



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Deliberação

ERC/2019/51 (PUB-I)

**Exposição apresentada pelo Diretor do jornal Notícias de Barroso
contra o município de Montalegre, relativa à distribuição de
publicidade em órgãos de comunicação social**

**Lisboa
13 de fevereiro de 2019**

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação ERC/2019/51 (PUB-I)

Assunto: Exposição apresentada pelo Diretor do jornal *Notícias de Barroso* contra o município de Montalegre, relativa à distribuição de publicidade em órgãos de comunicação social

I. Participação

1. Deu entrada na ERC uma exposição apresentada pelo Diretor do jornal *Notícias de Barroso*¹, alegando que o município de Montalegre tem discriminado o referido jornal, relativamente a outras publicações, no que respeita à distribuição de publicidade.
2. De acordo com a referida exposição «[...] Desde há anos a esta parte que a Câmara Municipal na distribuição que faz da publicidade do município discrimina ostensivamente o JORNAL NOTÍCIAS DE BARROSO, por sinal o jornal mais antigo e de publicação mais regular e ainda por cima o jornal mais independente entre os três referidos [...]».
3. Em suma, o diretor do referido jornal argumenta que a Câmara Municipal de Montalegre tem discriminado o referido órgão de comunicação social, afirmando que desde 2015 que o mesmo não é destinatário de quaisquer verbas a esse título.

II. Enquadramento e normas aplicáveis

4. A ERC é competente para «fiscalizar a conformidade das campanhas de publicidade do Estado, das Regiões Autónomas e das autarquias locais com os princípios constitucionais da imparcialidade e isenção da Administração Pública», nos termos do disposto no artigo 8.º, alínea i), dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro (doravante, Estatutos da ERC), pelo que foi determinada a abertura de procedimento oficioso por despacho do Vice-Presidente do Conselho Regulador da ERC, de 22 de novembro de 2017.
5. Assim, é relevante o disposto no artigo 266.º da C.R.P, bem como o disposto no Código de Procedimento Administrativo - CPA² sobre os princípios da atividade administrativa, cabendo à ERC verificar o cumprimento dos referidos princípios nos termos referidos. O artigo 9.º do CPA dispõe que

¹ Propriedade de José António Carvalho de Moura.

² Código de Procedimento Administrativo, aprovado pela Lei n.º 4/2015, de 7 de janeiro.

«A Administração Pública deve tratar de forma imparcial todos aqueles que com eles entrem em relação [...]».

6. Deve ainda ter-se em conta o disposto no Regime Jurídico das Autarquias Locais³, que estabelece critérios para a seleção dos jornais que procedam à publicação de atos das autarquias locais, destinados a ter eficácia externa.

III. Notificação e resposta do Denunciado

7. Considerando os factos relatados na participação em referência, bem como as competências da ERC supra enunciadas, o município de Montalegre foi notificado para se pronunciar sobre a distribuição de publicidade pelos diferentes órgãos de comunicação social, tendo a ERC solicitado a apresentação de elementos referentes aos anos de 2015 e 2016.

IV. Resposta do município de Montalegre

8. Em resposta, o município de Montalegre apresentou vários esclarecimentos, remetendo elementos referentes às despesas efetuadas nesse âmbito (documentação em anexo).

9. Na sua resposta, começa por negar a existência de discriminação relativamente ao referido órgão de comunicação social (*Notícias de Barroso*).

10. Para sustentar o seu entendimento, afirma que até ao ano de 2015 o jornal *Notícias de Barroso* foi o órgão de comunicação social que recebeu mais publicidade do município, razão pela qual delineou «uma estratégia de comunicação que, entre outros critérios visasse equilibrar a contratação de distribuição de publicidade por vários órgãos de comunicação social de matriz local e regional [...]»; «o município adoptou critérios em que não hajam órgãos de comunicação social privilegiados em detrimento de outros» [...].

11. Indica ainda que o município obedece a uma estratégia de comunicação «cujos critérios têm, também, a ver com o público-alvo que se visa alcançar».

12. Acrescenta que o município tem vindo a contratar vários órgãos de comunicação social para esse efeito (de âmbito local, regional e nacional), mas que os eventos não podem ser publicitados em todos (havendo sempre alguns que não são contemplados), apresentando elementos referentes à realização de dois eventos, no ano de 2017, com vista a justificar a contratação de diversos órgãos de comunicação social:

³ Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro, com as alterações e retificações que resultam da Retificação n.º 46-C/2013, de 01/11, Retificação n.º 50-A/2013, de 11/11, Lei n.º 25/2015, de 30/03, Lei n.º 69/2015, de 16/07 e Lei n.º 42/2016, de 28/12.

- “Feira do Fumeiro de Montalegre”, indicando que foram contratados 15 órgãos de comunicação social para a sua divulgação (8 jornais e 7 estações de rádio), remetendo para documento que junta como n.º 1; e,

- “Campeonato do Mundo de RallyCross”, que por sua vez foi divulgado em 9 órgãos de comunicação social, alguns deles estrangeiros, remetendo para o documento que junta como n.º 2;

13. Refere ainda que, entre 2008 e 2015, o município contratou com o jornal *Notícias de Barroso* serviços de publicidade no valor total de 9506,38 euros (anexando o documento n.º 3 - “Lista de ordens de pagamentos” - para comprovar tais pagamentos, no qual se identifica Maria de Lurdes Afonso Fernandes Moura como destinatária dos mesmos). Segundo o mesmo, a esse valor acresceram os pagamentos referentes ao ano de 2013 que, segundo o mesmo, por constrangimento informático, não foi possível quantificar.

14. Em 5 de julho do de 2018, o município remeteu à ERC elementos complementares (a pedido desta entidade reguladora) – tendo remetido um documento intitulado “mapa de pagamentos de serviços de publicidade na imprensa escrita de cariz local, regional, nacional e internacional”, referente aos anos de 2015 e 2016, documento para o qual também se remete.

15. Em conclusão, o município refere que enquanto não se alcançar uma igualdade entre os diversos jornais locais (no que à contratação da publicidade diz respeito) «então o jornal *Notícias de Barroso* não tem qualquer razão na exposição dirigida a V.Exas».

IV. Distribuição de publicidade pelo município de Montalegre (nos anos de 2015 e 2016)

16. Face aos elementos disponibilizados pelo município (anexos), referentes a serviços de publicidade contratados nos anos de 2015 e 2016, apresentam-se os seguintes dados⁴:

⁴ Inclui todas as publicações referenciadas na documentação enviada, incluindo a publicação de editais, avisos e publicação de escrituras, com exceção dos cabimentos que transitaram de anos anteriores

Figura n.º 1 – Entidades contratadas pelo município de Montalegre nos anos de 2015 e 2016 para divulgação de publicidade

ENTIDADES CONTRATADAS PELO MUNICÍPIO DE MONTALEGRE	2015(€)	Órgãos de comunicação social⁵	2016(€)	Órgãos de comunicação social⁶
A Bola Sociedade Vicra Desportiva	1845	Jornal a Bola]	0	
A Voz de Chaves – Edições Alto Tâmega, Lda.)	430,5	A Voz de Chaves	1125,45	A Voz de Chaves
Anabela Alves Lopes Dias	922,5	Revista Turiportugal	0	
Associação Cultural de Barroso	43,05	0 Povo de Barroso	1230	0 Povo de Barroso
(Herdeiros de) Bento Gonçalves Cruz	1535,75	Correio do Planalto	0	
Cofina Media, S.A.	504,3	Jornal Record Jornal Correio da Manhã	73,8	Jornal de Negócios
Correio do Minho-Arcada Nova-Comunicação Marketing e Publicidade, S.A.	3075	Correio do Minho	615	Correio do Minho
Ferreira Leite e Comunicação, LDA.	1906,5	Jornal Audiência	0	
Followmedia-Comunicação,Unipe	2214	Revista Autosport	0	
Global Noticias Publicações, S.A/	8733	Jornal de	4730,33	Jornal de

⁵ Órgãos de comunicação detidos pela entidade contratada e identificados como destinatários de verbas (algumas das verbas pagas não se encontram associadas a nenhum órgão de comunicação social, indicando-se apenas o nome da entidade proprietária).

⁶ Órgãos de comunicação detidos pela entidade contratada e identificados como destinatários de verbas (algumas das verbas pagas não se encontram associadas a nenhum órgão de comunicação social, indicando-se apenas o nome da entidade proprietária).

		Notícias		Noticias
Global Noticias Media Group	0	-	123	
Idêntico Destaque – Comunicação, Lda.	2269,35	Revista Raízes	750,3	Revista Raízes
<u>Julio Bouzo Couceiro Telemino, S.A. [</u>	600	Não identifica órgão de comunicação social	0	
<u>La Region[2]</u>	318,75	Não identifica órgão de comunicação social	1500	Não identifica órgão de comunicação social
Maria Lurdes Afonso Fernandes Moura	369	Não identifica órgão de comunicação social	0	
PáginaAutêntica, Publicações Lda.	1537,5	Não identifica órgão de comunicação social	0	
Público	121,77	Público	0	
TAMEGAPRESS-COMUNICAÇÃO E MULTIMEDIA	184,5	Portal Mais Norte.PT	0	
WEBTIME COMUNICAÇÃO MULTIMEDIA	1211,55	Não identifica órgão de comunicação social	0	
Associação Editorial das Terras	0	-	615	Jornal Planalto

				Barrosão
<u>Diário de Leon, S.A</u>	0	-	498	Não identifica órgão de comunicação social
<u>EDIGRUP PRODUCCIONES TV SA</u>	0	-	500	Não identifica órgão de comunicação social
<u>FARO VIGO[5]</u>	0	-	369	Não identifica órgão de comunicação social
Global Noticias – Media Group S.A	0	-	123	Não identifica órgão de comunicação social
GRAF ADVENTURE SERIES	0	-	6088,5	Não identifica órgão de comunicação social
Letras Dinâmicas , Lda.	0	-	1537,5	A Voz de Tras- os-Montes

17. Assim, verifica-se que, entre os anos de 2015 e 2016, o município de Montalegre divulgou os seus eventos e iniciativas em vários órgãos de comunicação social, tendo optado pela divulgação na imprensa de âmbito nacional (*Revista Autosport, Jornal Record, Jornal Público, Jornal Correio da Manhã, Jornal A Bola, Jornal de Noticias e Jornal de Negócios*) e de âmbito regional (*A Voz de Chaves, Raízes, Trás-os-Montes e Alto Douro em Revista, O Povo de Barroso, Correio do Planalto,*

Jornal Audiência, Planalto Barrosão, Correio do Minho, A Voz de Trás-os-Montes e Portal de Noticias “MAIS NORTE” (online), bem como em outros órgãos de comunicação social estrangeiros.

18. Por sua vez, no ano de 2017, foram destinatários de publicidade os seguintes órgãos de comunicação social (para divulgação de dois eventos específicos):

Figura n.º 2 – Eventos divulgados no ano de 2017- órgãos de comunicação social selecionados

FEIRA DO FUMEIRO	MUNDIAL RALLYCROSS NO ANO DE 2017
Rádio Montalegre	TELEVISION CASTILHA E LEON
RR Braga	RADIO MONTALEGRE
Rádio Universidade Vila Real	RADIO CASTILHA E LEON
Rádio Voz do Neiva	TURIVIAJAR
Rádio Festival	RADIO UNIVERSIDADE VILA REAL
Chaves FM	Planalto Barrosão
Antena Minho (Braga)	La Region
Correio do Minho	Faro de VIGO
Expresso de Fafe	
Diário do Minho	
Jornal Valongo	
Gazeta Rural	
A Voz de Chaves	
Correio da Manhã	
JN	

19. O investimento publicitário⁷ em publicações periódicas de âmbito regional (registadas na ERC), nos anos de 2015 e 2016, por parte deste município, encontra-se representado na figura e gráfico que se apresentam.

⁷ Inclui todas as publicações referenciadas na documentação enviada, incluindo a publicação de editais, avisos e publicação de escrituras, com exceção dos cabimentos que transitaram de anos anteriores.

Figura n.º 3 – Investimento em espaço publicitário nos anos de 2015 e 2016

IMPrensa REGIONAL	2015 (€)	2016 (€)
A Voz de Chaves	430,5	1125,45
O Povo de Barroso	43,05	1230
Correio do Planalto	1535,75	0
Jornal Audiência	1906,5	0
Raízes	2269,35	750,3
Portal Mais Norte	184,5	0
Planalto Barrosão	0	615
Correio do Minho	3075	615
A Voz de Trás-os- Montes	0	1537,5

Gráfico n.º 1- Representação gráfica do Investimento em espaço publicitário nos anos de 2015 e 2016 (valores em euros)

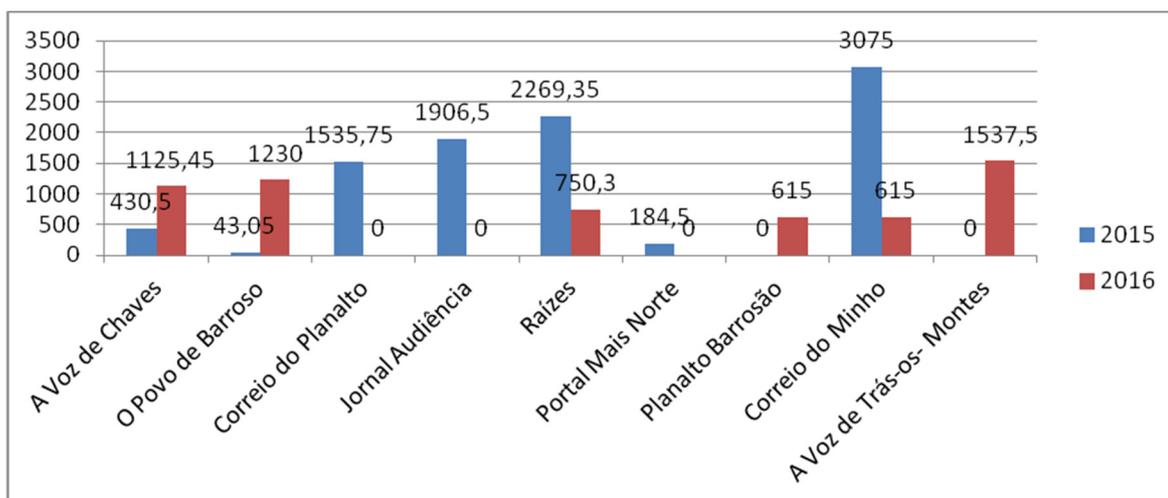


Figura n.º 4 – Publicitação de editais/avisos/escrituras na imprensa regional

ÓRGÃO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	2015 (€)	2016 (€)
O Povo de Barroso	43,05	1230
Correio do Planalto	340	0
Planalto Barrosão	0	615
Voz de Chaves	0	233,70

Figura n.º 5- características da imprensa regional identificada na região:

ORGAO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	TIRAGEM	PERIODICIDADE	ÂMBITO
A Voz de Chaves	5000	Semanal	Regional/Informação geral
TuriPortugal	Sem informação	Sem informação	Sem informação
Raízes – Trás-os-Montes e Alto Douro em Revista	5000	Mensal	Regional /Informação geral
O Povo de Barroso	1000	Mensal	Regional /Informação geral
Correio do Planalto	1000	quinzenal	Regional /Informação geral
Jornal Audiência	30.000	Semanal	Regional /Informação geral
Planalto Barrosão	500	Quinzenal	Regional/ Informação geral
Correio do Minho-	8000	Diária	Regional/ Informação geral
A Voz de Trás-os-Montes	5000 (tiragem	Semanal	Regional/ Informação geral

⁸ Elementos obtidos através de consulta das publicações depositadas na ERC e edições digitais das referidas publicações.

	média em jan.2015]		
Portal de Notícias “MAIS NORTE”(online)	-	Trimestral	

V. Análise e fundamentação

20. A presente análise tem em vista verificar - na sequência de uma exposição rececionada na ERC que deu origem à abertura de um procedimento oficioso, atentas as competências da ERC acima descritas - em que medida a publicidade que o município de Montalegre tem vindo a veicular⁹ nos diferentes órgãos de comunicação social, tem implicado, um tratamento discriminatório da publicação periódica *Notícias de Barroso* (publicação de âmbito regional registada na ERC), desde o ano de 2015.

21. Foram solicitados elementos sobre as verbas despendidas pelo município a esse título, tendo sido obtida documentação referente aos anos de 2015, 2016 e 2017.

22. Assim, realça-se, uma vez mais, que o investimento publicitário das autarquias locais está subordinado aos “princípios da igualdade, da proporcionalidade, da justiça, da imparcialidade e da boa-fé”, em obediência ao disposto no artigo 266º, n.º 2, da C.R.P., princípios que se encontram ainda refletidos no CPA.

23. Por sua vez, o já referido artigo 9.º do CPA concretiza o referido preceito constitucional (artigo 266.º n.º 2 da CRP), impondo uma atuação da administração isenta, neutra e independente, afastando da tomada de decisões quaisquer interesses de natureza pessoal que possam colidir com a prossecução do interesse público. Em anotação ao *Novo Código do Procedimento Administrativo*¹⁰, remete-se para um acórdão do STA (de 22 de abril de 2009), do qual resulta que a violação deste e outros princípios constitucionais «não está dependente da prova de concretas atuações parciais, bastando que haja o perigo de que tal possa acontecer, independentemente de se ter produzido, em concreto essa atuação. É esse perigo que se pretende evitar, por poder levantar suspeita sobre a isenção e a imparcialidade [...]».

24. Cabe ainda referir a deliberação da ERC da qual resulta que «é necessário lembrar que as Autarquias não estão obrigadas a quotas de distribuição de publicidade pelos órgãos locais e regionais. Portanto, as opções de publicação da Autarquia apenas se tornariam problemáticas se

⁹ Incluindo-se aqui conforme já referenciado, os atos de publicação obrigatória na imprensa regional, nos termos do artigo 56.º do Regime Jurídico das Autarquias Locais.

¹⁰ Carlos José Batalhão, *Novo Código do Procedimento Administrativo, Notas pratica e Jurisprudência*, da Porto Editora, pag.60.

fossem ilegítimos os critérios norteadores da política de gastos com esta rubrica, por exemplo, a linha editorial ou a propriedade dos títulos[...]. Importa ainda sublinhar, neste ponto, que a comunicação social local e regional está inserida num mercado concorrencial e, por essa mesma razão, deve ser competitiva e capaz de exercer atractividade na captação de investimento¹¹. Aliás, os órgãos de comunicação social deverão encontrar formas de financiamento que lhes permitam prosseguir a sua actividade, evitando estar dependentes das receitas publicitárias das Autarquias [...]]» (Deliberação 27/CONT-I/2011, de 25 de outubro de 2011).

25. Sem prejuízo do exposto, é ainda de referir que a lei define um conjunto de critérios para a seleção de jornais (de âmbito regional) com vista à publicitação de alguns atos das autarquias locais, destinados a ter eficácia externa (artigo 56.º do Regime Jurídico das Autarquias Locais)¹²:

«Artigo 56.º

Publicidade das deliberações

1 - Para além da publicação em Diário da República quando a lei expressamente o determine, as deliberações dos órgãos das autarquias locais, bem como as decisões dos respetivos titulares destinadas a ter eficácia externa, devem ser publicadas em edital afixado nos lugares de estilo durante cinco dos 10 dias subsequentes à tomada da deliberação ou decisão, sem prejuízo do disposto em legislação especial.

2 - Os atos referidos no número anterior são ainda publicados no sítio da Internet, no boletim da autarquia local e nos jornais regionais editados ou distribuídos na área da respetiva autarquia, nos 30 dias subsequentes à sua prática, que reúnam cumulativamente as seguintes condições:

- a) Sejam portuguesas, nos termos da lei;
- b) Sejam de informação geral;
- c) Tenham uma periodicidade não superior à quinzenal;
- d) Contem com uma tiragem média mínima por edição de 1500 exemplares nos últimos seis meses;
- e) Não sejam distribuídas a título gratuito.»

26. Note-se que, pese embora a divulgação destes atos não se enquadre no conceito de «publicidade comercial», nos termos do disposto no artigo 3.º do Código da Publicidade¹³, sendo

¹¹ Cfr. ERC (2010) *A imprensa Local e Regional em Portugal*, Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social, p. 142.

¹² Nos termos do artigo 14.º da Lei de Imprensa, são «publicações de âmbito regional as que, pelo seu conteúdo e distribuição, se destinem predominantemente às comunidades regionais e locais».

habitualmente feita mediante pagamento integra-se ainda no âmbito do artigo 28.º da Lei de Imprensa¹⁴ {«3- Considera-se publicidade redigida e publicidade gráfica todo o texto ou imagem cuja inserção tenha sido paga (...)}», pelo que também deve ser considerada para a análise em curso.

27. Assim, os atos com essa natureza devem ainda ser publicados nos jornais regionais editados na área do respetivo município, que tenham uma periodicidade não superior à quinzenal e cuja tiragem média mínima seja de 1500 exemplares nos últimos seis meses (e não sejam distribuídas gratuitamente). Deste modo, a seleção dos órgãos de comunicação social, para o referido efeito, deve ter em conta a periodicidade, a área de edição, a tiragem e o preço das publicações periódicas existentes em determinada região/localidade.

28. Face aos elementos disponibilizados, verifica-se que nos anos de 2015 e 2016, o município de Montalegre promoveu e divulgou vários eventos e iniciativas, em diferentes órgãos de comunicação social (encontrando-se identificadas as entidades proprietárias dos mesmos na Figura n.º 1 deste documento).

29. Para esse efeito, selecionou diferentes publicações periódicas, quer de âmbito nacional quer regional, bem como órgãos de comunicação social estrangeiros; tendo optado, para além da imprensa, pela contratação de serviços de programas radiofónicos.

30. No ano de 2017, por sua vez, foram contratados 15 e 9 órgãos de comunicação social, respetivamente, para a divulgação dos dois eventos acima identificados (Figuras n.º 2, 3 e 4).

31. Verifica-se, desse modo, que o município contratou, de facto, vários órgãos de comunicação social para veicular a sua publicidade, sendo atendível o argumento apresentado pelo mesmo, referente à impossibilidade contratar todos os órgãos de comunicação social existentes, para esse efeito.

32. No entanto, ainda assim é necessário compreender os critérios subjacentes às escolhas efetuadas pelo município, nesse período de tempo.

33. Assim, no que respeita a esta distribuição pelas diferentes publicações de âmbito regional/local destacam-se algumas das publicações acima identificadas: no ano de 2015 evidenciam-se as publicações periódicas *Correio do Minho*, *Revista Raízes*, *Jornal Audiência e Correio do Planalto*; e, por sua vez, no ano de 2016, as publicações *A voz de Trás-os-Montes*, *o Povo Barrosão* e *a Voz de*

¹³ O Código da Publicidade, aprovado pelo D.L. n.º 330/90, de 23 de Outubro, Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, com as alterações que lhe foram introduzidas pelos Decretos-Leis n.ºs 74/93, de 10 de março, 6/95, de 17 de janeiro, 61/97, de 25 de março, 275/98, de 9 de setembro, 51/2001, de 15 de fevereiro, 332/2001, de 24 de dezembro, 81/2002, de 4 de Abril, e 224/2004, de 4 de dezembro, pelas Leis n.º s 31-A/98, de 14 de julho, 32/2003, de 22 de agosto, e 37/2007, de 14 de agosto, pelo Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março, pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, e pelo Decreto-Lei n.º 66/2015, de 29 de abril.

¹⁴ Aprovada pela Lei 2/99, de 13 de janeiro e alterada pela Lei n.º 18/2003, de 11 de junho.

Chaves (conforme resulta da Figura n.º 3 e Gráficos n.º 1). Note-se contudo, que a publicação periódica *Notícias de Barroso* não foi efetivamente destinatária de quaisquer verbas para esse efeito, nesses anos.

34. Ora, conforme já referido, o município de Montalegre, em resposta à ERC, veio afirmar que a seleção feita neste domínio resultava de uma estratégia de comunicação, afirmando, ainda, de modo expresso, a opção por não divulgar publicidade no jornal *Notícias de Barroso*, por forma a equilibrar a contratação de distribuição de publicidade por vários órgãos de comunicação social de matriz local e regional. Ou seja, em razão de em anos anteriores este jornal ter sido destinatário de grande parte da publicidade do município, pretende-se agora proceder a essa distribuição por outros órgãos de comunicação social: «Nessa perspectiva e enquanto não se alcançar uma igualdade entre os diversos jornais locais (no que à contratação da publicidade diz respeito), então o jornal *Notícias de Barroso* não tem qualquer razão na exposição dirigida a V.Exas».

35. No entanto, tal critério, por si só, não parece legitimar a seleção acima descrita e que o município de Montalegre tem vindo a adotar nos últimos anos, excluindo, de forma decisiva, o jornal *Notícias de Barroso* de qualquer investimento desta natureza. Pelo que tal critério não se afigura adequado, face aos princípios que devem nortear a atividade administrativa, em concreto, o já referido princípio da imparcialidade.

36. Por outro lado, os restantes critérios enunciados pelo município, na sua resposta, apenas foram referenciados de forma genérica, não sendo perceptível em que medida as publicações periódicas acima identificadas (e selecionadas pelo município) dão cumprimento às necessidades do “público-alvo” ou se diferenciam das restantes publicações; e, em particular, face ao jornal *Notícias de Barroso*.

37. Da leitura dos esclarecimentos que foram remetidos à ERC parece resultar que esta seleção não tem tido sempre em conta, por exemplo, as características dos jornais existentes, mas antes o facto de um deles ter sido destinatário, no passado, de grande parte da publicidade divulgada pelo município - prática a que o município quer agora terminar.

38. A opção realizada no passado, por aquele município, na distribuição de publicidade, independentemente da sua adequação, não deve impedir a procura e implementação de soluções que tenham em consideração a existência de vários órgãos da imprensa regional, dando cumprimento aos princípios enumerados e que regem toda a atuação administrativa, não podendo deixar de se ter em conta, por exemplo, nessa avaliação, as características de cada uma das publicações existentes nessa mesma região.

39. Por outro lado, na medida em que algumas das publicações do município se enquadrem no âmbito dos atos que carecem de eficácia externa, e desse modo tenham que ser publicados em órgãos de comunicação social de âmbito regional, ao abrigo do referido artigo 56.º do Regime Jurídico das Autarquias Locais, devem ainda ser considerados os critérios definidos para a seleção dos jornais para esse efeito.

40. Na presente situação verifica-se que apenas foram selecionadas as publicações periódicas *O Povo de Barroso* (2015 e 2016), *o Correio do Planalto* (2015), *o Planalto Barrosão* (2016) e *a Voz de Chaves* (2016) para a publicação de editais, avisos e escrituras, desconhecendo-se a existência de quaisquer outras publicações que caibam no âmbito da referida disposição legal.

41. Em conclusão, pese embora o município, no período de tempo analisado, tenha contratado vários órgãos de comunicação social para veicular a sua publicidade, é de notar que o jornal *Notícias de Barroso* (regional) tem vindo, efetivamente, a ser excluído deste âmbito, desde o ano de 2015.

42. Posto isto, não se afigura que os critérios apresentados pelo município como orientadores da seleção que tem vindo a ser feita, no que respeita à distribuição de publicidade na imprensa local/regional, deem cumprimento integral ao referido princípio da imparcialidade, atendendo a que, a já identificada publicação periódica, *Notícias de Barroso*, tem sido sistematicamente excluída do leque de publicações selecionadas pelo município de Montalegre, para divulgação de publicidade, desde o ano de 2015.

VI. Deliberação

Tendo sido iniciado um procedimento de natureza oficiosa na ERC, na sequência de uma exposição apresentada pelo Diretor do jornal *Notícias de Barroso* contra o município de Montalegre, na qual se alega a existência de uma conduta discriminatória por parte do referido município na distribuição de publicidade pela imprensa regional, o Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, no exercício das atribuições e competências, ao abrigo do artigo 8.º, alínea i), dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, delibera:

1. Que apesar de a distribuição de “publicidade” das autarquias locais pela imprensa regional não se encontrar sujeita a quotas, a mesma deve dar cumprimento aos princípios que regem toda a atividade administrativa, entre os quais o princípio da imparcialidade, que implica a isenção da administração nas decisões a tomar e nas relações que estabelece com os particulares;
2. Que os critérios identificados pelo município de Montalegre para a distribuição de publicidade nos anos de 2015 a 2017, pelos diferentes órgãos de comunicação social, na imprensa regional, não parecem refletir, na íntegra, a aplicação do princípio da imparcialidade, na medida em que o município de Montalegre tem vindo a excluir, de forma decisiva, o jornal *Notícias de*

Barroso de qualquer investimento desta natureza, em razão de opções realizadas em exercícios anteriores.

3. Pelo que, apesar de terem sido contratados vários órgãos de comunicação social para veicular a publicidade do município, existem indícios de que o município de Montalegre não está a proceder a uma distribuição equitativa da publicidade na imprensa regional, face ao princípio da imparcialidade pelo qual se deve reger a atividade administrativa.
4. Nessa medida, alerta-se o município de Montalegre para a necessidade de assegurar o cumprimento de tais princípios.

Lisboa, 13 de fevereiro de 2019

O Conselho Regulador,

Sebastião Póvoas

Francisco Azevedo e Silva

Fátima Resende

João Pedro Figueiredo