



ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

# Deliberação

**ERC/2024/468 (PUB-I-PC)**

Processo de Contraordenação n.º 500.30.01/2022/24 em que é  
Arguida Time Out Portugal, Unipessoal Lda., proprietária da  
publicação periódica Time Out Portugal

Lisboa  
25 de setembro de 2024

## Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

### Deliberação ERC/2024/468 (PUB-I-PC)

**Assunto:** Processo de Contraordenação n.º 500.30.01/2022/24 em que é Arguida Time Out Portugal, Unipessoal Lda., proprietária da publicação periódica Time Out Portugal

#### RELATÓRIO

1. Em processo de contraordenação instaurado por deliberação do Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social [Deliberação ERC/2022/220 (PUB-I)], adotada em 6 de julho de 2022, **de fls. 1 a fls. 13** dos autos, ao abrigo das competências cometidas à Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante, ERC), designadamente as previstas na alínea j) do artigo 8.º, nas alíneas c) e ac) do n.º 3 do artigo 24.º e artigo 67.º, n.º 1 dos Estatutos da ERC, adotados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, foi deduzida Acusação contra a Arguida Time Out Portugal, Unipessoal Lda., proprietária da publicação periódica *Time Out Portugal*, com sede na Avenida da Liberdade, n.º 10, 4.º, 1250-144 Lisboa, a qual, para os devidos e legais efeitos, se dá por reproduzida.
2. Nos presentes autos está em causa o incumprimento do disposto no n.º 2 do artigo 28.º 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 4 de março, alterada pela Lei n.º 18/2003, de 11 de junho, pela Lei n.º 19/2012, de 8 de maio e pela Lei n.º 78/2015 de 29 de julho].
3. A Arguida Time Out Portugal, Unipessoal Lda., foi notificada da Acusação em 22 de junho de 2023, **de fls. 224 a fls. 264** dos autos, pelo Ofício n.º SAI-ERC/2023/4162, dos autos relativamente à qual apresentou defesa escrita, em 07 de julho de 2023, **de fls. 265 a fls. 276** dos autos.

4. Em síntese, invoca a Arguida, em defesa escrita:
  - 4.1. Os conteúdos objeto desta acusação iniciam com o título «Time Out e MEO apresentam» ou contêm alusões à MEO nos textos ou ainda referências claras à marca “Moche” sendo todos escritos na mesma fonte de texto, com utilização das cores azul e branca, o que permite distinguir estes conteúdos publicitários dos conteúdos editoriais.
  - 4.2. A título de exemplo, a Arguida remete para os conteúdos editoriais constantes nas páginas 10 e 11, 14 e 15, 18, 38 e 39, 44 e 45, 48 e 49, 58 e 59, 64 e 65 da edição 92 da publicação periódica, onde há uma utilização de cores distintas.
  - 4.3. Os conteúdos objeto desta acusação, cumprem com o princípio da identificabilidade da publicidade, considerando estando cumpridos os requisitos da alínea a), b) e c) do ponto 4 da Diretiva 1/2009 da ERC, acrescentando que todos os conteúdos publicitários da publicação periódica, referentes à MEO, ocupam páginas completas, pelo que não é obrigatório proceder à distinção entre conteúdos e assinalar a publicidade através de um separador gráfico.
  - 4.4. Adicionalmente, os conteúdos em causa apresentam filetes de cor substancialmente diferente daqueles que são usados para separar os conteúdos editoriais, possuindo uma mancha de cor diferente da usada em conteúdos editoriais, exemplificando tal facto com a remissão para o grafismo e às cores das páginas 10 e 11, 18, 44 e 45 da edição 89, de 15 a 21 de dezembro.
  - 4.5. Conclui a Arguida que os conteúdos em causa são claramente publicidade redigida, estando preenchidos os requisitos do princípio da identificabilidade da publicidade, pelo que não era obrigatório colocar a palavra “Publicidade” ou as letras “PUB”.

- 4.6. Finaliza pugnando pela sua absolvição e requereu o arquivamento dos presentes autos.
- 4.7. Supletivamente, a ser punida, o que se concebe apenas por cautela de patrocínio, atendendo à ausência de atuação dolosa, deve a infração em causa ser considerada de diminuta gravidade e a sua punição consistir numa admoestação.
5. A Arguida não apresentou prova documental.
6. A Arguida requereu a produção de prova testemunhal e em data determinada para o efeito, foram inquiridas duas testemunhas, **de fls. 293 a fls. 295** dos autos.

## II. FUNDAMENTAÇÃO DA MATÉRIA DE FACTO

### a) Factos provados.

Da instrução e discussão da causa, com interesse para a decisão da mesma, resultaram provados os seguintes factos:

7. A Arguida Time Out Portugal, Unipessoal Lda. encontra-se inscrita no Livro de Registos das empresas jornalísticas da ERC sob o número 223950 desde 25 de julho de 2016, de **fls. 217 a fls.218** dos autos.
8. A Arguida exerce a atividade de produção, edição, comercialização e distribuição de publicações impressas e digitais, periódicas e não periódicas.
9. A Arguida é proprietária da publicação periódica *Time Out Portugal* que se encontra inscrita na Unidade de Registos da ERC com o número 127577 desde 7 de maio de 2021, a **fls. 219** dos autos.
10. A publicação periódica *Time Out Portugal* é uma publicação de âmbito nacional, de suporte *online*, disponível em <https://www.timeout.pt>, com uma periodicidade semanal, cujo conteúdo é classificado como conteúdos de informação especializada.
11. No dia 11 de março de 2022 deu entrada na Entidade Reguladora uma participação, remetida pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ),

contra 3 (três) edições da publicação periódica *Time Out Portugal*, designadamente a Edição 89 de 15 a 21 de dezembro de 2021, a Edição 92 de 5 a 11 de janeiro de 2022 e a Edição 101 de 9 a 15 de março de 2022, em anexo aos presentes autos, a **fls. 18**.

**12.** Da visualização e leitura de cada uma das edições em causa nos presentes autos, verifica-se o seguinte:

**12.1.** Na edição 89 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 15 a 21 de dezembro de 2021, **de fls. 19 a fls.60 e fls. 134**:

**12.1.1.** Quanto à página 8 da citada publicação, **a fls. 22 (verso)** dos autos:

- a) O topo da página inicia com o título «Time Out e MEO apresentam» O título está enquadrado num retângulo com fundo azul, escrito a letras de cor branca.
- b) Metade da página 8 é ocupada com um quadrado, também em fundo azul, com o subtítulo, em letras grandes e vistosas, a enunciar a frase «Uma viagem pelos sentidos», colocando em destaque, nesse subtítulo, a letra M (em “UMA”), a letra E (em “VIAGEM”) e a letra O (em “PELOS”), que no seu conjunto destacam e soletram a palavra MEO, como é visível **a fls. 22 (verso)** dos autos.
- c) O texto refere «Liga-te de novo. Liga-te à vida» é o desafio 5 sentidos do MEO e o mote para partir em busca do mundo.» É dado destaque, em sublinhado e a cor laranja, à frase «5 sentidos do MEO».
- d) O artigo da página 8 prossegue com a descrição de três restaurantes em Lisboa e das opções de pratos que podem ser neles consumidos, incluindo uma fotografia de um desses pratos.

**12.1.2.** Na página 9, **a fls. 23** dos autos, verifica-se que:

- a) Parte da página é ocupada com o destaque dado a um produto da MEO - Serviços e Multimédia S.A (doravante, MEO): MEO FRAGRANCE & HOME SPRAY. Visualiza-se uma foto do produto e uma pequena descrição do mesmo, em fundo azul e a letras brancas, bem como informação do preço do

mesmo. O preço inclui uma hiperligação para o *site* da MEO, onde o leitor poderá adquirir o produto:

([https://loja.meo.pt/Equipamentos/Acessorios/Outros/MEO-Fragance-Home-Spray?cor=Na&modo-compra=PromptPayment&search=MontraLoja&utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-5-sentidos&utm\\_campaign=meo-time-in](https://loja.meo.pt/Equipamentos/Acessorios/Outros/MEO-Fragance-Home-Spray?cor=Na&modo-compra=PromptPayment&search=MontraLoja&utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-5-sentidos&utm_campaign=meo-time-in)), como demonstra a impressão do ecrã junta a **fls. 171** dos autos.

- b) A outra parte da página 9 é ocupada com destaques a outros restaurantes e ainda com um destaque ao programa “Cozinha Prática”, no artigo intitulado “De avental ao peito”. O artigo inclui menção, com destaque a bold, do serviço de programas televisivo e da respetiva posição no serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO, no qual o leitor poderia visualizar o programa «Globo. Posição 10 do MEO, 20 Dez.». Esta informação inclui também uma hiperligação para *site* MEO (<https://www.meo.pt/tv/canais-programacao/guia-tv/canal?canal=GLOB>) onde o leitor poderia consultar o guia de programação do referido serviço de programa televisivo. À data de 30 de maio de 2023, a hiperligação relativa ao programa intitulado “Cozinha Prática” já não se encontra disponível, como demonstra a impressão do ecrã junta a **fls. 172**. Apenas é possível visualizar o guia de programação do serviço de programas televisivo Globo, na referida data.
- c) O artigo intitulado “De avental ao peito” é escrito a letra de cor azul que coincide com o azul que conta do destaque do produto da MEO: MEO FRAGRANCE & HOME SPRAY, descrito na alínea a) neste ponto 8.1.2.

**12.1.3.** Na página 14, a **fls. 25 (verso) dos autos**, verifica-se que:

- a) O topo da página enceta tal-qualmente as páginas anteriores, com o título «Time Out e MEO apresentam» destaque, enquadrado num retângulo com fundo azul escrito a letras de cor branca.

- b) De seguida, em subtítulo, em letras grandes e garridas anuncia, a bold amarelo, «Cabe tudo no MEO sapatinho».
- c) O texto contém uma introdução que surge em letras destacadas, de tamanho 48, de estilo imponente que refere: «Ainda não tratou dos presentes? Quer oferecer qualquer coisa útil e original, mas faltam-lhe ideias? O MEO está cá para si, com propostas para os momentos mais importantes da quadra».
- d) O texto procede no primeiro, segundo, quarto e quinto parágrafos da página 14 à enunciação de alguns produtos destacados pela MEO, incluindo informação acerca do seu preço e hiperligação para o site da loja MEO como é o caso de:
- (i) Powerbank ACME PB103 20000 mAh, disponível pelo preço de € 21,94. O preço inclui a hiperligação para o site da MEO, onde o leitor poderia adquirir o produto. Conforme impressão do ecrã junto a **fls. 173**, à data de 30 de maio de 2023, o produto pretendido já não se encontra disponível, mas a hiperligação mantém-se ativa para o site da loja MEO (<https://loja.meo.pt/Equipamentos/Acessorios?error=404>);
  - (ii) Tablet Samsung, cuja hiperligação disponível no artigo remete para loja MEO (em [https://loja.meo.pt/Equipamentos/Tablets/#!filter=marca\\_Samsung\\$modalidadecompra\\_Todos?utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-apps-tv&utm\\_campaign=meo-time](https://loja.meo.pt/Equipamentos/Tablets/#!filter=marca_Samsung$modalidadecompra_Todos?utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-apps-tv&utm_campaign=meo-time)), sendo possível a aquisição do mesmo pelo preço de €129,99 a € 799,99, conforme impressão do ecrã junta a **fls. 174** dos autos;
  - (iii) Smart TV Android Xiaomi 4K, disponível pelo preço de €6,99 por mês, durante 33 meses, com entrada inicial de €101,82, na adesão aos pacotes M. O parágrafo em causa encerra ainda uma hiperligação que informa que, à data de 30 de maio de 2023, o produto pretendido já não se encontra disponível, mas a hiperligação mantém-se ativa para o site da loja MEO

(<https://www.meo.pt/Paginas/PageNotFoundError.aspx?requestUrl=https://www.meo.pt/tv/multiplataforma/xiaomi-MiTV-p1>), conforme impressão do ecrã junta a **fls. 175** nos autos;

(iv) Café Blend MEO Pack de 30 unidades, disponíveis pelo preço de € 8,48. A referência ao preço inscreve também a hiperligação para o *site* da MEO, onde o leitor poderia comprar o produto, como demonstra a impressão do ecrã junto a **fls. 176**. Na data de 30 de maio de 2023, o produto pretendido já não se encontra disponível, mas a hiperligação mantém-se ativa para o *site* da loja MEO (<https://loja.meo.pt/Equipamentos/Acessorios?error=404>).

e) O terceiro e o sexto parágrafos da página 14, procedem ao destaque de alguns serviços disponibilizados pelo serviço de distribuição de televisão da MEO e incluem diversas hiperligações para o respetivo *site*, com informação dos serviços em causa, designadamente:

(i) No terceiro parágrafo, o artigo inclui a hiperligação para o *site* da MEO ([https://www.meo.pt/tv/tematicas/infantil?utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-apps-tv&utm\\_campaign=meo-time-in](https://www.meo.pt/tv/tematicas/infantil?utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-apps-tv&utm_campaign=meo-time-in)), com promoção de serviços televisivos de temáticas infantis, conforme impressão do ecrã junta a **fls. 177** nos autos;

(ii) O sexto parágrafo faz referência à promoção do serviço audiovisual a pedido detido pela MEO, designado de “MEO FILMES E SÉRIES”, cujo preço mensal é de €5,00 mensais e hiperligação para o *site* ([https://www.meo.pt/tv/tematicas/filmes-series/meo-filmes-series#aderir-tv?utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-apps-tv&utm\\_campaign=meo-time-in](https://www.meo.pt/tv/tematicas/filmes-series/meo-filmes-series#aderir-tv?utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-apps-tv&utm_campaign=meo-time-in)), conforme impressão do ecrã junta a fls. 178 dos autos.

**12.1.4.** Em relação à página 15, a **fls. 26** dos autos, verifica-se que:

- a) Na primeira parte da página, o artigo dá continuidade à recomendação de alguns produtos e serviços destacados pela MEO, incluindo informação acerca do preço dos mesmos e hiperligação para o site da loja MEO, como é o caso de:
- (i) Pivo Pod Silver PRO, cujo preço ascenderia, à data da publicação, a € 139,99. Conforme impressão do ecrã junta a **fls. 179**, na data de 30 de maio de 2023, o produto pretendido já não se encontra disponível, mas a hiperligação mantém-se ativa para o site da loja MEO (<https://loja.meo.pt/Equipamentos/Acessorios?error=404>);
  - (ii) Coluna Bluetooth JBL Charge 5, anunciado no artigo, com o preço de € 199,99. A referência do preço inclui a hiperligação para o site da loja MEO ([https://loja.meo.pt/Equipamentos/Acessorios/JBL/Coluna-Charge-5-Bluetooth?cor=Preto&modo-compra=Installments&utm\\_campaign=meo-time-in&utm\\_content=eng-apps-tv&utm\\_medium=artigo](https://loja.meo.pt/Equipamentos/Acessorios/JBL/Coluna-Charge-5-Bluetooth?cor=Preto&modo-compra=Installments&utm_campaign=meo-time-in&utm_content=eng-apps-tv&utm_medium=artigo)), onde o leitor pode adquirir o produto, como se pode constar da impressão do ecrã junta a **fls. 180** nos autos, datada de 30 de maio de 2023;
  - (iii) O terceiro parágrafo, promove o serviço “Stingray Karaoke”, disponibilizado pelo serviço de distribuição de televisão da MEO, no valor de € 3,50 e hiperligação para o site da MEO ([https://www.meo.pt/tv/tematicas/musica/stingray/music-karaoke?utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-apps-tv&utm\\_campaign=meo-time-in](https://www.meo.pt/tv/tematicas/musica/stingray/music-karaoke?utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-apps-tv&utm_campaign=meo-time-in)), como se demonstra em impressão do ecrã de 30 de maio de 2023, junta a **fls. 181** nos autos;
  - (iv) O quarto parágrafo do artigo inclui a recomendação ao Aspirador Robot Lenovo T1S, no valor de 449.99€ onde o leitor poderia adquirir o produto. Conforme impressão do ecrã junta a **fls. 182** dos autos, à data de 30 de maio de 2023, o produto já não se encontra disponível, mas a

hiperligação mantém-se ativa para o site da loja MEO (<https://loja.meo.pt/Equipamentos/eletrodomesticos?error=404>).

b) A metade inferior da página 15 remete para a visualização de imagens de alguns dos produtos promovidos acima, como por exemplo, do aspirador Robot Lenovo T1S, Pivo Pod Silver PRO, da Coluna Bluetooth JBL Charge 5 e das cápsulas de Café Blend MEO Pack.

**12.1.5.** Quanto à página 49, a **fls. 43** dos autos, verifica-se que:

a) No topo da página, em destaque, surge o título «Time Out e MEO apresentam». O título está enquadrado num retângulo com fundo azul escrito a letras de cor branca.

b) Como subtítulo, abaixo da fotografia do artista Tiago Bettencourt que ocupa metade da referida página, o artigo apresenta a letras azuis garrafais «Ao som do Natal», seguindo-se uma pequena introdução «A época festiva celebra-se com presentes, muitos doces e música a acompanhar. Junte-se ao MEO para celebrar a quadra alto e bom som».

c) A outra metade da página 49 contém um artigo composto por três parágrafos, nos seguintes termos:

(i) O primeiro parágrafo promove o concerto solidário promovido e organizado pelo MEO, incluindo ainda hiperligação para o site da MEO ([https://www.meo.pt/tv/novidades/melhor-experiencia-tv/apps-tv?utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-coisas-para-fazer&utm\\_campaign=meo-time-in](https://www.meo.pt/tv/novidades/melhor-experiencia-tv/apps-tv?utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-coisas-para-fazer&utm_campaign=meo-time-in)), com informações acerca das várias Apps disponibilizadas pelo serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO para visualização de vários conteúdos, como demonstra a impressão do ecrã, a **fls. 183** dos presentes autos;

(ii) O segundo parágrafo inclui a promoção ao serviço Waiting rings, disponibilizado pela MEO e a hiperligação para o site da MEO ([https://waitingring.meo.pt/user/main\\_contentList.jsp?categoryid=0107&sSubCateCode=0134&cflag=0&mid=1?utm\\_source=timeout&utm\\_med](https://waitingring.meo.pt/user/main_contentList.jsp?categoryid=0107&sSubCateCode=0134&cflag=0&mid=1?utm_source=timeout&utm_med)

[ium=artigo&utm\\_content=eng-musica&utm\\_campaign=meo-time-in\)](#)

onde o leitor poderia adquirir o waiting ring pretendido, como se verifica a **fls. 184**, junta aos autos.

- (iii) O terceiro parágrafo inclui, (a) imagem com a promoção ao site MEO Beachcam, (b) uma breve descrição do serviço e (c) hiperligação para o site Beachcam MEO ([https://beachcam.meo.pt/livecams/?utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-coisas-para-fazer&utm\\_campaign=meo-time-in](https://beachcam.meo.pt/livecams/?utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-coisas-para-fazer&utm_campaign=meo-time-in) ), conforme impressão do ecrã, datada de 30 de maio de 2023, junta a **fls. 185** dos autos;

- d) O final da página 49 encerra com a referência “+ Sugestões”, que contém hiperligação para o site MEO ([https://www.meo.pt/tv/tematicas/entretenimento?utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-coisas-para-fazer&utm\\_campaign=meo-time-in](https://www.meo.pt/tv/tematicas/entretenimento?utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-coisas-para-fazer&utm_campaign=meo-time-in) ), com informação acerca dos vários produtos e serviços disponibilizados pela MEO, como consta de impressão do ecrã, junta a **fls. 186** dos autos, datada de 30 de maio de 2023.

**12.1.6.** Quanto à página 53, a **fls. 45** dos autos, verifica-se que:

- a) No topo da página, surge destacado o título «Time Out e MEO apresentam», encontrando-se enquadrado num retângulo com fundo azul escrito a letras de cor branca.
- b) A seguir ao título, visualiza-se imagem com promoção do filme “Bigfoot em família”, a ocupar metade da página.
- c) Logo após a referida imagem surge o subtítulo «Rabanadas? Nós queremos é pipocas».
- d) O artigo tem como introdução «Não se apoquentem as famílias conservadoras, cada coisa a seu tempo! Enquanto o Natal não chega, vale a pena abancar no sofá com mantinhas e o maior balde que houver na cozinha».

- e) O artigo prossegue, sendo composto por quatro parágrafos, do seguinte modo:
- i) O primeiro parágrafo remete para a promoção ao filme “Bigfoot em família” e hiperligação para o site MEO Videoclube ([https://www.meo.pt/tv/tematicas/filmes-series/meo-videoclube?utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-miudos&utm\\_campaign=meo-time-in](https://www.meo.pt/tv/tematicas/filmes-series/meo-videoclube?utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-miudos&utm_campaign=meo-time-in)), conforme impressão do ecrã junta a **fls.188** dos autos. Na data de 30 de maio de 2023, a informação contante do site em causa já não remete para o filme “Bigfoot em família” como se visualiza na impressão de ecrã a **fls. 188** dos autos, mas para outros filmes, igualmente disponibilizados pela MEO, no serviço audiovisual a pedido MEO Videoclube, detido pela mesma;
  - ii) O segundo parágrafo remete para a informação de vários programas a estrear de 15 a 21 de dezembro de 2021 no serviço de programas televisivo “Cartoon Network” e promoção da posição do mesmo no serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO, na qual o leitor poderia visualizar os programas: «Cartoon Network, posição 41 do MEO. Sextas 20.20». Esta informação incorpora uma hiperligação para o site MEO ([https://www.meo.pt/tv/canais-programacao/guia-tv/canal?canal=CART&utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-miudos&utm\\_campaign=meo-time-in](https://www.meo.pt/tv/canais-programacao/guia-tv/canal?canal=CART&utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-miudos&utm_campaign=meo-time-in)), onde o leitor poderia consultar o guia de programação do referido serviço de programas televisivo. À data de 30 de maio de 2023, a hiperligação relativa aos vários programas infantis anunciados supra, já não se encontra disponível. Como se mostra em impressão do ecrã junta a **fls. 189** apenas é possível visualizar o guia de programação atual do serviço de programa televisivo “Cartoon Network”;
  - iii) O terceiro parágrafo anuncia vários programas que iriam estrear em dezembro de 2021, no serviço de programas televisivo “Canal Panda”, e

inclui a promoção da respetiva posição no serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO, na qual o leitor poderia visualizar os programas: «Canal Panda, posição 46 do MEO. Ursinhos Carinhosos – Liberta a Magia; Seg. 16.00; Dragões Pilotos de Resgate, Seg 17.30». Esta informação indica a hiperligação para site MEO ([https://www.meo.pt/tv/canais-programacao/guiatv/canal?canal=PANDA&utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-miudos&utm\\_campaign=meo-time-in](https://www.meo.pt/tv/canais-programacao/guiatv/canal?canal=PANDA&utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-miudos&utm_campaign=meo-time-in)), onde o leitor poderia consultar o guia de programação do referido serviço de programas televisivo. Na data de 30 de maio de 2023, a hiperligação relativa aos vários programas infantis acima identificados, já não se encontra disponível Conforme impressão do ecrã junta a **fls. 190** apenas é possível visualizar o guia de programação atual do serviço de programas televisivo “Canal Panda”;

- iv) O terceiro parágrafo direciona o leitor para o programa infantil “Gormiti 3”, que iria estrear em dezembro, no serviço de programas televisivo “Panda kids” e da respetiva posição no serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO, na qual o leitor poderia visualizar os programas: «Panda Kids, posição 50 do MEO. Estreia Seg, 20 de dez, 18.30. Seg-Sex 11.00, 16.00 3 18.30, Sáb 15.30, Dom 18.00». Esta informação incorpora uma hiperligação para site MEO ([https://www.meo.pt/tv/canais-programacao/guia-tv/canal?canal=PANDAK&utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-miudos&utm\\_campaign=meo-time-in](https://www.meo.pt/tv/canais-programacao/guia-tv/canal?canal=PANDAK&utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-miudos&utm_campaign=meo-time-in) ) onde o leitor poderia consultar o guia de programação do referido serviço de programas televisivo. Na data de 30 de maio de 2023, a hiperligação relativa aos vários programas infantis, acima identificados, já não se encontra disponível. Tal qual se visualiza impressão do ecrã junta a **fls. 191** dos

autos, apenas é possível visualizar o guia de programação atual do serviço de programas televisivo “Panda Kids”;

- f) A página 53, da edição 89 da publicação periódica “Time Out Portugal”, a fls. 57 dos autos, finaliza com a referência “+ Sugestões”, a qual indica hiperligação para o site da MEO ([https://www.meo.pt/tv/tematicas/infantil?utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-miudos&utm\\_campaign=meo-time-in](https://www.meo.pt/tv/tematicas/infantil?utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-miudos&utm_campaign=meo-time-in)), e que, à data de 30 de maio de 2023, remete o leitor para a promoção de outros serviços e conteúdos infantis disponíveis no serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO, conforme impressão do ecrã junta a **fls. 192** dos autos.

**12.1.7.** Quanto à página 62, a **fls. 49 (verso)** dos autos, verifica-se que:

- a) O topo da página inicia com o título «Time Out e MEO apresentam» em destaque, enquadrado num retângulo com fundo azul escrito a letras de cor branca. O artigo prossegue em quatro parágrafos apresentando vários filmes e séries que poderão ser visualizados em diversos serviços de programas televisivos e serviço audiovisual a pedido incluídos no serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO.
- b) O primeiro e o quarto parágrafos do artigo incluem a referência aos filmes “007: Sem Tempo para Morrer” e “A Volta ao Mundo em 80 Dias”, este último um conteúdo infantil, ambos disponíveis no serviço audiovisual a pedido MEO Filmes e Séries, serviço detido pela MEO. Cada um dos parágrafos contém duas hiperligações: uma para a plataforma de partilha de vídeos “YouTube”, e outra para o site da MEO, conforme impressões de ecrã juntas de **fls. 193 a fls. 194** dos autos. À data de 30 de maio de 2023, ainda se encontram ativas as hiperligações com acesso à plataforma de partilha de vídeos “You Tube”, que permitem a visualização dos trailers dos filmes., No caso das hiperligações que remetem para o site da MEO Videoclube, apenas é possível

aceder à promoção dos conteúdos disponíveis no serviço audiovisual a pedido MEO Videoclube, na referida data.

- c) O segundo e terceiro parágrafos do artigo promovem duas séries disponíveis, naquela data, no serviço de programas televisivo “AMC”, acedido na posição 63 do serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO. Cada um destes parágrafos compreende, duas hiperligações: uma para a plataforma de partilha de vídeos “You Tube” e outra para o site da MEO e para o guia de programação do serviço de programas televisivo “AMC”, conforme impressões de ecrã juntas de **fls. 195 a fls. 196** dos autos. À data de 30 de maio de 2023, encontram-se disponíveis as hiperligações para a plataforma de partilha de vídeos “You Tube” que permitem a visualização dos trailers das séries. No caso das hiperligações que remetem para o site da MEO, apenas permitem o acesso ao guia de programação do serviço de programas televisivo “AMC” na referida data.

**12.1.8.** A página 63, da edição 89 da publicação periódica Time Out Portugal, a **fls. 50** dos autos, contém um artigo composto por três parágrafos, cada um com sugestão a um filme ou série, da seguinte forma:

- a) O primeiro e o segundo parágrafos promovem, respetivamente, as séries “Dark Woods” e “Hierro”, que no período de 15 a 21 de dezembro de 2021, se encontravam disponíveis no serviço audiovisual a pedido MEO Filmes e Séries, serviço detido e prestado pela MEO, na posição 80, como refere o artigo. Cada um dos parágrafos inclui duas hiperligações: uma para a plataforma de partilha de vídeos “YouTube” e outra para o *site* da MEO, conforme impressões de ecrãs juntas de **fls. 197 a fls. 198** dos autos. À data de 30 de maio de 2023, encontram-se ativas as hiperligações para a plataforma de partilha de vídeos “YouTube” que permitem a visualização dos trailers das séries e filmes. No caso das hiperligações que remetem para o *site* da MEO Videoclube, apenas é possível aceder à promoção dos conteúdos

disponíveis no serviço audiovisual a pedido MEO Videoclube na mencionada data.

b) O terceiro parágrafo da página 63, da edição 89 da publicação periódica Time Out Portugal, faz referência à emissão do filme intitulado “Depois do Amor” que no período de 15 a 21 de dezembro de 2021, seria disponibilizado no serviço de programas televisivo “TVCine Top”, acedido na posição 55 do serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO, como refere o artigo. O parágrafo contém também duas hiperligações: uma para a plataforma de partilha de vídeos “YouTube” que permite aceder à página que contém o trailer do filme “Depois do Amor”, e outra hiperligação para o site da MEO, onde se promove o serviço TV Cine. A fls. 199 dos autos foram juntas as impressões de ecrãs das referidas hiperligações, datadas de 30 de maio de 2023. Nesta data, ainda se encontra ativa a hiperligação para a plataforma de partilha de vídeos “YouTube”, na qual é possível a visualização do trailer do filme “Depois do Amor”. Já a hiperligação para o site da MEO, apenas permite aceder à informação e subscrição do serviço “TVCine” no serviço MEO, conforme impressões de ecrãs, a fls. 199 dos autos.

c) O final da referida página 63 contém ainda a referência “+ Sugestões”, que contém hiperligação para o site MEO ([https://www.meo.pt/tv/tematicas/filmesseries?utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-mais-que-ver&utm\\_campaign=meo-time-in](https://www.meo.pt/tv/tematicas/filmesseries?utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-mais-que-ver&utm_campaign=meo-time-in)), com informação acerca de vários conteúdos que poderão ser visualizados através do serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO, conforme impressão do ecrã junta a **fls. 200** dos autos.

**12.2.** Na edição 92 da publicação periódica Time Out Portugal, de 5 a 11 de janeiro de 2022, de **fls.61 a fls. 98, e a fls. 134**, verifica-se que:

**12.2.1.** As páginas 8 e 9, a **fls. 64 (verso) e a fls. 65**, inserem um artigo sobre as várias atividades desenvolvidas por cinco embaixadores MEO, nos seguintes termos:

- a) O topo da página 9 inicia com o título «Time Out e MEO apresentam» em destaque, enquadrado num retângulo com fundo azul escrito a letras de cor branca.
- b) Após o subtítulo «5 embaixadores MEO para manter debaixo de olho», surge uma breve introdução, inscrita a cor azul, que acrescenta «Uns na cultura, outros no desporto, os embaixadores MEO são exemplos de talento, trabalho e compromisso. Se em 2021 já deram cartas, este ano há novos projectos que provam que vale a pena continuar de olho neles».
- c) O artigo é composto por cinco parágrafos, em que cada um é dedicado a um «embaixador MEO» e às suas atividades. Cada parágrafo indica ainda a hiperligação para a página do Instagram do respetivo embaixador.

**12.2.2.** Quanto à página 43, a **fls. 82** dos autos, verifica-se que:

- a) Inicia com o título «Time Out e MEO apresentam», enquadrado num retângulo com fundo azul, escrito a letras de cor branca.
- b) O artigo é composto por três parágrafos acerca de vários produtos e serviços MEO.
- c) O primeiro e segundo parágrafos promovem, respetivamente, o serviço MEO Go Multi e informação acerca de canais premium de futebol, os quais podem ser subscritos através do serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO. Cada parágrafo inclui hiperligação para o site da MEO, no qual o leitor é encaminhado para informações acerca do serviço MEO Go Multi e de canais premium de futebol, conforme impressão do ecrã junta de **fls. 201 a fls. 202** dos autos, datado de 30 de maio de 2023.
- d) O terceiro parágrafo promove o serviço Waiting Ring que permite a aquisição de músicas para toques de telemóveis, conforme impressão do ecrã com hiperligação para o *site* do serviço ([https://m.waitingring.pt/promo.jsp?p=MEO&utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-coisas-para-fazer&utm\\_campaign=meo-time-in](https://m.waitingring.pt/promo.jsp?p=MEO&utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-coisas-para-fazer&utm_campaign=meo-time-in)), ativa à data de 30 de maio de 2023, de **fls. 203 a fls. 204** dos autos.

**12.2.3.** Da visualização da página 47, a **fls. 84** dos autos, verifica-se que:

- a) Inicia com o título «Time Out e MEO apresentam», enquadrado num retângulo com fundo azul, escrito a letras de cor branca.
- b) Seguindo-se ao subtítulo «Os reis são eles» escrito a azul claro, o artigo tem como introdução a frase «Comece o ano novo em grande, a celebrar o dia de Reis com os miúdos e o MEO. Uma semana em que vale saltar no tempo, tornar-se um Mestre Pokémon e viajar com dragões».
- c) O artigo é composto por três parágrafos, os quais procedem à promoção de vários conteúdos direcionados ao público infantil que seriam transmitidos através de vários serviços de programas televisivos, na semana de 5 a 11 de janeiro de 2022, nomeadamente:
  - i) O primeiro parágrafo promove vários programas que seriam emitidos no serviço de programas televisivo “Canal Panda”, incluindo informação onde os mesmos poderão ser visualizados no serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO: «“Canal Panda”, posição 46 do MEO». A referência ao serviço de programa televisivo inclui hiperligação para o *site* da MEO ([https://www.meo.pt/tv/canais-programacao/guia-tv/canal?canal=PANDAK&utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-miudos&utm\\_campaign=meo-time-in](https://www.meo.pt/tv/canais-programacao/guia-tv/canal?canal=PANDAK&utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-miudos&utm_campaign=meo-time-in)), conforme impressão do ecrã junta a **fls. 205** dos autos. A impressão do ecrã datada de 30 de maio de 2023, apenas permite o acesso ao guia de programação do serviço de programas televisivo “Panda Kids”;
  - ii) O segundo parágrafo propõe vários conteúdos infantis que seriam emitidos no serviço de programas televisivo “Canal BIGGS”, incluindo informação onde os mesmos poderão ser visualizados no serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO: «Canal BIGGS, posição 42 do MEO». A referência ao serviço de programa televisivo inclui hiperligação para o *site* da MEO ([https://www.meo.pt/tv/canais-programacao/guia-tv/canal?canal=BIGGS&utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-miudos&utm\\_campaign=meo-time-in](https://www.meo.pt/tv/canais-programacao/guia-tv/canal?canal=BIGGS&utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-miudos&utm_campaign=meo-time-in)),

[\\_content=eng-miudos&utm\\_campaign=meo-time-in](#) ), conforme impressão do ecrã junta a **fls. 206** dos autos. À data de 30 de maio de 2023, como consta da impressão do ecrã, apenas é permitido o acesso ao guia de programação do serviço de programas televisivo “Canal BIGGS”;

iii) O terceiro parágrafo do artigo promove vários conteúdos infantis que seriam emitidos no serviço de programas televisivo “Canal Panda Kids,” incluindo informação onde os mesmos poderão ser visualizados no serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO: «Canal Panda Kids, posição 50 do MEO». A referência ao serviço de programa televisivo inclui hiperligação para o *site* da MEO ([https://www.meo.pt/tv/canais-programacao/guia-tv/canal?canal=PANDAK?utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-miudos&utm\\_campaign=meo-time-in](https://www.meo.pt/tv/canais-programacao/guia-tv/canal?canal=PANDAK?utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-miudos&utm_campaign=meo-time-in)), conforme impressão do ecrã, datada de 30 de maio de 2023, junta a **fls. 207** dos autos. Contudo, a hiperligação ativa, que nesta data remete para o *site* MEO, mostra o guia de programação do serviço de programas televisivo “RTP1”;

d) O final da página 47 contém ainda a referência “+ Sugestões”, que inclui a hiperligação para o *site* da MEO ([https://www.meo.pt/tv/tematicas/infantil?utm\\_source=timeout&utm\\_medium=artigo&utm\\_content=eng-miudos&utm\\_campaign=meo-time-in](https://www.meo.pt/tv/tematicas/infantil?utm_source=timeout&utm_medium=artigo&utm_content=eng-miudos&utm_campaign=meo-time-in)), com informação acerca de vários conteúdos de carácter infantil que poderão ser visualizados através do serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO, conforme impressão do ecrã, datada de 30 de maio de 2023, junta a **fls. 208** dos autos.

**12.2.4.** Da visualização do artigo divulgado nas páginas 56 e 57 da edição 92, de 5 a 11 de janeiro de 2022, da publicação periódica Time Out Portugal, de **fls. 88 (verso) a fls. 89** dos autos, verifica-se que:

- a) Principia com o título «Time Out e MEO apresentam», enquadrado num retângulo com fundo azul, escrito a letras de cor branca. Segue-se o subtítulo «Mais que ver» e uma pequena introdução «O novo ano já começou e trouxe com ele boas razões para voltar ao sofá. De filmes de ação a sessões de terror, descubra as novidades que o MEO tem para lhe dar».
- b) O artigo é composto por sete parágrafos, cada um deles contendo a sugestão sobre um programa e remetendo o leitor para a promoção da posição do serviço de programas televisivo em causa, no serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO, através do qual é possível a visualização dos programas.
- c) Cada um dos parágrafos inclui ainda duas hiperligações: (i) uma para a página da plataforma de partilha de vídeos “YouTube”, na qual consta o trailer da série ou do filme, e (ii) outra hiperligação para a página do *site* MEO onde constam informações sobre outros conteúdos disponíveis no serviço audiovisual a pedido ou de outros programas incluídos na emissão dos serviços de programas televisivos em causa e respetiva posição no serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO, de **fls. 209 a fls. 216** dos autos.
- d) O primeiro parágrafo do mencionado artigo promove o filme intitulado “Ladrões de Elite”. Junto ao título do filme é visível uma seta, através da qual, clicando na mesma, o leitor é imediatamente redirecionado para a página da plataforma de partilha de vídeos “YouTube”, onde se encontra disponível o trailer do filme, conforme a fls. 209 dos autos. O parágrafo termina com a indicação do serviço de audiovisual a pedido, detido pela MEO, onde o conteúdo é disponibilizado sob a referência «-> Disponível no MEOVideoClube» que inclui hiperligação para o *site* da MEO., encontrando-se ativa à data de 30 de maio de 2023. O terceiro parágrafo promove o filme “Padre”, que seria emitido pelo serviço de programa televisivo “SYFY” entre 5 a 11 de janeiro. Junto ao título do filme é visível uma seta, através da qual, clicando na mesma, o leitor é imediatamente redirecionado para a página da

plataforma de partilha de vídeos “YouTube”, onde o trailer do filme está disponível, conforme impressão do ecrã a fls. 210, datada de 30 de maio de 2023. Este terceiro parágrafo termina com a referência: «-> SYFY, canal 76 do MEO. Qua.23.35». Esta referência contém também uma hiperligação para o *site* da MEO onde se acede ao guia de programação do serviço de programas televisivo “SYFY”, conforme impressão do ecrã junta a fls. 210 dos autos. A impressão do ecrã, datada de 30 de maio de 2023, apresenta o guia de programação do serviço de programas televisivo “SYFY”, nesta data não o guia de programação do respetivo serviço de programas televisivo no período de 5 a 11 de janeiro de 2022, data da edição 92 da publicação Time Out Portugal.

e) Analisando-se o segundo, quarto, quinto, sexto e sétimo parágrafo, verificamos o mesmo, como descrito acima, conforme prints juntos de **fls. 211 a fls. 216**. E tal como descrito acima, as impressões de ecrãs, datadas de 30 de maio de 2023, remetem para o guia de programação do respetivo serviço de programas televisivo em causa, desta data, não sendo possível aceder ao guia de programação do respetivo serviço de programas televisivo no período de 5 a 11 de janeiro de 2022, data da edição 92 da publicação Time Out Portugal.

**12.3.** Da visualização da edição 102 da publicação periódica “Time Out Portugal”, de 9 a 15 de março de 2022, de **fls. 98 a fls. 133 e a fls.134**, dos autos verifica-se que:

**12.3.1.** Quanto às páginas 8 e 9, de fls. **101 (verso) a fls. 102**, dos presentes autos:

- a) Iniciam-se com o título «Time Out e MEO apresentam», enquadrado num retângulo com fundo azul, escrito a letras de cor branca.
- b) Segue-se imagem a ocupar metade da página 8, relativa ao conjunto de curadores da marca Moche, personalidade do âmbito da cultura, moda e desporto que promovem a marca “Moche”.

- c) O artigo versa sobre a coleção de roupa Handy, Upsidedown e Básicos da marca Moche. Acrescenta o artigo que «Em cada peça de roupa ou acessórios, tem a oferta de 10 GB ou 30 GB, dependendo da coleção».
- d) As páginas incluem ainda várias imagens de modelos de peças de roupa da marca “Moche” e preço de aquisição da mesma.

**12.3.2.** Relativamente à página 39, a **fls. 117** dos presentes autos, verifica-se que:

- a) Enceta com o título “Time Out e MEO apresentam”, enquadrado num retângulo com fundo azul, escrito a letras de cor branca.
- b) O texto do artigo prossegue com a recomendação a vários eventos e programas que poderão ser acedidos através do serviço de distribuição de televisão detido pela MEO que anunciam (i) a APP TV ModaLisboa, que permitiria assistir desfiles são em direto, bastando para tal aceder ao mesmo através do «(...) botão azul do comando MEO.» ou (ii) participar no passatempo “Palpites dos Óscares 2022” do serviço de programas televisivo «Hollywood, canal 61 do MEO».
- c) O terceiro parágrafo do artigo sugere ao leitor assistir, no Espaço MOCHE às sessões de stand-up comedy, a acontecer naquele local duas vezes por mês.

**12.3.3.** Quanto à página 43, a **fls. 119** dos autos, verifica-se o seguinte:

- a) Inicia com o título «Time Out e MEO apresentam», enquadrado num retângulo com fundo azul, escrito a letras de cor branca.
- b) A seguir ao título e antes do subtítulo é visível uma imagem do filme “Encanto” que ocupa metade da página.
- c) O artigo é composto por três parágrafos, que recomendam vários programas que seriam emitidos em diversos serviços de programas televisivos ou serviços audiovisuais a pedido disponibilizados no serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO, na semana de 9 a 15 de março.

- d) O primeiro parágrafo promove o filme “Encanto”, com indicação que o mesmo estaria disponível, a partir de 10 de março no serviço audiovisual a pedido detido pela MEO, serviço MEOVideoclube.
- e) O segundo parágrafo inclui a promoção à app MEO Bebé por Farmácias disponível na posição 79 do serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO.
- f) O terceiro parágrafo anuncia o filme “Patrulha Pata: o Filme”, a ser emitido no serviço de programas de televisão TVCine Top, promovendo a disponibilidade do mesmo na posição 55 do serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO.

**12.3.4.** Nas páginas 52 e 53, de **fls. 123 (verso) a fls. 124** dos presentes autos, verifica-se que:

- a) A página 52 inicia com o título «Time Out e MEO apresentam», enquadrado num retângulo com fundo azul, escrito a letras de cor branca.
- b) O artigo é composto por três parágrafos, com o anúncio a vários programas seriam emitidos em diversos serviços de programas televisivos ou serviços audiovisuais a pedido disponibilizado no serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO, na semana de 9 a 15 de março. Em cada um dos parágrafos é incluída a promoção da posição do respetivo serviço de programas televisivo ou serviço audiovisual a pedido onde o programa em causa seria poderia ser visualizado, designadamente:
  - (i) Serviço de programas de televisão TVCine Emotion, disponível na posição 57 do serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO onde seria retransmitido o programa “Schitt’s Creek”;
  - (ii) Serviço de programas de televisão TVCine Top, disponível na posição 55 do serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO onde seria retransmitido o programa “Snake Eyes: A Origem dos G.I. Joe”;

- (iii) Serviço de programas de televisão AMC, disponível na posição 62 do serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO onde seria retransmitido o programa “The Unusual Suspects”;
  - (iv) Serviço de programas de televisão AXN White, disponível na posição 75 do serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO onde seria retransmitido o programa “The Wrong Girl”;
  - (v) Serviço de programas de televisão AXN Movies, disponível na posição 64 do serviço de distribuição de televisão prestado pela MEO, onde seria emitido o programa “Desafio Total”;
  - (vi) Serviço de programas de televisão Hollywood, disponível na posição 61 onde seria retransmitido o programa “Jogo da Alta-Roda”;
  - (vii) Serviço audiovisual a pedido MEO Filmes e Séries, onde seria disponibilizado o filme “O último Duelo”.
- 13.** No dia 6 de julho de 2022, o Conselho Regulador da ERC adotou a Deliberação ERC/2022/220 (PUB-I), através da qual determinou a instauração dos presentes autos de contraordenação contra a Arguida, por violação do disposto no n.º 2, do artigo 28.º, da Lei da Imprensa, de **fls. 1 a fls. 13** dos autos.
- 14.** Os factos ocorreram porque a Arguida não procedeu com o cuidado a que está obrigada e que era capaz, salvaguardando que a inserção das palavras “PUB” ou “Publicidade” estaria devidamente efetuada, permitindo uma clara e imediata identificação dos conteúdos publicitários divulgados.
- 15.** Pela atividade que exerce, enquanto proprietária da publicação periódica *Time Out Portugal*, desde 7 de maio de 2021, a Arguida não podia deixar de ter presente o regime decorrente do disposto no artigo 28.º, n.º 2 da LI, bem como da Diretiva 1/2009 adotada pela ERC em 1 de Julho de 2009, sobre Publicidade em Publicações Periódicas (doravante, Diretiva 1/2009).
- 16.** O aspeto gráfico e a estrutura do conteúdo publicitário dos artigos, melhor descritos no ponto 12 supra, determinariam a inclusão das palavras “PUB” ou

“Publicidade” obstando a que os mesmos fossem confundidos com conteúdos de carácter editorial.

17. A Arguida revela arrependimento, no sentido de interiorização do desvalor da sua conduta, mostrando-se disponível para colaborar com o Regulador e alterar o seu comportamento em conformidade.
18. Decorrente da prestação de serviços efetuada pela Arguida para veiculação de publicidade no interesse do anunciante, a Arguida obteve uma contrapartida financeira, constatando-se assim a ocorrência de benefício económico.
19. A Arguida não possui antecedentes contraordenacionais relativos à prática das infrações pelas quais vem acusada nos presentes autos.
20. Não ficou provado qualquer outro facto, para além dos factos considerados provados e/ou que com aqueles se mostre incompatível.

**c) Factos não provados.**

**Da instrução e discussão da causa, com interesse para a decisão da mesma, não resultaram provados os seguintes factos:**

21. Que a Arguida tenha agido com consciência da ilicitude dos factos por si praticados.
  - 21.1. A situação económica da Arguida.
  - 21.2. 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.

**c) Motivação da matéria de facto.**

22. A autoridade administrativa formou a sua convicção sobre os factos imputados à Arguida a partir da análise crítica dos documentos juntos ao processo administrativo e aos presentes autos de contraordenação, da prova testemunhal produzida nos autos e da própria posição assumida pela Arguida na sua defesa escrita.

23. Na admissão e valoração dos meios de prova produzidos foram consideradas as normas legais relativas à admissibilidade dos meios de prova no processo de contraordenação, nos termos dos artigos 42.º do Regime Geral das Contraordenações<sup>1</sup> (adiante, RGCO) e 125.º do Código de Processo Penal<sup>2</sup> (doravante, CPP), aplicável subsidiariamente e com as devidas adaptações *ex vi* artigo 41.º, n.º 1, do RGCO, tendo sempre em consideração o princípio geral da livre apreciação da prova disposto no artigo 127.º do CPP, segundo o qual a prova é apreciada segundo as regras da experiência e a livre convicção da entidade competente.
24. A factualidade respeitante aos factos dados como provados e que foram desde logo imputados à Arguida na Acusação tem apoio nos autos, *maxime* nas folhas indicadas que provam cada um dos factos e obedecem justamente às regras da experiência comum enunciadas pelo artigo 127.º do CPP.
25. De igual modo, assumiram relevância para a formação da convicção desta Entidade, a defesa escrita, apresentada pela Arguida, **de fls. 265 a fls. 276** e os depoimentos prestados pelas testemunhas arroladas pela Arguida cujo depoimento foi gravado em suporte digital, **de fls. 293 a fls. 294** dos presentes autos, através do sistema em uso nesta Entidade Reguladora, com data de 12 de setembro de 2023, as quais depuseram de forma segura, objetiva e serena, merecendo a credibilidade do Regulador.
26. Os factos relativos à identificação da Arguida e à propriedade da publicação periódica *Time Out Portugal* – **ponto 7 ao ponto 10 dos factos provados** – resultaram das fichas de cadastro de registo constante da Base de dados da Unidade de Registos desta Entidade, **de fls. 217 a fls. 219 dos autos**.

---

<sup>1</sup> Aprovado pelo Decreto-lei n.º 433/82, de 27 de outubro e alterado pela Declaração de 06 de janeiro 1983, pelo Decreto-lei n.º 356/89, de 17 de outubro, pela Declaração de 31 de outubro 1989, pelo Decreto-lei n.º 244/95, de 14 de setembro, pelo Decreto-lei n.º 323/2001, de 17 de dezembro e pela Lei n.º 109/2001, de 24 de dezembro.

<sup>2</sup> Aprovado pelo Decreto-lei n.º 78/87, de 17 de fevereiro, na redação atual conferida pela Lei n.º 52/2023, de 28 de agosto.

27. O facto referido no **ponto 11 dos factos provados**, é patente face aos documentos carreados do processo administrativo n.º 500.10.01/2022/90, a **fls. 18** dos autos.
28. Os factos vertidos no **ponto 12 dos factos provados** resultam da análise dos conteúdos publicados nas páginas 8, 9, 14, 15, 49, 53, 62 e 63 da edição 89 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 15 a 21 de dezembro de 2021, a páginas 8 e 9, 43, 47, 56 e 57 da edição 92 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 5 a 11 de janeiro de 2022 e a páginas 8 e 9, 39, 43, 52 e 53 da edição 101 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 9 a 15 de março de 2022, de **fls. 19 a fls. 133 e 134** dos autos, suportados também pela defesa escrita apresentada, de **fls. 265 a fls. 276** dos autos e da prova testemunhal, de **fls. 293 a fls. 295** dos autos.
29. O facto referido no **ponto 13 dos factos provados** é suportado pela Deliberação ERC/2022/220 (PUB-I), junta aos autos de **fls. 1 a fls. 13**.
30. Os factos consubstanciadores do elemento subjetivo e à culpa consignados nos **pontos 14 a 17 dos factos provados** resultam da defesa escrita apresentada pela Arguida, de **fls. 265 a fls. 276** e da prova testemunhal produzida em 12 de setembro de 2023, de **fls. 293 a fls. 295** dos autos, na qual foram inquiridas as testemunhas arroladas pela Arguida, Duarte Vicente que, à data dos factos, exercia as funções de administrador executivo e diretor geral e ainda Hugo Torres com as funções de diretor adjunto da Time Out Portugal e da Time Out de Lisboa (tendo a Arguida dispensado a audição da testemunha Vera Moura), conjugada com a aplicação das regras de experiência comum e parâmetros de normalidade e razoabilidade a este quadro de evidência, tendo em conta, por um lado, que a incompatibilidade do conteúdo divulgado com o referido preceito legal aqui em causa é bastante evidente e, por outro, que a Arguida tem largos anos de experiência e recursos, não sendo crível que, em face desses elementos, não conhecesse a lei aplicável e não tivesse colaboradores capazes de avaliar os conteúdos em momento anterior à sua divulgação.
31. Da prova testemunhal resulta que:

- 31.1.** Duarte Vicente deixa claro que os conteúdos em causa no presente processo são designados *branded content* feitos pela Time OUT a pedido da marca MEO. Para tal seguem as regras de mercado identificando esses conteúdos com uma cor diferente, com um *lettering* diferente e incluindo a referência “em associação” ou “com o apoio de”, que, neste caso, era a marca MEO, mas podia incluir a referência a outra entidade ou marca.
- 31.2.** O leitor habitual da Time OUT é um leitor urbano e sofisticado que, perante as referências incluídas e o grafismo associado, identifica esse conteúdo como publicitário, não tendo sido detetado pela Time OUT um problema ou rececionada uma única queixa ou comentário nas redes sociais.
- 31.3.** A Time OUT é uma revista que só existe para dizer bem, o melhor da cidade e portanto é fácil ser atacada, havendo a conclusão que é tudo pago, o que denota a existência de preconceito para com a publicação.
- 31.4.** Hugo Torres partilha desta opinião e acrescenta que os conteúdos controvertidos no presente processo apresentam elementos caracterizadores que facilmente distinguem estas páginas como publicidade. Desde logo, estes conteúdos incluem o “&” comercial, bem como tipo de letra a fonte é distinta do conteúdo editorial, tendo fundo e destaque paginado de uma forma absolutamente diferente.
- 31.5.** Quando confrontado com as páginas de conteúdo editorial como é o caso da página 44 da edição 92 da publicação Time OUT Portugal, confirma que se trata de um conteúdo editorial porque o texto está assinado, o grafismo é sempre o mesmo e embora possa haver alteração da localização do título na página, o tipo de letra é sempre o mesmo.
- 31.6.** Reitera que, em cima dessa consistência gráfica, o que define a existência de um conteúdo editorial mais do que tudo é a assinatura de um jornalista que é algo que não acontece nos conteúdos publicitários.
- 32.** Com efeito, a Arguida não colocou em causa os factos objetivos em que se traduziu a sua conduta, prendendo-se as divergências da Arguida,

essencialmente, com a interpretação e qualificação jurídica da factualidade em causa nos autos, o que será analisado em sede de Direito.

- 33.** Todos estes elementos concatenados entre si, criaram nesta entidade administrativa a convicção de que a Arguida não atuou motivada pelo intuito de dissimular a natureza dos conteúdos publicados nas páginas 8 e 9, 14 e 15, 49, 53, 62 e 63 da edição 89 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 15 a 21 de dezembro de 2021, de **fls. 19 a fls. 60** dos autos, a páginas 8 e 9, 43, 47, 56 e 57 da edição 92 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 5 a 11 de janeiro de 2022, de **fls. 61 a fls. 97** dos autos e a páginas 8 e 9, 39, 43, 52 e 53 da edição 101 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 9 a 15 de março de 2022, de **fls. 98 a fls. 133** dos autos.
- 34.** Contudo, isso é revelador de que a atuação da Arguida não se deveu a qualquer fator alheio à sua esfera de controlo, mas apenas e só a falta de cuidado da sua parte na avaliação e aplicação, por parte dos seus funcionários responsáveis pelas funções em causa, do regime legal aplicável, existindo a preocupação em garantir a harmonização gráfica por toda a publicação que, no caso concreto, resultou na falta de adoção das medidas necessárias para evitar a possível confusão entre conteúdo editorial e conteúdo publicitário e, em suma em plena consonância e decorrência, se conclui quanto ao elemento subjetivo consignado **nos pontos 14 a 16 da matéria de facto provada.**
- 35.** Em contraponto, entende-se como não provado o facto consignado no **ponto 21 supra**. Com efeito, não ficou demonstrado que a conduta da Arguida foi livre, voluntária e consciente, isto é, que a Arguida tenha representado e tenha escolhido violar o disposto no n.º 2 do artigo 28.º da Lei da Imprensa, ao não identificar como publicidade os conteúdos publicados a páginas 8 e 9, 14 e 15, 49, 53, 62 e 63 da edição 89 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 15 a 21 de dezembro de 2021, a páginas 8 e 9, 43, 47, 56 e 57 da edição 92 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 5 a 11 de janeiro de 2022 e a páginas 8 e 9, 39,

- 43, 52 e 53 da edição 101 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 9 a 15 de março de 2022.
36. O facto vertido **no ponto 17 da matéria de facto provada** é aferido do teor da defesa escrita apresentada pela Arguida, **de fls.265 a fls. 276** e da prova testemunhal, **de fls. 293 a fls. 295**.
37. No que diz respeito ao facto enunciado no **ponto 18 dos factos provados**, decorre dos documentos carreados do processo administrativo, da defesa escrita de **fls. 265 a fls. 276** e da prova testemunhal de **fls. 293 a fls. 295** dos autos, dos quais se retira a convicção de existência de uma contrapartida financeira a favor da Arguida a troco da veiculação de publicidade na publicação periódica *Time Out Portugal*, serviço para o qual a Arguida foi contratada, como a própria veio confirmar aos presentes autos.
38. A ausência de antecedentes contraordenacionais por violação do disposto no artigo 28.º, n.º 2 da LI – **ponto 19 dos factos provados** – resultou da consulta da base de dados desta Entidade Reguladora.
39. Por seu turno, não foi produzida prova sobre a situação económica da Arguida, porquanto a Arguida, apesar de notificada para tal, **de fls. 224 a fls. 264** 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.
40. Tudo o mais que tenha sido alegado e não conste nos factos provados e não provados é matéria de direito, conclusiva ou irrelevante.
41. Determinada a matéria de facto considerada provada e valorada a prova produzida, passemos ao enquadramento jurídico.

### III. FUNDAMENTAÇÃO DE DIREITO

#### Enquadramento jurídico dos factos:

42. Fixada a factualidade que foi considerada provada, há que proceder à sua qualificação jurídica por forma a decidir se ela pode subsumir-se no tipo legal de ilícito contraordenacional que é imputado à Arguida.
43. Nos presentes autos foi imputada à Arguida a prática de 13 (treze) contraordenações 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) do mesmo diploma, com **coima cuja moldura penal se situa entre o 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 treze artigos com conteúdo publicitário ou promocional em violação dos princípios da identificabilidade e da separação.
44. A defesa escrita apresentada pela Arguida consiste, em suma, em alegar que (i) os conteúdos publicitários constante das três edições são claramente distinguíveis dos conteúdos editoriais, sendo que os conteúdos objeto dos autos consubstanciam publicidade redigida e cumprem com o princípio da identificabilidade da publicidade, não existindo, por isso, a obrigação de colocação da palavra "Publicidade" ou as letras "PUB" e que (ii) os conteúdos reúnem os requisitos da alínea a), b) e c) do ponto 4 da Diretiva 1/2009 da ERC.
45. Por um lado, os conteúdos em causa iniciam com o título «Time Out e MEO apresentam» ou contêm alusões à MEO nos textos ou ainda referências claras à marca "Moche" sendo todos escritos na mesma fonte de texto, com utilização das cores azul e branca ocupando páginas completas, não lhe sendo obrigatório a inclusão de um separador gráfico para assinalar que se está perante conteúdo publicitário.
46. A Arguida entende que o filete presente nas páginas correspondentes aos conteúdos publicitários tem uma espessura e uma cor muito diferente daquelas que são apresentadas nos conteúdos, afirmando mesmo que os conteúdos publicitários utilizam uma paleta de cores diametralmente oposta àquela que é utilizada nos conteúdos editoriais de cada uma das edições, dando como exemplo

o grafismo e às cores utilizadas em conteúdos editoriais nas páginas 10 e 11, 14 e 15, 18, 38 e 39, 44 e 45, 48 e 49, 58 e 59, 64 e 65 da edição 92 da publicação periódica e nas páginas 10 e 11, 18, 44 e 45 da edição 89, de 15 a 21 de dezembro.

47. Ora, vejamos se lhe assiste razão.
48. Tendo presente a factualidade que resulta provada nos presentes autos, importa aferir, no essencial, se os artigos publicados a páginas 8 e 9, 14 e 15, 49, 53, 62 e 63 da edição 89 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 15 a 21 de dezembro de 2021 de **fls. 19 a fls. 60** dos autos, a páginas 8 e 9, 43, 47, 56 e 57 da edição 92 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 5 a 11 de janeiro de 2022, de **fls. 61 a fls. 97** dos autos e a páginas 8 e 9, 39, 43, 52 e 53 da edição 101 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 9 a 15 de março de 2022, de **fls. 98 a fls. 133** dos autos, cumprem as condições legais impostas para a sua publicação, identificadas no artigo 28.º, n.º 2, da LI.
49. 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».
50. Por sua vez, o conceito de publicidade decorre do artigo 3.º do Código da Publicidade<sup>3</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>3</sup> Aprovado pelo Decreto-lei 330/90, de 23 de outubro e alterado pelo Decreto-lei n.º 74/93, de 10 de março, Decreto-lei n.º 6/95, de 17 de janeiro, Decreto-lei n.º 61/97, de 25 de março, Lei n.º 31-A/98, de 14 de julho, Decreto-lei n.º 275/98, de 09 de setembro, Decreto-lei n.º 51/2001, de 15 de fevereiro, Decreto-lei n.º 332/2001, de 24 de dezembro, Lei n.º 32/2003, de 22 de agosto, Decreto-lei n.º 224/2004, de 04 de dezembro, Lei n.º 37/2007, de 14 de agosto, Decreto-lei n.º 57/2008, de 26 de março, Lei n.º 8/2011, de 11 de Abril, Decreto-lei n.º 66/2015, de 29 de abril e Lei n.º 30/2019, de 23 de abril.

51. Sobre esta matéria, esclarece o Ponto D da Diretiva 1/2009 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 possa ser confundidos com textos jornalísticos».
52. 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».
53. 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.º 1 do Código da Publicidade que «[a] publicidade tem de ser inequivocamente identificada como tal, qualquer que seja o meio de difusão utilizado.».
54. Assim, nos termos da lei 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 editoriais característicos do texto jornalístico.
55. Revertendo as considerações acabadas de explanar ao caso em apreço, a conclusão a que se chega é de que, cotejando as edições 89, 92 e 101 da publicação periódica Time Out Portugal, de **fls. 19 a fls. 133** dos autos, os elementos que a Arguida considera que são específicos e identificadores da publicidade veiculada nas páginas controvertidas no presente processo, acabam por ser, na verdade, comuns a vários conteúdos, estando presentes em toda a revista.
56. Com efeito, veja-se, a título meramente exemplificativo, a página 50 da edição 89 que contém filete azul e texto a cor preta, **a fls. 43 (verso)** dos autos, ou mesmo o exemplo apresentado pela defesa retirado da página 54 da edição 89 de cor

roxa (que na defesa escrita não está bem visível), a **fls. 54** dos autos em que se verifica que há uma similitude gráfica. E mesmo a letra utilizada não é manifestamente distinta.

57. Folheando as diversas páginas, conclui-se que a Arguida, talvez numa tentativa de harmonização gráfica da publicação, não acautelou aquilo que é o essencial e pretendido pela lei, que é a identificação imediata de publicidade.
58. Não colhe, pois, a argumentação apresentada pela Arguida segundo a qual o grafismo, tipo de letra e as cores utilizadas nos conteúdos editoriais são diametralmente diferentes dos conteúdos editoriais.
59. Recorrendo ainda ao exemplo das páginas 50 e 51, da edição 89 da publicação periódica *Time Out Portugal*, a **fls. a fls. 43 (verso) e fls. 44** dos autos, na qual a paleta da cor azul também é utilizada, tendo um tipo de letra e formato de texto muito semelhantes a páginas identificadas como conteúdo publicitário, como é o caso da página 49 na edição 89, a **fls. 43** dos autos, não se pode afirmar que os elementos localizados na página 49 são única e exclusivamente característicos de conteúdos publicitários.
60. Servindo-nos de outro exemplo, observe-se o tipo de letra utilizado na página 11 a **fls. 24** dos autos, elencado pela Arguida no artigo 30.º da sua defesa escrita, de **fls. 265 a fls. 276**, precisamente para prova do grafismo distinto que é utilizado nos conteúdos editoriais:

**O AZULEJO é uma parte fundamental das artes decorativas portuguesas. E há mais de três décadas que a Galeria Ratton, uma das mais originais de Lisboa, convida artistas plásticos a pintar sobre azulejo, estejam ou não familiarizados com o suporte. Desde nomes**

61. Sucede que, quando comparado com o tipo de letra utilizado na página 14, no conteúdo publicitário «Time Out & MEO apresentam Cabe tudo no MEO sapatinho» na edição 89 da publicação periódica *Time Out Portugal*, a **fls. 25 (verso)** dos autos:

**A noite foi longa, mas a maratona natalícia ainda vai a meio. Precisa de energia, e para isso nada melhor do que um café pela fresca. Produzido em parceria com a Simpli Coffee, o Blend MEO é único, 100% arábica, de carácter frutado e aveludado. Um café com um toque cítrico e floral, envolvido**

62. Ou mesmo quando comparado com o tipo de letra utilizado na página 49 no conteúdo publicitário «Time Out & MEO apresentam Ao som do Natal» na edição 89 da publicação periódica *Time Out Portugal*, a **fls. 43** dos autos:

**O Natal é a altura do ano em que o espírito solidário mais se manifesta entre nós. Para aproveitar este momento de união e solidariedade, o MEO junta-se à associação Vila com Vida para organizar um concerto solidário, já este domingo, dia 19 de Dezembro. A partir das 18.00 pode assistir às actuações de Tiago Bettencourt. Bárbara Tinoco. Anjos. João Pedro**

63. Ora, do confronto dos exemplos apresentados e face ao tipo de letra apresentado, não é possível ocorrer a perceção imediata pelo leitor de estar perante um conteúdo publicitário.
64. Assim, não havendo uma clara distinção entre conteúdos publicitários e conteúdos editoriais, o objetivo da lei sai logrado, na medida em que os elementos que se pretendem distintivos são comuns a muitos conteúdos editoriais, não permitindo uma imediata identificação da publicidade pelo que não se poderá considerar cumprido o dispositivo legal do artigo 28.º, n.º2.
65. Esta conclusão é ainda cimentada pela atuação da própria Arguida que revela uma preocupação adicional ao alertar que certos conteúdos são editoriais e isentos. A título de exemplo, referimo-nos às páginas 79 e 82 da edição 89 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 15 a 21 de dezembro de 2021, a **fls. 58 e 59 (verso)** dos autos, às páginas 69 e 72 da edição 92 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 5 a 11 de janeiro de 2022, a **fls. 95 e 96 (verso)** dos autos e às páginas 68 e 70 da edição 101 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 9 a 15 de março de 2022, a **fls. 131 (verso) e 132 (verso)** dos autos, nas quais a Arguida entendeu ser necessário incluir a nota destacada com o teor «Os críticos da Time Out visitam os restaurantes de forma anónima e pagam pelas refeições», com vista a deixar claro para o leitor que esse é um conteúdo editorial e isento, não

obstante incluir referências à morada, contacto e horário de funcionamento do restaurante que é objeto de crítica, pretendendo assim eliminar possíveis questões que viessem a surgir quanto ao teor comercial do artigo. Não sendo estes conteúdos objeto da acusação, não se pretende entrar na análise destas páginas, mas apenas exemplificar a preocupação da própria Arguida, sinalizando o teor editorial de alguns conteúdos, separando-os dos conteúdos de carácter publicitário, presente nas mencionadas edições da publicação periódica *Time Out Portugal*.

66. Por conseguinte, a conduta em apreço é idónea a preencher a tipicidade objetiva das treze contraordenações por cuja prática a Arguida vem acusada.
67. No que se refere ao nexos de imputação subjetiva, importa ter presente que, no direito de mera ordenação social, vigora também o chamado princípio da culpa, consagrado, neste âmbito, pelo n.º 1 do artigo 8.º do RGCO, segundo o qual só é punível o facto praticado com dolo ou, nos casos especialmente previstos na lei, com negligência.
68. Ora, o artigo 35.º, n.º 6 da LI prevê a punibilidade da negligência pela violação do disposto no artigo 28.º, n.º 2 da LI.
69. O RGCO não contém em si disposições que estabeleçam os conceitos de dolo e de negligência para efeitos contraordenacionais, pelo que teremos de nos socorrer, a este propósito, dos correspondentes normativos do direito penal, *ex vi* do disposto no artigo 32.º do RGCO, que manda aplicar à definição do regime substantivo das contraordenações as normas do Código Penal em tudo que não esteja previsto no seu regime específico.
70. É sabido que a estrutura do dolo comporta um elemento intelectual e um elemento volitivo. O elemento intelectual consiste na representação pelo agente de todos os elementos que integram o facto ilícito – o tipo objetivo de ilícito – e na consciência de que esse facto é ilícito e a sua prática censurável. O elemento volitivo consiste na especial direção da vontade do agente na realização do facto ilícito, sendo em função da diversidade de atitude que nascem as diversas

espécies de dolo, previstas no artigo 14.º do Código Penal<sup>4</sup> (doravante, CP), nomeadamente age com dolo quem pratica o facto com a intenção e o propósito de o realizar (dolo direto), quem decide adotar a conduta sabendo que, como consequência necessária da mesma, irá praticar o facto punível, assim se conformando com o mesmo (dolo necessário) e ainda quem decide adotar a conduta sabendo que, como consequência possível, previsível, do mesmo, dele pode resultar o facto punível, assim se conformando com o mesmo (dolo eventual).

71. Por outro lado, nos termos do artigo 15.º do CP, age com negligência quem representa como possível a realização do facto punível, mas atua sem se conformar com essa realização (negligência consciente); e ainda, quem por não atuar com o cuidado que lhe seria exigível, não chega sequer a representar a possibilidade da realização do facto (negligência inconsciente).
72. Reconduzindo estas considerações, e atentos os factos apurados no caso *sub judice*, afigura-se-nos efetivamente demonstrado que os factos foram praticados com negligência inconsciente (Cf. artigo 15.º, n.º 2, do CP, por remissão do artigo 32.º do RGCO).
73. A negligência supõe o dever de o responsável, embora não pretendendo cometer a infração, ter a possibilidade de atuar de modo diferente por forma a impedir que a mesma se verificasse. Aliás, nem é necessário que o responsável tenha conhecimento de que a infração esteja ou possa ser cometida, bastando que omita ou se demita do exercício dos seus deveres/prerrogativas, designadamente, de assegurar que o trabalho seja executado com observância das necessárias condições de esmero e do normativo legal que a isso se destina.
74. Os factos provados e já aqui valorados [cf. **ponto 15 a ponto 20 da motivação de facto**] vão no sentido da exclusão do dolo, dado que não resulta demonstrado nos autos que a Arguida tenha atuado com a vontade de praticar os factos,

---

<sup>4</sup> Aprovado pelo Decreto-lei n.º 48/95, de 15 de março, com a redação dada pela Lei n.º 15/2024, de 29 de janeiro.

representando a possibilidade de os leitores não virem a perceber facilmente que estavam perante um conteúdo publicitário e assim confundirem esse conteúdo com um texto jornalístico, isento e objetivo, conformando-se com esse resultado.

75. Da motivação da matéria de facto resulta que a Arguida estava convencida que atuava de acordo com a lei, não detendo a consciência de todos os elementos constitutivos do tipo ilícito.
76. FIGUEIREDO DIAS defende que a culpa referida pelo legislador nesta área do Direito de mera ordenação social não é uma "culpa ética"<sup>5</sup>, e Paulo Pinto de Albuquerque<sup>6</sup>, nessa senda, esclarece que esse juízo de censura característico do direito contraordenacional não contempla a «atitude ético-reprovável do agente», assentando antes na «responsabilidade social pela evitação da conduta infratora», isto é, «a censurabilidade da culpa do agente mede-se pela sua responsabilidade social pela evitação da conduta infratora e não pela sua atitude interna, ao invés do que sucede no âmbito do direito penal».
77. A censurabilidade da falta de consciência da ilicitude é passível de ser aferida através da análise de elementos como a experiência profissional do agente e a inserção no círculo de atividade em que labora, o critério do esforço de reflexão e de informação exigível ao papel social ou à disponibilidade de conhecimento ou capacidade de acesso ao regime legal em vigor.
78. Ora, no caso concreto, a Arguida TIME OUT Portugal, Unipessoal, Lda. é uma empresa jornalística que exerce a sua atividade no mercado da comunicação social há quase uma década, proprietária, à data da prática dos factos, de 3 (três) publicações periódicas, entre as quais se inclui a publicação periódica *Time Out Portugal*.

---

<sup>5</sup> In "O movimento da Descriminalização e o ilícito de mera ordenação social", Direito Penal Económico e Europeu, Textos Doutrinários, pág. 29.

<sup>6</sup> Cf. ALBUQUERQUE, Paulo Pinto (2022) *Comentário do Regime Geral das Contraordenações - À luz da Constituição da República, da Convenção Europeia dos Direitos Humanos e da Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia*, Universidade Católica Editora, pág. 88.

79. Por conseguinte, é-lhe exigível não só o conhecimento e o acatamento das regras legais vigentes que regulam a atividade onde se insere, como também a adoção de procedimentos para que essas publicações sejam efetivamente disponibilizadas ao público em geral, em cumprimento dos requisitos previstos na legislação em vigor, mormente o disposto no artigo 28.º, n.º 2 da LI.
80. E não se concebe, tendo em conta a dimensão e atividade exercida pela Arguida, que a mesma não seja coadjuvada por uma assessoria jurídica e por profissionais com conhecimentos especializados que lhe permita atuar em conformidade com a lei.
81. Por conseguinte, da matéria de facto provada e já valorada, decorre que a Arguida não atuou com os necessários deveres de cuidado e diligência na análise dos conteúdos que divulgou, resultando assim num incumprimento das regras que se lhe impunham, o qual poderia ter sido evitado se tivesse atuado com o zelo que lhe era exigível, sendo que poderia e deveria tê-lo feito, por dispor dos meios necessários para o efeito [Cf. **pontos 12 e ponto 15 a ponto 20 da motivação de facto**].
82. A Arguida agiu, pois, com culpa negligente.
83. Encontram-se, assim, integralmente preenchidos os elementos do tipo do ilícito imputado à Arguida.
84. Em suma, e considerando a matéria explanada, conclui-se que a Arguida praticou, a título negligente, 13 (treze) contraordenações previstas e punidas no artigo 35.º, n.º 1, alínea b) e artigo 35.º, n.º 6, da LI, pela violação do disposto no artigo 28.º, n.º 2, do mesmo diploma, uma vez que publicou artigos sem os identificar claramente como conteúdos publicitários, não tendo salvaguardado a inserção da palavra “Publicidade” ou das letras “PUB” em caixa alta, no início do texto, dado que o aspeto gráfico dos conteúdos supra referidos era semelhante aos conteúdos jornalísticos/editoriais presentes nas edições 89, 92 e 101 da publicação periódica *Time Out Portugal*, em concreto os seguintes artigos:

- i. «Time Out e MEO apresentam Uma viagem pelos Sentidos», de página 8 e 9 da edição 89 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 15 a 21 de dezembro de 2021, de fls. 22 (verso) **a fls. 24** dos autos;
- ii. «Time Out e MEO apresentam Cabe tudo no MEO sapatinho» de página 14 e 15 da edição 89 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 15 a 21 de dezembro de 2021, de fls. 25 (verso) **a fls. 26** dos autos;
- iii. «Time Out e MEO apresentam Ao som do Natal», na página 49 da edição 89 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 15 a 21 de dezembro de 2021, **a fls. 43** dos autos;
- iv. «Time Out e MEO apresentam Rabanadas? Nós queremos é pipocas», na página 53 da edição 89 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 15 a 21 de dezembro de 2021, **a fls. 45** dos autos;
- v. «Time Out e MEO apresentam Mais que ver», nas páginas 62 e 63 da edição 89 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 15 a 21 de dezembro de 2021, **de fls. 49 (verso) a fls. 50** dos autos;
- vi. «Time Out e MEO apresentam 5 embaixadores MEO para manter debaixo de olho», nas páginas 8 e 9 da edição 92 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 5 a 11 de janeiro de 2022, **de fls. 64 (verso) a fls. 65** dos autos;
- vii. «Time Out e MEO apresentam Chegaram os saldos», na página 43 da edição 92 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 5 a 11 de janeiro de 2022, a fls. 82 dos autos;
- viii. «Time Out e MEO apresentam Os reis são eles», na página 47 da edição 92 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 5 a 11 de janeiro de 2022, **a fls. 84** dos autos;
- ix. «Time Out e MEO apresentam Mais que ver», nas páginas 56 e 57 da edição 92 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 5 a 11 de janeiro de 2022, **de fls. 88 (verso) a fls. 89** dos autos;

- x. «Time Out e MEO apresentam Moche Estilo para todos», nas páginas 8 e 9 da edição 101 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 9 a 15 de março de 2022, **de fls. 101 (verso) a fls. 102** dos autos;
  - xi. «Time Out e MEO apresentam A agenda não pára», na página 39 da edição 101 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 9 a 15 de março de 2022, **a fls. 117** dos autos;
  - xii. «Time Out e MEO apresentam Uma semana encantada», na página 43 da edição 101 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 9 a 15 de março de 2022, **a fls. 119** dos autos;
  - xiii. «Time Out e MEO apresentam Mais que ver», nas páginas 52 e 53 da edição 101 da publicação periódica *Time Out Portugal*, de 9 a 15 de março de 2022, **de fls. 123 (verso) a fls. 124** dos autos.
- 85.** Por último, importa acrescentar que, da conjugação do disposto no artigo 35.º, n.º 4, da Lei de Imprensa, com o artigo 7.º, n.º 2, do RGCO, pelas contraordenações ora imputadas responde a entidade proprietária da publicação que deu causa às infrações. Assim, responde pelas contraordenações a Arguida **Time Out Portugal, Unipessoal Lda.**, que, à data dos factos, era a proprietária da publicação periódica *Time Out Portugal*.
- 86.** Feito pela forma descrita o enquadramento jurídico da conduta da Arguida, importa agora determinar a medida da sanção a aplicar.

#### **VI. DA ESCOLHA E DA MEDIDA CONCRETA DA SANÇÃO**

- 87.** Nos termos do artigo 18.º do RGCO, a determinação da medida da coima faz-se em função da gravidade da contraordenação, da culpa, da situação económica do agente e do benefício económico que este retirou da prática da contraordenação.
- 88.** Em sede de defesa escrita, veio a Arguida requerer que seja aplicada uma sanção de admoestação por considerar que não previu as consequências da omissão das menções publicitárias, pois sempre considerou, de boa-fé, que o princípio da identificabilidade estaria salvaguardado.

89. Efetivamente dispõe o artigo 51.º, n.º 1, do RGCO, que a entidade competente pode limitar-se a proferir uma admoestação quando a reduzida gravidade da infração e da culpa do agente o justifique.
90. Como assinala Paulo Pinto de Albuquerque, a admoestação é uma sanção alternativa destinada às situações de «pouca relevância do ilícito contraordenacional e da culpa do agente, isto é, para contraordenações leves ou simples», em que «quer a gravidade do ilícito, quer o grau da culpa devem ser reduzidos». Ou, como referem Simas Santos e Lopes de Sousa, também no mesmo sentido, a possibilidade de proferir admoestação encontra-se reservada para as contraordenações em que o grau de ilicitude é reduzido<sup>7</sup>.
91. São, pois, requisitos cumulativos da aplicação da admoestação a reduzida gravidade da contraordenação e a reduzida gravidade da culpa do agente. A gravidade da contraordenação depende, por um lado, do bem jurídico tutelado, do benefício do agente ou do prejuízo causado, mas, por outro lado, depende também, diretamente, da própria lei (na medida em que, por exemplo, a lei qualifique as contraordenações como leves, graves ou muito graves).
92. Ora, no caso vertente dos autos, a Lei de Imprensa não faz uma classificação expressa quanto às contraordenações nela previstas, no sentido de as distinguir como leves, graves ou muito graves. Neste conspecto, não cabe à autoridade administrativa substituir-se ao legislador nem tampouco “presumir” que a contraordenação aqui em crise, atenta a moldura contraordenacional aplicável, seja grave ou muito grave. A gravidade da infração a considerar para efeitos de indagar da possibilidade de aplicar a sanção admonitória deve ser aferida pela conjugação de todas as circunstâncias concretas do comportamento ilícito.

---

<sup>7</sup> Cf. ALBUQUERQUE, Paulo Pinto (2022) *Comentário do Regime Geral das Contraordenações - À luz da Constituição da República, da Convenção Europeia dos Direitos Humanos e da Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia*, Universidade Católica Editora, págs. 271 e ss. e ainda SIMAS SANTOS, Manuel e LOPES DE SOUSA, Jorge, *Contra-Ordenações, Anotações ao Regime Geral* (2011), Áreas Editora, pág. 394.

- 93.** Tem sido este, aliás, o entendimento dos tribunais superiores, conforme Acórdão do Supremo Tribunal Administrativo datado de 10-10-2018, referente ao Processo N.º 0800/14.4BEVIS 0560/18 em que foi relator Francisco Rothes. Em sentido idêntico, *vide* Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa de 23-01-2019, proferido no âmbito do Processo N.º 1588/18.5T9FNC.L1-3 e cujo relator foi Vasco Freitas, ambos disponíveis para consulta em [www.dgsi.pt](http://www.dgsi.pt).
- 94.** Desta feita, à luz das considerações aduzidas *supra*, vista a matéria de facto dada como provada e atento o preenchimento dos pressupostos que condicionam a aplicação da sanção de admoestação, entendemos que, ressalvado melhor juízo, (i) a infração é de reduzida gravidade, considerando que o legislador não a enquadrou como infração grave ou muito grave (ii) a culpa encontra-se sensivelmente diminuída, na medida em que a Arguida atuou de forma negligente (negligência inconsciente), (iii) a ilicitude é manifestamente diminuta, porquanto resultou provado que a Arguida agiu no pressuposto que o princípio da identificabilidade estaria salvaguardado; (iv) e por último, há que considerar também a conduta anterior da Arguida, não havendo registo da prática de qualquer infração.
- 95.** Pelo exposto, não se colocando em crise que a conduta da Arguida mereça censura contraordenacional, afigura-se que a mesma é adequada e proporcionalmente sancionada com a sanção de admoestação, prevista no artigo 51.º do RGCO por se concluir que, no caso concreto dos autos, a eficácia de uma mera repreensão mostra-se merecedora de confiança, representa uma censura suficiente dos factos e, simultaneamente, uma garantia para a comunidade da validade e vigência da norma violada, mostrando-se suficiente para que a Arguida não volte a violar disposições legais nesta matéria.
- 96.** No processo de contraordenação, a admoestação é proferida por escrito, não podendo os mesmos factos voltarem a ser apreciados como contraordenação (Cf. artigo 51.º, n.º 2, do RGCO)

V. **DELIBERAÇÃO**

97. Assim, e considerando os fundamentos expostos, é **Admoestada** a Arguida, nos termos do n.º 2, do artigo 51.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, sendo formalmente advertida da obrigação de cumprimento escrupuloso de todas as obrigações constantes da Lei de Imprensa, na qual se insere a publicidade.
98. Mais se adverte a Arguida, nos termos do artigo 58.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, de que:
- i) A presente condenação torna-se definitiva e exequível se não for judicialmente impugnada nos termos do artigo 59.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro.
  - 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.

Notifique-se, nos termos dos artigos 46.º e 47.º do decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro.

Lisboa, 25 de setembro de 2024

O Conselho Regulador,

Helena Sousa

Pedro Correia Gonçalves

Telmo Gonçalves

Carla Martins

Rita Rola