

2

## CÓDIGO DE ÉTICA

DO SINDICATO DAS EMPRESAS  
DE PUBLICIDADE EXTERIOR  
DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

---

## I. CONCEITOS

**Artigo 1º** - Este Código de Ética compreende normas de conduta, obrigatórias para as empresas associadas do SEPEX-RJ em seu relacionamento com o mercado, detendo seu conteúdo, portanto, caráter de orientação em relação à forma como devem se conduzir na gestão dos seus negócios e na interação com autoridades governamentais, anunciantes e terceiros em geral.

**Artigo 2º** – Todas as empresas filiadas ao SEPEX-RJ devem pautar a condução de suas atividades pela observância estrita da Lei, bem como, por outro lado, deverão observar as normas desse Código de Ética.

**§ 1º** - Além disso, na conduta de seus negócios, as empresas filiadas ao SEPEX-RJ deverão se pautar pelos seguintes princípios:

- a. Legalidade;
- b. Preferência pela Autorregulamentação;
- c. Arbitragem (Lei n.º 9.307, de 23 de setembro de 1996);
- d. Responsabilidade Social;
- e. Boa-fé; e
- f. Lealdade Concorrencial.

**§ 2º** - A enumeração dos princípios elencados acima é meramente exemplificativa, não excluindo, conseqüentemente, a observância de outros princípios estabelecidos na legislação pertinente. A ordem de enumeração não indica, ainda, qualquer preferência de um princípio sobre o outro.

**Artigo 3º** – A aplicação dos princípios enunciados no art. 1º terá como objetivo garantir o equilíbrio entre a sustentabilidade e o desenvolvimento da atividade econômica exercida pela categoria com a preservação do patrimônio urbano, estético e paisagístico dos municípios do Estado do Rio de Janeiro, nos termos das respectivas legislações.

**Artigo 4º** – A interpretação dos preceitos relativos a este Código de Ética terá como parâmetro fundamental a legislação pertinente e, subsidiariamente, o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e o Código de Ética da Associação Brasileira de Agências de Publicidade – ABAP.

**Artigo 5º** – As empresas de publicidade exterior deverão seguir, de forma subsidiária, e naquilo que não for conflitante com o atual Código de Ética, as recomendações do Código de Ética da Associação Brasileira de Agências de Publicidade – ABAP e o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, fazendo constar em contrato a responsabilidade do anunciante e das agências de publicidade pelo conteúdo do anúncio.

**Artigo 6º** - O SEPEX-RJ valoriza a reflexão ética como forma de aprimorar comportamentos e atitudes, e adota como fundamentos a confiança, a responsabilidade e o respeito mútuo nas relações com e de suas Associadas.

**Artigo 7º** – Para efeitos deste Código de Ética, considera-se:

a. **Publicidade Exterior:** a locação de espaços publicitários, produção ou montagem de painéis, placas e assemelhados, para fins de propaganda ou indicativos, em mídia exterior *outdoor* ou *indoor*, com ou sem iluminação, movimentos mecânicos, eletrônicos, mídias digitais *out of home*, conexos e assemelhados, disponibilizada ao consumidor ou ao público em geral fora de sua residência, em espaços abertos ou fechados.

b. **Out-of-home:** toda e qualquer forma de atividade correspondente a produção, montagem e veiculação de qualquer manifestação publicitária, com ou sem movimentos mecânicos ou elétricos, painéis eletrônicos, assemelhados ou conexos, que o consumidor e o público venham a receber fora de sua residência.

c. **Anunciante:** toda a pessoa física ou jurídica que utiliza os meios de publicidade exterior para propagar suas marcas, características ou benefícios de seus produtos e serviços ou que se utiliza dos serviços prestados pela publicidade exterior.

**Artigo 8º** - O exercício compartilhado dos princípios deste Código de Ética, pela Diretoria, Conselho Fiscal e empresas associadas, sustenta o sucesso do SEPEX-RJ e consolida a imagem das empresas associadas que pautam a sua atuação não apenas nos preceitos legais do negócio publicitário, mas, sobretudo, nas boas normas de governança corporativa, de conduta e prática comercial.

## II. DEVERES

**Artigo 9º** - De conformidade com o Estatuto Social do SEPEX-RJ, no exercício de sua atividade, são deveres das empresas associadas:

- a) Desempenhar e contribuir para o desenvolvimento e o aprimoramento da atividade de publicidade exterior, com foco no anunciante e no consumidor final;
- b) Manter atualizado junto ao SEPEX-RJ cadastro de seus produtos e serviços contendo informação certa, precisa e objetiva;
- c) Atuar com lealdade, observando o princípio da igualdade de condições;
- d) Zelar pela imagem e qualidade dos serviços que oferece, baseadas na ética e aptidão técnica necessária;
- e) Exercer suas atividades segundo a legislação específica e em consonância com esse Código de Ética e os acordos e convenções do SEPEX-RJ; e
- f) Primar pela excelência e qualidade nos serviços prestados.

### III. CONDUTAS VEDADAS

**Artigo 10º** - No exercício de suas atividades é vedado às empresas associadas:

- a) Descumprir voluntária e injustificadamente obrigação assumida;
- b) Usar de privilégio ou agir de forma abusiva, para auferir vantagens não contratuais;
- c) Prestar de má-fé orientação ou proposta que possa resultar em dano a CLIENTES ou terceiros;
- d) Aceitar ou assumir serviço que não tenha efetiva qualificação para exercê-lo;
- e) Omitir ou ocultar fato de seu conhecimento que transgrida a ética profissional;
- f) Formular proposta enganosa ou com artifícios enganosos para obtenção de vantagens indevidas; e
- g) Atentar contra a atividade ou direito de outra associada.

**Artigo 11º** – As empresas de publicidade exterior observarão nas relações entre si a mais absoluta cordialidade, civilidade, moralidade e concorrência leal, procurando sempre compor amigavelmente os litígios entre si, buscando a celeridade na solução de eventuais conflitos.

## IV. DISPOSIÇÕES GERAIS

**Artigo 12º** - São reconhecidos os direitos coletivos ou individuais das empresas associadas no livre exercício de suas atividades, destacadamente:

- a) Ao reconhecimento legal da atividade e a representação institucional;
- b) À liberdade de escolha de produtos/serviços, métodos, procedimentos e formas de expressão;
- c) À recusa ou interrupção de serviço/contrato ou tarefa quando julgar incompatível com a capacidade ou dignidade empresarial;
- d) À proteção da propriedade intelectual e do acervo técnico operacional;
- e) À competição honesta no mercado.

## V. INFRAÇÃO ÉTICA

**Artigo 13º** - Constitui-se infração ética toda ação ou omissão cometida pela empresa associada que atente contra os princípios deste Código de Ética, do Estatuto Social do SEPEX-RJ, ou, ainda, que implique no descumprimento dos deveres de ofício ou prática de condutas expressamente vedadas legalmente ou lesem direitos reconhecidos de outrem.

**Parágrafo Único** - A tipificação da infração ética para efeito do processo disciplinar será qualificada, a partir das disposições do Estatuto Social do SEPEX-RJ, e deste Código de Ética, assegurando-se o amplo direito de defesa à empresa acusada de tê-la cometido.

**Artigo 14º** - A Comissão Permanente de Conduta Ética a ser constituída sempre que necessário pelo Diretor de Relações Intermunicipais e Postura e Ética, formada por titulares, sócios ou diretores de empresas associadas, vedada a participação de membros da Diretoria e Conselho Fiscal do SEPEX-RJ, atuará com imparcialidade e impessoalidade no processo disciplinar, encaminhando parecer ao Diretor de Postura e Ética.

**Parágrafo Único** - As penalidades serão impostas pela Diretoria, com base no Artigo 10º e §§ do Estatuto Social do SEPEX-RJ.

## VI. DISPOSIÇÕES GERAIS

**Artigo 15º** – As empresas de Publicidade Exterior, independentemente da natureza de sua atividade, sempre se manterão informadas sobre a legalidade do local de instalação dos seus anúncios nos quais prestam serviços, sejam estas exibidoras, produtoras, instaladoras ou mantenedoras, recusando-se à prestação de serviço, se constatada qualquer ilegalidade no local de instalação ou na forma do anúncio, mesmo sob insistência do anunciante ou agência de publicidade ou qualquer outro cliente, ou mesmo de empresa da categoria.

**Parágrafo Único** - Em caso de omissão na legislação específica, as empresas de publicidade exterior responderão solidariamente a quem mais for de direito pela instalação de anúncios em locais irregulares ou em desacordo com as condições estabelecidas no competente licenciamento municipal ou do órgão responsável.

**Artigo 16º** - As empresas de publicidade exterior serão solidariamente responsáveis pela remoção ou conservação das peças veiculadoras desprovidas de anúncios publicitários das quais estas tenham se utilizado.

**Parágrafo Único** - Decorrido 03 (três) meses sem que a peça tenha sido utilizada para veiculação de qualquer tipo de anúncio, a mesma deverá ser removida.

**Artigo 17º** – As empresas exibidoras deverão observar espontaneamente o princípio da “rarefação” na instalação de anúncios, segundo os termos estabelecidos na legislação específica.

**Parágrafo Único** - No caso de omissão da legislação pertinente acerca das distâncias mínimas entre anúncios, as empresas deverão observar a “rarefação”, de modo que a instalação de um novo anúncio não venha prejudicar a visibilidade do já existente, bem como reduzir por qualquer outra forma o seu valor comercial corrente.

**Artigo 18º** - A preferência nos pontos de veiculação será garantida pela data do registro do contrato de locação ou cessão de uso, independentemente da data de assinatura do instrumento pertinente, no caso de imóveis particulares, e da competente autorização ou permissão de uso no caso de área pública.

**Artigo 19º** – No caso de ponto de veiculação já locado ou em uso por parte de uma empresa, nenhuma outra empresa fará proposta ou entrará em contato com o proprietário do ponto.

**Artigo 20º** – Encerrado o contrato de locação ou cessão de uso, por iniciativa do proprietário e sem culpa da exibidora, ou também pelo decurso do prazo contratual, nenhuma outra empresa poderá locar o espaço ou obter autorização para utilização do espaço pelo período de 06 (seis) meses.

**Artigo 21º** – As empresas responsáveis pela instalação deverão manter, independentemente de previsão na legislação específica, apólice de seguro de responsabilidade civil para os anúncios por ela instalados.

**Artigo 22º** - As empresas produtoras deverão entregar o produto sempre na medida do solicitado e contratado, ressaltando contratualmente sua exclusão quanto à responsabilidade pelo conteúdo do anúncio.

**Artigo 23º** – As empresas produtoras deverão se informar sobre a natureza do serviço solicitado. Em sendo o serviço requerido para a publicidade exterior, deverão estar cientes da legalidade do local de instalação e das especificações da peça veiculadora, sob pena de serem responsabilizadas em caso de ilegalidade.

**Artigo 24º** – As peças veiculadas do anúncio sempre serão mantidas pela empresa contratada, quando exigível nos termos da legislação local, devendo esta, por outro lado, manter os profissionais necessários e adequados para a correta execução e responsabilização pelos serviços, independentemente da previsão na legislação municipal aplicável.

**Parágrafo Único** - O corpo técnico da empresa ou contratado para tanto deverá emitir laudos periódicos atestando as condições da peça, nos termos da legislação específica. Sendo esta omissa, emitirá anualmente o competente laudo técnico.

**Artigo 25º** – As peças publicitárias sempre serão mantidas em perfeito estado de conservação e uso, mantendo-se sempre o entorno local onde no qual esta se encontra em perfeitas condições de limpeza, pelo tempo em que a peça permanecer instalada, independentemente da existência de anúncio publicitário.

**Parágrafo Único** - No caso exclusivo de responsabilidade do proprietário, esta deverá ser incluída como cláusula no contrato de locação e definida as responsabilidades entre as partes sobre a limpeza e conservação do local.

**Artigo 26º** – Em caso de acidente com peça veiculadora do anúncio, a empresa responsável pela manutenção, independentemente de culpa, removerá o anúncio danificado em no máximo 24 (vinte e quatro) horas, contadas da liberação do local, às suas custas.

**Artigo 27º** – As disposições previstas neste Código entrarão em vigor 30 (trinta) dias a contar da data de sua aprovação pela Assembleia Geral.

Rio de Janeiro, 07 de agosto de 2014.