



ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

# **Deliberação**

**ERC/2019/346 (CONTJOR-I-PC)**

**Processo contraordenacional 500.30.01/2018/6 em que é Arguida a sociedade Adriano Lucas – Gestão e Comunicação, Lda., titular da publicação periódica “Diário de Aveiro”**

**Lisboa  
11 de dezembro de 2019**

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

### **Deliberação ERC/2019/346 (CONTJOR-I-PC)**

**Assunto:** Processo contraordenacional 500.30.01/2018/6 em que é Arguida a sociedade Adriano Lucas – Gestão e Comunicação, Lda., titular da publicação periódica “Diário de Aveiro”

#### **I. Relatório**

- 1. Em processo de contraordenação instaurado por deliberação do Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, adotada em 19 de julho de 2017 [Deliberação ERC/2017/164 (CONTJOR-I)], de fls. 1 a fls. 10 dos autos, ao abrigo das competências cometidas à Entidade Reguladora para a Comunicação Social, designadamente a prevista na alínea ac) do n.º 3 do artigo 24.º dos Estatutos da ERC, adotados pela Lei n.º 53/2005 de 8 de Novembro, conjugada com o previsto no artigo 67.º, n.º 1, do mesmo diploma legal, foi deduzida Acusação contra a Arguida Adriano Lucas – Gestão e Comunicação, Lda., titular da publicação periódica “Diário de Aveiro”, com sede na Rua Adriano Lucas, 161, Eiras, 3020-430 Coimbra, a qual, para os devidos e legais efeitos, se dá por reproduzida.**
- 2. Nos presentes autos está em causa o incumprimento do disposto no artigo 28.º, n.º 2, da Lei de Imprensa, doravante LI (aprovada pela Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, retificada pela Declaração de Retificação n.º 9/99, de 18 de fevereiro, alterada pela Lei n.º 19/2012, de 8 de maio e pela Lei n.º 78/2015 de 29 de julho).**
- 3. A Arguida foi notificada, pelo Ofício n.º SAI-ERC/2018/10192, datado de 20 de dezembro de 2018, a fls. 32 dos presentes autos, da Acusação de fls. 23 a fls. 31 dos autos, relativamente à qual apresentou defesa escrita, em 9 de janeiro de 2019, de fls. 35 a fls. 36, na qual indicou como prova documental toda a que já produziu no procedimento n.º 500.10.01/2016/96 e requereu prova testemunhal.**
- 4. Em síntese, invoca a Arguida, em defesa escrita:**

- 4.1. Declara discordar do teor da Acusação contra si deduzida por considerar que não ocorreu a prática de qualquer infração.
- 4.2. Alega que «[a] publicação em causa resulta do recebimento de um comunicado de imprensa recebido (como tantos outros) na redacção do jornal.»
- 4.3. Acrescenta ainda que «[q]uando tais comunicados se referem a eventos, empresas, associações culturais, desportivas ou sociais, geograficamente enquadrados na Região abrangida pelo jornal, os mesmos são alvo de publicação, após o tratamento jornalístico entendido necessário pela redacção, como foi o caso.»
- 4.4. Considera, por isso, que «[a] publicação em causa não belisca, por nenhuma forma, os deveres de rigor e de isenção que se impõem ao jornal e que este cumpre, como sempre cumpriu, escrupulosamente [...].»
- 4.5. Mais disse que a publicação em causa «[n]ão foi paga, por nenhuma forma, não tendo tido – como não tem qualquer outra notícia publicada no Diário de Aveiro – qualquer contrapartida, directa ou indirecta.»
- 4.6. Declara a Arguida não possuir qualquer interesse ou participação no Dolce Vita Ovar, «sendo certo que TODA a publicidade no Diário de Aveiro é paga e devidamente identificada no mesmo.»
- 4.7. Finaliza pugnando pela sua absolvição e requereu o arquivamento dos presentes autos, indicando prova testemunhal.
- 4.8. Quanto à prova documental a Arguida indica todos os documentos que juntou no procedimento n.º 500.10.01/2016/96, não juntando nenhum documento com a sua defesa escrita.
- 4.9. A Arguida, apesar de notificada para tal, **a fls. 31** dos presentes autos, não procedeu à junção de exemplar dos documentos de prestação de contas ou quaisquer outros elementos idóneos que

evidenciem a situação económica da empresa, para efeitos da determinação da medida da coima.

**4.10.** Em data determinada para o efeito, e mediante requerimento individual apresentado por cada uma das testemunhas, **de fls. 58 a fls. 66** dos presentes autos, foram inquiridas três testemunhas na Esquadra de Investigação Criminal da Polícia de Segurança Pública de Aveiro, cuja audição foi requerida pela defesa da Arguida e por esta apresentadas, designadamente Ivan Silva, Cristina Paredes e Carla Real, cujos depoimentos escritos foram anexados aos presentes autos, **de fls. 94 a fls. 102**.

## **II. Fundamentação**

### **A) Dos factos**

## **5. Factos Provados**

**5.1.** Instruída e discutida a causa, resultaram provados os seguintes factos:

**5.2.** A Arguida **Adriano Lucas – Gestão e Comunicação, Lda.**, encontra-se inscrita no Livro de Registos das empresas jornalísticas da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) sob o n.º 222984, **a fls. 22** dos autos.

**5.3.** A Arguida **Adriano Lucas – Gestão e Comunicação, Lda.**, é uma sociedade por quotas que tem por objeto a edição de jornais.

**5.4.** A Arguida **Adriano Lucas – Gestão e Comunicação, Lda.**, é proprietária da publicação periódica “Diário de Aveiro”, conforme o n.º 117255 de inscrição de registo na ERC, **a fls. 21** dos autos.

**5.5.** O “Diário de Aveiro” é uma publicação periódica de informação geral, âmbito regional e com periodicidade diária.

**5.6.** A publicação periódica “Diário de Aveiro” opera no mercado da comunicação social há vários anos, encontrando-se registada na ERC desde 1993, **conforme fls. 21** dos autos.

- 5.7.** No âmbito da sua atividade, a Arguida é responsável pela publicação periódica “Diário de Aveiro”.
- 5.8.** Na edição impressa do dia 21 de abril de 2016, o jornal “Diário de Aveiro” publicou um artigo intitulado «Dolce Vita Ovar celebra 9 anos de sucesso», **a fls. 12** dos presentes autos.
- 5.9.** O corpo do artigo é antecedido pelo subtítulo «**Ovar** Ao longo destes anos, o Dolce Vita Ovar recebeu já mais de 25 milhões de visitantes e continua a reforçar o seu mix comercial».
- 5.10.** O artigo foi publicado na página 26 da publicação periódica “Diário de Aveiro”, na secção designada por «Economia/Empresas & Negócios».
- 5.11.** O artigo é ilustrado por uma fotografia a preto e branco de uma das entradas do centro comercial designado por “Dolce Vita Ovar”.
- 5.12.** A fotografia foi captada do exterior, sendo visível, ao centro, o logótipo “Dolce Vita Ovar” e alguns clientes que entram e saem do espaço comercial.
- 5.13.** A fotografia é acompanhada pela legenda «**O Dolce Vita Ovar** encontra-se a atravessar uma fase de grande dinamismo».
- 5.14.** O artigo é composto por onze parágrafos onde são apresentadas as valências do centro comercial “Dolce Vita Ovar”.
- 5.15.** O texto, em síntese, procede à descrição de um pavilhão multiusos preparado para a prática de desportos *indoor* e outras atividades de índole cultural ou outra natureza.
- 5.16.** A peça faz referência às marcas de lojas e serviços existentes no espaço do centro comercial “Dolce Vita Ovar”.
- 5.17.** O artigo faz referência às marcas de lojas que serão inauguradas no período de comemoração do aniversário do centro comercial “Dolce Vita Ovar”, designadamente “Dolce Vita Ovar”,

hipermercado “Continente”, loja de roupa masculina “Giovanni Galli”, loja de produtos para animais “Pet Outlet”, o ginásio “Ovar Health Club” e a loja de vestuário infantil “Ativo Kids”.

- 5.18.** O texto faz referência à empresa “PRAGMA Management” enquanto entidade responsável pela gestão do centro comercial “Dolce Vita Ovar”.
- 5.19.** No artigo é citada a Diretora do “Dolce Vita Ovar”, Joana Rodrigues, sendo esta a única fonte de informação explícita, da seguinte forma: «O nosso centro comercial vive um forte dinamismo, em parte devido à chegada de novos Operadores e de um reforço da oferta comercial, mas também graças à crescente interatividade com os nossos Convidados, através de inúmeras atividades que temos vindo a desenvolver e que têm merecido um excelente acolhimento por parte de todas as famílias que nos visitam» e «A arte de bem receber é apanágio do **Dolce Vita Ovar**, pelo que a chegada destes novos espaços, e outros que lhe seguirão, confirmam o nosso compromisso para com os nossos Convidados, bem como a confiança dos Operadores na gestão da PRAGMA Management. No **Dolce Vita Ovar** os nossos Visitantes são nossos Convidados. Por isso, concentramo-nos em todos os detalhes para que possam ter uma boa experiência. Queremos que se sinta em casa.»
- 5.20.** O artigo termina a realçar o “Dolce Vita Ovar” como um destino de compras e lazer para toda a família, bem como uma referência para a região onde se insere.
- 5.21.** O artigo divulgado pela publicação “Diário de Aveiro” no dia 21 de abril de 2016 corresponde, na íntegra, ao comunicado de imprensa efetuado pela empresa CIDOT – Estúdios de Comunicação intitulado «Dolce Vita Ovar celebra 9 anos de sucesso», **de fls. 19 a fls. 20** dos autos.
- 5.22.** A Arguida tinha plena consciência da natureza publicitária do artigo em causa nos autos mas, ainda assim, quis publicar e publicou o artigo exatamente nos termos em que o fez.
- 5.23.** A conduta da Arguida foi consciente, livre e deliberada, tendo esta representado os deveres que sobre si impendem e as suas consequências, conformando-se, contudo, com o resultado.
- 5.24.** Não ficou provado qualquer outro facto, para além dos factos considerados provados e/ou que com aqueles se mostre incompatível.

## **6. Factos não provados**

- 6.1.** Não resultou provado nem não provado qualquer outro facto com relevo para a decisão da causa, designadamente:
- 6.2.** Que a Arguida tenha obtido benefício económico pela publicação do artigo em causa.
- 6.3.** Nada ficou provado quanto à situação económica da Arguida, uma vez que esta, contrariando o que havia sido solicitado, não enviou documentos de prestação de contas ou quaisquer outros elementos idóneos que evidenciem a situação económica da empresa.
- 6.4.** No que concerne aos factos considerados não provados, tal ficou a dever-se à circunstância de, quanto a eles, não ter sido produzida qualquer prova suficientemente consistente.

## **B) Da Prova**

- 7.** A autoridade administrativa formou a sua convicção sobre os factos imputados à Arguida com base no conjunto da prova produzida nos presentes autos, nomeadamente a carreada no processo administrativo com a referência 500.10.01/2016/96, no âmbito do qual foi adotada a Deliberação ERC/2017/164 (CONTJOR-I), de 19 de julho de 2017 que determinou a abertura do presente processo contraordenacional, **de fls. 1 a fls. 10** dos autos.
- 8.** A prova produzida foi apreciada segundo as regras da experiência e a livre convicção da Entidade competente, em conformidade com o disposto no artigo 127.º do Código de Processo Penal (doravante, CPP).
- 9.** Além dos elementos de prova documentais carreados do citado processo administrativo, a Arguida indicou como prova documental todos os documentos que juntou no âmbito do procedimento administrativo.

10. Por sua vez, em sede de defesa, a Arguida requereu produção de prova testemunhal cujo depoimento foi prestado na Esquadra de Investigação Criminal da Polícia de Segurança Pública de Aveiro, com data de 24 de julho de 2019.
11. A prova testemunhal produzida através de Auto de Declarações encontra-se reunida **de fls. 94 a fls. 102** dos presentes autos.
12. Da prova testemunhal produzida resulta que:
  - 12.1. A testemunha Carla Raquel Martins Real, jornalista no jornal “Diário de Aveiro” há cerca de treze anos, começou por referir que o jornal “Diário de Aveiro” teve acesso ao comunicado de imprensa que deu origem ao artigo em causa nos autos através do endereço de correio eletrónico geral do citado jornal, designadamente [diarioaveiro@diarioaveiro.pt](mailto:diarioaveiro@diarioaveiro.pt).
  - 12.2. Esclareceu que não é prática habitual do jornal “Diário de Aveiro” proceder à publicação literal de comunicados de imprensa recebidos na redação.
  - 12.3. Declarou não conhecer em concreto o comunicado de imprensa objeto do presente processo, conhecendo apenas a notícia a que o mesmo deu origem.
  - 12.4. Defendeu a existência de interesse para o público-leitor na publicação da notícia sobre o aniversário do “Dolce Vita Ovar” devido à divulgação de iniciativas abertas à população.
  - 12.5. Considerou que a publicação do artigo encontrava-se justificada dado estar em causa uma empresa da região.
  - 12.6. Mais disse não existir qualquer relação direta ou indireta de interesse profissional entre a Arguida e o centro comercial “Dolce Vita Ovar”.
  - 12.7. Afirmou que toda a publicidade publicada no jornal “Diário de Aveiro” é, sem exceção, identificada enquanto tal e é paga.



- 12.8.** Por sua vez, a testemunha Cristina Maria Paredes Gomes, jornalista no jornal “Diário de Aveiro” há cerca de vinte anos, declarou exercer atualmente a função de Chefe de Redação.
- 12.9.** Confirmou que o jornal “Diário de Aveiro” teve acesso ao comunicado de imprensa que deu origem ao artigo em causa nos autos através do endereço de correio eletrónico geral do citado jornal.
- 12.10.** Esclareceu que não é prática habitual do jornal “Diário de Aveiro” não conferir tratamento jornalístico aos comunicados de imprensa recebidos na redação.
- 12.11.** Mais disse desconhecer em concreto o comunicado de imprensa que originou o artigo em causa nos autos porque não foi por si recebido.
- 12.12.** Afirmou que o periódico “Diário de Aveiro” não tem qualquer relação direta ou indireta de interesse profissional com o centro comercial “Dolce Vita Ovar”.
- 12.13.** Realçou que toda a publicidade publicada no jornal “Diário de Aveiro” é, sem exceção, identificada enquanto tal e é paga.
- 12.14.** Por sua vez, a testemunha Ivan José de Almeida Ribeiro da Silva, Diretor Adjunto Executivo responsável pela edição do jornal “Diário de Aveiro”, confirmou, à semelhança das restantes testemunhas, o acesso ao comunicado de imprensa através do endereço de correio eletrónico geral, a receção de publicidade através de endereço eletrónico específico, a inexistência de relação direta ou indireta de interesse profissional entre a Arguida e o centro comercial “Dolce Vita Ovar” e a devida identificação e pagamento da publicidade divulgada no “Diário de Aveiro”.
- 12.15.** Mais disse que, por norma, o “Diário de Aveiro” não procede à transcrição literal de comunicados de imprensa sem tratamento jornalístico como é o caso dos autos, embora reconheça que tal possa acontecer pontualmente.
- 12.16.** Alega que o conteúdo do comunicado de imprensa não suscitou dúvidas por estar em causa uma estrutura que levou à criação de muitos postos de trabalho em Ovar e um pavilhão onde

joga a equipa de *basketball* da Ovarense, pelo que o artigo publicado sobre o aniversário do “Dolce Vita Ovar” possui indiscutível interesse regional e relevância noticiosa.

13. A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante, ERC) formou a sua convicção sobre os factos imputados à Arguida, com base no conjunto da prova produzida, tendo sempre em atenção de que a prova é apreciada segundo as regras da experiência comum e a livre convicção (artigo 127.º do CPP), designadamente na análise conjugada dos depoimentos das testemunhas indicadas pela defesa e da documentação juntada aos autos.
14. A produção da prova testemunhal, em conjugação com os restantes elementos probatórios dos autos, conflui, sem apelo de dúvida razoável, para a convicção probanda acima consignada **do ponto 5.2. ao ponto 5.22.**
15. Os documentos constantes dos autos, por não conterem quaisquer elementos suscetíveis de indiciarem a sua falsidade, nem conterem informações inverosímeis e/ou contraditórias, lograram criar na autoridade administrativa a convicção de veracidade do teor dos documentos e factos aí vertidos.
16. Reportando-nos à instrução documental do processo, e de capital importância para o apuramento dos factos, contribuíram para formar a convicção desta Entidade os seguintes meios de prova livremente apreciados (artigo 127.º do CPP):
  - 16.1. Processo administrativo com a referência 500.10.01/2016/96.
  - 16.2. O artigo publicado pelo jornal “Diário de Aveiro” em 21 de abril de 2016, **a fls. 12** dos autos.
  - 16.3. A Deliberação ERC/2017/164 (CONTJOR-I), de 19 de julho de 2016, **de fls.1 a fls. 10** dos autos.
  - 16.4. Ficha de registo de publicação periódica “Diário de Aveiro”, constante da Base de Dados da Unidade de Registos desta Entidade, **a fls. 21** dos autos.

- 16.5.** Ficha de registo de empresa jornalística Adriano Lucas, Lda., constante da Base de Dados da Unidade de Registos desta Entidade, **a fls. 22** dos autos.
- 17.** Dos referidos elementos de prova resulta com clara e inequívoca certeza: (i) o jornal “Diário de Aveiro”, propriedade da Arguida, publicou no dia 21 de abril de 2016, um artigo sob o título «Dolce Vita Ovar celebra 9 anos de sucesso»; (ii) o artigo foi publicado na secção do periódico designada por “Economia/Empresas & Negócios”; (iii) O artigo é composto por elementos de natureza publicitária, encerrando referências promocionais aos serviços e marcas das lojas existentes no centro comercial “Dolce Vita Ovar”; (iv) o artigo publicado pelo jornal “Diário de Aveiro” no dia 21 de abril de 2016 foi literalmente transcrito do comunicado de imprensa realizado por CIDOT – Estúdio de Comunicação.
- 18.** Bastaria a análise dos referidos documentos para formar convicção, contudo acresce evidenciar que os referidos fatos resultam confessados na defesa escrita apresentada pela Arguida.
- 19.** Com efeito, foi de especial relevância para formar a convicção desta Entidade Reguladora, o teor das declarações produzidas pela Arguida em sede de defesa escrita, **de fls. 35 a fls. 36** dos presentes autos, em especial, nos artigos 6.º, 7.º e 8.º dos quais resulta expressa assunção dos fatos que lhe são imputados nos presentes autos de contraordenação.
- 20.** De igual modo, assumiram relevância para a convicção desta Entidade, os depoimentos prestados pelas testemunhas arroladas pela Arguida, **de fls. 94 a fls. 102** dos presentes autos, as quais, pelas funções desempenhadas no jornal, tiveram participação direta nos factos, merecendo a credibilidade do Regulador.
- 21.** Os depoimentos prestados pelas três testemunhas indicadas pela Arguida vieram corroborar e enquadrar o acervo documental, atestando de forma assertiva a receção do comunicado de imprensa pelo jornal “Diário de Aveiro” e posterior divulgação do artigo com conteúdo publicitário integralmente transcrito do citado comunicado.

22. De destacar o depoimento do Diretor Adjunto Executivo – o qual se revelou consistente e credível – que expressamente admitiu a possibilidade de publicação pontual ou ocasional de artigos que correspondem à transcrição literal de comunicados de imprensa por parte do jornal “Diário de Aveiro” (Cf. **ponto 12.15** da Prova).
23. Resulta ainda do depoimento desta testemunha – coincidente com as palavras das restantes testemunhas – a existência de interesse informativo na divulgação do artigo dos autos pelo “Diário de Aveiro” dado o centro comercial “Dolce Vita Ovar” ser uma empresa da região (Cf. **ponto 12.16** da Prova).
24. Por outro lado, a prova testemunhal produzida nos autos é consonante em reconhecer a ausência de tratamento jornalístico ao artigo intitulado «Dolce Vita Ovar celebra 9 anos de sucesso», publicado na edição de 21 de abril de 2016 da publicação periódica “Diário de Aveiro”.
25. Daí que não se pode, por isso, deixar de se concluir pela articulação ou concatenação de toda a prova documental indicada na Acusação com as testemunhas inquiridas nos presentes autos.
26. Da análise da prova constante dos autos, resulta inequivocamente que a Arguida não se absteve de publicar o artigo com conteúdos publicitários nos termos em que o fez, concretamente na secção designada por “Economia/Empresas & Negócios” sem distinção quanto às restantes peças noticiosas, sendo certo que a Arguida sabia e era capaz de proceder à sua adequada identificação e separação procedendo à sua publicação em espaço destinado para esse efeito.
27. Embora admitindo expressamente os fatos estruturantes da Acusação, mormente quanto à publicação de artigo com conteúdo publicitário sem proceder à respetiva identificação através da palavra “Publicidade” ou “PUB”, a Arguida pugna pela legalidade da sua conduta, considerando que a publicação em causa não é merecedora de qualquer reparo ou censura.

- 28.** Não logrou, contudo, demonstrar a Arguida os factos nos quais se alicerça a alegada retidão da sua conduta nem tão-pouco afastar a convicção da entidade administrativa fortemente indiciada pela Acusação e já demonstrada e valorada nos presentes autos.
- 29.** Ao invés, a prova testemunhal indicada pela defesa veio adicionar valor confirmativo à prova indiciária documental, implicando que se consigne juízo probatório positivo quanto ao conhecimento e vontade da Arguida na prática da infração dos autos.
- 30.** A Arguida recebeu e sabia que estava perante um comunicado de imprensa cuja natureza publicitária não lhe suscitou quaisquer dúvidas [Cf. **pontos 12.5 e 12.16** da Prova].
- 31.** A Arguida publicou e quis publicar um artigo fielmente transcrito do citado comunicado e proceder à sua publicação na secção “Economia/Empresas & Negócios”, da edição de 21 de abril de 2016, no jornal “Diário de Aveiro”, como se de um texto noticioso se tratasse quando, na verdade, se traduzia numa mensagem publicitária.
- 32.** O facto de conhecer a distinção entre conteúdos publicitários e conteúdos informativos, constando aliás tal reconhecimento nos autos e, ainda assim, ter optado por publicar o citado artigo junto a peças noticiosas, motivada por considerações pessoais, configura manifesta demonstração da determinação e vontade da Arguida em praticar a conduta ilícita em causa nos autos.
- 33.** Com efeito, sabendo tratar-se de conteúdo publicitário, sempre poderia a Arguida ter procedido à respetiva publicação em espaço do periódico específico para esse efeito e ter providenciado a devida identificação através da expressão “Publicidade” ou as letras “PUB”, assegurando deste modo o interesse e objetivos da mensagem para a região que tanto a Arguida parece defender.
- 34.** Optou a Arguida, todavia, por publicar o citado artigo nos termos em que o fez, designadamente atribuindo-lhe a visibilidade e relevância próprias dos textos noticiosos, procedendo à sua camuflagem através da inserção em espaço jornalístico informativo, o que obsta à sua correta identificação, criando ambiguidade no público-leitor.

35. Em linha com os factos já expostos, o exercício da defesa da Arguida é uma evidência de que a mesma publicou o artigo com natureza publicitária em causa por ser essa a sua vontade.
36. Por tudo o acabado de explanar, a conclusão probatória é a de que a Arguida representou o resultado da sua conduta e conformou-se com o mesmo.
37. A Arguida agiu livre, deliberada e conscientemente, bem sabendo que a sua conduta era punida por lei.
38. Determinada a matéria de facto considerada provada e valorada a prova produzida, passemos ao enquadramento jurídico.

### **C) Do Direito**

39. Importa proceder à qualificação da factualidade que foi considerada provada, por forma a decidir se ela pode subsumir-se no tipo legal de ilícito contraordenacional que é imputado à Arguida.
40. Nos presentes autos foi imputada à Arguida a prática de infração contraordenacional pela violação do disposto no n.º 2 do artigo 28.º da LI, infração prevista e punida pelo artigo 35.º, n.º 1, alínea b) da LI, **com coima de montante mínimo de €997,60 (novecentos e noventa e sete euros e sessenta cêntimos) e máximo de €4.987,98 (quatro mil novecentos e oitenta e sete euros e noventa e oito cêntimos)**, na medida em que publicou um artigo com conteúdo publicitário ou promocional em violação dos princípios da identificabilidade e da separação.
41. Já aqui se esclareceu, da prova produzida e já devidamente valorada, resultar demonstrada a prática pela publicação periódica “Diário de Aveiro”, propriedade da Arguida, dos factos que lhe foram imputados nos presentes autos.
42. Conforme já se referiu em sede própria, quanto à valoração da prova, a própria Arguida assume expressamente ter praticado os factos que lhe foram imputados nos presentes autos e pelos quais foi neles acusada, contudo e apesar de os assumir, oferece defesa na qual apresenta a sua interpretação da lei aplicável, segundo a qual agiu dentro dos limites e em estrito

cumprimento da lei, pelo que se impõe a análise dos argumentos que apresenta e a sua valoração.

- 43.** A Arguida argumentou, por um lado, que não praticou ilícito contraordenacional, uma vez que se limitou a publicar um comunicado de imprensa após o tratamento jornalístico que a redação considerou por necessário e, por outro lado, afirma a Arguida que a publicação em causa não determina o incumprimento dos deveres e obrigações do jornal “Diário de Aveiro”.
- 44.** Concluindo a Arguida pela inexistência de qualquer violação ao disposto no n.º 2 do artigo 28.º da LI.
- 45.** Ora, vejamos se lhe assiste razão.
- 46.** Tendo presente a factualidade que resulta provada nos presentes autos, importa aferir no essencial se o artigo divulgado pela publicação periódica “Diário de Aveiro”, na edição de 21 de abril de 2016, cumpre as condições legais impostas para a sua publicação, identificadas no artigo 28.º, n.º 2, da LI.
- 47.** Determina o n.º 2 do artigo 28.º da LI que *«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».*
- 48.** Por sua vez, o conceito de publicidade decorre do artigo 3.º do Código da Publicidade<sup>1</sup>, aplicável por força do disposto no n.º 1 do artigo 28.º da LI, como *«qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma atividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objetivo direto ou indireto de: a) promover, com vista à sua comercialização ou alienação quaisquer bens ou serviços; b) promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições.»*

---

<sup>1</sup> Aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro

- 49.** Sobre esta matéria, esclarece o Ponto D da Diretiva 1/2009<sup>2</sup> da ERC que «*[c]onsidera-se publicidade redigida toda a publicidade que revista a forma de um ou mais textos que, pela sua forma, apresentação, estilo de mensagem, organização e tratamento gráfico possam ser confundidos com textos jornalísticos*».
- 50.** Acrescenta o citado Ponto D que «*[a] publicidade redigida [promovida por entidades públicas ou privadas] deve identificar explicitamente o nome da entidade interessada ou do bem ou serviço promovidos, em moldes distintos do texto propriamente dito.*»
- 51.** Neste sentido, a obrigatoriedade legal de inserção da palavra “Publicidade” em toda a publicidade não imediatamente identificável como tal, pretende reprimir práticas de publicidade subliminar ou publicidade oculta e assegurar que o leitor distinga de forma clara e imediata os conteúdos publicitários dos conteúdos informativos. Prescreve, aliás, o artigo 8.º, n.º1 do Código da Publicidade que «*[a] publicidade tem de ser inequivocamente identificada como tal, qualquer que seja o meio de difusão utilizado.*»
- 52.** Assim, é fundamental que o leitor saiba identificar que o texto ou imagem que lhe é apresentado tem um intuito meramente comercial, não esperando assim a isenção, o rigor e tratamento editorial característicos do texto noticioso.
- 53.** No caso em apreço nos presentes autos, basta uma breve leitura do teor da peça para logo ressaltar à evidência que o seu conteúdo é inequivocamente promocional e que o mesmo não cumpre os princípios básicos já explanados subjacentes a esta matéria, designadamente os princípios da identificabilidade, não confundibilidade e respeito pelos direitos dos consumidores.
- 54.** Com efeito, nos moldes em que foi publicado o artigo na edição impressa de 21 de abril de 2016 da publicação periódica “Diário de Aveiro”, resulta da peça uma notória promoção ao centro comercial “Dolce Vita Ovar”, em concreto às marcas de lojas e serviços, aos eventos organizados pelo proprietário e gestor do espaço, a PRAGMA Management.

---

<sup>2</sup> Sobre Publicidade em Publicações Periódicas, aprovada em 1 de julho de 2009



55. Constata-se que o “Dolce Vita Ovar” e a oferta das respetivas marcas e serviços prestados assumem um papel central onde é feito o seu enaltecimento através da referência explícita às suas vantagens e mérito conquistado ao longo dos anos [Cf. **Ponto 5.11 a ponto 5.17** dos factos provados].
56. Note-se que o cerne da mensagem do artigo é um centro comercial, as suas lojas e serviços, com destaque para o seu potencial, sem a apresentação de quaisquer aspetos negativos ou eventuais impactos na concorrência ou a citação de outras empresas com iniciativas idênticas existentes em Ovar. Aliás, o “Dolce Vita Ovar” surge exaltado como a referência máxima para a região [Cf. **Ponto 5.20** dos factos provados].
57. Para além de configurarem a única fonte de informação, também as declarações proferidas pela diretora do centro comercial visam enaltecer a marca e produtos associados através da utilização de frases completas sem intermediação do órgão de comunicação social e pela ausência de recolha de opiniões diversas sobre os aspetos afirmados como vantagens [Cf. **Ponto 5.19** dos factos provados].
58. A própria linguagem utilizada no artigo do jornal “Diário de Aveiro”, **a fls. 12** dos autos, mistura as retóricas publicitária e empresarial, com o intuito de promoção do centro comercial e persuasão dos leitores na utilização dos seus equipamentos e aquisição de bens e serviços.
59. A título exemplificativo, veja-se a utilização do jargão publicitário «*o Dolce Vita Ovar tem sabido evoluir e adaptar-se às diferentes necessidades dos seus Convidados*» (Cf. **quarto parágrafo do artigo**); «*em época de aniversário, mais novidades surgirão [...], o maior ginásio da região [...]; com soluções adequadas para toda a família [...] disponibiliza moda em tamanhos desde o 38 até ao 54 [...]*» (Cf. **quinto parágrafo do artigo**); «*os mais pequenos não foram esquecidos, [...]*» (Cf. **sexto parágrafo do artigo**); «*outra das novidades [...] uma vasta oferta de acessórios elegantes, funcionais e divertidos*» (Cf. **sétimo parágrafo do artigo**); «*mensalmente o Dolce Vita Ovar prima por iniciativas [...] levando a conhecer o que melhor se faz na cidade e na região. Tem sido muitas as atividades desenvolvidas a pensar na família [...] proporcionando uma experiência única aos seus Convidados*» (Cf. **oitavo parágrafo do artigo**); «*Queremos que se sinta em casa*» (Cf. **décimo parágrafo do artigo**) e «*o Dolce Vita Ovar*

*afirma-se cada vez mais como um destino de compras e lazer de toda a família bem como uma referência na região em que se insere» (Cf. último parágrafo do artigo).*

- 60.** Também esta última frase do artigo se identifica com a gíria empresarial, assim como ainda as seguintes: «*sob a gestão da PRAGMA Management, empresa portuguesa especializada na prestação de serviços de asset e property management para ativos imobiliários [...]»*, «*reflexo dessa constante inovação e do trabalho experiente das equipas da PRAGMA Management na comercialização dos seus ativos [...]»* (Cf. quarto parágrafo do artigo) e «*o Dolce Vita Ovar recebeu já mais de 25 milhões de visitantes, prossequindo a sua missão não só de reforçar o seu mix comercial, como de melhorar continuamente a qualidade dos seus serviços e espaços em prol dos seus Convidados»* (Cf. último parágrafo do artigo).
- 61.** Urge assim concluir pela existência de uma mensagem substancialmente publicitária, com notória promoção às marcas, serviços e ao aniversário do centro comercial “Dolce Vita Ovar” onde é feito o apelo aos clientes designados por «Convidados», em maiúsculas, a quem lhes é atribuída a gratificação com os serviços oferecidos, sem vozes representantes desses clientes ou utilizadores do referido espaço e serviços.
- 62.** Não existem posições contrárias à mensagem do proprietário, sendo que o artigo publicado no jornal “Diário de Aveiro” foi integralmente transcrito do comunicado à imprensa efetuado pela entidade CIDOT – Estúdio de Comunicação e também divulgado no sítio eletrónico do próprio centro comercial “Dolce Vita Ovar”<sup>3</sup>.
- 63.** Tratando-se de publicidade, deveria a Arguida ter observado os dispositivos legais aplicáveis, em particular o disposto no n.º 2 do artigo 28.º da LI, segundo o qual «*[t]oda 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.»*
- 64.** Da análise precedente conclui-se, portanto, que a Arguida não cumpriu a determinação legal aplicável, na medida em que publicou uma mensagem com conteúdos promocionais como se

<sup>3</sup> Disponível em <http://dolcevitaovar.pt/pt/ovar/agenda/eventos/dolce-vita-ovar-celebra-9-anos-de-sucesso-e-envolvimento-com-a-comunidade/>

de uma peça informativa se tratasse na secção designada por “Economia/Empresas & Negócios”, sem proceder à sua identificação, desvirtuando assim os fins subjacentes ao preceito legal que consistem precisamente na tutela dos consumidores/leitores, impedindo a prática de publicidade subliminar ou publicidade oculta.

- 65.** Justamente ignorou a Arguida a importância dos princípios da identificabilidade e da separabilidade entre conteúdos jornalísticos e conteúdos publicitários.
- 66.** Na medida em que não poderia publicar o artigo nos termos em que o fez, concretamente procedendo à sua publicação sem a respetiva identificação quanto à natureza do seu conteúdo e sem o nome do anunciante, em violação do n.º 2 do artigo 28.º da LI.
- 67.** Tão-pouco reconheceu a Arguida a incompatibilidade do exercício da atividade jornalística com a atividade publicitária presente no Estatuto do Jornalista.
- 68.** Termos em que im procedem em toda a linha os argumentos aduzidos pela Arguida.
- 69.** Assim, ao proceder da forma supra descrita, a publicação periódica “Diário de Aveiro”, propriedade da Arguida, agiu de forma livre, deliberada e consciente, bem sabendo que a publicação do artigo em incumprimento dos requisitos admitidos pelo artigo 28.º da LI não lhe era permitida e que a interposição dessa mensagem publicitária, acarretaria a cisão e a descontinuidade dos textos noticiosos aí publicados, criando a dúvida do leitor quanto à sua efetiva natureza.
- 70.** Como supra se evidenciou e fundamentou, da prova produzida nos autos resulta demonstrado que a conduta da Arguida não foi lícita, sendo que lhe incumbe, pois, ser diligente na apreciação da conformidade dos conteúdos que publica com as normas aplicáveis ao exercício da sua atividade.
- 71.** Consequentemente, a conduta em apreço é idónea a preencher os elementos do tipo do ilícito imputado à Arguida.

**D) Da determinação da medida da coima**

72. Feito pela forma descrita o enquadramento jurídico da conduta da Arguida, importa agora determinar a medida da sanção a aplicar.
73. Determina o artigo 1.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro (doravante RGCO), que constitui contraordenação todo o facto ilícito e censurável que preencha um tipo legal no qual se comine uma coima.
74. Nos presentes autos, ao publicar o artigo em inobservância dos limites admitidos pelo artigo 28.º, n.º 2, da LI, a Arguida praticou, a título doloso, uma contraordenação, **prevista e punida pelo artigo 35.º, n.º 1, alínea b), da LI, com coima de montante mínimo de €997,60** (novecentos e noventa e sete euros e sessenta cêntimos) **e máximo de €4.987,98** (quatro mil novecentos e oitenta e sete euros e noventa e oito cêntimos).
75. À operação de determinação da medida da coima preside o artigo 18.º do RGCO que estipula que *«a determinação da medida da coima faz-se em função da gravidade da contra-ordenação, da culpa, da situação económica do agente e do benefício económico que este retirou da prática da contra-ordenação.»*
76. Passemos, então, à ponderação dos fatores relevantes para a determinação da medida da coima à luz do referido artigo do RGCO.
77. Assim, importa considerar, em sede da gravidade da contraordenação, os fins subjacentes às normas violadas.
78. É inequívoco que estão subjacentes à norma violada preocupações de tutela dos direitos dos consumidores e obstar à prática de publicidade subliminar ou publicidade oculta.
79. Com efeito, a norma pretende assegurar que o leitor não confunda um conteúdo comercial com uma peça de cariz informativo, não esperando assim a isenção e o tratamento editorial que estão presentes num texto noticioso.

- 80.** Em acréscimo, sempre se dirá que cabe ao leitor a escolha das suas próprias leituras, exigindo-se que lhe seja concedida a possibilidade de optar ou não por artigos de cariz publicitário, ao invés da sua imposição não identificada junto a conteúdos informativos.
- 81.** Por tudo quanto foi acima exposto, não podemos deixar de concluir que a contraordenação cuja prática é imputada à Arguida assume gravidade.
- 82.** Atentemos à culpa da Arguida com a sua conduta.
- 83.** Refere o artigo 8.º do RGCO, no seu n.º 1, só ser punível o facto praticado com dolo ou, nos casos especialmente previstos na lei, com negligência, sendo o grau de valoração da culpa fator decisivo para a determinação da coima e seu limite inultrapassável nos termos do disposto nos artigos 71.º e 72.º do Código Penal (doravante CP), aplicáveis por força do disposto no artigo 32.º do RGCO, impondo-se na aferição da definição de dolo e negligência o recurso ao CP, dada a omissão da LI e do RGCO.
- 84.** Assim e de acordo com o artigo 14.º do CP, age com dolo quem, representando um facto que preenche um tipo de crime, atuar com a intenção de o realizar. O mesmo artigo, nos seus números 2 e 3, esclarece que é dolosa a conduta quando alguém represente o facto como consequência necessária ou como consequência possível e se conforme com tal consequência.
- 85.** Por sua vez, age com negligência (artigo 15.º do CP) quem, por não proceder com o cuidado a que, segundo as circunstâncias, está obrigado e de que é capaz, representar como possível a realização de um facto que preenche um tipo de crime mas atuar sem se conformar com essa realização, ou, não chegar sequer a representar a possibilidade de realização do facto.
- 86.** No entanto, o preenchimento do dolo, que exprime a representação e a vontade de o agente realizar os pertinentes elementos objetivos do tipo legal, exige que o mesmo preveja o resultado e a relação causal e tenha vontade de concretizar essa ação, bastando-se, no que respeita ao dolo eventual, com a representação pelo agente da possibilidade da realização do

tipo legal e da sua conformação com ela. Veja-se, neste sentido, o Acórdão do Tribunal da Relação de Guimarães, de 08 de maio de 2017.

- 87.** Já aqui se referiu que não tem o Regulador qualquer dúvida de que a Arguida representou o desvalor da sua conduta, conformando-se com o resultado.
- 88.** É inquestionável que a Arguida conhecia e quis publicar o artigo na edição do jornal “Diário de Aveiro” de 21 de abril de 2016 nos exatos termos em que este foi divulgado, porquanto se trata de factos próprios.
- 89.** A Arguida conhecia a verdadeira natureza do comunicado de imprensa em causa e, por isso, sabia que o mesmo necessitava de tratamento jornalístico antes de ser divulgado sob a forma de conteúdo jornalístico. Ainda assim, a Arguida quis: (i) aprovar naqueles termos, enquanto conteúdo jornalístico, a divulgação do comunicado de imprensa recebido na redação do periódico, (ii) não formular ou suscitar reparos relativamente ao citado documento, visando o seu tratamento jornalístico, (iii) preconizar a divulgação do artigo naqueles termos por considerar que a anunciante contribuiu para o desenvolvimento da região, (iv) publicar naqueles termos o artigo na edição do periódico “Diário de Aveiro”; tendo todo este conteúdo sido divulgado nos exatos termos em que foi aprovado ou aceite pela Arguida.
- 90.** O conhecimento, pela Arguida, da verdadeira índole promocional do artigo em causa nos autos advém do exercício da sua atividade no âmbito da comunicação social enquanto empresa jornalística há cerca de vinte anos.
- 91.** Em acréscimo, a Arguida sabe que tem à sua disposição a Diretiva 1/2008 sobre Publicidade em Publicações Periódicas, cujo objetivo consistiu em dotar os agentes que atuam na imprensa com um instrumento referencial quanto às práticas que a ERC entende serem adequadas, na estrita perspetiva das normas legais que enquadram a atividade de publicidade na imprensa.
- 92.** Perante os meios e conhecimentos ao seu dispor, a Arguida poderia facilmente ter efetuado as diligências necessárias, evitando a ocorrência da situação ilícita em causa nos presentes autos.

93. Deste modo, ao agir da forma supra descrita e conforme resulta provado nos autos, embora tivesse pleno conhecimento que estava a adotar uma conduta ilícita, a Arguida publicou e quis publicar o artigo em causa, pelo que agiu de forma livre, deliberada e consciente, bem sabendo que não poderia publicar o artigo nos termos em que o fez, concretamente ao publicar o artigo com conteúdos promocionais junto a conteúdos jornalísticos, com o objetivo de confundir o leitor quanto à sua natureza, pelo que a atuação da Arguida é suscetível de juízo de imputação subjetiva a título de dolo, além de ser claramente culposa.
94. Na determinação da coima é também necessária a ponderação da situação económica do agente e do benefício económico que este retirou da prática da contraordenação.
95. Quanto à situação económica do agente, e apesar de instada para tal **de fls. 23 a 31** dos presentes autos, a Arguida não procedeu à junção de exemplar dos documentos de prestação de contas ou quaisquer outros elementos idóneos que evidenciem a sua situação económica para efeitos da determinação da medida da coima, pelo que inexistem nestes autos qualquer elemento que permita averiguar daquela.
96. No que toca ao benefício económico retirado pela Arguida com a prática da contraordenação, o apuramento deste benefício deverá ser feito tendo em consideração a natureza da infração cometida e o apuramento das circunstâncias que rodearam a sua prática, entendendo-se por benefício económico todo o proveito económico que não ocorreria no património do agente se este tivesse adotado a conduta que o ordenamento lhe impunha e não tivesse contrariado a ação administrativa.
97. Como bem ensina Paulo Pinto de Albuquerque, «O **benefício económico** é uma noção mais ampla do que o lucro, pois inclui todas as vantagens económicas, permanentes, temporárias e ocasionais, repetitivas e isoladas, presentes e futuras, desde que previsíveis, sem dedução das despesas suportadas pelo agente para aquisição do dito benefício, uma vez que o agente só incorreu nestas despesas porque quis. Por exemplo, o benefício económico inclui o aumento de clientela (Cf. PAULO PINTO DE ALBUQUERQUE, “Comentário do Regime Geral das

Contraordenações e Coimas à luz da Constituição da República Portuguesa e da Convenção Europeia dos Direitos do Homem”, anotação ao artigo 18.º, p.p. 85].

- 98.** Com efeito, é facto público e notório que a venda de espaço para fins publicitários constitui a principal fonte de financiamento dos meios de comunicação, onde se inclui a imprensa.
- 99.** Basta atentar, por exemplo, no recente estudo elaborado pelo Observatório da Comunicação<sup>4</sup> (OberCom) para se constatar o montante investido pelos anunciantes publicitários no setor da imprensa.
- 100.** Ora, no caso concreto dos autos, resultando como provada a publicação de um artigo de natureza publicitária, considera-se que terá, de facto, existido algum benefício económico para a Arguida, consubstanciado na vantagem ou ganho de valor patrimonial obtido pela divulgação de publicidade na publicação periódica da qual é titular.
- 101.** Porém, quanto à situação económica e ao benefício económico retirado pela Arguida pela prática da infração, inexistem nos autos elementos suficientes que permitam deduzir a sua quantificação, termos em que tais fatores não podem, por esta via, ser ponderados para efeitos da graduação do montante da coima a aplicar.
- 102.** A Arguida não mostrou nos autos qualquer sentimento de arrependimento nem tão-pouco de consciência do desvalor da sua conduta, antes se defende invocando a legalidade da sua conduta.
- 103.** Ademais, consultada a base de dados desta Entidade, foi possível apurar que, embora em matéria distinta da constante dos autos, a Arguida já foi sujeita a anterior condenação, donde se conclui uma reiteração que radica na personalidade da Arguida, com tendência a praticar ilícitos no âmbito da sua atividade, não servindo anterior condenação de suficiente advertência contra a adoção de condutas antijurídicas.

---

<sup>4</sup> Disponível em [https://obercom.pt/wp-content/uploads/2019/05/Publicidade\\_2019\\_Final.pdf](https://obercom.pt/wp-content/uploads/2019/05/Publicidade_2019_Final.pdf)



- 104.** A Arguida praticou a infração que lhe é imputada, a sua conduta foi dolosa e ainda que não seja possível apurar a sua situação económica e benefício económico relativamente à violação do artigo 28.º, n.º 2 da LI, não pode ser-lhe aplicada coima pelo mínimo legal, sob pena de ser criado sentimento de impunidade e não ser interiorizado o desvalor e gravidade da conduta.
- 105.** Em suma, e considerando a matéria explanada, a Arguida, ao publicar o artigo com conteúdos de natureza publicitária nos termos em que o fez, praticou, a título doloso, a contraordenação prevista e punida pelo artigo 35.º, n.º 1, alínea b), da LI, com coima de montante mínimo de €997,60 (novecentos e noventa e sete euros e sessenta cêntimos) e máximo de €4.987,98 (quatro mil novecentos e oitenta e sete euros e noventa e oito cêntimos).
- 106.** Da conjugação do disposto no artigo 35.º, n.º 4, da LI, com o artigo 7.º, n.º 2, do RGCO, pela contraordenação ora imputada responde a entidade proprietária da publicação que deu causa à infração, a Arguida **Adriano Lucas – Gestão e Comunicação Social, Lda.**, proprietária da publicação periódica “Diário de Aveiro”.
- 107.** Assim, tendo em conta as razões de prevenção geral e especial, dado o desvalor da conduta e a sua gravidade, o facto de a Arguida não mostrar qualquer arrependimento ou compreensão do desvalor, e de modo a evitar uma ideia de impunidade relativamente à prática da infração e da culpa, ponderados e valorados os fatores que presidem à determinação da coima nos termos supra descritos, considera-se que a coima de € 1.000,00 (mil euros) é adequada e suficiente à presente infração.

### **III. Deliberação**

- 108.** Termos em que, e considerando o exposto, **por violação do disposto no artigo 28.º, n.º 2, da LI, vai a Arguida condenada no pagamento de uma coima de € 1.000,00 (mil euros), pela prática, a título doloso, da contraordenação prevista e punida pelo artigo 35.º, n.º 1, alínea b), do mesmo diploma legal.**
- 109.** Mais se adverte a Arguida, nos termos do artigo 58.º do RGCO, de que:

- i) A presente condenação torna-se definitiva e exequível se não for judicialmente impugnada nos termos do artigo 59.º do RGCO.
  - ii) Em caso de impugnação judicial, o tribunal pode decidir mediante audiência ou, caso a arguida e o Ministério Público não se oponham, através de simples despacho.
  - iii) A Arguida deverá proceder ao pagamento das coimas no prazo máximo de dez dias após o carácter definitivo ou trânsito em julgado da decisão.
  - iv) Em caso de impossibilidade de pagamento tempestivo, deverá comunicar o facto à Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- 110.** O pagamento deverá ser efetuado, preferencialmente, através de transferência bancária para o **IBAN PT50 0781 0112 01120012082 78** ou, em alternativa, através de cheque emitido à ordem da Agência de Gestão da Tesouraria e da Dívida Pública (IGCP, EPE). Em qualquer das formas de pagamento deverá ser identificado o n/ Proc. 500.30.01/2018/6 e enviado para a morada da ERC, por correio registado, o respetivo cheque/comprovativo de transferência, com indicação do número de contribuinte, após o que será emitida e remetida a respetiva guia de receita.

Notifique-se, nos termos dos artigos 46.º e 47.º do RGCO.

Lisboa, 11 de dezembro de 2019

O Conselho Regulador,

Sebastião Póvoas

Mário Mesquita

Francisco Azevedo e Silva

Fátima Resende

500.30.01/2018/6  
EDOC/2018/879



João Pedro Figueiredo