



# FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS EM PORTUGAL

*LÚCIO REINER*  
Consultor Legislativo da Área XIX  
Ciência Política, Sociologia Política  
História, Relações Internacionais

SETEMBRO/2001

NOTA TÉCNICA

© 2001 Câmara dos Deputados.

Todos os direitos reservados. Este trabalho poderá ser reproduzido ou transmitido na íntegra, desde que citados o(s) autor(es) e a Consultoria Legislativa da Câmara dos Deputados. São vedadas a venda, a reprodução parcial e a tradução, sem autorização prévia por escrito da Câmara dos Deputados.



**Câmara dos Deputados  
Praça dos 3 Poderes  
Consultoria Legislativa  
Anexo III - Térreo  
Brasília - DF**

A presente nota técnica descreve as modalidades de financiamento das campanhas eleitorais na República portuguesa. Para melhor entendimento, dividimos a nota técnica em financiamento direto e indireto de campanhas eleitorais, acrescentando informação sobre os limites de gastos.

## **1. FINANCIAMENTO INDIRETO**

---

O capítulo II da Lei 14/79 determina as modalidades da propaganda eleitoral. O artigo 62º estipula o direito de antena para os partidos políticos e as coligações. A emissora estatal Rádio Televisão Portuguesa S.A (RTP) e as emissoras privadas são obrigadas a ceder quinze minutos diários aos partidos ou coligações de Segunda-feira a Sexta-feira entre as 19 e as 22 horas. Aos sábados e domingos, trinta minutos diários entre as 19 e as 22 horas.

A RTP coloca à disposição dos partidos e coligações sessenta minutos diários em todas as suas emissoras de rádio, sendo vinte minutos entre as 7 e as 12 horas, vinte minutos entre as 12 e as 19 horas e vinte minutos entre as 19 e as 24 horas.

As emissoras privadas de rádio de âmbito nacional cedem sessenta minutos diários, dos quais vinte minutos entre as 7 e as 12 horas e quarenta minutos entre as 19 e as 24 horas. As emissoras privadas regionais disponibilizam trinta minutos diários.

O artigo 63º trata da distribuição do tempo de antena. O tempo de emissão é distribuído de modo proporcional entre os partidos políticos e coligações que hajam apresentado um mínimo de 25% do número total de candidatos e concorrido em igual percentagem do número total de círculos (distritos eleitorais).

O Estado paga as emissoras pelo tempo cedido de acordo com tabelas fixadas por uma comissão arbitral.

A publicidade comercial é vedada para propaganda política.

## **2. FINANCIAMENTO DIRETO**

---

O capítulo III trata das finanças eleitorais. O artigo 76º proíbe contribuições pecuniárias de pessoas jurídicas ou de pessoas físicas ou entidades estrangeiras. Para as eleições para Presidente da República, o artigo 67º do Decreto-Lei 319-A/76 veda a candidatos e mandatários aceitar quaisquer contribuições de valor pecuniário destinadas à campanha eleitoral de pessoas físicas ou jurídicas nacionais ou estrangeiras, exceto se efetuadas por membros dos partidos políticos ou pelos próprios partidos que apóiem a respectiva candidatura.

## **3. LIMITE DE DESPESAS**

---

O art. 77º estipula o limite de quinze salários mínimos para despesas de campanha com cada candidato da respectiva lista. O Decreto-Lei 319-A/76 estipula o limite de vinte e cinco milhões de escudos para os candidatos à presidência da república, atualizados anualmente.

## **NOTAS DE REFERÊNCIA**

---

1. Lei Eleitoral 14/79, de 16 de maio de 1979.
2. Lei Orgânica da Assembléia da República 1/99, de 22 de junho de 1999.
3. Decreto-Lei do Presidente da República 319-A/76, de 3 de maio de 1976.