



Presidência da República

Subchefia para Assuntos Jurídicos

DECRETO Nº 57.690, DE 1 DE FEVEREIRO DE 1966

Aprova o Regulamento para a execução da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, usando da atribuição que lhe confere o artigo 87, item I, da Constituição Federal,

DECRETA:

Art 1º Fica aprovado o regulamento a que se refere o art. 20, da [Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965](#), que a este acompanha.

Art 2º Este decreto entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Brasília, 1 de fevereiro de 1966; 145º da Independência e 78º da República.

H. CASTELLO BRANCO
Walter Peracchi Barcellos

Este texto não substitui o publicado no D.O.U. de 10.2.1966

REGULAMENTO PARA EXECUÇÃO DA LEI Nº 4.680, DE 18 DE JUNHO DE 1965

CAPÍTULO I

Dos Publicitários

Art 1º A profissão de Publicitário, criada pela [Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965](#), e organizada na forma do presente Regulamento, compreende as atividades daquele que, em caráter regular e permanente, exercem funções artísticas e técnicas através das quais estuda-se, concebe-se, executa-se e distribui-se propaganda.

Art 2º Considera-se propaganda qualquer forma remunerada de difusão de idéias, mercadorias, produtos ou serviços, por parte de um anunciante identificado.

Art 3º As atividades previstas no Art. 1º deste Regulamento, serão exercidas nas Agências de Propaganda, nos Veículos de Divulgação ou em qualquer empresa nas quais se produz a propaganda.

§ 1º os auxiliares que, nas Agências de Propagandas e noutras organizações congêneres, não colaborarem, diretamente, no planejamento, execução, produção e distribuição da propaganda, terão a designação profissional correspondente às suas funções específicas.

§ 2º os profissionais de outras categorias, que exerçam funções nas Agências de Propaganda, conservarão os privilégios que a Lei lhes concede, em suas respectivas categorias profissionais.

Art 4º Consideram-se atividades artísticas, para os efeitos deste Regulamento, as que se relacionam com trabalhos gráficos, plásticos e outros, também de expressão estética, destinados a exaltar e difundir pela imagem, pela palavra ou pelo som, as qualidades e conveniências de uso ou de consumo das mercadorias, produtos e serviços a que visa a propaganda.

Art 5º São atividades técnicas, para os fins do presente Regulamento as que promovem a combinação harmoniosa dos conhecimentos científicos com os artísticos, tendo em vista dar à mensagem publicitária o máximo de rendimento e impacto.

SEÇÃO 1ª

Da Agência de Propaganda

Art 6º Agência de Propaganda é a pessoa jurídica especializada nos métodos, na arte e na técnica publicitários, que, através, de profissionais a seu serviço, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos Veículos de Divulgação, por ordem e conta de clientes anunciantes, com o objetivo de promover a venda de mercadorias, produtos e serviços, difundir idéias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições a que servem.

Art. 7º Os serviços de propaganda serão prestados pela Agência mediante contratação, verbal ou escrita, de honorários e reembolso das despesas previamente autorizadas, tendo como referência o que estabelecem os itens 3.4 a 3.6, 3.10 e 3.11, e respectivos subitens, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, com as alterações constantes das Atas das Reuniões do Conselho Executivo datadas de 13 de fevereiro, 29 de março e 31 de julho, todas do ano de 2001, e registradas no Cartório do 1º Ofício de Registro de Títulos e Documentos e Civil de Pessoa Jurídica da cidade de São Paulo, respectivamente sob nº 263447, 263446 e 282131. ([Redação dada pelo Decreto nº 4.563, de 31.12.2002](#))

Art 8º Consideram-se Clientes ou Anunciante a entidade ou indivíduo que utiliza a propaganda.

Art 9º Nas relações entre a Agência e o cliente serão observados os seguintes princípios básicos.

I - A Agência assegurará exclusividade ao Cliente, obrigando-se a não assumir encargo de propaganda de mercadoria, produto ou serviço concorrente, salvo por explícita concordância de seu Cliente.

II - A Agência não executará qualquer plano de propaganda, que represente despesa para o Cliente, sem que este lhe tenha dado sua prévia autorização.

III - A Agência obrigará-se a apresentar ao Cliente, nos primeiros dias de cada mês, uma demonstração dos dispêndios do mês anterior, acompanhada dos respectivos comprovantes, salvo atraso por parte dos Veículos de Divulgação, na sua remessa.

IV - O Cliente comprometer-se-á a liquidar à vista, ou no prazo máximo de trinta (30) dias, as notas de honorários e de despesas apresentadas pela Agência.

V - Para rescisão ou suspensão da propaganda, a parte interessada avisará a outra do seu propósito, com a antecedência mínima de sessenta (60) dias, sob pena de responder por perdas e danos, ficando o Cliente impedido de utilizar-se de quaisquer anúncios ou trabalhos criados pela Agência, e esta, por sua vez, proibida durante sessenta (60) dias, de aceitar propaganda de mercadoria, produto ou serviço semelhantes à rescindida ou suspensa.

VI - Sempre que trabalhos ou anúncios criados pela Agência, com aprovação do Cliente, não sejam utilizados ou forem cancelados, após curto período de divulgação, embora sem rescisão ou suspensão do contrato, caberá à Agência uma remuneração especial, a título de ressarcimento das despesas que efetuou.

VII - Para dirimir as dúvidas surgidas na fixação do valor de honorários, de reembolso de despesas e de indenizações por perdas e danos, poderão as partes instituir comissão de árbitros, a cargo de três profissionais, indicados de comum acordo, ou por associação de classe com exigência legal.

VIII - A idéia utilizada na propaganda é, presumidamente, da Agência, não podendo ser explorada por outrem, sem que aquela, pela exploração, receba a remuneração justa, ressalvado o disposto no art. 454, da Consolidação das Leis do Trabalho.

IX - Nenhum elemento de pesquisa ou estatístico poderá ser deturpado pela Agência ou apresentação de forma capciosa, e sempre que for utilizado como fator fundamental de persuasão, será mencionada a fonte de sua procedência.

SEÇÃO 2ª

Do Veículo de Divulgação

Art 10. Veículo de Divulgação, para os efeitos deste Regulamento, é qualquer meio de divulgação visual, auditiva ou áudio-visual, capaz de transmitir mensagens de propaganda ao público, desde que reconhecido pelas entidades sindicais ou associações civis representativas de classe, legalmente registradas.

Art 11. O Veículo de Divulgação fixará, em Tabela, a comissão devida aos Agenciadores, bem como o desconto atribuído às Agências de Propaganda.

Art 12. Ao Veículo de Divulgação não será permitido descontar da remuneração dos Agenciadores de Propaganda, mesmo parcialmente, os débitos não liquidados por Anunciantes, desde que a propaganda tenha sido formal e previamente aceita por sua direção comercial.

Art 13. O Veículo de Divulgação poderá manter a seu serviço Representantes ("Contatos") junto aos Anunciantes e Agências de Propagandas, mediante contrato de trabalho.

Parágrafo único. A função de Representante só poderá ser exercida por Agenciador de Propaganda, sem prejuízo do pagamento das comissões a este devidas, se assim convier às partes.

Art 14. O preço dos serviços prestados pelo Veículo de Divulgação será por este fixado em Tabela pública, aplicável a todos os compradores, em igualdade de condições, incumbindo ao Veículo respeitá-la e fazer com que seja respeitada por seus Representantes.

Art 15. O faturamento da divulgação será feito em nome do Anunciante, devendo o Veículo de Divulgação remetê-lo à Agência responsável pela propaganda.

Art 16. O Veículo de Divulgação ficará obrigado, perante o Anunciante, a divulgar a matéria autorizada, no espaço ou no tempo contratado, de acordo com as especificações estabelecidas, não podendo o Anunciante, em qualquer caso, pretender influir na liberdade de sua opinião editorial.

SEÇÃO 3ª

Da Ética Profissional

Art 17. A Agência de Propaganda, o Veículo de Divulgação e o Publicitário em geral, sem prejuízo de outros deveres e proibições previstos neste Regulamento, ficam sujeitos, no que couber, aos seguintes preceitos, genericamente ditados pelo Código de Ética dos Profissionais da Propaganda a que se refere o art. 17, da Lei 4.680, de 18 de junho de 1965:

I - Não é permitido:

- a) publicar textos ou ilustrações que atendem contra a ordem pública, a moral e os bons costumes;
- b) divulgar informações confidenciais relativas a negócios ou planos de Clientes-Anunciantes;
- c) reproduzir temas publicitários, axiomas, marcas, músicas, ilustrações, enredos de rádio, televisão e cinema, salvo consentimento prévio de seus proprietários ou autores;
- d) difamar concorrentes e depreciar seus méritos técnicos;
- e) atribuir defeitos ou falhas a mercadorias, produtos ou serviços concorrentes;
- f) contratar propaganda em condições antieconômicas ou que importem em concorrência desleal;
- g) utilizar pressão econômica, com o ânimo de influenciar os Veículos de Divulgação a alterarem tratamento, decisões e condições especiais para a propaganda;

II - É dever:

- a) fazer divulgar, somente acontecimentos verídicos e qualidades ou testemunhos comprovados;

b) atestar, apenas, procedências exatas e anunciar ou fazer anunciar preços e condições de pagamentos verdadeiros;

c) elaborar a matéria de propaganda sem qualquer alteração, gráfica ou literária, dos pormenores do produto, serviço ou mercadoria;

d) negar comissões ou quaisquer compensações a pessoas relacionadas, direta ou indiretamente, com o Cliente;

e) comprovar as despesas efetuadas;

f) envidar esforços para conseguir em benefício do Cliente, as melhores condições de eficiência e economia para sua propaganda;

g) representar, perante a autoridade competente, contra os atos infringentes das disposições deste Regulamento.

SEÇÃO 4ª

Da Remuneração, do Registro da Profissão e do Recolhimento do Imposto Sindical

Art 18 Aplicam-se ao Publicitário as disposições da Legislação do Trabalho e da Previdência Social.

Art 19 Será obrigatório o registro da profissão de Publicitário, perante o Serviço de Identificação Profissional, do Ministério do Trabalho e Previdência Social.

Parágrafo único - Serão exigidos, para o registro, os seguintes documentos:

a) diploma ou atestado de frequência (na qualidade de estudante), expedido por estabelecimento que ministre o ensino da propaganda, ou atestado de habilitação profissional fornecido por empregador publicitário;

b) carteira profissional e prova do pagamento do imposto sindical, se já no exercício da profissão.

Art 20. Para efeito de recolhimento do imposto sindical, os jornalistas registrados como redatores, revisores e desenhistas, que exerçam suas funções em Agências de Propaganda e outras empresas, nas quais executem propaganda, poderão optar pelo desconto para a entidade representativa de sua categoria profissional ou para a dos Publicitários.

CAPÍTULO II

Dos Agenciadores de Programa

Art 21. A profissão de Agenciador de Propaganda instituída pela Lei número 4.680, de 18 de junho de 1965, e disciplinada pelas disposições deste Regulamento, abrange a atividade dos que, vinculados aos Veículos de Divulgação, a eles encaminham propaganda, por conta de terceiros.

Art 22. O exercício da profissão de Agenciador de Propaganda é privativo dos que estiverem, nesta categoria, inscritos e identificados no Serviço de Identificação Profissional do Ministério do Trabalho e Previdência Social.

Art 23. São exigidos para o registro referido no artigo anterior:

a) prova, através de anotação da carteira profissional do exercício efetivo da profissão, durante doze (12) meses, no mínimo, ou do recebimento, mediante documento hábil, de remuneração por agenciamento de propaganda, pelo mesmo período;

b) atestado de capacidade profissional fornecido por associação ou entidade de classe;

c) prova de pagamento do imposto sindical.

Art 24. Estendem-se ao Agenciador de Propaganda, registrado em qualquer Veículo de Divulgação, todos os direitos e vantagem assegurados nas leis trabalhistas e previdenciárias.

Parágrafo único. Para os efeitos da legislação de previdência social, o Agente de Propaganda, sem subordinação empregatícia, será equiparado ao trabalhador autônomo.

CAPÍTULO III

Disposições Gerais

SEÇÃO 1ª

Da Fiscalização

Art 25. A fiscalização dos dispositivos da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e do presente Regulamento, será exercida pelo Departamento Nacional do Trabalho, pelas Delegacias Regionais do Ministério do Trabalho e Previdência Social, e pelas entidades sindicais e associações civis de posta do órgão disciplinar competente interessadas, que deverão denunciar às autoridades competentes as infrações verificadas.

SEÇÃO 2ª

Das Penalidades

Art 26. As infrações ao disposto na Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e no presente Regulamento, serão punidas com as penalidades abaixo, pelo Diretor Geral do Departamento Nacional do Trabalho ou pelos Delegados Regionais do Trabalho e, se de natureza ética, em consonância com o art. 17 daquela Lei, por proposta do órgão disciplinar competente da associação de classe a que pertencer o infrator:

a) multa, de um décimo do salário-mínimo vigente na região a dez vezes o seu valor;

b) multa, de dez a cinqüenta por cento do valor do negócio publicitário realizado, se a disposição violada for a do § 3º, do art. 11. deste Regulamento.

Art 27. A graduação da multa atenderá à natureza da infração e às condições sociais e econômicas do infrator.

Art 28. Nenhuma pena será imposta sem que seja assegurada ampla defesa ao acusado.

Art 29. Poderá o infrator recorrer, dentro em dez (10) dias, a partir da intimação ou da publicação, no órgão oficial, do ato punitivo, para o Ministro do Trabalho e Previdência Social, ou para o Diretor Geral do Departamento Nacional do Trabalho, se a decisão foi proferida, respectivamente, por este último, ou por Delegado Regional do Trabalho.

Art 30. O recurso, em qualquer caso, terá somente efeito devolutivo.

CAPÍTULO IV

Disposições Finais e Transitórias

Art 31. O registro dos Publicitários e Agenciadores de Propaganda, que já se encontrem no exercício de sua profissão, deverá ser obrigatoriamente efetuado, dentro em 120 dias, contados da data da publicação do presente Regulamento. ([Vide Decreto nº 60.574, de 1967](#))

Art 32. Para os fins de comprovação do exercício profissional, a que se refere a alínea a , do art. 25 do presente Regulamento, aos Agenciadores de Propaganda ainda não registrados, será permitido encaminharem propaganda aos Veículos de Divulgação, pelo prazo improrrogável de doze (12) meses, contado da publicação deste Regulamento, desde que provem sua filiação à entidade de classe sindical representativa.

Parágrafo único. A entidade sindical manterá um registro especial para controle de estágio de doze (12) meses previsto neste artigo.

Art 33. O Ministério do Trabalho e Previdência Social elaborará e expedirá os modelos e instruções que se fizerem necessários à execução do presente Regulamento e dirimirá as dúvidas surgidas na sua aplicação.

Art 34. Este Regulamento entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.