



GUIA DE BOAS PRÁTICAS SUGESTÃO PARA DIVULGAÇÃO DE PESQUISAS

A divulgação de resultados de pesquisa deve respeitar os princípios éticos e comerciais que regem a prática da atividade de pesquisa, pois ela afeta diretamente sua credibilidade e imagem.

Toda divulgação de resultados de pesquisa deve sempre considerar o direito de todos os segmentos envolvidos: do pesquisador, da empresa que conduziu a pesquisa, da empresa contratante e, também, dos entrevistados e das pessoas que irão receber a informação.

Este documento tem o propósito de reforçar as boas práticas para divulgação de resultados de pesquisa, sugerindo ações que poderão ajudar no dia-a-dia da atividade. Elas visam garantir que as divulgações aconteçam respeitando os princípios éticos, a integridade do conteúdo e o contrato entre as Partes.

Recomenda-se que:

1. A divulgação dos resultados da pesquisa seja tratada desde o momento inicial, quando da solicitação do projeto de pesquisa. Caso o cliente não mencione este objetivo no momento da solicitação da pesquisa, caberá ao pesquisador indagar e esclarecer sobre esta necessidade;

2. Seja incluída na proposta (ou Contrato) cláusula específica sobre a intenção ou não de divulgação dos resultados da pesquisa e as condições acordadas pelas Partes para divulgação;

3. Seja explicitada a necessidade de autorização, por escrito, da empresa que conduziu a pesquisa para a forma e o conteúdo a ser divulgado pelo cliente. Essa autorização deve estipular um prazo dentro do qual o conteúdo da pesquisa pode ser divulgado.

4. Seja explicitado o prazo, que deverá ser cumprido pela empresa que conduziu a pesquisa, para a avaliação técnica do conteúdo a ser divulgado. Caso a

empresa de pesquisa não se manifeste no prazo acordado o conteúdo será considerado automaticamente aprovado e poderá ser utilizado pelo cliente;

5. Cada empresa de pesquisa tem uma política específica com relação ao uso e divulgação da sua MARCA. Cabe a empresa de pesquisa esclarecer sobre esta política, especificando condições e preços para utilização de sua marca em caso de divulgação dos resultados, se possível, na proposta;

6. Qualquer dado que identifique o respondente (imagens, gravações, áudios, fotos, verbatins, informações cadastrais) só poderá ser divulgado com autorização formal do respondente.

De acordo com as diretrizes da ESOMAR a divulgação deve ter as seguintes referências:

- a) Nome da empresa de pesquisa que conduziu a pesquisa;**
- b) Universo representado: características do público pesquisado;**
- c) Tamanho da amostra e cobertura geográfica;**
- d) Datas da coleta dos dados.**

Podem ser acrescentadas as referências acima às seguintes informações:

- e) Método de amostragem utilizado;
- f) Método de coleta da informação (entrevistas pessoais, por telefone, online etc.);
- g) Texto (exato) da(s) pergunta(s) divulgada(s).

As orientações gerais sobre este tema podem ser encontradas no site da ABEP¹, acessando a aba “Publicações” e, em seguida, a aba “Códigos e Guias”, onde estarão disponíveis os seguintes documentos:

- Código Internacional - ICC/ESOMAR (Jan/2008) em Pesquisa de Mercado e Pesquisa Social (Artigo 11);
- Guia ABEP – Publicação de Pesquisas Eleitorais;
- Código Internacional para a prática de Pesquisa de Publicação de Resultados de Pesquisa de Opinião.

¹ Disponível em <http://www.abep.org/new/Default.aspx>;

Para Pesquisas Eleitorais de Intenção de Voto deverão ser observadas, obrigatoriamente, a Lei nº. 9.504, de 30 de setembro de 1997, que *estabelece normas para as eleições* – especificamente seus Artigos 33 a 35 – e as Resoluções que são editadas pelo Tribunal Superior Eleitoral – TSE para disciplinar as eleições que serão realizadas em determinado período.

Abaixo seguem sugestões de cláusulas que podem ser inseridas na proposta e/ou no Contrato a ser firmado com o cliente. Esclarecemos que estas são meras sugestões e a ABEP sempre recomenda a seus Associados que consultem um advogado:

Exemplo 1:

“Para divulgação externa de qualquer resultado desta pesquisa, o/a (mencionar o cliente Contratante) deverá obter prévia autorização do/a (citar a empresa de pesquisa Contratada) quanto à forma e conteúdo (parcial ou total) a ser divulgado. A/O (mencionar a empresa de pesquisa Contratada) tem o prazo de [XX] ([numeral por extenso]) dias para avaliar tecnicamente o conteúdo e emitir o seu parecer. Se aprovado, a autorização para divulgação será encaminhada imediatamente através de (mencionar o formato de envio). Fica certo desde já entre as Partes que não existe necessidade de autorização para divulgação interna, que não transcenda o âmbito da empresa contratante.”

Exemplo 2:

“Para divulgação ou publicação externa de quaisquer resultados desta pesquisa, o CONTRATANTE deverá solicitar autorização do/a (citar a empresa de pesquisa Contratada). Esta autorização deverá ser formalizada por escrito, previamente à divulgação dos resultados da pesquisa.”