

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



**Deliberação  
1/PUB-I/2008**

ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Práticas publicitárias em publicações periódicas**

Lisboa

31 de Janeiro de 2008

## Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

### Deliberação 1/PUB-I/2008

**Assunto:** Práticas publicitárias em publicações periódicas

O Conselho Regulador, ao abrigo das suas competências regulatórias próprias, previstas, nomeadamente, nos arts. 7.º, alínea e), e 24.º, n.º 2, alínea b), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, aprova a seguinte deliberação:

1. A ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social vem verificando a ocorrência, em publicações periódicas, de práticas publicitárias susceptíveis de configurarem lesão de normativos legais e deontológicos que regem a actividade jornalística.
2. Assinala-se, em primeiro lugar, o significativo volume de publicidade redigida, nem sempre observando o disposto nos nºs 2 e 3 do artigo 28º da Lei de Imprensa, a seguir transcrito:

*Artigo 28º  
Publicidade*

*1 – A difusão de materiais publicitários através da imprensa fica sujeita ao disposto na presente lei e demais legislação aplicável.*

*2 – 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.*

*3 – Considera-se publicidade redigida e publicidade gráfica todo o texto ou imagem cuja inserção tenha sido paga, ainda que sem cumprimento da tabela de publicidade do respectivo periódico.*

3. Constituindo tal prática violação de regras básicas do nosso ordenamento ético-jurídico, sancionável nos termos do art. 35º, nº1, b), da Lei de Imprensa, não deixará o Conselho Regulador de, feito este registo, assegurar o pleno respeito das normas vigentes.
4. Preocupação idêntica à expressa no ponto anterior deve ser formulada a respeito do advento de práticas publicitárias particularmente invasivas dos espaços jornalísticos, acarretando a descontinuidade e desmembramento de textos noticiosos, por interposição das mensagens publicitárias no seu interior.
5. O Conselho Regulador não pode, além disso, deixar de salientar que as práticas acima reportadas põem também em causa princípios básicos do jornalismo – claramente evidenciados no enunciado de incompatibilidades constante do artigo 3º da Lei nº 64/2007, de 6 de Novembro -, assim como do Código da Publicidade.
6. O Conselho destaca, finalmente, o papel preventivo que incumbe à auto-disciplina jornalística relativamente às questões aqui apontadas, estando, por isso, certo de poder contar com uma redobrada atenção, por parte de todos os responsáveis editoriais, para os casos de possível lesão dos princípios que a lei e a deontologia profissional quiseram preservar.

Lisboa, 31 de Janeiro de 2008

O Conselho Regulador

José Alberto de Azeredo Lopes  
Elísio Cabral de Oliveira  
Luís Gonçalves da Silva  
Maria Estrela Serrano  
Rui Assis Ferreira