo dúvidas de que está em causa um inquérito de opinião, resta referir que de forma alguma o n.º 1, do artigo 1.º da LS delimita o objeto da LS a previsões e simulações de voto. Diz o referido artigo que «A presente lei regula a realização e a publicação ou difusão pública de sondagens e inquéritos de opinião produzidos com a finalidade de divulgação pública, cujo objeto se relacione, direta ou indiretamente» com os temas elencados nas alíneas a), b) e c) desse mesmo artigo.
26. A publicação em análise, que apresenta dados de um inquérito de opinião, está sujeita ao dever de «assegurar que os resultados apresentados sejam insuscetíveis de ser tomados como representativos de um universo mais abrangente que o das pessoas questionadas», tal como disposto no n.º1 do artigo 8.º da LS.
27. Este dever consubstancia-se pela «advertência expressa e claramente visível ou audível de que tais resultados não permitem, cientificamente, generalizações, representando, apenas, a opinião dos inquiridos» referida no n.º 2 do artigo 8.º da LS.
28. Por estar manifestamente ausente da publicação em análise a advertência referida no n.º 2 do artigo 8.º da LS, concluiu-se que o Partido CHEGA violou as regras de divulgação pública de inquéritos de opinião explanadas nesse artigo.

IV. Deliberação

Tendo sido apreciada a divulgação de inquérito de opinião pelo Partido CHEGA - nas plataformas Facebook, X e Instagram no dia 16 de maio de 2025, sob o título «Chega vence em praticamente todas as sondagens *online* para dia 18» - a qual se determinou ser objeto da Lei das Sondagens;

Considerando que artigo o 24.º, n.º 3, alíneas c) e z), dos Estatutos da ERC, atribui ao Conselho Regulador da ERC a competência para «[f]iscalizar o cumprimento das leis, regulamentos e

requisitos técnicos aplicáveis no âmbito das suas atribuições» e «[z]elar pelo rigor e isenção das sondagens e inquéritos de opinião», independentemente da natureza da entidade que proceda à sua realização, publicação ou difusão. Dispondo o artigo 1.º da Lei das Sondagens 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;

O Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, nos termos e com os fundamentos acima expostos, e no exercício das atribuições e competências cometidas à ERC, designadamente as previstas nas alíneas z) e c) do n.º 3 do artigo 24.º dos Estatutos adotados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, conjugado com o disposto no artigo 15.º, n.º 1 e n.º 2, alíneas e) e g), da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho, delibera:

- a) Concluir que o Partido CHEGA violou as regras de divulgação pública de inquéritos de opinião por estar ausente da publicação em análise a advertência expressa «(...) de que tais resultados não permitem, cientificamente, generalizações, representando, apenas, a opinião dos inquiridos» referida no n.º 2 do artigo 8.º da Lei das Sondagens.
- b) Determinar a abertura de um processo de contraordenação, tal como previsto na alínea f) do n.º 1 do artigo 17.º da Lei das Sondagens.

Lisboa, 10 de setembro de 2025

O Conselho Regulador,

Helena Sousa

Pedro Correia Gonçalves

Telmo Gonçalves

Carla Martins

Rita Rola