



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

(TRADUÇÃO)

## **INTERPELAÇÃO ESCRITA**

### **Solicita-se ao Governo que preste mais atenção ao desenvolvimento do sector publicitário e que proceda ao agendamento da revisão da Lei n.º 7/89/M (Actividades Publicitárias) de 4 de Setembro**

Recentemente, o nosso escritório recebeu, através de diversos canais, muitas queixas de residentes de Macau, que alegaram ter havido publicidade enganosa por parte de um grande banco conhecido, o que levou o público a acreditar que poderia usufruir de todos os benefícios oferecidos ao abrir uma conta nesse banco. Por exemplo, nas mensagens publicitárias, salientou-se a oferta de um desconto diário. De facto, os vários benefícios não podem ser usufruídos ao mesmo tempo, porém, as restrições foram escondidas no processo publicitário, e tal publicidade enganosa levou a que a população em geral de Macau ficasse confundida.

Na Lei n.º 7/89/M (Actividades Publicitárias) de 4 de Setembro, está previsto o seguinte: Artigo 1.º (Âmbito) – “A presente lei estabelece o regime geral a que deve obedecer a difusão de mensagens publicitárias, qualquer que seja o meio utilizado, bem como as condições para a sua inscrição e afixação pública”; N.º 1 do artigo 6.º (Veracidade) – “A mensagem publicitária deve respeitar a verdade, não deformando os factos ou induzindo em erro os seus destinatários”; Alínea f) do n.º 2 do Artigo 7.º (Publicidade proibida) – “Possa induzir em erro sobre a qualidade dos bens ou serviços anunciados”; Artigo 10.º (Publicidade enganosa) – “É proibida a utilização de formas publicitárias que, directa ou indirectamente, por inveracidade, omissão,



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

(TRADUÇÃO)

exagero ou ambiguidade, induzam o consumidor em erro quanto às características do bem ou do serviço”; N.º 1 do artigo 12.º (Defesa do consumidor) – “A actividade publicitária não deve causar quaisquer prejuízos – morais, mentais ou físicos – ao consumidor”.

As disposições supramencionadas justificam, plenamente, as alegações da natureza enganosa das recentes mensagens publicitárias de um grande banco conhecido, o que provocou certos danos aos direitos e interesses dos consumidores, e que o banco em questão deveria ser punido com uma multa entre 5000 a 28 000 patacas, prevista na alínea b) do n.º 1 do artigo 27.º (Infracções). A publicidade enganosa que induz os consumidores em erro constitui uma infracção. Entretanto, é evidente que as multas, que estão em vigor há 32 anos e não foram aumentadas, não produzem um efeito dissuasor adequado contra este tipo de infracção. Mais, em resposta à dita publicidade enganosa, que induziu os consumidores em erro, o Governo limitou-se a revelar que “tinha exigido à empresa em questão que procedesse à avaliação e à melhoria dos trabalhos publicitários”, não tendo tomado, porém, quaisquer medidas sancionatórias substanciais contra a mesma para servir de exemplo a outros.

Além disso, recebemos, ao longo do tempo, muitas opiniões dos operadores do sector publicitário, tendo alegado a existência de muitas deficiências e áreas cinzentas na vigente Lei n.º 7/89/M. Por exemplo, quanto aos edifícios de Macau localizados de cada lado dos passeios e virados para as vias públicas, era necessário apenas, no passado, o consentimento dos representantes dos proprietários para afixar anúncios nos pilares de pedra desses edifícios. Posteriormente, os requerimentos da afixação



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

(TRADUÇÃO)

de anúncios publicitários, apresentados por comerciantes, exigem que todos os proprietários do edifício envolvido assinem a favor da respectiva afixação antes de esses requerimentos poderem ser aprovados pelo Instituto para os Assuntos Municipais (IAM). A prática acima referida tem impacto para o desenvolvimento saudável do sector publicitário, a par de dar origem à concorrência desleal e de impedir o desenvolvimento sustentado desse sector.

Ao longo dos anos, a população apresentou muitas opiniões ao Governo, respeitantes à avaliação da Lei n.º 7/89/M de 4 de Setembro. Em 18 de Junho de 2010, o então Director dos Serviços de Assuntos de Justiça, Cheong Weng Chon, afirmou que ia “elaborar, no futuro, uma lei unificada sobre publicidade. É de crer que os requisitos específicos para publicidades específicas ainda precisem de ser estabelecidos nessa legislação unificada”. Quanto a isto, apresentámos ao Governo, em 9 de Julho de 2014, uma interpelação escrita sobre a “necessidade urgente de revisão da Lei n.º 7/89/M, para defesa não só dos interesses gerais dos consumidores como também das agências de publicidade”. Na resposta datada de 25 de Agosto de 2014, o Governo da RAEM afirmou o seguinte: “[t]endo em conta [o facto de] a legislação da Protecção dos Direitos e Interesses dos Consumidores servir ainda de uma base legal significativa aquando da elaboração da Lei n.º 7/89/M, “é imprescindível a harmonização desses dois regimes legais. Pretende-se, através da revisão da legislação relativa à Protecção dos Direitos e Interesses dos Consumidores, conjugar os consensos da sociedade”; “conjugadas com as condições objectivas respeitantes ao desenvolvimento socioeconómico em geral, planeiam-se a realização de um estudo sobre a tendência evolucionária do sector publicitário e ainda a alteração de determinados articulados da lei de publicidade”.



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

(TRADUÇÃO)

Porém, na realidade, foi apenas levada a cabo a revisão da Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor, que teve lugar em 24 de Junho de 2021, e o Governo não dispõe de planos para alteração da Lei n.º 7/89/M, sendo então impossível reflectir que o Governo da RAEM honrou o compromisso supramencionado.

Assim sendo, interpelo o Governo, solicitando que me sejam dadas respostas, de uma forma clara, precisa, coerente, completa e em tempo útil, sobre o seguinte:

1. O Governo da RAEM deve, com referência às respectivas disposições da Lei n.º 7/89/M de 4 de Setembro, conduzir uma investigação aprofundada sobre a publicidade enganosa acima mencionada, examinando se as práticas publicitárias da instituição em causa infringiram a lei vigente, no sentido de proteger os direitos e interesses dos consumidores. Já o fez?
2. No que respeita às áreas cinzentas constantes da vigente Lei n.º 7/89/M, por exemplo, existe uma grande diferença, anteriormente e agora, quanto ao grau de dificuldade de requerer pelos comerciantes, junto do IAM, a autorização para afixar anúncios publicitários no espaço público dos edifícios localizados em cada lado dos passeios, o que tem impacto para o aspecto da cidade devido à existência de “duas cores” nas vias públicas. Pelo exposto, o Governo da RAEM deve uniformizar e ajustar adequadamente os requisitos de requerimento para conseguir um equilíbrio mais razoável entre os desejos de comerciantes, publicitários e proprietários. Vai fazê-lo?



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

(TRADUÇÃO)

3. Em 24 de Junho de 2021, a Assembleia Legislativa aprovou a Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor. Porém, o Governo omitiu a alteração da Lei n.º 7/89/M, não honrando, então, o seu compromisso. Por motivo de impulsionar o desenvolvimento sustentado do sector publicitário, o Governo da RAEM deve proceder à revisão da Lei n.º 7/89/M. Dispõe-se do plano da respectiva revisão a curto prazo?

02 de Julho de 2021

**O Deputado à Assembleia Legislativa da RAEM,**

**José Pereira Coutinho**