



澳門特別行政區立法會
Região Administrativa Especial de Macau
Assembleia Legislativa

(TRADUÇÃO)

INTERPELAÇÃO ESCRITA

Revisão da lei da “Actividade publicitária” e desenvolvimento do sector da publicidade

A publicidade é um meio importante para a promoção de produtos e serviços de natureza comercial e, ao mesmo tempo, um elemento indispensável para o desenvolvimento económico. Sendo uma ponte que liga várias áreas, o sector da publicidade não só consegue promover o desenvolvimento e a vitalidade de outras indústrias, mas também apoiar a sua expansão e inovação.

A Lei n.º 7/89/M (Actividade publicitária) (vulgarmente conhecida por “lei da publicidade”) já está em vigor há mais de 35 anos, desde 1989. No entanto, durante este período, a generalização da *Internet* e o surgimento de novos meios de comunicação, como as redes sociais, as plataformas *online*, etc., revolucionaram de forma profunda o sector da publicidade. As formas de publicidade e de difusão apresentaram mudanças subversivas, no entanto, a legislação vigente não se conseguiu adaptar atempadamente a estas novas tendências, pois, em particular, não há regulamentação e definição claras sobre a publicidade dos novos meios de comunicação; não existem instruções claras sobre o fluxo luminoso da publicidade; a lei da publicidade vigente não satisfaz as necessidades de publicidade das indústrias emergentes; a apreciação e autorização da publicidade devem ser objecto de optimização; o combate à publicidade falsa e enganosa deve ser reforçado; etc. Estes problemas limitam claramente o desenvolvimento saudável do sector da publicidade e têm efeitos negativos no desenvolvimento sustentável da economia e da sociedade



澳門特別行政區立法會
Região Administrativa Especial de Macau
Assembleia Legislativa

(TRADUÇÃO)

de Macau. A revisão da vigente lei da publicidade, para uma melhor adaptação às necessidades da indústria da publicidade na nova era e um apoio mais amplo ao desenvolvimento dos novos meios de comunicação, tornou-se uma tarefa urgente que não pode ser negligenciada.

Assim sendo, interpelo sobre o seguinte:

1. A lei da publicidade já entrou em vigor há mais de 35 anos e, em Janeiro do ano passado, na resposta a uma interpelação escrita, as autoridades afirmaram o seguinte: o Governo “já iniciou a comunicação com a DSAJ, o IAM, os Serviços de Saúde, o Instituto para a Supervisão e Administração Farmacêutica e a Direcção dos Serviços de Turismo e está a avançar com os trabalhos preparatórios de revisão da lei, estando neste momento a recolher os pareceres dos diversos serviços”. Qual é o ponto de situação da recolha dos pareceres sobre a revisão da lei? Existe alguma calendarização para a revisão da lei da publicidade?

2. Com o progresso contínuo da tecnologia e o surgimento de novos meios de comunicação, o sector da publicidade e dos média está a passar, gradualmente, pela reconversão digital, trazendo novas oportunidades para a inovação e o desenvolvimento da indústria publicitária. Muitos governos do Interior da China promoveram activamente a reconversão digital da indústria da publicidade, tendo Xangai publicado a primeira política provincial do país para o sector da publicidade digital – “Opiniões orientadoras para a promoção do desenvolvimento da indústria da publicidade digital de alta qualidade de Xangai”, estando os outros governos a focarem-se no empoderamento da tecnologia digital nas suas políticas, incentivando a criação de uma indústria publicitária centrada nas tecnologias digitais. Quanto à



澳門特別行政區立法會
Região Administrativa Especial de Macau
Assembleia Legislativa

(TRADUÇÃO)

revisão da lei da publicidade e à promoção do desenvolvimento saudável do sector da publicidade, como é que as autoridades vão incentivar a reconversão digital do referido sector e apoiar o desenvolvimento diversificado dos serviços criativos de publicidade?

3. Nos últimos anos, o Governo da RAEM empenhou-se na promoção do desenvolvimento das quatro principais indústrias, nomeadamente, a indústria de *big health* de medicina tradicional chinesa, a indústria financeira moderna, a indústria de tecnologia de ponta, as indústrias de convenções e exposições de comércio, e de cultura e desporto, e na criação de novos pontos de crescimento económico. Quanto à revisão da lei da publicidade e à promoção do desenvolvimento do sector da publicidade, como é que as autoridades vão aproveitar plenamente o papel activo desta na promoção de marcas e produtos locais de renome, de produtos relacionados com a indústria da medicina tradicional chinesa de Macau, de projectos culturais e turísticos com características próprias, da transformação de resultados de investigação científica e na comercialização, etc., em prol do reforço do desenvolvimento integrado do sector da publicidade com as quatro principais indústrias?

3 de Abril de 2025

O Deputado à Assembleia Legislativa da RAEM,

Ho Ion Sang