

# Decreto nº 57.690



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

**Decreto nº 57.690**

1º de fevereiro de 1966 Regulamenta a execução da Lei nº 4.680.

.....

CAPÍTULO I	Dos Publicitários
Seção 1.ª	Da Agência de Propaganda
Seção 2.ª	Do Veículo de Divulgação
Seção 3.ª	Da Ética Profissional
Seção 4.ª	Da Remuneração, do Registro da Profissão e do Imposto Sindical
CAPÍTULO II	Dos Agenciadores de Propaganda
CAPÍTULO III	Disposições Gerais
Seção 1.ª.	Da Fiscalização
Seção 2.ª.	Das Penalidades
CAPÍTULO IV	Disposições Finais e Transitórias

## 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 daqueles 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 Propaganda 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 expressões estéticas, 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 promovam a combinação harmoniosa dos conhecimentos científicos com os artísticos, tendo em vista dar à mensagem publicitária o máximo de rendimento e impacto.

Seção 1.ª

### **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 (nova redação dada pelo Decreto nº 2.262 de 26/6/97).

Art. 8º - Considera-se Cliente 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 Chefe.

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 a 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 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 existência 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 estilístico poderá ser deturpado pela Agência ou apresentado na forma capciosa, e sempre que for utilizado como fator fundamental de persuasão, será mencionada a fonte de sua procedência.

Seção 2.ª

### **Do Veículo de Divulgação**

Art. 10 - Veículo de Divulgação, para os efeitos deste Regulamento, é qualquer meio de divulgação visual, auditiva ou audiovisual 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.

§ 1º - Comissão é a retribuição, pelo Veículo de Divulgação, do trabalho profissional do Agenciador de Propaganda, sendo vedada sua transferência, mesmo parcial, para o anunciante (revogado pelo Decreto nº 2.262 de 26/6/97).

§ 2º - Desconto é o abatimento concedido pelo Veículo de Divulgação como estímulo à Agência de Propaganda, que dele não poderá utilizar-se para rebaixa dos preços de tabela (revogado pelo Decreto nº 2.262 de 26/6/97).

§ 3º - Nenhuma Comissão ou desconto será concedido sobre a propaganda encaminhada diretamente ao Veículo de Divulgação, por qualquer pessoa física ou jurídica que não se classifique como Agenciador de Propaganda ou Agência, definidos no presente Regulamento (revogado pelo Decreto nº 2.262 de 26/6/97).

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 Agentes de Propaganda, mediante contrato de trabalho.

§ 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 3.ª

### **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 nº 4.680, de 18 de junho de 1965:

I - Não é permitido:

a) publicar textos ou ilustrações que atentem 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 por 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 anti-econômicas 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 pagamento verdadeiros;

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

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.

### **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.

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

a) diploma ou atestado de freqüência (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 Propaganda**

Art. 21 - A profissão de Agenciador de Propaganda instituída pela Lei nº 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 anotações da carteira profissional, do exercício efetivo da profissão, durante doze (12) meses, no mínimo, ou do recebimento, mediante documento hábil, de remuneração por agendamento 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 vantagens assegurados nas leis trabalhistas e previdenciárias.

§ 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 classes representativas das categorias 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 de 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 de 120 dias, contados da data da publicação do presente Regulamento.

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 a entidade de classe sindical representativa.

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

Art. 33 - O Ministro do Trabalho e Previdência Social elaborará e exigirá 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.



Associação Brasileira de Agências de Publicidade  
Rua Pedroso Alvarenga, 1.208 - 8º andar - São Paulo - SP  
04531-004 - Tel.: (55 11) 3079-6966 - Fax: (55 11) 3167-6503  
e-mail: [abap@abap.com.br](mailto:abap@abap.com.br) - Site: [www.abap.com.br](http://www.abap.com.br)