



EXPOSIÇÃO DE MOTIVOS E RESUMO DAS PRINCIPAIS MUDANÇAS PROPOSTAS

1) Revisão da regulamentação de acordo com a nova realidade de transformação tecnológica.

- Atualmente vive-se um momento de grande transformação tecnológica e com a atual experiência de distanciamento social aceleraram-se as mudanças na forma como as pessoas se relacionam e se comunicam;
- A comunicação está mais virtual, o que reflete na publicidade, pois multiplicaram-se as formas pelas quais é possível apresentar serviços e produtos. Surgiram, por exemplo, as redes sociais e outras ferramentas similares;
- Assim sendo, contemplou-se o uso das redes sociais e demais ferramentas tecnológicas na regulamentação, assim como se faz uma nova leitura da publicidade frente a nova dinâmica e comportamento social decorrente destas transformações.

2) Maior flexibilização na utilização das redes sociais

- Tratando-se de um meio democrático (onde há espaço para todos), permitindo que com investimentos baixos se realize uma publicidade segmentada e direcionada, obtendo bons resultados;

2) Maior flexibilidade na publicidade quando se tratar de divulgação de conteúdos jurídicos e técnicos.

- A produção e divulgação de conteúdo e assuntos técnicos ou jurídicos é compreendida como uma estratégia de marketing permitida;
- Exatamente por ser a advocacia indispensável à justiça, também cabe à ela, além de defender os direitos de nossos constituintes, fomentar e viabilizar o acesso à informação e ao conhecimento;
- Em especial para a Jovem Advocacia, já que a forma da comunicação atualmente é por meio das redes sociais e a divulgação de conteúdo é a forma pela qual conseguem se consolidar no mercado.

3) Tratar de forma diversa a “oferta dos serviços” propriamente dita e outros mecanismos de marketing, como por exemplo a produção de conteúdo.

4) Maior segurança jurídica por meio de estabelecimento de conceitos concretos, determinados e objetivos, considerando que a atual regulamentação ainda gera muitas dúvidas na sua interpretação, o provimento inclui a conceituação dos conceitos para facilitar a interpretação da norma.

5) Provimento capaz de ser e continuar sendo atual, mesmo diante das rápidas mutações tecnológicas

- Estipulação de normas basilares no Provimento e um anexo com as regras específicas, o qual será constantemente atualizado por um comitê/comissão regulador(a) com abrangência nacional. Desta forma não engessamos o provimento, possibilitando a adequação às novas situações que surgirem. Além de se manter certo controle sobre eventuais interpretações futuras, ao estabelecer os preceitos basilares que deverão sempre ser respeitados pelo comitê/comissão;



Ordem dos Advogados do Brasil
Conselho Federal
Brasília - D. F.

6) Criação de um Comitê/comissão regulador(a), com abrangência nacional pacificar e unificar a interpretação dos temas pertinentes perante os Tribunais de Ética e Disciplina e Comissões de Fiscalização das Seccionais

- As interpretações diversas e até mesmo contraditórias existentes atualmente em nosso sistema resultam em evidente e inevitável insegurança jurídica, o que também torna inefetivo o próprio sistema de fiscalização e punição.

- Assim, é prevista a possibilidade deste comitê/comissão regulador(a), com abrangência nacional, pacificar e unificar a interpretação dos temas pertinentes perante os Tribunais de Ética e Disciplina e Comissões de Fiscalização das Seccionais, assim como emitir pareceres técnicos, mesmo em casos concretos, dando **MAIOR SEGURANÇA JURÍDICA** ao sistema. - Todas as decisões, pareceres ou manifestações do Comitê Regulador do Marketing Jurídico deverão, obrigatoriamente, ser norteadas pelas vedações expressas no Código de Ética e Disciplina e pelas disposições do provimento.

7) Permitir a utilização de ferramentas tecnológicas que auxiliem os advogados a serem mais eficientes em suas atividades

- O CED, prevê no Art. 2º, IV, que é dever do advogado empenhar-se no aperfeiçoamento pessoal e profissional.

- A utilização das ferramentas tecnológica nada mais é do que um aperfeiçoamento profissional, permitida a utilização de chatbot.

8) Permitido o impulsionamento e patrocínio de postagens, desde que sem oferta de serviços

9) Permitida a utilização do google ads

10) Demais atualizações consignadas na Proposta.



Ary Raghiant Neto
Coordenador do Grupo de Trabalho da Publicidade
Sec. Geral-Adjunto do CFOAB e Corregedor Nacional da Advocacia