

## Quadro Comparativo

### Publicidade Comercial

<p style="text-align: center;"><a href="#"><u>LEPR</u></a> DL n.º 319-A/76, de 03.05</p>	<p style="text-align: center;"><a href="#"><u>LEAR</u></a> Lei n.º 14/79, de 16.05</p>	<p style="text-align: center;"><a href="#"><u>LEPE</u></a> Lei n.º 14/89, de 29.04</p>	<p style="text-align: center;"><a href="#"><u>LEOAL</u></a> LO n.º 1/2001, de 14.08</p>
<p style="text-align: center;"><b>Artigo 63º</b> <b>Publicidade comercial</b></p> <p>A partir da publicação do decreto que marque a data da eleição é proibida a propaganda política feita direta ou indiretamente através dos meios de publicidade comercial.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Artigo 72º</b> <b>Publicidade comercial</b></p> <p>A partir da publicação do decreto que marque a data das eleições é proibida a propaganda política feita direta ou indiretamente através dos meios de publicidade comercial.</p>		<p style="text-align: center;"><b>Artigo 46º</b> <b>Publicidade comercial</b></p> <p>1 — A partir da publicação do decreto que marque a data da eleição é proibida a propaganda política feita direta ou indiretamente através dos meios de publicidade comercial.</p> <p>2 — São permitidos os anúncios publicitários, como tal identificados, em publicações periódicas, desde que não ultrapassem um quarto de página e se limitem a utilizar a denominação, símbolo e sigla do partido, coligação ou grupo de cidadãos e as informações referentes à realização anunciada.</p>

<p><b><u>LEALRAA</u></b> DL n.º 267/80, de 08.08</p>	<p><b><u>LEALRAM</u></b> LO n.º1/2006, de 13.02</p>
<p><b>Artigo 73º<sup>1</sup></b> <b>Publicidade comercial</b></p> <p>A partir da publicação do decreto que marque a data das eleições é proibida a propaganda política feita, direta ou indiretamente, através dos meios de publicidade comercial.</p>	<p><b>Artigo 76.º</b> <b>Publicidade comercial</b></p> <p>A partir da publicação do decreto que marque a data de eleição é proibida a propaganda política feita, direta ou indiretamente, através dos meios de publicidade comercial.</p>

Informações complementares:

1. A versão consagrada na LEOAL, nomeadamente o nº 2, vem transpor, com uma redação atualista, o disposto no artigo 10º do Decreto-Lei nº 85-D/75, de 26 de fevereiro.
2. Face à realidade dos dias de hoje, nomeadamente, a nível tecnológico, esta disposição fica muito aquém, permitindo um vazio que reverte sempre para as candidaturas mais fortes. Nesse sentido, quer o PS, através do Projeto de Lei nº 507/XII, quer o PSD e CDS-PP, através do Projeto 530/XII, vêm, na medida do possível, colmatar tal vazio. [O PJI nº 507/XII](#) propõe um aditamento ao artigo 10º do DL nº 85-D/75, nos seguintes termos: (n.º2) *“Depois da marcação do ato eleitoral continua a ser assegurada a plena liberdade de utilização das redes sociais e demais meios de expressão através da Internet, sendo a aquisição de anúncios nesses meios de comunicação e participação pública admissível em termos homólogos aos previstos no número anterior, com as devidas adaptações”*.

---

<sup>1</sup> Renumerado pela Lei Orgânica nº 2/2000, de 14 de julho (originário artigo 72º).

[O P JL nº 530/XII](#), em disposição própria sobre Anúncios Publicitários (nº 2 do artigo 6º) reitera a redação proposta pelo PS, com ligeiríssima alteração.

3. Solicitada a emitir parecer sobre a matéria, a Comissão Nacional de Eleições, entidade que tem a seu cargo dirimir as queixas e as situações irregulares suscitadas pela aplicação do artigo ora em apreço, chama a atenção do seguinte:  
(...) A aplicação da exceção prevista para a imprensa é admitida pela CNE em estações de radiodifusão de âmbito local. Nesses casos a CNE admite a possibilidade de difusão de anúncios com teor idêntico ao previsto para a imprensa, tendo limitado a sua transmissão a um spot diário com a duração máxima de 15 segundos. (...) Recentemente, a CNE fez estender este seu entendimento às redes sociais e a outras formas publicitárias que o mundo da Internet vai criando. Nestes casos tem entendido que este tipo de situações devem ser objeto de análise caso a caso.
4. Mais refere a CNE que, para não defraudar o objetivo do legislador ao fixar a proibição em realizar propaganda através dos meios de publicidade comercial, será adequado neste domínio a imposição de algum tipo de limite, seja através do número de anúncios permitidos, seja de um valor máximo pecuniário a afetar a este tipo de serviços de publicidade, valor viável a todas as candidaturas.
5. Por último, a CNE refere no mencionado [parecer](#) que tratando-se o presente preceito de publicidade comercial (aliás, este órgão há muito que propõe uma epígrafe mais adequada “Propaganda através de meios de publicidade comercial”) não alcança o significado da 1ª parte do nº 2 que aparece em ambos os P JL , não só por nada acrescentar ao regime legal vigente, como a sua inclusão ser suscetível de causar dificuldades de interpretação, visto nunca ter sido posto em causa a liberdade de utilização das redes sociais e de expressão através da Internet.
6. Tendo em atenção a multiplicidade de meios de publicidade existentes no domínio da Internet e o potencial número de vezes e formas de disponibilização, parece apropriada uma formulação como a proposta nos P JL acerca da comunicação à Entidade das Contas (já obrigatória nos termos do artigo 16º da LO nº 2/2005, de 10 de janeiro) e à CNE sobre os serviços de publicidade comercial que as candidaturas pretendem utilizar.
7. Acaso sejam acolhidas algumas das atualizações acima sugeridas, haverá sempre que plasmar as alterações no campo do ilícito eleitoral.

8. Uma outra situação com que as candidaturas, a seu desfavor, são confrontadas diz respeito à publicidade institucional, com exceção natural do Esclarecimento Cívico a cargo da CNE. Nesse sentido, parece de introduzir um preceito ou aditar um nº à publicidade sobre tal realidade.