



MINISTÉRIO DA  
JUSTIÇA

Direção Nacional de Assessoria  
Jurídica e Legislação - DNAJL

**DECRETO-LEI N.º 51/2011**  
**de 21 de Dezembro**  
**Regime Jurídico das Actividades**  
**Publicitárias**

O presente decreto-lei vem dotar o ordenamento jurídico de Timor-Leste de um conjunto de normas reguladoras da publicidade.

A publicidade tem uma importância inegável, quer no domínio da actividade económica, quer como instrumento privilegiado do fomento da concorrência, sempre benéfica para as empresas e respectivos clientes.

Enquanto veículo dinamizador das suas potencialidades e da sua diversidade, a actividade publicitária entra no quotidiano dos cidadãos com acrescida importância, sendo igualmente merecedora de atenção no domínio da protecção e defesa dos consumidores e das suas legítimas expectativas.

Considerando que não se justifica a coexistência de um regime especial de publicidade para a Rádio e Televisão de Timor-Leste, Empresa Pública (RTTL, E.P.) e um outro para todos os outros operadores e intervenientes na actividade publicitária;

Tendo em conta a Resolução do Parlamento Nacional n.º 13/ 004, de 29 de Dezembro, que Ratifica a Convenção Quadro para o Controlo de Tabaco, em especial o artigo 13.º, sobre a publicidade aos tabacos,  
Assim,

O Governo decreta, ao abrigo do disposto na alínea e) do n.º 1 do artigo 115.º, e alínea d) do artigo 116.º, da Constituição da República, para valer como lei, o seguinte:

**DEKRETU-LEI N.º 51/2011**  
**21 Dezembru**  
**Rejime Jurídku ba atividade**  
**publisitária**

Dekretu-lei ida-ne'e hatuur ordenamentu jurídku Timor-Leste nian kona-ba banati lubuk ne'ebé regula publisidade.

Publisidade importante tebbebes, la'ós haree de'it ba atividade ekonomia nian maibe nu'udar mós instrumentu previlejiadu atu haburas konkorensia hodi fó benefisiu nafatin ba empreza no kliente sira rasik.

Atividade publisitária, bainhira nu'udar ve'ikulu dinamizadór ba ninia potencialidade no diversidade, tama ona iha sidadaun nia moris lorloron hanesan meu ida ne'ebé importante duni, tan ne'e presiza hetan atensaun bainhira ko'alia kona-ba fó protesauun no sori konsumidór sira no sira-nia direitu be kmanek hela.

Konsidera mós katak seidauk hatebes kona-ba iha ona ka lae rejime esepiál atu halo publisidade ba Rádiu no Televizaun Timor-Leste, Empreza Públika (RTTL, E.P) no rejime ida seluk ba oporadór no interveniente hotu-hotu iha atividade publisitária.

Hodi hanoin ba Rezolusaun Parlamentu Nasionál nian n.º 13/004, 29 Dezembru, ne'ebé Ratifika Konvensauun Kuadru hodi halo Kontrolu ba Tabaku, liuliu iha artigu 13.º kona-ba publisidade ba tabaku,  
Nune'e,

Governu dekreta, haktuir saida maka hakerek ona iha alínea e) n.º 1 hosi artigu 115.º, no alínea d) artigu 116.º iha Konstituisaun Repúblika, atu la'ó ho kmanek nu'udar lei, tuirmai:

## CAPÍTULO I PRINCÍPIOS GERAIS

### Artigo 1.º Âmbito

1. O presente diploma estabelece o regime geral a que deve obedecer a difusão de mensagens publicitárias.
2. Considera-se actividade publicitária o conjunto de operações relacionadas com a difusão de uma mensagem publicitária junto dos seus destinatários, bem como as relações jurídicas daí emergentes entre anunciantes, agências de publicidade e entidades que explorem os suportes publicitários ou que exerçam a actividade publicitária.
3. Para efeitos do disposto no presente diploma, não se consideram mensagens publicitárias comerciais as comunicações da Administração Pública que revistam a forma de notas officiosas ou de mensagens dos titulares dos órgãos de soberania à população.
4. Os serviços de programas da RTTL, E.P., devem transmitir obrigatória e gratuitamente as notas officiosas solicitadas pelo Presidente da República, pelo Presidente do Parlamento Nacional e pelo Primeiro-Ministro, bem como o tempo de antena afecto a partidos políticos, nos termos e segundo as condições definidas por lei.

### Artigo 2.º Conceitos

Para efeitos da presente lei, entende-se por:

- a) *Agência de publicidade*: a sociedade comercial que tenha por objecto exclusivo o exercício da actividade publicitária;
- b) *Anunciante*: a pessoa singular ou colectiva no interesse de quem se realiza a publicidade;
- c) *Operações publicitárias*, todas as que visam a concepção, criação, produção, planificação e distribuição publicitárias;
- d) *Publicidade* ou *Actividade publicitária*, toda a divulgação que vise dirigir a atenção do público para um determinado bem ou serviço

## KAPÍTULU I PRINSÍPIU JERÁL

### Artigu 1.º Âmbitu

1. Diploma ida-ne'e hatuur rejime jerál ne'ebé tenke haktuir bainhira atu halekar mensajen publisitária.
2. Sei konsidera katak atividade publisitária maka hala'ok kona-ba halekar mensajen publisitária ba ninia destintáriu sira, nune'e mós relasaun jurídika ne'ebé mosu entre anusiante, ajénsia publisidade no entidade ne'ebé esplora suporte publisitáriu ka sira ne'ebé hala'o hela atividade publisitária.
3. Atu buat hotu be hakerek iha diploma ida-ne'e bele la'o ho kmanek, sei la konsidera mensajen publisitária komersiál maka komunikasaun Administrasaun Públika nian ne'ebé nu'udar nota ofisiozaka mensajen hosi titulár orgaun sobrenia ba populasau.
4. Servisu ba programa RTTL, E.P., iha obligasaun atu transmiti ho gratuita nota ofisioza ne'ebé Prezidente Repúblika, Prezidente Parlamentu Nasionál no Primeiru-Ministru husu, nune'e mós, tempu atu partidu polítiku sira fó-sai programa, haktuir kondisaun be defini ona iha lei.

### Artigu 2.º Konseitu

Atu lei ida-ne'e bele la'o ho kmanek, sei konsidera definisaun sira tuirmai:

- a) *Ajénsia publisidade* : sosiedade komersiál be ho objetivu eskruzivu ba hala'o atividade publisitária;
- b) *Anusiante* : ema-singulár ka ema-koletivu ne'ebé iha interese ba hala'o publisidade;
- c) *Operasaun publisitária* maka buat hotu-hotu ne'ebé iha relasaun ho konsepsaun, kriasaun, produsaun, planifikasaun no distribuisaun publisitaria;
- d) *Publisidade ka Atividade publisitária* maka divulgasaun hotu-hotu ne'ebé ho objetivu atu bolu atesaun públiku nian kona-ba objetivu

de natureza comercial, com o fim de promover a sua aquisição, bem como as relações jurídicas e técnicas daí emergentes entre anunciantes, agências de publicidade e entidades que explorem os suportes publicitários ou que exerçam essa actividade;

e) *Suporte publicitário*, todo o meio utilizado para a transmissão da mensagem publicitária.

### **Artigo 3.º**

#### **Requisitos gerais**

1. A mensagem publicitária deve ser facilmente entendida, lícita, identificável e verdadeira e respeitar os princípios da livre e leal concorrência e da defesa do consumidor.
2. Entende-se que a mensagem publicitária é facilmente entendida pelos destinatários quando expressa numa das línguas oficiais de Timor-Leste ou, quando expressa noutro idioma, reserve um espaço razoável para a inscrição dos dizeres em tetum e, ou, em português.

### **Artigo 4.º**

#### **Princípio da licitude**

Não é lícita a publicidade que, pela sua forma, objecto ou fim, ofenda princípios, instituições ou valores fundamentais da comunidade, constitucionalmente consagrados.

### **Artigo 5.º**

#### **Princípio da identificabilidade**

A natureza de mensagem publicitária deve ser inequivocamente identificável como tal, qualquer que seja o meio utilizado na sua divulgação.

### **Artigo 6.º**

#### **Princípio da veracidade**

1. A mensagem publicitária tem de respeitar a verdade, não induzindo em erro os seus destinatários.
2. As afirmações relativas à origem, natureza, composição, propriedades e condições de aquisição dos bens ou dos serviços

ruma ka servisu ho natureza komersiál, hodi promove ninia akizisaun, nune'e mós, relasaun jurídika no téknika be mosu hosi anusiante, ajénsia publisidade no entidade ne'ebé esplora suporte publisitáriu ka sira be hala'o hela atividade ne'e;

e) *Suporte publisitáriu* maka meiu hotu-hotu ne'ebé uza hodi halo transmite mensajen publisitáriu nian.

### **Artigo 3.º**

#### **Rekeztu jerál**

1. Mensajen publisitáriu tenke fásil atu komprende, lísita, identifikável, loloos no respeita prinsípiu liberdade no leal konkorensia nomós hodi defende konsumidór sira.
2. Mensajen publisitáriu tenke fasil atu destinatáriu bele komprende, bainhira hakerek iha lian ofisiál ruma Timor-Leste nian ka, hakerek iha lian seluk karik, husik hela fatin natoon atu liafuan hirak bele hakerek iha tetun ka portugés.

### **Artigo 4.º**

#### **Prinsípiu ne'ebé tuir lisitude**

Sei la konsidera nu'udar publisidade lísita, bainhira de'it publisidade nia forma, objetu ka finalidade ofende fali prinsípiu, instituisaun sira ka valór fundamentál comunidade nian ne'ebé konsagra ona iha konstituisaun.

### **Artigo 5.º**

#### **Prinsípiu identifkasaun nian**

Tenke identifika loos mensajen publisitáriu nia natureza, nomós sasan sasá de'it ne'ebé uza hodi halo divulgasaun.

### **Artigo 6.º**

#### **Prinsípiu ba lia-loos**

1. Mensajen publisitáriu tenke hateten lia-loos no la dada ninia destinatáriu sira atu monu ba sala.
2. Entidade fiskalizadora no instánsia ne'ebé iha kompeténsia tenke hatebes, iha tempu ne'ebé de'it, afirmasaun kona-ba mensajen nia orijen,

publicitados devem ser , a todo o momento, comprovadas perante as entidades fiscalizadoras e instâncias competentes.

#### **Artigo 7.º**

##### **Defesa do consumidor**

1. A actividade publicitária não deve causar quaisquer prejuízos morais, mentais ou físicos ao consumidor, decorrente da falta de informação, não podendo enganar o consumidor quanto às condições de aquisição, e nomeadamente sobre:
  - a) O valor ou preço a ser pago pelo bem ou pelo serviço;
  - b) Tratando-se de pagamento parcelado do preço, qual a prestação inicial e subsequente, particularidades do crédito e demais condições de pagamento;
  - c) As condições de entrega, a substituição do bem ou a resolução do contrato;
  - d) A gratuidade do bem ou serviço publicitado, salvo se ao consumidor não vier a ser exigido qualquer custo, incluindo despesas postais, de frete ou tributárias.
2. Ressalva-se do disposto no número anterior a utilização de fórmulas e sugestões consideradas legítimas, de acordo com as concepções dominantes do comércio.

#### **Artigo 8.º**

##### **Qualidade de vida**

Não é permitida a publicidade que se socorra de mensagens instigadoras da poluição, incluindo a sonora, bem como a conducente à degradação da fauna, da flora e de outros recursos naturais.

#### **Artigo 9.º**

##### **Saúde e segurança do consumidor**

1. É proibida a publicidade que encoraje comportamentos prejudiciais à saúde e segurança do consumidor, nomeadamente por falta de informação acerca da perigosidade do produto ou da especial cautela de acidentes em resultado da sua utilização.

natureza, kompozisaun, propriedade no kondisaun sá halo akizasaun ba bein ka servisu ne'ebé publika hela.

#### **Artigu 7.º**

##### **Defeza ba konsumidór**

1. Atividade publicitária la bele hamosu prejuízu morál, mentál ka fíziku sasá de'it ba konsumidór nomós labele bosok kona-ba kondisaun sá halo akizisaun, tan de'it sira la iha informasaun, liuliu kona-ba:
  - a) Valór ka folin ne'ebé sei selu ba sasan ka servisu;
  - b) Kona-ba selu folin ho sorin balu, sei halo liuhosi prestasaun dahuluk no tatur, partikularidade sira kréditu nian no kondisaun hirak seluktan pagamentu nian.
  - c) Kondisaun kona-ba atu entrega, subtituisaun ba bein ka rezolusaun ba kontratu;
  - d) Konsidera gratuitu bein no servisu publisitadu, exetu iha oinmai la ejize ba konsumidór kustu ruma, inklui despeza postál, frete ka tribunál.
2. La inklui iha dispostu iha número liubá kona-ba utilizasaun ba fórmula no sujestaun ne'ebé konsidera lejítima, tuir conseitu be domina iha komérsiu.

#### **Artigu 8.º**

##### **Kualidade moris**

Sei la permite publisidade ne'ebé fô-dalan atu hakerek mensajen be babeur ema halo poluisaun, barullu-lian nomós mensajén be lori ema estraga animál iha ai-laran, ai-horis no natureza sira seluk.

#### **Artigu 9.º**

##### **Saúde no seguransa ba konsumidór**

1. Sei bandu publisidade ne'ebé habrani ema ba hahalok estraga saúde no seguransa konsumidór nian, liuliu tanba sira la iha informasaun kona-ba perigu sá hosi produtu ne'e ka saida maka sira sei halo atu kuidadu an banhira uza karik produtu ne'ebá.

2. O disposto no número anterior deve ser particularmente acautelado no caso da publicidade especialmente dirigida a crianças, adolescentes, idosos ou deficientes.
2. Saida maka hakerek iha número liubá, tenke tau atensaun ba publisidade ne'ebé hateke liu ba labarik, foin-sa'e, ferik-katuas ka ema-defisiente sira.

**CAPÍTULO II**  
**RESTRICÇÕES À PUBLICIDADE**  
**SECÇÃO I**  
**PUBLICIDADE PROIBIDA**

**Artigo 10.º**

**Meios publicitários proibidos**

1. É vedado o uso de imagens dissimuladas ou outros meios dissimuladores que explorem a possibilidade de transmitir publicidade sem que os destinatários se apercebam da natureza publicitária da mensagem.
2. Considera-se publicidade dissimulada, para os efeitos do presente diploma, a publicidade que, mediante o recurso a qualquer técnica, possa provocar no destinatário percepções sensoriais de que ele não chegue a tomar consciência.
3. Sem prejuízo do disposto no presente diploma ou em outras proibições legais supervenientes, é proibida a publicidade que:
  - a) Utilize, depreciativamente, instituições, símbolos nacionais ou religiosos, personagens históricas ou que os façam aparecer sem a devida dignidade;
  - b) Possa favorecer ou estimular a violência e as actividades ilegais ou criminosas;
  - c) Atente contra a dignidade da pessoa humana;
  - d) Contenha qualquer discriminação em virtude da raça ou do sexo;
  - e) Utilize linguagem obscena;
  - f) Encoraje comportamentos prejudiciais à protecção do ambiente.
  - g) Tenha como objecto ideias de conteúdo sindical, político ou religioso, salvo se de autoria, devidamente anunciada e identificada pelas próprias entidades.
4. É ainda proibida a publicidade que:
  - a) Tenha carácter oculto ou criminoso;
  - b) Se apoie no medo, ignorância ou superstição dos destinatários;
  - c) Utilize meios de conteúdo pornográfico,

**KAPÍTULU II**  
**LIMITASAUN BA PUBLISIDADE**  
**SEKSAUN I**  
**PUBLISIDADE NE'EBÉ BANDU**

**Artigo 10.º**

**Meiu publicitáriu ne'ebé bandu**

1. Sei bandu uza imajen sira ne'ebé bosok ka uza dalan bosok selseluk hodi esplora fali possibilidade atu fó-sai publisidade, lahó destinatáriu sira hatene kona-ba natureza sá mensajen publicitária nian.
2. Ba efeito sira iha diploma ida ne'e, sei konsidera publisidade habosok maka publisidade ne'ebé liuhosi téknika oioin bele sadik destinatáriu nia ne'on-moris katak nia sei la to'o ba hanoin ida klean resin.
3. Lahó sakar saida maka hakerek ona iha diploma ida-ne'e ka iha hala'ok bandu legál tuirmai, sei bandu publisidade ne'ebé:
  - a) Uza, hatún, instituisaun, símbulu nasionál ka relijiaun, personajen-istórica ka tane-a'as nu'udar personajén istórica lahó hatene uluklai sira iha dignidade ka lae;
  - b) Bele loke-dalan ka hamoris violénsia no atividade ilegál ka krime nian;
  - c) Koko atu kontra ema nia dignidade;
  - d) Iha diskriminasaun bazeia ba rasa ka seksu;
  - e) Uza liafuan ne'ebé hamoe;
  - f) Habrani hahalok ne'ebé prejudika atu fó protesaun ba ambiente;
  - g) Iha ideia prinsipál kona-ba konteúdu sindikál, polítiku ka relijiozu, esetu bainhira nu'udar autoria rasik ne'ebé entidade sira fó-hatene no identifika ona.
4. Sei habandu tan publisidade ne'ebé:
  - a) Iha karatér okultu ka krime;
  - b) Fó-apoiu hodi hatauk, ignoránsia ka superstisaun destinatáriu nian;
  - c) Uza meiu ho konteúdu pornográfiku,

obsceno ou que de qualquer forma atente contra a moral pública dominante;

- d) Respeite a anúncios na rádio e na televisão de bebidas alcoólicas ou de tabacos, nos termos do disposto no artigo 26.º;
- e) Não alerte para cuidados especiais relativos à prevenção de acidentes, quando os mesmos sejam requeridos para manuseamento ou uso dos bens publicitados.

### **Artigo 11.º**

#### **Proibições específicas**

- 1. Não podem ser objecto de publicidade:
  - a) A actividade prestamista ou de penhores;
  - b) Armas de fogo;
  - c) Material pornográfico;
  - d) Os jogos de fortuna ou azar não autorizados por lei.
- 2. A actividade prestamista e as “casas de penhor” pode ser objecto de divulgação em listas classificadas, anuários comerciais e outras publicações congéneres.
- 3. É proibida a presença de crianças e adolescentes na publicidade a tabaco ou bebidas alcoólicas.
- 4. Sem prejuízo do disposto na alínea a) do nº 3 do artigo anterior, não podem ser objecto de publicidade comercial os símbolos nacionais consagrados constitucionalmente bem como os símbolos partidários, com destaque para as bandeiras das associações e partidos políticos legalmente constituídos.

### **Artigo 12.º**

#### **Privacidade**

- 1. São proibidas todas as formas de publicidade que, sem autorização do interessado, usem ou sugiram a sua imagem, casa, família, actos ou as suas palavras.
- 2. Todas as formas de publicidade que violem os direitos à honra e à privacidade sujeitam-se a sanções civis e criminais aplicáveis.

difamasaun ka ho oin ne'ebé de'it koko atu kontra móral-públika hotu;

- d) Respeita anúnsiu iha rádiu no televizaun kona-ba tua ka tabaku, tuir termu ne'ebé hakerek iha artigu 26.º;
- e) La bolu atensaun ba kuidadu espesial kona-ba oinsá halo prevensaun ba asidente, bainhira presiza halo manuzeamentu ka uza sasan publisidade.

### **Artigo 11.º**

#### **Proibisaun spesifika**

- 1. La bele sai nu'udar objetu publisidade nian maka:
  - a) Atividade ba fó-emprestaka halo peñór;
  - b) Kilat;
  - c) Sasan pornografia;
  - d) Jogu ho rikusoin ka azar ne'ebé lei la autoriza.
- 2. Atividade fó-empresta no “uma peñór” bele sai hanesan objetu atu divulga lista-klasifikada, tinan komérsiu nian no publikasaun seluk ne'ebé hanesan.
- 3. Sei habandu prezensa hosi labarik no foin-sa'e sira iha publisidade ba tabaku ka tua.
- 4. Lahó sakar saida maka hakerek ona iha alínea a) nº 3 hosi artigu liubá, labele uza iha publisidade komersiál, símbulu nasional ne'ebé konsagra ona iha konstituisaun nomós símbulu partidu liuliu, bandeira asosiasaun no partidu polítiku ne'ebé harii tuir lei.

### **Artigo 12.º**

#### **Privasidade**

- 1. Sei habandu forma hotu-hotu ba publisidade ne'ebé, lahó autorizasaun husi ema-interesadu, uza nia imajen, uma, família, aktu ka ninia líafuan sira.
- 2. Forma hotu-hotu ba publisidade ne'ebé viola direitu ba onra no privasidade sei hetan sansaun sívil no kriminál ne'ebé aplika ba.

### **Artigo 13.º**

#### **Publicidade enganosa**

1. É proibida a utilização de formas publicitárias que, directa ou indirectamente, por falta à verdade, omissão, exagero ou por serem duvidosas, induzam o consumidor em erro quanto às características do bem, serviço ou preço e possa prejudicar um determinado concorrente.
2. Para se determinar se uma mensagem é enganosa devem ter-se em conta todos os seus elementos e, nomeadamente, todas as indicações que digam respeito:
  - a) Às características dos bens ou serviços, tais como a sua disponibilidade, natureza, execução, composição, modo e data de fabrico ou de prestação, sua adequação, utilizações, quantidade, especificações, origem geográfica ou comercial, resultados que podem ser esperados da utilização ou ainda resultados e características essenciais dos testes ou controlos efectuados sobre os bens ou serviços;
  - b) Ao preço e ao seu modo de fixação ou pagamento, bem como às condições de fornecimento dos bens ou da prestação dos serviços;
  - c) À natureza, às características e aos direitos do anunciante, tais como a sua identidade, as suas qualificações, os seus direitos de propriedade industrial, comercial ou intelectual, ou os prémios e distinções que recebeu;
  - d) Aos direitos e deveres do destinatário, bem como aos termos de prestação de garantias.
3. Nos casos previstos no número anterior, pode a entidade competente para a instrução dos respectivos processos de crime ou de contra-ordenação exigir que o anunciante apresente provas de exactidão material dos dados ou da verdade dos factos contidos na publicidade.

### **Artigo 14.º**

#### **Discriminação entre sexos, crianças e adolescentes**

### **Artigo 13.º**

#### **Publicidade ne'ebé bosok**

1. Sei habandu publicidade be uza forma direta ka indireta, tanba ladún iha lia-loos, omisaun, ezajeru ka laran-rua hela nune'e, dada konsumidór monu ba sala kona-ba karaterístika bein, servisu ka folin ne'ebé bele prejudika konkorente ruma.
2. Atu determina katak mensajen ida ne'e bosok ka lae, tenke konsidera elementu hotu-hotu liuliu, indikasaun hirak be iha relasaun ho:
  - a) Karaterístika bein ka servisu maka hanesan, disponibilidade, natureza, ezekusaun, kompozisaun, modu no data ba fabrika ka prestasaun, adekuasuan, utilizaun, kuantidade, espesifikasaun, orijen jeográfika ka komersiál, rezultadu ne'ebé sei hetan hosi utilizaun ka karaterístika prinsipál teste nian ka hosi kontrolu ne'ebé halo ba bein ka servisu;
  - b) Folin no modu fiksasaun ka pagamentu, nune'e mós, kondisaun hodi halo fornecimentu ba bein ka prestasaun servisu;
  - c) Natureza, karaterístika no direitu anusiante maka hanesan, ninia identidade, kualifikasuan, direitu nu'udar propriedade industriál, komersiál ka intelektuál, nune'e mós prémiu sira no distinsaun ne'ebé nia simu ona;
  - d) Destinatáriu sira-nia direitu no obrigasaun nune'e mós, termu ba prestasaun garantia.
3. Ba kazu hirak ne'ebé temi tiha iha número liubá, entidade ne'ebé iha kompeténsia halo instrusaun ba prosesu krime ka kontra ordenasaun bele eziji anusiante hatada prova ezatidaun materiál ba dadus ka faktu loloos be hakerek iha publicidade.

### **Artigo 14.º**

#### **Diskriminasaun ba seksu, labarik no foin-sa'e sira**

1. A mensagem não pode induzir a ideia da inferioridade de um sexo em relação ao outro.
  2. A mensagem publicitária dirigida a crianças e adolescentes deve ter em conta a sua vulnerabilidade psicológica, não podendo:
    - a) Conter qualquer afirmação, aspecto visual ou outro elemento que possa causar-lhe dano físico, mental ou moral;
    - b) Tornar implícita uma inferioridade para a criança ou adolescente caso não consuma ou utilize o bem ou o serviço anunciado.
  3. As crianças ou adolescentes só podem ser intervenientes principais das mensagens principais quando exista uma relação perceptível e directa entre eles e o bem ou serviço anunciado.
1. La bele tau mensajen ho ideia ne'ebé hatún seksu ida ho ida seluk fali.
  2. Mensajen publisitária ne'ebé hatudu ba labarik no foin-sa'e sira, tenke hanoin mós ba ninia vulnerabilidade psikológika nune'e, la bele:
    - a) Iha afirmasaun sasá de'it, hosi aspetu vizuál ka elementu seluk ne'ebé bele hahaat nia isin-lolon, mentál ka morál;
    - b) Halo ho oin ida ne'ebé sub-subar buka hamoe labarik ka foin-sa'e sira bainhira la konsumi ka la uza karik bein no servisu be fô-sai ona.
  3. Labarik ka foin-sa'e sira bele sai nu'udar interveniente prinsipál de'it ba mensajen prinsipál, bainhira iha relasaun ne'ebé kompresivel no direta entre sira no bein ka servisu ne'ebé fô-sai ona.

### **Artigo 15º**

#### **Publicidade em estabelecimentos de ensino**

É proibida a publicidade de bebidas alcoólicas, a divulgação do tabaco ou qualquer tipo de material pornográfico no interior ou exterior dos estabelecimentos de ensino, num raio de 100 metros, bem como em publicações, programas ou actividades especialmente destinadas a menores.

## **SECÇÃO II**

### **PUBLICIDADE CONDICIONADA**

#### **Artigo 16.º**

#### **Publicidade a bebidas alcoólicas, ao tabaco, estabelecimentos de saúde e a medicamentos**

1. É condicionada a publicidade a bebidas alcoólicas, ao tabaco, estabelecimentos de saúde e a medicamentos, sendo proibida a relativa a tabacos e bebidas alcoólicas nos meios de radio e de televisão, nos termos do presente diploma.
2. A publicidade condicionada a bebidas alcoólicas e ao tabaco, não pode:
  - a) Socorrer-se da presença de menores, nem incitá-los ao consumo;
  - b) Encorajar consumos excessivos;
  - c) Menosprezar os não consumidores;
  - d) Sugerir sucesso de qualquer ordem

### **Artigo 15.º**

#### **Publisidade iha establesementu ensinu**

Sei habandu publisidade ba tua-manas, divulgasaun ba tabaku ka tipu materiál pornográfiku sasá de'it, iha establesementu ensinu laran ka li'ur, ho ninia dook metru 100 nomós, publikasaun, programa ka aktividade be hatudu liuliu ba labarik ki'ik sira.

## **SEKSAUN II**

### **PUBLISIDADE KONDISIONADA**

#### **Artigo 16.º**

#### **Publisidade ba tua-manas, tabaku, iha establesementu saude no ai-moruk**

1. Tuir termu diploma ida-ne'e, sei kondisiona publisidade ba tua-manas, tabaku, establesementu saude no ai-moruk nune'e mós, habandu publikasaun liuhosi radiu no televizaun.
2. Publisidade kona-ba tua-manas no tabaku, la bele:
  - a) Husu tulun ba labarik sira ho tinan sei ki'ik atu partisipa, nomós la babeur sira atu konsumi;
  - b) Habarani sira atu konsumi barakliu;
  - c) Hamoe sira ne'ebé la konsumi;
  - d) Fô-hanoin ba sira hodi hetan dalan sasá

associado ao consumo, sendo obrigatório o aviso de consumo moderado.

### **Artigo 17.º**

#### **Publicidade a veículos automóveis**

1. Não é permitida publicidade a veículos automóveis que:
  - a) Contenha sugestões de utilização do veículo que possa pôr em risco a segurança pessoal do utente ou de terceiros;
  - b) Infrinja disposições do Código da Estrada, nomeadamente quanto a ultrapassagens não permitidas, excesso de velocidade ou outras manobras perigosas, não utilização de acessórios de segurança e desrespeito pela sinalização ou pelos peões;
  - c) Incite a sua utilização de forma perturbadora do meio ambiente.
2. Entende-se por veículos automóveis todos os veículos de tracção mecânica destinados a transitar pelos seus próprios meios nas vias públicas, incluindo as motocicletas.

### **Artigo 18.º**

#### **Publicidade de imóveis**

1. A publicidade à venda de imóveis, casas e apartamentos, deve respeitar as seguintes condições:
  - a) Devem ser bem explicitados os prazos de entrega e as condições de venda;
  - b) É obrigatória a divulgação do nome do proprietário ou da empresa construtora;
  - c) É obrigatório mencionar a área útil das unidades destinadas a venda;
  - d) É obrigatório mencionar quaisquer encargos ou despesa adicional ou cumulativa para o comprador decorrentes da venda, bem como a natureza e situação jurídica do terreno;
  - e) No caso de apartamentos para habitação, bem como de salas e andares para escritórios, quando as unidades apresentadas na publicidade tiverem preços diferentes por andar, deve esse facto ser mencionado e o preço referido identificar inequivocamente o que está a ser oferecido;

de'it kona-ba konsumi nian nomós, fó nafatin avizu kona-ba oinsá konsumi loos.

### **Artigu 17.º**

#### **Publisidade ba kareta**

1. Sei habandu publisidade ba kareta ne'ebé:
  - a) Iha sujestaun atu uza kareta ne'ebé bele fó perigu ba seguransa ema be uza ne'e rasik ka ema seluk.
  - b) Sakar dispozisaun Kódigu Estrada nian liuliu, kona-ba hala'ok ultrapasajen be la permite, halai ho velocidade ka halo manobra be hamosu perigu, la uza sasan seguransa nian no la respeita sinalizasaun estrada no ema la'o-ain sira;
  - c) Dada ka koko atu uza ho maneira ne'ebé bele hahaat meu ambiente.
2. Veíkuu automovel maka veíkuu hotu-hotu ho trasaun mekánika ne'ebé tenke lao tuir nia dalan rasik iha dalan-públika, inklui mós motor sira.

### **Artigu 18.º**

#### **Publisidade imóvel**

1. Atu halo publisidade hodi faan imóvel, uma no apartamentu tenke haktuir kondisaun hirak tuirmai:
  - a) Tenke tada loloos prazu entrega no kondisaun sá atu faan;
  - b) Tenke fó-sai proprietáriu ka empreza konstrutora nia naran;
  - c) Tenke temi área tomak hosi unidade ne'ebé atu faan;
  - d) Tenke temi kualkuér enkargu ka despeza adisionál ne'ebé maihosi faan ba ema ne'ebé sosa, nomós kondisaun no situasaun jurídika terrenu nian;+
  - e) Kona-ba apartamentu ba abitasaun nomós sala no andar hirak ba eskritóriu, bainhira unidade hirak be apresenta iha publisidade ho presu la hanesan ba andar ida-idak faktu ida ne'e tenke temi no identifika kedas presu loloos tuir presu ne'ebé fó-sai ona;

- f) As fotografias ou imagens gráficas que veiculem publicidade de imóveis devem reproduzir fielmente o local em que os mesmos se erguem, não induzindo os destinatários da mensagem em erros por perspectiva enganadora ou ilusão óptica;
- g) É obrigatória a indicação do número da licença de obra.
2. Na publicidade emitida através de meios de radiodifusão televisiva e sonora são dispensáveis as exigências constantes das alíneas c), d), e) e g).
3. As acções publicitárias tendentes à captação de capitais, quer por recurso ao investimento imobiliário quer por oferecimento de títulos com quaisquer características, devem respeitar as exigências constantes do n.º 1, na medida em que lhes forem aplicáveis, não podendo, além disso, induzir o público em erro acerca das garantias oferecidas, dos valores, rendimentos ou valorizações de capital propostos e dos esquemas especiais de pagamento.
- f) Fotografia no imajén gráfica ne'ebé hatama iha publisidade imovel tenke reproduz loloos fatin be uza hodi harii ba, la babeur ema be atu simu mensajén ne'ebá ho liafuan sala tan hanoin atu bosok ka hamatan sala.
- g) Tenke hatudu númeru lisensa obra nian.
2. Publisidade ne'ebé atu fó-sai liuhosi radiodifuzau televiziva no sonora, presiza haktuir saida maka hatuur ona iha alínea c), d)e) no g).
3. Asaun pulisitáriu ho hanoin atu hetan osan, bele liuhosi dalan investe imobiliáriu, bele liuhosi dalan oferese título ho karakteristiká ne'ebé de'it, tenke haktuir saida maka hakerek ona iha númeru 1, bainhira de'it hahú aplika nomós, la bele, babeur públiku ba dalan sala kona-ba garantia ne'ebé atu oferese, valór, rendimentu ka valoriza kapitál be hatada tiha no eskema espesiál pagamentu nian.

### **Artigo 19.º**

#### **Viagens e turismo**

1. A mensagem publicitária sobre viagens e turismo indicará, obrigatoriamente, com precisão:
- a) A entidade responsável pela viagem;
- b) Os meios de transporte e a classe utilizados;
- c) Os destinos e os itinerários previstos;
- d) A duração exacta da viagem e o tempo de permanência em cada localidade;
- e) Os preços totais, mínimo e máximo, da viagem, bem como todos os pormenores dos serviços compreendidos nesse preço, nomeadamente a classificação hoteleira do alojamento, as refeições e as excursões incluídas;
- f) As condições de reserva e cancelamento.
2. Na publicidade emitida através de meios de radiodifusão televisiva e sonora são dispensáveis as exigências constantes do número anterior.

### **Artigo 19.º**

#### **Viajén no turizmu**

1. Mensajén pulisitáriu kona-ba viajén no turizmu tenke hatudu loloos :
- a) Entidade responsavel ba viajén;
- b) Meiu transporte no klase ne'ebé atu uza;
- c) Nasaun destinu no itineráriu ne'ebé prevee ona;
- d) Durasau loloos viajén nian no tempu permanénsia iha fatin ida-idak;
- e) Presu totál, mínimu no másimu, viajén nian nomós servisu tomak be inklui ona iha presu ne'e liuliu, klasifikasau oteleiru ba alojamentu, refeisaun no eskursau inkluida;
- f) Kondisaun rezerva no kanselamentu.
2. Publisidade ne'ebé fó-sai liuhosi meiu radiodifuzau televiziva no sonora tenke haktuir saida maka hakerek ona iha númeru kotuk.

### **Artigo 20.º**

#### **Publicidade comparativa**

1. Só é permitida a publicidade comparada de bens ou serviços que utilize comparações que se apoiem em características demonstráveis ou que os contraponha com outros similares.
2. O ónus da prova sobre a verdade da publicidade comparativa recai sobre o anunciante.

### **CAPÍTULO III**

#### **MEIOS DE DIVULGAÇÃO**

##### **SECÇÃO I**

#### **REGIME DE AFIXAÇÃO DE**

##### **MENSAGENS**

#### **PUBLICITÁRIAS EM SUPORTE FÍSICO**

### **Artigo 21.º**

#### **Remissão**

A afixação de mensagens publicitárias, fixas ou amovíveis (*ban-ners*), suas medidas e condições de segurança, obedece às regras estabelecidas no capítulo anterior e está sujeita a licenciamento prévio, a regulamentar em diploma ministerial conjunto do MTCI e do Ministério da Administração Estatal e Ordenamento do Território (MAEOT), sem prejuízo de poderem depender de parecer favorável de outras tutelas específicas.

### **Artigo 22.º**

#### **Critérios de licenciamento para afixação de publicidade em suporte físico**

1. Os critérios a estabelecer no licenciamento de publicidade devem ter atenção que os suportes publicitários não podem:
  - a) Provocar obstrução de perspectivas panorâmicas ou afectar a estética ou o ambiente dos lugares ou da paisagem;
  - b) Prejudicar a beleza ou o enquadramento de monumentos e edifícios classificados;
  - c) Causar prejuízos a terceiros;
  - d) Afectar a segurança das pessoas ou das coisas, no-meadamente na circulação rodoviária;
  - e) Apresentar disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com os da sinalização rodoviária;

### **Artigo 20.º**

#### **Publisidade komparativa**

1. Sei permiti de'it publisidade komparada ba bein ka servisu ne'ebé uza komparasaun, be hamriik iha karakteristika be bele hatebes ka servisu ne'ebé la'o-sees hosi servisu hirak seluk ne'ebé hanesan.
2. Ónus prova kona-ba loos ka lae publisidade komparativa kona leet ba ema ne'ebé fô-sai publisidade.

### **KAPÍTULU III**

#### **MEIU HALO DIVULGASAUN**

##### **SEKSAUN I**

#### **REJIME ATU TAKA MENSAJÉN**

##### **PUBLISITÁRIU LIUHOSI TULUN**

#### **MATERIÁL FÍZIKU**

### **Artigo 21.º**

#### **Remisaun**

Atu taka mensajén publisitáriu, kola-metin ka bele lori bá-mai (*banners*), ninia medida no kondisaun seguransa, tenke haktuir regra ne'ebé hatuur ona iha kapitulu kotuk no, uluklai, tenke hetan lisénsa, be sei regula tuir diploma ministerial hamutuk hosi MTCI no Ministériu Administrasaun Estatal no Ordenamentu Territóriu (MAEOT), laho hanoin katak depende ba paresér favoravel hosi tutela spesífika seluk.

### **Artigo 22.º**

#### **Kritériu fó lisénsa hodi taka publisidade liuhosi tulun materiál fíziku**

1. Kritériu hirak ne'ebé hatuur ona atu fó lisénsa ba publisidade tenke hanoin katak suporte publisitáriu la bele:
  - a) Halo ho oin ida taka ema nia matan atu la haree fatin ruma nia furak ka ambiente no paizajen nia furak;
  - b) Estraga furak ka ambiente monumentu no edifísiu ne'ebé klasifikadu ona;
  - c) Hamosu prejuízu ba ema datoluk;
  - d) Afeta seguransa ba ema ka sasán liuliu sirkulasaun rodoviáriu;
  - e) Hatada dizpozisaun, formatu ka kór ne'ebé halo ema laran-rua ho kór sinal hirak rodoviáriu nian;

- f) No caso dos tabacos e das bebidas alcoólicas, não podem exceder certas dimensões máximas e têm de incluir os avisos de prejuízo à saúde e de moderação no consumo, respectivamente;
- g) Prejudicar a circulação de peões, designadamente dos deficientes.
2. São sujeitos a licenciamento, mas não devem taxas, os suportes publicitários referidos no artigo 21.º, que sejam afixados:
- a) Nos próprios estabelecimentos comerciais ou industriais e exclusivamente respeitantes às suas próprias designações e actividades;
- b) Pelos seus legítimos proprietários ou arrendatários, quer no seu interior, quer inseridos nos respectivos imóveis e respeitem as demais exigências legais estabelecidas.
- f) Kona-ba tabaku no bebida alkólika, la bele liu fali sasukat másimu no tenke inklui mós avizu kona-ba prejuízu ba saúde liuliu, sasukat atu uza;
- g) Hasusar fali ema sira ne'ebé la'o-ain bá-mai liuliu, ema deficiente sira.
2. Tenke hatada hodi hetan lisénsa maibé, la tenke selu taxa, suporte publisitáriu ne'ebé temi iha artigu 21.º, be sei taka:
- a) Iha estabesimentu komersiál ka industriál rasik no liuliu haktuir ba ninia naran-bolu no lala'ok rasik;
- b) Tuir ninia lejítimu proprietáriu ka arrendatáriu, bele iha interiór ka bele mós hatama iha imóvel rasik no haktuir ezijénsia legál sasá de'it ne'ebé hatuur ona.

### **Artigo 23.º**

#### **Licenciamento cumulativo e remoção das mensagens publicitárias**

1. Se a afixação de publicidade exigir a execução de obras de construção civil sujeitas a licença, tem esta de ser obtida, cumulativamente, nos termos da legislação aplicável, bem como a autorização ambiental, sendo aplicável.
2. A competência para ordenar a remoção das mensagens publicitárias e para embargar ou demolir obra quando contrária ao disposto neste diploma, cabe ao Ministério da tutela ofendida, após findo o prazo para proceder à remoção que tiver sido fixado às pessoas que as tiverem instalado.
3. Os proprietários ou agências de publicidade legitimamente possuidoras das edificações, estruturas ou suportes onde tenham sido afixadas, abusivamente, quaisquer mensagens publicitárias sem a sua autorização, com violação do preceituado em diploma legal, podem destruí-las ou por qualquer forma inutilizá-las.
4. Os custos da remoção de material publicitário, ainda que efectivada por serviços públicos, cabem à entidade

### **Artigu 23.º**

#### **Lisénsa kumulativu no hala'ok hamoos mensajén publisitáriu**

1. Bainhira atu taka publisidade prezisa ezekuta obra konstrusaun sivil hatada hodi hetan lisénsa, tuir termu lejislasaun aplikavel, hafoin hetan tiha lisénsa, tau-hamutuk de'it, nomós hetan autorizasaun ambientál, bainhira aplika karik.
2. Ministériu ne'ebé nu'udar tutela ba ema ofendida maka iha kompeténsia atu fó orden hodi hamoos mensajén publisitáriu no hodi hapara ka halakon tiha obra bainhira sakar fali saida maka hakerek ona iha diploma ne'e, hafoin ramata prazu hodi hamoos saida maka hadi'ak ona ba ema sira ne'ebé hatuur ona.
3. Proprietáriu ka ajénsia publisidade ne'ebé nu'udar na'in legál ba edifikasaun, estrutura ka suporte ne'ebé ema uza hodi taka mensajén publisitáriu, lahó nia autorizasaun, hodi sakar saida maka hakerek ona iha diploma legál, bele harahun tiha ka ho oin ne'ebé de'it atu la uza.
4. Kustu atu hamoos materiál publisitáriu, maske servisu públiku maka hala'o, entidade responsável maka iha knaar atu taka ka ema

responsável pela sua afixação ou, quando tal não seja determinável, àquelas que sejam identificáveis através das mensagens expostas, salvo se provarem que a afixação não lhes é imputável.

## **SECÇÃO II**

### **PUBLICIDADE NA TELEVISÃO**

#### **Artigo 24º**

##### **Períodos de publicidade televisiva**

1. A publicidade televisiva deve ser inserida entre programas, de modo a não contrariar a integridade destes.
2. A publicidade não pode interromper ou ser inserida, seja em rodapé ou subtítulos, durante a transmissão de serviços religiosos.
3. Nos programas de duração superior a 30 minutos, e ntre duas interrupções do mesmo programa, para emissão de publicidade, deve mediar um período igual ou superior a 20 minutos.
4. A transmissão de obras audiovisuais com duração o pro-gramada superior a 45 minutos, designadamente longas-metragens cinematográficas e filmes concebidos para a televisão, com excepção de séries, folhetins, programas de diversão e documentários, só pode ser interrompida uma vez por cada período completo de 45 minutos.

#### **Artigo 25º**

##### **Patrocinadores**

1. Entende-se por patrocínio (*sponsors*), para efeitos do pre-sente diploma, a participação de pessoas singulares ou colectivas no financiamento de quaisquer obras audiovisuais, programas, reportagens, edições, rubricas ou secções, adiante designados abreviadamente por progra-mas, independentemente do meio utilizado para a sua difusão, com vista à promoção do seu nome ou imagem, bem com das suas actividades, bens ou serviços.
2. Os telegornais e os programas televisivos de informação política não podem ser patrocinados por qualquer tipo de empresas.
3. Os programas patrocinados devem ser claramente identificados como tal pela

sira ne'ebé identifika ona liuhosi mensajén be fó-sai, exetu hatebes katak hala'ok taka mensajén ne'ebá la kona sira-nia responsabilidade.

## **SEKSAUN II**

### **HALO PUBLISIDADE IHA TELEVIZAUN**

#### **Artigu 24.º**

##### **Tempu halo publisidade iha televizaun**

1. Bainhira halo publisidade iha televizaun tenke hatama entre programa sira ho objetivu atu la sakar integridade programa sira-nian.
2. Publisidade la bele teri-netik ka hatama, iha rodapé ka subtítulu, durante transmisaun servisu relijiozu.
3. Iha programa ne'ebé ho durasaun liu minutu 30, entre interupsaun rua ba programa hanesan, atu fó-sai publisidade tenke sukat períudu hanesan ka liu minutu 20.
4. Transmisaun ba obra audiovizuál ho durasaun programa liu minutu 45, liuliu *longas-metragens cinematográfica* no filme hirak ne'ebé fó-sai ba televizaun, ho exesaun ba séries, folletin, programa diversaun no dokumentáriu, bele teri-netik dala ida de'it ba kada períudu kompletu minutu 45 nian.

#### **Artigu 25.º**

##### **Patrosinadór sira**

1. Temi ho naran patrosíniu (*sponsors*), atu haroman didi'ak iha diploma ida-ne'e maka, ema singular ka koleтиву ne'ebé partisipa hodi finansia obra audiovizuál, programa, reportazén, edisaun, rúbrika ka seksaun sasá de'it, be iha tempu oin mai sei habadak ho temi tuir naran programa, la haree ba oinsá no liuhosi dalan sá atu halekar, ho objetivu promove ninia naran ka imajén, nomós ninia atividade, bein ka servisu.
2. Empreza ho tipu ne'ebé de'it, la bele patrosina telegornál no programa televizivu ba informasaun política.
3. Programa hirak ne'ebé hetan ona patrosíniu tenke haroman hodi identifika loloos tuir

indicação, no início e no final do programa, do nome, marca ou logótipo do patrocinador

indikasaun, bainhira hahú no iha programa nia rohan, naran, marka ka logótipu patrosinadór nian.

#### **Artigo 26º**

##### **Proibição de publicidade por rádio e televisão a bebidas alcoólicas e ao tabaco**

1. São proibidas todas as formas de publicidade a tabaco ou bebidas alcoólicas, independentemente do suporte utilizado nas transmissões de rádio e de televisão.
2. A presente proibição não respeita a marcas mas apenas aos produtos alcoólicos ou de tabacos, independentemente do produtor ou comerciante, o qual pode anunciar outras bebidas ou produtos que não contenham álcool ou tabaco.

#### **CAPÍTULO IV**

##### **ACTIVIDADES PUBLICITÁRIAS**

#### **Artigo 27º**

##### **Criação publicitária**

1. Os direitos de carácter patrimonial sobre a criação publicitária presumem-se, salvo convenção em contrário, cedidos em exclusivo ao seu criador intelectual.
2. É ilícita a utilização de criações publicitárias sem a autorização dos autores titulares dos respectivos direitos.

#### **Artigo 28.º**

##### **Campanhas publicitárias do Estado**

A publicidade do Estado deve ser feita preferencialmente por agências de publicidade certificadas pelas tutelas anunciantes ou por aquelas no interesse das quais se realiza a publicidade.

#### **Artigo 29.º**

##### **Responsabilidade civil**

1. Os proprietários dos suportes publicitários respondem civil e solidariamente com o agente de publicidade e com o anunciante, pelos prejuízos causados a terceiros, em virtude da difusão de mensagens publicitárias ilícitas ou de acidentes provocados pelas estruturas físicas ou amovíveis.

#### **Artigo 26.º**

##### **Habandu halo publisidade liuhosi rádiu no televizaun kona-ba bebida alkólíka no tabaku**

1. Sei habandu ho oin ne'ebé de'it publisidade ba tabaku ka bebida alkólíka, la haree ba suporte ne'ebé uza bainhira halo transmisaun iha rádiu no televizaun.
2. Hala'ok bandu ida-ne'e la haktuir ba marka maibé, ba de'it produktu alkólíka ka tabaku, la haree ba ema produtór ka komersiante ne'e sé, ida ne'ebé bele haklaken bebida ka produktu seluktan be la iha alkohol ka tabaku.

#### **KAPÍTULU IV**

##### **ATIVIDADE PUBLISITÁRIU**

#### **Artigo 27.º**

##### **Hamoris publisitáriu**

1. Direitu ho karáter patrimoniál kona-ba hamoris publisitáriu prezumi konsidera katak sei fó loos de'it ba ninia kriadór intelectuál, exetu bainhira iha konvensaun kontráriu.
2. Nu'udar ilísita bainhira uza hala'ok kria publisitáriu lahó autorizasaun hosi autór titulár sira rasik ne'ebé iha direitu kona-ba ida-ne'e.

#### **Artigo 28.º**

##### **Kampaña publisitáriu hosi Estadu**

Publisidade hosi Estadu tenke hala'ó liuliu, hosi ajénsia publisidade ne'ebé tutela anunsiante sira sertifika ona ka hosi sira ne'ebé iha interese atu realiza publisidade ne'e.

#### **Artigo 29.º**

##### **Responsabilidade sivil**

1. Proprietáriu sira ne'ebé suporta publisitáriu sei hatán rasik no mesak de'it ba ajente publisidade no ba anunsiante prejuízu sá maka sira hamosu ona ba ema datoluk, hodi hanoin ba mensajén publisitáriu ilísita ka mensajén ne'ebé kona ema nia isin-lolon fíziku ka amovível hosi mensajén be halekar tiha.

2. O anunciante pode eximir-se da responsabilidade consignada no número anterior, se provar não ter tido conhecimento prévio da mensagem publicitária difundida ou por ter contratado o agente de publicidade a afixação em estruturas pertencentes a este.
2. Anunsianté bele la hatán ba responsabilidade ne'ebé tada iha número kotuk bainhira hatebes duni katak molok ne'e, la hatene kona-ba mensajén publisitáriu be fó-sai ka kona-ba kontratu be hala'o ho ajente publisidade nian atu taka mensajén hirak-ne'e.

### **Artigo 30.º**

#### **Responsabilidade criminal**

1. As infracções de natureza penal cometidas através da divulgação de mensagens publicitárias ficam sujeitas às normas de direito penal.
2. Para efeitos do presente diploma, consideram-se como autores o anunciante, o proprietário ou possuidor do suporte publicitário e o agente de publicidade, quando seja responsável pela distribuição da mensagem ilícita, tendo consciência da ilicitude.

### **Artigo 31.º**

#### **Infracções**

1. As infracções ao disposto na presente lei, quando não sejam crime, são processadas e punidas nos termos do disposto no Regime das Infracções Administrativas contra a Economia e a Segurança Alimentar aprovado pelo Decreto-lei nº 23/2009 de 5 de Agosto.
2. A entidade competente para a fiscalização, instrução e aplicação das coimas é a Inspeção Alimentar e Económica (IAE), nos termos do decreto-lei referido no número anterior, sem prejuízo das competências legalmente atribuídas a outros serviços.
3. Em caso de publicidade proibida, enganosa ou que, pelo seu objecto, forma ou fim, provoque ou possa provocar riscos para a saúde e segurança dos consumidores, a IAE pode propor ao Ministro medidas cautelares de cessação, suspensão ou proibição daquela publicidade, independentemente da prova de uma perda ou um prejuízo real.
4. As medidas cautelares de cessação e de proibição referidas no número anterior devem ser aplicadas, sempre que possível,

### **Artigu 30.º**

#### **Responsabilidade kriminiál**

1. Infrasaun ho natureza penál ne'ebé komete liuhosi halekar mensajén publisitáriu tenke hatada ba norma direitu penál nian.
2. Ba efeito sira iha diploma ida-ne'e, konsidera nu'udar autór anunsianté, proprietáriu ka posuidór ba suporte publisitáriu no ajente publisidade bainhira sira nu'udar responsavel ba distribuisaun mensajén ilísita no sira mós hatene hela kona-ba hahalok sala ne'e.

### **Artigu 31.º**

#### **Infrasaun**

1. Infrasaun ne'ebé hakerek iha lei ida-ne'e, bainhira la'ós nu'udar krimi karik, sei prosesa no kastigu tuir saida maka hatuur ona iha Rejime Infrasaun Administrativa kontra Ekonomia no Seguransa Alimentár be Dekretu-Lei nº 23/2009 5 Agostu nian aprova ona.
2. Entidade kompetente atu halo fizkalisasaun, instrusaun no aplikasaun koima maka Inspesaun Alimentár no Ekonomia (IAE), tuir termu hosi dekretu-lei ne'ebé temi iha número kotuk, laho sakar kompeténsia legál be atribui ona ba servisu seluk.
3. Kona-ba publisidade ne'ebé habandu, bosok ka ho oin ne'ebé de'it provoka ka bele provoka risku ba saúde no seguransa konsumidór sira-nian, IAE bele hato'o ba Ministru medida kautelár atu hapara, suspende ka bandu publisidade ne'ebá, laharee ba lakon ka fó duni prejuízu ka lae.
4. Medida kautelár ne'ebé temi iha número kotuk atu hapara no bandu tenke aplika, bainhira de'it bele, hafoin rona tiha ema anunsianté, ba

- após a audição do anunciante, que dispõe para o efeito do prazo de cinco dias.
5. O acto que aplique a medida cautelar de suspensão da publicidade terá de fixar expressamente a sua duração e o prazo para o arguido repor a legalidade, que não poderá ultrapassar os 30 dias.
  6. As entidades referidas no n.º 2 podem, a requerimento do anunciante, conceder-lhe um prazo para que suprima os elementos ilícitos da publicidade.
  7. Para efeitos de aplicação da coima, a publicidade proibida e a violação das normas de publicidade condicionada são equiparadas à publicidade enganosa, prevista no artigo 24º do Decreto-lei n.º 23/2009 de 5 de Agosto.

#### **Artigo 32.º**

##### **Responsabilidade pelo pagamento das coimas**

Pelo pagamento das coimas referidas no artigo anterior são solidariamente responsáveis o anunciante, o proprietário ou possuidor do suporte publicitário e o agente de publicidade.

### **CAPÍTULO V DISPOSIÇÕES FINAIS**

#### **Artigo 33.º**

##### **Revogação**

É revogado o Decreto do Governo n.º 3/2010, de 16 de Junho, que regula a publicidade transmitida pela Rádio e Televisão de Timor-Leste, Empresa Pública (RTTL, E.P.).

#### **Artigo 34.º**

##### **Entrada em vigor**

A presente lei entra em vigor 30 dias, após a data da sua publicação.

Aprovado em Conselho de Ministros, em 14 de Setembro de 2011.

O Primeiro-Ministro,

---

**Kay Rala Xanana Gusmão**

---

O Ministro do Turismo, Comércio e Indústria

hala'ok ne'e iha prazu loron-lima.

5. Aktu ne'ebé aplika medida kautelár hodi halo suspensaun ba publisidade, tenke fó-sai loloos ninia durasaun no prazu atu arguídu hetan filafali ninia legalidade no ida-ne'e la bele liu loron-30.
6. Entidade sira ne'ebé temi iha n.º 2 bele, liuhosi rekerimentu anunsiantie nian, fó ba nia prazu atu troka elementu ilísitu publisidade nian.
7. Kona-ba oinsá aplika koima, publisidade ne'ebé bandu no hala'ok sakar norma publisidade ho kondisaun ne'ebé de'it, sei tada nu'udar publisidade bosok, hatuur ona iha artigu 24.º hosi Dekretu-lei n.º 23/2009 5 Agostu nian.

#### **Artigu 32.º**

##### **Responsabilidade atu selu koima**

Ema anunsiantie, proprietáriu ka posuidór hodi suporta publisitáriu no ajente publisidade nian maka nu'udar responsavel atu selu koima ne'ebé temi iha artigu kotuk.

### **KAPÍTULU V DIZPOZISAUN FINÁL**

#### **Artigu 33.º**

##### **Revogasaun**

Revoga Dekretu Governu n.º 3/2010, 16 Juñu nian, ne'ebé regula publisidade be fó-sai liuhosi Rádiu no Televizaun Timor-Leste, Empreza Públika (RTTL, EP).

#### **Artigu 34.º**

##### **Hahú hala'o knaar ho kbiit legál**

Lei ida-ne'e hahú hala'o nia knaar ho kbiit legal iha loron-30 hafoin ninia loron publikasaun.

Aprova iha Konsellu Ministru,  
Iha 14 Setembru 2011.

Primeiru-Ministru,

---

**Kay Rala Xanana Gusmão**

---

Ministru Turizmu, Komérsiu no Indústria

**Gil da Costa A. N. Alves**

Promulgado em 15 / 12 / 2011

Publique-se.

O Preidente da República,

---

**José Ramos Horta**

**Gil da Costa A. N. Alves**

Promulga iha 15/12/2011

Publika ba.

Prezidente Repúblika,

---

**José Ramos Horta**