

---

**PROFISSÃO DE PUBLICITÁRIO — LEI 4.680/65 - REGULAMENTO PARA EXECUÇÃO - APROVA****EMENTA**

DECRETO Nº 57.690, DE 01 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, 1º de fevereiro de 1966; 145º da Independência e 78º da República. H. Castello Branco Walter Peraacchi Barcellos 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 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 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 1º - 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) Redação anterior: "Art. 7º - Os serviços de propaganda serão prestados pela Agência mediante contratação, verbal ou escrita, de honorários e reembolso das despesas previamente autorizadas." 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 exclusivamente 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