

# COMISSÃO DE TRABALHO, DE ADMINISTRAÇÃO E SERVIÇO PÚBLICO

## PROJETO DE LEI Nº 3.534, DE 2004

“Dispõe sobre a profissão de Pesquisador de Mercado, Opinião e Mídia, regula seu exercício, cria e organiza os Conselhos Federal e Regionais e dá outras providências.”

**Autor:** Deputado ORLANDO FANTAZZINI

**Relatora:** Deputada DRA. CLAIR

### I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei em epígrafe dispõe sobre as profissões de Pesquisador e de Técnico de Mercado, Opinião e Mídia, estabelecendo os requisitos para o seu exercício.

A proposição determina ainda que os órgãos da administração pública direta e indireta federal, estadual, municipal e do Distrito Federal e as entidades de direito privado que tenham em seus quadros funcionários desempenhando as atividades laborais típicas das profissões que se pretende regulamentar, deverão atualizar as estruturas funcionais e reenquadrar os Pesquisadores e Técnicos.

Por fim, o Projeto cria os Conselhos Federal e Regionais de Pesquisadores de Mercado, Opinião e Mídia, e disciplina sua estrutura e competências.



AB0CE52950

O Projeto de Lei foi distribuído à Comissão de Trabalho, de Administração e Serviço Público (CTASP), à Comissão de Finanças e Tributação (CFT) e à Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC).

Esgotado o prazo regimental, não foram apresentadas na CTASP.

É o relatório.

## **II - VOTO DA RELATORA**

A pesquisa de mercado, opinião e mídia é cada dia mais utilizada como uma ferramenta na formulação de estratégias de ação em diversas áreas de atuação, tais como empresarial, política, educacional e muitas outras.

Por isso, os institutos de pesquisa são cada vez mais procurados, como prestadores de serviços especializados, para a realização de pesquisas que servirão de base para a tomada de decisões que terão implicações importantes na vida e no patrimônio das pessoas.

É isso que nos leva a concluir pela relevância da proposição apresentada pelo Deputado Orlando Fantazzini. É preciso proteger a população do dano social que pode advir da pesquisa mal formulada. Uma pesquisa errada, realizada por profissional sem qualificação, pode levar ao fracasso grandes investimentos, colocar em risco a saúde financeira de muitas empresas, eliminar milhares de empregos.

A proteção do interesse público mediante a regulamentação da profissão não pode, porém, se converter em reserva de mercado. É necessário garantir a qualificação do profissional que tem a pesquisa como atividade finalística de seu trabalho, cujo resultado é encomendado e utilizado por terceiros. A lei não deve alcançar, assim, os profissionais para quem a pesquisa não é atividade-fim, mas somente uma ferramenta para o desenvolvimento de outras ações que também estão sob sua responsabilidade.



Devemos considerar, além disso, as limitações impostas pela Constituição Federal no que diz respeito à iniciativa de leis. A criação de conselhos profissionais, por exemplo, afronta o art. 61, § 1º, inciso II, alínea “e”, da Constituição, segundo o qual são de iniciativa privativa do Presidente da República as leis que disponham sobre a criação e extinção de Ministérios e órgãos da administração pública.

Também viola o texto constitucional a previsão contida no art. 7º do Projeto de Lei, que determina a compatibilização, pelos órgãos públicos, das estruturas funcionais existentes com as disposições contidas na lei. Neste caso, deve-se observar o art. 61, § 1º, inciso II, alíneas “a” e “c”, que determina serem de iniciativa privativa do Presidente da República as leis disponham sobre a criação de cargos, funções ou empregos públicos na administração direta e autárquica ou aumento de sua remuneração e também aquelas que dispõem sobre servidores públicos da União e Territórios, seu regime jurídico, provimento de cargos, estabilidade e aposentadoria. Não podemos esquecer, além disso, que é competência privativa do Presidente da República dispor, mediante decreto, sobre a organização e funcionamento da administração federal, quando não implicar aumento de despesas nem criação ou extinção de órgãos públicos (art. 84, inciso VI, alínea “a”).

Nos âmbitos estadual e municipal, essas competências são atribuídas, respectivamente, a governadores e prefeitos.

Por todos esses motivos, elaboramos substitutivo com a intenção de aperfeiçoar o Projeto de Lei e suprimir as inconstitucionalidades verificadas.

Diante do exposto, manifestamos pela **aprovação** do Projeto de Lei nº 3.534, de 2004, na forma do substitutivo anexo.



Sala da Comissão, em        de        de 2005.

Deputada Dra. Clair  
Relatora

ArquivoTempV.doc\_204



AB0CE52950

## COMISSÃO DE TRABALHO, DE ADMINISTRAÇÃO E SERVIÇO PÚBLICO

### SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 3.534 DE 2004

Regulamenta as profissões de Pesquisador de Mercado, Opinião e Mídia e de Técnico de Pesquisa de Mercado, Opinião e Mídia.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É livre o exercício das profissões de Pesquisador de Mercado, Opinião e Mídia e de Técnico de Pesquisa de Mercado, Opinião e Mídia em todo o território nacional, observadas as disposições desta lei.

Art. 2º É condição para o exercício da profissão de:

I – Pesquisador de Mercado, Opinião e Mídia: a conclusão de curso de nível superior ou de pós-graduação cujo conteúdo curricular abranja métodos e técnicas de pesquisa científica e estatística aplicada à pesquisa, bem como teorias sociais e psicológicas;

II – Técnico de Pesquisa de Mercado, Opinião e Mídia:



a) a conclusão de curso de educação profissional técnico de nível médio reconhecido pelo Ministério da Educação, cujo conteúdo curricular abranja métodos e técnicas de pesquisa; ou

b) a conclusão de curso de nível médio e de treinamento específico proporcionado por instituto ou órgão de pesquisa.

Parágrafo único. É garantido o direito daqueles que tenham exercido as profissões de Pesquisador de Mercado, Opinião e Mídia ou de Técnico de Pesquisa de Mercado, Opinião e Mídia, por mais de dois anos, até a data da publicação desta lei, independentemente das exigências contidas neste artigo.

Art. 3º Pesquisador de Mercado, Opinião e Mídia é o profissional que, por encomenda de cliente, planeja ou realiza pesquisa, de forma autônoma ou a serviço de instituto de pesquisa, desenvolvendo, entre outras, as seguintes atividades, compatíveis com sua formação profissional:

I – atividade processual e coordenada de investigação dos problemas sociais, culturais, mercadológicos, econômicos e políticos, através de método de coleta de informações, ampliando o conhecimento e subsidiando a busca de soluções;

II – gerenciamento e execução do processo de obtenção dos dados, análise dos resultados, comunicação das conclusões e recomendações de solução;

III – transformação das informações obtidas mediante pesquisas e dados secundários em inteligência mercadológica e pensamento estratégico, com foco na solução do problema de pesquisa, dentro dos padrões éticos e de qualidade científica.

Art. 4º Técnico de Pesquisa de Mercado, Opinião e Mídia é o profissional que, sob a supervisão de Pesquisador de Mercado, Opinião e Mídia, participa da coleta, tabulação e pré-análise de dados para realização da pesquisa de mercado, opinião e mídia.



Art. 5º A prestação de serviços pelos profissionais de que trata esta Lei, quando se tratar de serviço caracteristicamente eventual, será feita mediante contrato de trabalho por prazo determinado.

Parágrafo único. O contrato de trabalho de que trata este artigo deve conter:

- I – qualificação das partes contratantes;
- II – definição de responsabilidades;
- III – especificação das atividades a serem desenvolvidas;
- IV – remuneração e forma de pagamento;
- V – jornada de trabalho;
- VI – local de prestação dos serviços;
- VII – prazo para a realização do trabalho.

Art. 6º É vedado ao Pesquisador de Mercado, Opinião e Mídia e ao Técnico de Pesquisa de Mercado, Opinião e Mídia:

- I – prejudicar, por dolo ou culpa, os interesses que lhe forem confiados;
- II – violar o sigilo profissional.

Art. 7º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.



Sala da Comissão, em        de        de 2005.

Deputada Dra. Clair  
Relatora

ArquivoTempV.doc\_204



AB0CE52950