

Projeto de Lei n.º de 2007
(Do Sr. Eduardo Gomes)

Regulamenta o exercício do
Profissional de Marketing, e
dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O Profissional de Marketing é todo aquele que desempenha atividade especializada de caráter técnico-científico, criativo e artístico, com vistas à criar e redigir textos publicitários, roteirizar spots e comerciais de TV, dirigir peças para rádio e TV, planejar investimentos e inserções de campanhas publicitárias na mídia, atender clientes anunciantes, produzir arte gráfica em publicidade e propaganda, gerenciar contas de clientes e administrar agências de publicidade.

Art.2º São atribuições do Profissional de Marketing:

- a) realizar o planejamento e projeto de sistemas, produtos, ou mensagens visuais ligadas à produção de publicidade objetivando assegurar sua funcionalidade ergonômica, sua correta utilização, qualidade técnica e estética racionalização estrutural, fabricação ou reprodução;
- b) atuar no posicionamento empresarial, desenvolvendo estratégias de mercado e em programas de fidelização com os clientes;
- c) desenvolver marcas para empresas, realizando o levantamento de necessidades organizacionais, elaborando projetos de comunicação organizacional, gerando projetos de novos produtos e atuando na gestão da demanda;
- d) realizar ensaios, pesquisas, experimentações em seu campo de atividade, e, em campos correlatos, quando atuar em equipes multidisciplinares;
- e) desempenho de cargos e funções junto a entidades públicas e privadas cujas atividades estejam correlacionadas com as alíneas anteriores;
- f) realizar a coordenação, direção, fiscalização, orientação, consultoria, assessoria e execução de serviços ou assuntos de seu campo profissional;
- g) exercício do magistério em disciplinas em que o profissional esteja devidamente habilitado.

Art.3º É assegurado o exercício da profissão de Marketing, observadas condições de capacidade e exigências legais:

- a) aos que possuem, devidamente registrado, diploma de ensino superior, em órgão oficial ou reconhecido, existente no País;
- b) aos que, até a data de publicação desta lei, comprovarem o exercício ininterrupto da profissão por período superior a 5 (cinco) anos;
- c) aos que possuam, devidamente revalidado e registrado no País, diploma de faculdade ou escola estrangeira de ensino superior de Marketing, ou os que tenham esse exercício amparado por convênios internacionais de intercâmbio.

Parágrafo único - Fica estabelecido o registro da profissão, no prazo de 180 (cento e oitenta) dias a contar da data de regulamentação desta lei, àqueles que atendam à alínea “b” deste artigo.

Art.4º A denominação “Profissional de Marketing” é reservada aos profissionais de que trata esta lei.

Parágrafo único - A qualificação de que trata este artigo poderá ser acrescida de títulos referentes a cursos de especialização, aperfeiçoamento e pós-graduação.

Art.5º A expressão “Departamento de Marketing” só poderá constar da denominação de departamentos comerciais, industriais e de prestação de serviços, em empresas públicas ou privadas, quando a totalidade dos profissionais lotados neste departamento, forem de profissionais registrados nos Conselhos Regionais Como Profissionais de Marketing.

Parágrafo único – Serão considerados nulos, de pleno direito, os contratos firmados por entidades pública ou particular como pessoa física ou jurídica não habilitada nos termos desta lei.

Art.6º Direitos de autoria e responsabilidade legal dos projetos de Marketing são do profissional que elaborar, a quem caberão sempre os prêmios e distinções honoríficas.

Parágrafo único - A menção do título, assinatura do autor e o número de seu registro profissional são componentes obrigatórios do projeto, que só poderá sofrer alterações se executadas pelo profissional que o assina ou, por outro, com a sua anuência formal.

Art.7º A concepção geral de plano ou registro elaborada em conjunto por profissionais habilitados até a todos eles os direitos e deveres de co-autores, inclusive com seus nomes constando da respectiva documentação.

Art.8º Os Conselhos Regionais criarão registros de autoria de projetos, para salvaguarda dos direitos autorais, resguardada a competência do Instituto Nacional da Propriedade Industrial com relação à proteção dos direitos à propriedade industrial ou artística.

Parágrafo único - Os conselhos regionais criarão Câmaras de Julgamento para tratar dos assuntos específicos da categoria de Marketing.

Art.9º A profissão de Marketing passa a integrar como grupo, a Confederação Nacional dos Profissionais Liberais a que se refere o art. 577 da Consolidação das Leis do Trabalho.

Art.10º Esta lei será regulamentada pelo Poder Executivo no prazo de 120 (cento e vinte) dias a contar da sua publicação.

Justificação

A presente medida que ora apresento visa dar dignidade a uma categoria profissional tão sofrida.

Antiga aspiração dos profissionais da área, a regulamentação do Profissional de Marketing torna-se necessária e urgente, como forma de resguardar os direitos e salários desses profissionais, que ainda não disponham de regras.

Destarte, como esta proposição visa resguardar de uma classe profissional ainda “marginalizada” pela sociedade, esperamos poder contar com o valioso apoio dos nobres Pares em favor de sua aprovação nesta Casa.

Sala das Sessões, em de 2007.

Dep. Eduardo Gomes
PSDB/TO