

LEI Nº 4680

SOBRE O EXERCÍCIO DA PROFISSÃO DE PUBLICITÁRIO CAPÍTULO I

Artigo 1º

São Publicitários aqueles que, em caráter regular e permanente, exerçam funções de natureza técnica da especialidade, nas Agências de Propaganda, nos Veículos de Divulgação, ou em quaisquer empresas nas quais se produza propaganda.

Artigo 2º

Consideram-se

Agenciadores de Propaganda os profissionais que, vinculados aos Veículos de Divulgação, a eles encaminham propaganda por conta de terceiros.

Artigo 3º

A Agência de Propaganda é pessoa jurídica e especializada na arte e técnica publicitárias, que, através de especialistas, 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 produtos e serviços, difundir idéias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público.

Artigo 4º

São Veículos de Divulgação, para os efeitos desta lei, quaisquer meios de comunicação visual ou auditiva capazes de transmitir mensagens de propaganda ao público, desde que reconhecidos pelas entidades e órgãos de classe, assim consideradas as associações civis locais e regionais de propaganda, bem como os sindicatos de publicitários.

Artigo 5º

Compreende-se por propaganda qualquer forma remunerada de difusão de idéias, mercadorias ou serviços, por parte de um anunciante identificado.

CAPÍTULO II

Da profissão de publicitário

Artigo 6º

A designação profissional de Publicitário será privativa dos que se enquadraram nas disposições da presente lei.

Parágrafo 1º

Os auxiliares que, nas Agências de Propaganda e outras organizações de propaganda, não colaborem, diretamente no planejamento, execução, produção e distribuição da propaganda, terão a designação profissional correspondente às suas funções específicas.

Parágrafo 2º

Nos casos em que profissionais de outras categorias exerçam funções nas Agências de Propaganda, tais profissionais conservarão os privilégios que a lei lhes concede em suas respectivas categorias profissionais.

Parágrafo 3º

Para efeito de recolhimento do Imposto Sindical, os jornalistas registrado como redatores, revisores e desenhistas, que exerçam suas funções em Agências de Propaganda e outras empresas nas quais se execute propaganda, poderão optar entre recolhimento para o sindicato de sua categoria profissional ou para o Sindicato dos Publicitários .

Artigo 7º

A remuneração dos Publicitários não Agenciadores será baseado nas normas que regem os contratos comuns de trabalho, assegurando-se-lhes todos os benefícios de caráter social e previdenciário outorgados pelas leis do trabalho.

Artigo 8º

O registro da profissão de Publicitário ficará instituído com a promulgação da presente lei e tornar-se-á obrigatório no prazo de 120 (cento e vinte) dias para aqueles que já se encontrem no exercício da profissão.

Parágrafo único

Para o citado registro, o Serviço de Identificação Profissional do Ministério do Trabalho exigirá os seguintes documentos:

- a) 1 - diploma de uma escola ou curso de propaganda;
2 - ou atestado de frequência, na qualidade de estudante;
3 - ou, ainda atestado do empregador.
- b) categoria profissional e prova de pagamento do Imposto Sindical, se já no exercício da profissão.

CAPÍTULO III

Da Profissão do Agenciador de Propaganda

Artigo 9º

O exercício da profissão de Agenciador de Propaganda somente será facultado aos que estiverem devidamente identificados e inscritos nos serviços de identificação profissional do Departamento Nacional do Trabalho.

Artigo 10º

Para o registro de que trata o artigo anterior, os interessados deverão apresentar :

- a) prova de exercício efetivo da profissão, durante pelo menos doze meses, na forma de Carteira Profissional anotada pelo empregador, ou prova de recebimento de remuneração pela propaganda, encaminhada a Veículos de Divulgação, durante igual período;
- b) atestado de capacitação profissional ,concedido por entidades de classe;

c) prova de pagamento do Imposto Sindical.

Parágrafo 1º

Para os fins da comprovação exigida pela alínea “a” deste artigo, será facultado aos Agenciadores de Propaganda ainda não registrados encaminharem propaganda aos veículos desde que comprovem sua filiação ao Sindicato da Classe

Parágrafo 2º

O Sindicato da classe manterá um registro dos Agenciadores de Propaganda, a que se refere o parágrafo anterior, para o fim de lhes permitir o exercício preparatório da profissão somente no decurso de doze meses improrrogáveis.

Parágrafo 3º

O registro da profissão de Agenciador de Propaganda tornar-se-á obrigatório no prazo de 120 (cento e vinte) dias para aqueles que já se encontram no exercício dessa atividade.

CAPÍTULO IV

Das comissões e descontos devidos aos Agenciadores e às Agências de Propaganda

Artigo 11º

A comissão, que constitui a remuneração dos Agenciadores de Propaganda, bem como o desconto devido às Agências de Propaganda, serão fixados preços Veículos de Divulgação sobre os preços estabelecidos em tabela.

Parágrafo único

Não será concedida nenhuma comissão ou desconto sobre a propaganda encaminhada diretamente aos Veículos de Divulgação por qualquer pessoa física ou jurídica que não se enquadre na classificação de Agenciador de Propaganda ou Agência de Propaganda, como definidos na presente lei.

Artigo 12º

Não será permitido aos Veículos de Divulgação descontarem da remuneração dos Agenciadores de Propaganda, no todo ou em parte, os débitos não saldados por anunciantes, desde que sua propaganda tenha sido formal e previamente aceita pela direção comercial do Veículo de Divulgação.

Artigo 13º

Os Veículos de Divulgação poderão manter a seu serviço Representantes (Contatos) junto à anunciantes e Agências de Propaganda, mediante remuneração fixa.

Parágrafo único

A função de Representantes (Contatos) poderá ser exercida por Agenciador de Propaganda, sem prejuízo de pagamento de comissões, se assim convier às partes.

Artigo 14º

Ficam assegurados aos Agenciadores de Propaganda registrados em qualquer Veículo de Divulgação, todos os benefícios de caráter social e previdenciário outorgados pelas Leis do Trabalho.

CAPÍTULO V

Da fiscalização e penalidades

Artigo 15º

A fiscalização dos dispositivos desta lei será exercida pelo Departamento Nacional do Trabalho, Delegacias Regionais, assim como pelos sindicatos e associações de classe das categorias interessadas, que deverão representar às autoridades a respeito de quaisquer infrações.

Artigo 16º

As infrações ao disposto nesta lei serão punidas pelo órgão oficial fiscalizador com as seguintes penas, sem prejuízo das medidas judiciais adequadas e seus efeitos como de direito:

- a) multa, nos casos de infração a qualquer dispositivo, a qual variará entre o valor da décima parte do salário mínimo vigente na região e o máximo correspondente a dez vezes o mesmo salário mínimo;
- b) se a infração for a do parágrafo único art. 11, serão multadas ambas as partes, à base de 10 (dez) a 50% (cinquenta por cento) sobre o valor do negócio publicitário realizado.

Parágrafo único

Das penalidades aplicadas, caberá sempre recurso no prazo de 10 (dez) dias.

CAPÍTULO VI**Disposições Gerais****Artigo 17º**

A atividade publicitária nacional será regida pelos princípios e normas do Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, realizado em outubro de 1957, na cidade do Rio de Janeiro.

Artigo 18º

A presente lei, regulamentada pelo Ministério do Trabalho dentro de 30 (trinta) dias de sua publicação, entra em vigor na data desta publicação.

Artigo 19º

Revogam-se as disposições em contrário. Brasília, 18 de junho de 1965.