

Associadas
Fundadoras



Associadas
Institucionais



C.N. – 016

Certificação de Agências de Publicidade (Objeto Social)

(Reforma parcialmente, ratifica e consolida as Comunicações Normativas nrs. 01 e 12 (revalidada) e dá outras providências)

São Paulo, 14 de setembro de 2010.

1º – O Conselho Superior das Normas-Padrão em reunião de 14 de setembro de 2010 resolveu, com fundamento na legislação em vigor¹, por unanimidade, fixar normas de certificação de Agências de Publicidade para:

a) Assegurar o princípio norteador de que não podem ser aceitas pelo CENP, atividades previstas no objeto social, ou exercidas, que resultem em conflito de interesses, e;

b) Valorizar as Agências de Publicidade que se comprometem com a manutenção das atividades garantidoras da qualidade técnica a ela inerentes conforme estabelece a presente Comunicação Normativa.

2º - A certificação de que trata a presente Comunicação Normativa será concedida mediante os procedimentos administrativos em vigor na entidade e de conhecimento público, implicando, também, no acompanhamento periódico das Agências de Publicidade certificadas para que seja assegurada a condição de atendimento aos clientes Anunciantes e as relações técnicas com os Veículos de Comunicação, conforme preveem as Normas-Padrão e Estatutos Sociais do CENP;

3º – A certificação de Agência de Publicidade adotará como básico o objeto social de seu contrato constitutivo, entendido como sendo, para efeitos de certificação técnica, o compromisso da pessoa jurídica em exercer atividades de publicidade e propaganda, previstas na legislação de regência;

¹ Fundamento legal: Com base no art. 3º da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965 e seu Decreto Regulamentador nº 57.690 de 01 de fevereiro de 1966, que estabelecem bases para as relações comerciais entre Agências e Anunciantes, e considerando o art. 2º da lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, assim como especialmente o parágrafo 1º do art. 4º desta última lei citada, que estabelecem bases para as relações comerciais especificamente entre Agências e entes públicos.

Associadas
Fundadoras



Associadas
Institucionais



4º - Estarão aptas a requerer certificação as Agências de Publicidade cujas estruturas técnicas e funcionais as capacitem a realizar o pleno atendimento (full service) ao Anunciante, desempenhando integralmente o conjunto de atividades que tenham por objeto o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos Veículos de Comunicação e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a oferta de bens e serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral, conforme estabelece o item 1.3 das normas-padrão;

§ 1º - Para assegurar-se da condição de capacitação para realizar o pleno atendimento (full service), a Agência de Publicidade, cumprindo o disposto no Item 12 do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda², deve assegurar o del-credere efetivo aos Veículos de Comunicação;

§ 2º - A Agência de Publicidade certificada para pleno atendimento (full service) está capacitada a atender a quaisquer Clientes-Anunciantes desde que exercentes de atividade lícita, devendo ela atuar em todas as fases de prestação de serviços pertinentes a atividade de Agência de Publicidade e Propaganda, independentemente de indicação em seu objeto social, respeitada a legislação contábil-fiscal;

5º – Serão certificadas como Agências Especializadas as pessoas jurídicas que atuem com especialização em “Promoção/Eventos”, “Marketing Direto” e “Mídia Interativa” que atendam o que estabelece a Comunicação Normativa nº 012, ratificada por este documento;

Parágrafo único – O **CENP** não certificará pessoas jurídicas que tenham por objeto social a prestação de serviços de marketing político, bureau de criação, bureau ou agência de mídia - com ou sem compra de espaço para revenda a Anunciantes - e que sejam, nos termos do que estabelecem as Normas-Padrão, house agencies que não se enquadrem no item 8.5 das mesmas Normas.

6º - O **CENP** não certificará, por considerar atividades incompatíveis com as de Agência de Publicidade, as pessoas jurídicas que tenham em seu contrato social, ou não o tendo, comprovadamente, exerçam atividades de comércio de

² Incorporado à legislação pelo art. 17 de lei 4.680/65, e do Item 2.4 das Normas Padrão da Atividade Publicitária, que mantenham independência absoluta de atuação, sendo vedada atuação comercial, de fato, de forma cumulativa nestas estruturas;

Associadas
Fundadoras



Associadas
Institucionais



qualquer natureza, representação de Veículos de Comunicação, locação de espaço publicitário, produção de audiovisual ou material gráfico, comércio de brindes, editoração, pesquisa de mercado, pesquisa de opinião, consultoria empresarial, marketing político, licenciamento de marcas e patentes, captação de recursos, impressão gráfica, desenvolvimento de sistemas, cursos, palestras, treinamento, montagem de feiras e estandes, locação de mão de obra e tudo o que se relacionar a atividade de indústria e comércio de bens e serviços;

Parágrafo único – Para efeitos de certificação, não será considerado desvio de finalidade constar de objeto social de Agência de Publicidade e Propaganda a “participação em outras empresas e administração de bens da própria sociedade”, sendo certo que empresas holding (controladoras), dada a sua natureza não publicitária, não serão certificadas.

7º - Recomenda o **CENP**, no caso de pessoas jurídicas certificadas como Agências de Publicidade controladas por pessoas físicas ou jurídicas que controlem também atividades relacionadas com produção e/ou veiculação de material de publicidade, que mantenham independência absoluta de atuação, sendo vedada atuação comercial, de fato, de forma cumulativa nestas estruturas;

8º - Nas praças em que não exista empresa produtora de comerciais ou, existindo, esta não atenda à demanda local, o Veículo de Comunicação, excepcionalmente, poderá oferecer soluções de produção, praticando custos compatíveis com a realidade do mercado, desde que comprove perante o **CENP** esta situação. O **CENP** recomenda que, nestes casos, o Veículo adote a separação das atividades típicas de comercialização e de veiculação daquelas de produção;

9º - As Agências de Publicidade certificadas que mantenham, à data de edição desta Comunicação Normativa, em seus objetos sociais atividades listadas no item 6º deste documento, terão seus certificados validados por um ano contado da data da notificação para que altere o objeto social, findo o qual, sem atendimento, terão suspensos os certificados de qualificação técnica;

10º - É vedado às Agências de Publicidade certificadas pelo **CENP** o exercício de qualquer atividade que seja reconhecidamente de Veículo de Comunicação ou de Fornecedor da cadeia de atuação do mercado publicitário;

11.º – É lícito a Agência de Publicidade certificada contar em seu quadro profissional, para atender exclusivamente aos seus Clientes-Anunciantes,

Associadas
Fundadoras



Associadas
Institucionais



respeitadas as respectivas regulamentações de exercício profissional, profissionais de comunicação, jornalismo e relações públicas, sendo vedado, no entanto, às Agências de Publicidade certificadas inscrever-se em cadastros de fornecedores de que trata o art. 14 da lei nº 12.232/10;

12.º – Constitui motivo de suspensão ou perda da respectiva certificação técnica, apurado no devido processo conduzido pelo **CENP**, assegurado o mais amplo direito de defesa, a participação de Agência de Publicidade em ato ilícito em prejuízo de seu Cliente- Anunciante ou da ética da atividade, desde que comprovada a responsabilidade de sua pessoa jurídica.

Parágrafo único – As Agências de Publicidade certificadas pelo **CENP**, para cumprimento do disposto no caput, em defesa da ética e da própria atividade publicitária, devem proceder de acordo com o que determina o item VIII do Artigo 13 dos Estatutos Sociais³.

13.º – Sem caráter determinativo, e como mera indicação, são recomendados como textos básicos os enunciados de objeto social Agência de Publicidade full service e para Especializadas que fazem parte do Anexo I da presente;

14.º – A presente Comunicação Normativa entra em vigor na data de sua assinatura e divulgação no site do **CENP**, devendo o que prescreve ser incluído nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, quando reformadas, e nos Estatutos Sociais da entidade, se couber.

Caio Barsotti
Presidente

³ Estatuto social do CENP - art. 13 - São deveres dos associados, extensivos a mandatário e representantes: I. Zelar pelo bom nome do CENP e colaborar de forma permanente para a consecução de seus objetivos; II. Cumprir e fazer cumprir as “Normas-Padrão da Atividade Publicitária”; III. Cumprir e fazer cumprir as disposições destes Estatutos e as deliberações e/ou decisões da Assembleia Geral, do Conselho Superior e do Conselho de Ética do CENP; IV. Efetuar, pontualmente, o pagamento de contribuições financeiras; V. Comparecer à encontros, conferências ou seminários promovidos pelo CENP, visando ao aprimoramento da ética da atividade e das boas práticas comerciais; VI. Desempenhar, uma vez aceitas, as funções para as quais tiver sido eleito ou designado pelo CENP; VII. Zelar pela conservação dos bens do CENP; VIII. Comunicar ao Conselho Superior das Normas-Padrão, logo deles tenha conhecimento, atos ou fatos que possam atentar contra a ética da atividade de propaganda comercial, seu conceito e bom nome do CENP; IX. Guardar sigilo acerca de atos ou fatos que tenha tido conhecimento em razão da investidura em cargo criado por estes Estatutos; X. Respeitar o sigilo que resguardar processos instaurados perante o Conselho de Ética.

ANEXO I da Comunicação Normativa nº 16

Com o objetivo de orientar os interessados e sem qualquer caráter determinativo, recomendam-se os seguintes enunciados como Objeto Social de Agências de Publicidade Full Service e Especializadas:

I - Agência Full Service:

“Prestação de serviços de Agência de Publicidade considerando-se o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenha por objeto o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna e supervisão da execução externa, intermediação e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação”;

Ou,

“Prestação de serviços de Agência de Publicidade/Propaganda, bem como atividades complementares vinculadas à atividade principal”;

II – Agências Especializadas:

II.1. MÍDIA INTERATIVA:

“Prestação de serviços de publicidade de mídia interativa no que tange à criação, planejamento, organização, controle, intermediação e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, produção de peças e campanhas publicitárias e projetos de mídia interativa, vinculados e integrados à atividade principal;

II.2 - PROMOÇÃO/EVENTOS:

“O objeto social da sociedade será a prestação de serviços na área de comunicação e publicidade, notadamente no que tange à criação, planejamento, coordenação, intermediação publicitária, controle e execução de campanhas promocionais de imagem e de vendas, bem como atividades complementares e vinculadas à atividade principal”;

II.3 – MARKETING DIRETO:

“O objeto social da sociedade será a prestação de serviços na área de comunicação e publicidade, notadamente no que tange à criação, planejamento,

Associadas
Fundadoras



Associadas
Institucionais



coordenação, intermediação publicitária, controle e execução de ações e campanhas de marketing direto, bem como atividades complementares e vinculadas à atividade principal”.

Obs.: A certificação de Agência Especializada não supre as condições exigidas no art. 4º da Lei 12.232/2010.⁴

Associadas Fundadoras



Associadas Institucionais



⁴ Trata das licitações e contratações de serviços de publicidade e propaganda pela administração pública.