



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS – CCJ
COORDENAÇÃO DO CURSO DE DIREITO – CAMPUS JOÃO PESSOA
COORDENAÇÃO DE MONOGRAFIA

LUIS EDUARDO ROLIM MOREIRA HENRIQUE GONÇALVES

**AS LEGALTECHS NA FRONTEIRA DA TRANSFORMAÇÃO JURÍDICA: UM
ESTUDO ACERCA DOS DILEMAS ÉTICOS E DESAFIOS NORMATIVOS**

JOÃO PESSOA
2023

LUIS EDUARDO ROLIM MOREIRA HENRIQUE GONÇALVES

**AS LEGALTECHS NA FRONTEIRA DA TRANSFORMAÇÃO JURÍDICA: UM
ESTUDO ACERCA DOS DILEMAS ÉTICOS E DESAFIOS NORMATIVOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Direito de João Pessoa do Centro de Ciências Jurídicas da Universidade Federal da Paraíba como requisito parcial da obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Orientador: Dr. André Luiz Cavalcanti Cabral

JOÃO PESSOA
2023

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

G635l Gonçalves, Luis Eduardo Rolim Moreira Henrique.
As Legaltechs na fronteira da transformação
jurídica: um estudo acerca dos dilemas éticos e
desafios normativos / Luis Eduardo Rolim Moreira
Henrique Gonçalves. - João Pessoa, 2023.
58 f.

Orientação: André Luiz Cavalcanti Cabral.
TCC (Graduação) - UFPB/CCJ.

1. Transformação Tecnológica. 2. Legaltechs. 3.
Dilemas Éticos. I. Cabral, André Luiz Cavalcanti. II.
Título.

UFPB/CCJ

CDU 34

LUIS EDUARDO ROLIM MOREIRA HENRIQUE GONÇALVES

**AS LEGALTECHS NA FRONTEIRA DA TRANSFORMAÇÃO JURÍDICA: UM
ESTUDO ACERCA DOS DILEMAS ÉTICOS E DESAFIOS NORMATIVOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Graduação em Direito de João
Pessoa do Centro de Ciências Jurídicas da
Universidade Federal da Paraíba como
requisito parcial da obtenção do grau de
Bacharel em Direito.

Orientador: Dr. André Luiz Cavalcanti Cabral

DATA DA APROVAÇÃO: 06/11/2023

BANCA EXAMINADORA:

ANDRE LUIZ
CAVALCANTI
CABRAL:02357888482

Assinado digitalmente por ANDRE LUIZ CAVALCANTI
CABRAL:02357888482
DN: C=BR, O=ICP-Brasil, OU=AC Soluti Múltipla v5,
OU=Renovacao Electronica, OU=Certificado Digital,
OU=Certificado PF A3, CN=ANDRE LUIZ CAVALCANTI
CABRAL:02357888482
Razão: Eu sou o autor deste documento
Data: 2023.11.15 23:46:22
Foxit PhantomPDF Versão: 10.0.0

**Prof. Dr. André Luiz Cavalcanti Cabral
(ORIENTADOR)**



**Prof. Dr. Jonábio Barbosa dos Santos
(AVALIADOR)**

**Prof. Dr. Gustavo Rabay Guerra
(AVALIADOR)**

Dedico, especialmente, aos meus pais, amigos e a
você, leitor, que decidiu ler esta dissertação.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer, primeiramente, a minha família, mais precisamente aos meus pais que serviram de grande apoio durante todo o curso, a vocês, a minha gratidão é eterna.

À minha prima Carolina, que foi uma excelente ouvinte em todo esse caminho, oferecendo um amparo e porto seguro nos momentos mais felizes ou angustiantes.

Ao meu psicólogo, Gabriel, que sem o autoconhecimento proporcionado por ele, eu não teria conseguido chegar onde eu cheguei.

Além disso, gostaria de agradecer a todos que fizeram parte da minha história na UFPB, os colegas de turma, as amizades criadas – que espero poder levar para a vida e sempre ter a oportunidade de comemorar vossas conquistas –; os professores que se tornaram mentores e tonaram dessa experiência algo único, assim, cito:

Os professores James Batista Vieira e Rodrigo Barreto, que, através do LabGov e os projetos de extensão e pesquisa desafiadores na Gestão Pública, foi me proporcionado uma visão de mundo que considero transformadores a um operador do Direito. Tal experiência me tornou não apenas um pesquisador melhor, mas, também abriu a oportunidade de contribuir diretamente com a inovação pública que se torna tão necessária para o desenvolvimento estatal. Nesse sentido, as experiências vividas em ambos projetos sempre representarão uma história que guardarei com carinho e gratidão.

A professora de Direito Constitucional, Micheline Carvalho, que me abriu os olhos para a docência através projeto de extensão PRODFTIN, um projeto social que promovia a constituição e conhecimento dos Direitos Humanos para aqueles que não tinham sabiam como buscar por seus direitos – ou que tais coisas fossem seu direito. Os ensinamentos inovadores e os debates esplendorosos em sala de aula com certeza sempre serão lembrados.

Ao professor Dr. André Cabral, orientador deste trabalho, o qual embora não tenha tido a oportunidade de ter sido aluno diretamente no curso, o mesmo não mediu esforços para ajudar, de modo que pude aprender muito ao lado de uma mente disruptiva por natureza. Minha gratidão por acreditar em minha dissertação, desafio este que dispôs de imensa generosidade e compreensão ímpares.

Ao professor Dr. Gustavo Rabay, membro desta ilustre banca, o qual conheci antes de ser meu professor anos atrás e, quando pude de fato ser aluno, pude aprender ao lado de uma mente brilhante. Devo muito a agradecer por toda parceria e auxílio nesse tempo, que, sem dúvidas, sem você tudo seria diferente. De mesmo modo, agradeço ao professor Dr. Jonábio Barbosa, facilitador da disciplina de Direito Empresarial, por integrar a banca deste trabalho.

Consequentemente, devo agradecer à professora Márcia Glebyane, facilitadora em diversos momentos de imenso nervosismo, com certeza é a pessoa iluminada e estratégica para que o concluinte do curso de Direito no CCJ-UFPB. Minha gratidão, professora!

Gostaria de fixar uma menção honrosa a professora Juliana Guedes e o professor Antônio Carlos Coelho, profissionais incríveis e de extrema excelência e competência. Ambos ajudaram imensamente em meu processo de transferência para a UFPB e foram professores que jamais irei esquecer a contribuição que fizeram. Quem não os conhecia, uso esse espaço para fazer com que os conheçam um pouco.

Estes professores não eram mero facilitadores de disciplina, suas aulas não eram meramente aulas, o período de aprendizado com ambos marcaram meu período acadêmico porque em cada aula sempre mostravam que o dom do ensino não é apenas em replicar o que há na doutrina, mas questionar, ser inconformista porque o mundo é movimentado por pessoas que buscam por mudanças, que se mantem íntegro e, talvez, o mais importante que sempre nos lembravam, a importância de voltar para casa ou para qualquer lugar possível, e dividir bons momentos com quem amamos.

Em diversas vezes as aulas extrapolavam o jurídico e nos fazia retornar para casa buscando ‘ser melhor’, pensando sobre algum questionamento crítico que é tão importante para a formação de um profissional. Foram pessoas que deixaram sua marca em diversos estudantes, os lembrando que possuem um propósito. Lembro que minha promessa era que ao me formar na Universidade Federal da Paraíba, o convite para minha cerimônia de formatura era certo. Eu queria que fosse possível, mas infelizmente Deus tinha outros planos.

Por fim, gostaria de agradecer a você, leitor, que se interessou neste trabalho.

Feliz de quem entende que
é preciso mudar muito
pra ser sempre o mesmo.
Dom Hélder Câmara

RESUMO

A presente monografia discute a influência da transformação tecnológica no Direito Brasileiro, com ênfase nas legaltechs que desempenham a vanguarda na revolução jurídica, investigando os dilemas éticos e os impactos dessa transformação tecnológica, mais precisamente acerca da controvérsia em relação as novas formas de atuação apresentadas por legaltechs, acusadas de praticar atividades consideradas privativas da advocacia. Apresentando a dualidade entre o tradicionalismo e a disrupção, os avanços tecnológicos experimentados seriam inevitáveis e irreversíveis ou a advocacia de hoje não carece de adaptar-se à realidade atual? Oferecendo uma visão aprofundada da evolução do Direito diante da era digital, destacando desafios éticos, regulatórios e educacionais inerentes a essa transformação, este trabalho promove um debate essencial ao futuro da atuação jurídica em que explora as controvérsias e os paradigmas que a transformação jurídica pode trazer. Desse modo, para conferir o avanço tecnológico e a efetiva promoção dos direitos e princípios éticos inerentes à advocacia, sem descaracterizar o Direito, entende-se como legítimo a importância das legaltechs e do ensino jurídico para a transformação jurídica no país.

Palavras-chave: Transformação Tecnológica. Legaltechs. Dilemas Éticos.

ABSTRACT

This monograph discusses the influence of technological transformation on Brazilian Law, with an emphasis on legaltechs at the forefront of the legal revolution, investigating the ethical dilemmas and impacts of this technological transformation. Specifically, it explores the controversy surrounding the new forms of operation presented by legaltechs, accused of engaging in activities considered exclusive to the legal profession. By presenting the duality between traditionalism and disruption, it raises the question of whether the technological advancements experienced are inevitable and irreversible or whether today's legal practice needs to adapt to the current reality. Offering an in-depth perspective on the evolution of Law in the digital age, highlighting the ethical, regulatory, and educational challenges inherent to this transformation, this work promotes an essential debate on the future of legal practice. It explores the controversies and paradigms that legal transformation can bring. Thus, in order to ensure technological advancement and the effective promotion of the rights and ethical principles inherent to the legal profession without altering the nature of Law, the significance of legaltechs and legal education is considered legitimate for the legal transformation in the country.

Key-words: Technological Transformation. Legaltechs. Ethical Dilemmas.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 AS TRANSFORMAÇÕES DO DIREITO NO TEMPO	13
2.1 DO DIREITO ANALÓGICO AO DIREITO DIGITAL NO BRASIL.....	13
2.2 SURGIMENTO DAS LEGALTECHS	17
2.2.1 CLASSIFICAÇÃO DAS LEGALTECHS	18
3 PARADIGMAS ACERCA DAS REGRAS IMPOSTAS PELA OAB.....	23
3.1. 1º ASPECTO: O MARKETING JURÍDICO E A COMPETIÇÃO.....	23
3.2. 2º ASPECTO: ATIVIDADE PRIVATIVA?.....	31
3.3 PARADIGMAS ACERCA DAS NOVAS FORMAS DE ATUAÇÃO	36
4 ASCENSÃO DO DIREITO ADORMECIDO	39
4.1 A ADVOCACIA DO AMANHÃ É AGORA? A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL	40
4.2 MODERNIZANDO O ENSINO JURÍDICO.....	44
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	49
REFERÊNCIAS	52

1 INTRODUÇÃO

A Ordem dos Advogados do Brasil (2022) retrata a origem do ensino jurídico no Brasil, marcado com a edição do decreto que criou os cursos de Direito em São Paulo e Olinda no dia 11 de agosto de 1827. São 196 anos de história jurídico-acadêmica no Brasil, o dia 11 de agosto é atualmente comemorado o Dia do Advogado, entretanto, ao longo desses quase 200 anos de ensino jurídico, o quão a atividade jurídica tem se atualizado as demandas atuais?

Acelerado por inovações tecnológicas e a imersão digital, alguns empreendimentos beneficiaram-se com a influência da tecnologia e mudaram a atuação dos seus negócios. A exemplo disso, as startups são empresas jovens de “modelo de negócios repetível e escalável, em um cenário de incertezas e soluções a serem testadas (Bicudo, 2021).

No entanto, o desafio das startups não está apenas em criar uma solução inovadora e disruptiva, mas também nos valores permeados neste mercado. A exemplo disso, as startups revolucionaram processos e, consequentemente, a forma de como fazer negócios através da *startup culture*. Nesse sentido, Charisse Fontes, fundadora da CultureCircle, define que o termo busca primordialmente compartilhar bons valores, práticas e comportamentos alinhados com os objetivos da empresa, destacando, ainda, que a melhor cultura sempre será a que posiciona as pessoas em primeiro, de modo a oferecer a satisfação dos seus funcionários e colaboradores, incluindo os clientes (Heinz, 2023).

Nesse sentido, além da cultura, Gomiero (2019) explica que as startups oferecerem não apenas produtos e serviços inovadores, mas é um negócio que possui um novo apetite ao risco, de modo que para esses negócios a inovação se torna atividade e, ao mesmo tempo, métrica aos investidores. Estes negócios, ao passo que estão mais abertas à inovação, também conseguem proporcionar melhor resolução de problemas, como exemplo das startups voltadas para Financial Technology, mais conhecidas como fintechs.

De acordo com Lima (2023), a pesquisa conduzida pelo JP Morgan posicionou a fintech Nubank, fundada em 2013, como a principal escolha para uso de serviços bancários entre os brasileiros, conquistando uma preferência maior relativamente aos bancos tradicionais brasileiros que possuem, no mínimo, mais de 70 anos de existência¹.

A preferência por negócios mais inovadores resultou em uma espécie de revolução na forma em que os serviços são prestados, assim como na oferta de produtos nas grandes empresas que começaram a sentir o impacto da preferência comercial.

¹ A exemplo do Itaú que nasceu em 1924; ou a primeira instituição bancária do Brasil conhecida por Banco do Brasil, que teve sua fundação em 1908.

Nesse sentido, é esperado que tais revoluções também impactem o cenário jurídico por meio dos serviços oferecidos através das legaltechs, startups no segmento jurídico, proporcionando novas soluções e serviços que poderão impactar na transformação da atuação jurídica. Entretanto, o mercado jurídico carece dessa “transformação”? Para isto, é necessário analisar as divergências entre os serviços ofertados nos polos conservadores da advocacia e os propostos por disrupção jurídica com as legaltechs.

Tecendo um recorte de caráter regulatório, a OAB ao passo que regula a atividade advocatícia também cria regras para a publicidade realizada por estes profissionais, por outro lado, a publicidade realizada por legaltechs estão em uma área cinzenta da regulação, operando às margens das regulamentações da OAB.

Reconhecendo que a publicidade permitida às advocacias e advogados é regulada e restrita, as legaltechs ganham uma grande vantagem no tocante de prospecção de novos clientes, tornando que os seus negócios sejam escaláveis e os seus serviços alcancem mais pessoas. Em efeito disso, os advogados podem experimentar perda de espaço para estas startups jurídicas.

Nas atividades que se assemelham ou se confundem com a atividade advocatícia, são suscitadas, através do contraste regulatório, preocupações éticas, de modo que precisam ser exploradas e cuidadosamente consideradas, por poderem redefinir a prática da advocacia.

Nesse contexto, o escopo desta pesquisa consiste na análise regulatória pertinente a publicidade na advocacia e identificar os possíveis dilemas éticos a serem enfrentados com os impactos ocasionados pela tecnologia e as legaltechs, assim, considerando a inevitabilidade e irreversibilidade dos avanços tecnológicos já experimentados, torna-se imperativo observar as transformações do mercado jurídico em curso.

Assim, observando os avanços tecnológicos atuais, este trabalho visa explorar, no eixo de publicidade, enquanto a OAB limita, rigorosamente, os atos publicitários feitos na advocacia. Assim, considerando que as legaltechs não se aplicam a regulamentação criada pela OAB acerca da publicidade, estariam as legaltechs sendo favorecidas?

Além disso, acerca das atividades privativas à advocacia, no contexto em que seja considerado que a legaltechs estão exercendo uso ilegal da atividade e concorrência desleal com advogados, seria possível limitar, não só a amplitude, mas extinguir o mercado de legaltechs?

Referente as possibilidades de atuação profissional do bacharel em Direito, estaria ele obrigado a estar inscrito na OAB? Ou as novas formas de atuação proporcionadas por legaltechs poderão ampliar as possibilidades para estes profissionais e aliar a outras áreas? Além disso, o ensino jurídico tem acompanhado as demandas atuais impostas pela tecnologia proporcionando que os novos profissionais capacitados a nova realidade?

Para alcançar os propósitos inerentes desta pesquisa, foi empregado a metodologia analítica fundamentada em recursos bibliográficos e documentais. Entendo que a transformação jurídica ocorre em diversos eixos através da tecnologia, esta pesquisa limita-se apenas aos questionamentos acerca da publicidade, atividade privativa, questões que se inserem as startups jurídicas (legaltechs) e como podem transformar a transformação jurídica.

É importante mencionar que este trabalho não tem intenção de percorrer, como em um manual, cada atividade proposta pela legaltechs, assim como também não se propõe a abraçar demais eixos de transformação, como a blockchain, limitando-se a tratar assuntos mais urgentes e já observados atualmente. De modo a oferecer o melhor entendimento ao leitor, a organização dos capítulos sucedeu-se da seguinte forma:

O primeiro capítulo, “As transformações do Direito no tempo”, retrata o caminho evolutivo da inserção da tecnologia no universo judiciário brasileiro até encontrar a gênese das legaltechs; o segundo capítulo, “Paradigmas acerca das regras impostas pela OAB” faz uma análise as regras que limitam as novas formas de atuação jurídica, assim como aponta os eixos de atenção acerca da publicidade; por fim, o terceiro e último capítulo, “Ascensão do Direito adormecido” explora as controvérsias e paradigmas que a transformação jurídica pode impactar no mercado, a investigar se o tradicionalismo e o ensino jurídico estão obsoletos em comparação da ‘advocacia do futuro’ proposta por estas novas tecnologias.

2 AS TRANSFORMAÇÕES DO DIREITO NO TEMPO

A gênese do ensino jurídico no Brasil iniciou fora do país, mais precisamente na Faculdade de Direito de Coimbra, permanecendo assim até a sanção da Carta de lei de 11 de agosto de 1827 que instituiu os cursos de Direito em São Paulo e Olinda. Até então, todo o conhecimento jurídico era ‘importado’ de Portugal. Nesse sentido, faz-se necessário explorar os avanços no universo jurídico pertinentes a tecnologia nos últimos anos até o surgimento das legaltechs.

2.1 DO DIREITO ANALÓGICO AO DIREITO DIGITAL NO BRASIL

Erik Brynjolfsson, economista de Stanford e estudioso da transformação digital, em recente entrevista afirmou que “a tecnologia está vinte anos à frente da capacidade humana de otimizar o seu uso”, relatando em seguida que o maior desafio digital não se trata da tecnologia ou qual melhor ferramenta é utilizada, mas resume-se a, simplesmente, uma questão cultural, por ser uma questão de resistência aos processos de inovação (Cohen, 2021).

Considerando que nos últimos anos foram experimentados avanços tecnológicos expressivos, qual foi o impacto no cenário da advocacia? Para isso, faz-se necessário tratar primeiramente da modernização dos processual e a informatização dos processos. De acordo (Teixeira, 2023, p. 245), a Lei nº 8.245/91, que trata do Inquilinato, é considerada pioneira em modernização do processo, “tendo em vista que foi o primeiro diploma legal a autorizar a utilização de um meio eletrônico para a prática de ato processual”.

Todavia, não há registros que verifiquem se naquele tempo foram adotados tais procedimentos que permitiam uso de fax em atos processuais. Por este motivo, foi criada a lei n. 9.800/99, conhecida como Lei do Fax. Entretanto, (Teixeira, 2023, p. 245) também retrata que “não se pode afirmar que instituiu um verdadeiro processo eletrônico”, uma vez que existia a exigência de apresentar o documento original assinado cinco dias após a transmissão eletrônica por fax.

Teixeira (2023, p. 245) também relata que em 2001, a lei nº 10.259 que disciplinou a criação dos Juizados Especiais Federais, havia permissão para uso de sistemas eletrônicos para recepção de peças processuais sem a exigência de envio dos originais, entretanto, tratava-se de um processo de digitalização dos processos e não de um processo totalmente eletrônico, mas já se configurava um avanço. Após alguns anos, em 2006, através da lei nº 11.419 que trata da Informatização do Processo Judicial, é possível observar uma transição na modernização dos

processos, ao passo que começavam a ser admitidos que o trâmite, a comunicação de atos e a transmissão de peças pudessem ocorrer parcial ou totalmente digitais. A mesma lei também autorizava aos tribunais a criação de plataformas eletrônicas para a prática de atos processuais, como disciplina o art. 8º da referida lei.

Os órgãos do Poder Judiciário poderão desenvolver sistemas eletrônicos de processamento de ações judiciais por meio de autos total ou parcialmente digitais, utilizando, preferencialmente, a rede mundial de computadores e acesso por meio de redes internas e externas. (BRASIL, 2006, Art. 8º)

Entretanto, é identificada uma falha legislativa, pois ao passo que havia criações individuais de sistemas eletrônicos no Poder Judiciário, existiu uma carência de sistema único para toda a justiça brasileira, de modo a promover integração e facilidade. Desde então foram surgindo os sistemas, como o PJE que foi instituído pelo CNJ através da Resolução nº 185 de 2013, além de outros grandes exemplos como o Projudi, E-Doc, E-Proc, E-Saj, E-STJ e E-STF.

Consoante o Justiça em Números (2023, p. 302), não apenas considerando a questão de informatização processual, mas também a de virtualização do processo, o impacto para resolução de um processo quando totalmente físico faz com que o mesmo perdure por mais de 7 anos, enquanto um processo eletrônico é solucionado em até 2 anos.

Nesse sentido, a virtualização do processo confere maior celeridade da justiça, os resultados disto também estão presentes após a instituição do Programa Justiça 4.0² que tem sido um dos fatores de engrenagem para a transformação digital no Poder Judiciário.

A representatividade disto está na proporção de casos novos eletrônicos que atingiu quase 100% e a tramitação eletrônica impactou em 85,8% das ações em andamento, conforme os dados do Justiça em Números (2023, p. 302), em contrapartida, apenas quatro tribunais do país possuem aproximadamente 20% dos autos físicos pendentes de solução definitiva. Ainda assim, o judiciário sofre os efeitos da demora processual e congestionamento de processo, sendo números ainda relevantes³.

As questões de acesso à justiça e alta demanda processual fazem com que meios alternativos de solução de conflitos ganhem maior atratividade por resolver esse gargalo na justiça e promova uma solução autocompositiva. Nessa esteira, através da Resolução nº 358 de

² O 'Programa Justiça 4.0 – Inovação e efetividade na realização da Justiça para todos' é um marco de inovação e transformação digital no Poder Judiciário, que criou institutos como o domicílio eletrônico, criação do Juízo 100% Digital, do Balcão Virtual, da Plataforma Digital do Poder Judiciário (PDPJ), e permitiu a consolidação e qualificação do DataJud. Essas inovações contribuíram para a melhoria da prestação jurisdicional e aumento da produtividade. (Justiça em Números, 2023, p. 298)

³ De acordo com o Justiça em Números (2023, p. 301), a taxa de congestionamento processual é de 74,8% no primeiro grau e 54,3% no segundo grau. Ainda, em relação a demora processual, a justiça em primeiro grau apresenta um relevante volume de casos pendentes, representando 93%.

2020, o CNJ regulamentou a criação de soluções tecnológicas para resolução de conflitos pelo Poder Judiciário por meio da conciliação e mediação, determinando aos tribunais o dever de disponibilizar esses meios de resolução (BRASIL, 2020).

A produção de resultados difere em comparação ao processo judicial comum, pois mediante conciliação ou mediação as soluções são consensuais e geram benefícios mútuos. Além disso, conferindo novos meios de manifestação da tecnologia no eixo jurídico, o Supremo Tribunal Federal (STF) tem adotado soluções através da aplicação de Inteligência Artificial “para resolver ou mitigar os desafios pertinentes a uma maior eficiência e celeridade processuais” (BRASIL, 2021).

O primeiro projeto instaurado pelo STF é conhecido como ‘Victor’, iniciado desde 2017 em parceria com Universidade de Brasília, inicialmente “idealizado para auxiliar o STF na análise dos recursos extraordinários recebidos de todo o país, especialmente quanto a sua classificação em temas de repercussão geral de maior incidência” (BRASIL, 2021), de modo que também funciona como um filtro no recebimento de demandas repetitivas vindas de outros tribunais (BRASIL, 2023).

Somam-se as soluções de inteligência artificial no STF, a Rafa, desenvolvida para integrar a Agenda 2030 da ONU ao STF por meio da classificação dos processos consoante aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (BRASIL, 2023). No primeiro semestre de 2023, foi incorporada a terceira solução em IA, a Vitória, para “agrupar processos por similaridade de temas para identificação de novas controvérsias”, produzindo efeitos de maior celeridade e consistência na análise e no julgamento dos processos (BRASIL, 2023).

Não exclusivo apenas ao STF, Teixeira (2023) relata que é uma realidade em todo território brasileiro, de modo que sistemas baseados em IA estão sendo desenvolvidos por Universidades e utilizados em Tribunais, a exemplo disso, outros projetos foram concebidos da mesma forma, como os projetos Poti, Clara e Jerimum do Rio Grande do Norte; em Pernambuco o projeto Elis; a plataforma Radar em Minas Gerais; o Sinapses em Rondônia; e, por fim, o Hórus, Amon e Toth no TJDF.

Mudando a ótica para o advogado, seu gama de atuação tem se tornado mais amplo com os tempos, considerando a interdisciplinaridade com outras áreas de conhecimento, como direito digital, econômico, financeiro, entre outros. Na visão de Zampol (2010), a advocacia da época em que escreveu o referente artigo já era bastante distinto da advocacia dos anos 50:

Quem teve a oportunidade de viver ou conhecer a advocacia das décadas de 50 ou 60, com certeza, vai estranhar muito a mesma atividade exercida hoje. Os tempos chamados da "advocacia romântica", nos quais os profissionais desenvolviam seu trabalho centrados única e exclusivamente na defesa dos interesses de seus clientes,

através de suas teses e correntes doutrinárias, deram espaço para uma advocacia mais abrangente, mais corporativa, enfim, mais empresária.

Já hoje, conforme Feferbaum (2019), “há advogados que trabalham em grandes escritórios, em escritórios de boutique, em departamentos jurídicos ou em órgãos públicos. Por isso, não falamos na profissão jurídica, senão nas profissões jurídicas”. Tendo isso em vista, a modernização não se limitou apenas aos tribunais, mas urge alcançar os operadores do Direito e conferir, junto a tecnologia, maior agilidade. Ainda, Feferbaum (2019) explica que:

[...] o mercado exige que o profissional se atualize e corte custos operacionais, o que tem feito com que ele acabe incorporando a tecnologia no seu dia a dia. Se antes ele fazia tarefas repetitivas, hoje há máquinas que fazem com menos risco de erro as mesmas rotinas. Também surgem mais possibilidades de mensurar e combinar dados, permitindo análises e otimização do trabalho. Enfim, uma série de fatores são impactados pela chamada ‘tecnologização’ (grifo nosso)

Com essa perspectiva abrangente sobre a evolução do mercado jurídico, Marques (2020) explica que o uso de recursos tecnológicos dentro de um escritório de advocacia pode ser rapidamente percebido e benéfico, ademais, “a automatização de processos manuais tem um papel chave nos tempos atuais”, abrindo a possibilidade de uma prestação de serviço que agrega maior valor aos clientes quando há otimização de processos manuais e repetitivos, para poder focar mais em etapas mais estratégicas para as soluções de cada caso. Nesse sentido, a advocacia brasileira tem se aproximado da advocacia americana, conforme explica Zampol (2010):

[...] aos poucos a advocacia vem tomando praticamente os mesmos contornos que a advocacia norte-americana – as law firms – na qual uma corporação surge com estrutura predefinida; com planos de carreira; com investimentos maciços na alta tecnologia de informação digital; com permanente capacitação de seus profissionais que não mais são contratados ou “agregados” à principal atividade de seu líder, mas sim associados a uma estrutura que lhes permite, no futuro, estar também no comando da corporação. Uma verdadeira estrutura empresarial, na mais das vezes, superior a uma enorme gama de empresas mercantis constituídas para essa exclusiva finalidade. (grifo nosso)

Da mesma maneira, é imperativo realçar que a estrutura empresarial não deve ser equiparada à advocacia mercantil, pois, mesmo que a advocacia seja uma profissão liberal por excelência, jamais será uma atividade que adota preceitos de competição de mercado observado no varejo. Em contrapartida, o mercado aberto pelas legaltechs abriu um notável processo de expansão a nível global (Feferbaum; Silva, 2019), de modo a proporcionar soluções inovadoras aos operadores do Direito, empresas e consumidores finais. Portanto, para identificar o impacto dessas legaltechs na profissão e na formação jurídica brasileira, é imperioso compreender sobre o surgimento das legaltechs.

2.2 SURGIMENTO DAS LEGALTECHS

O fenômeno startup é conhecido por todo o mundo, ganhou grande força no cenário das finanças, ganhou mercado na saúde, seguros e até mesmo agronegócios. Não obstante, as legaltechs são as startups que representam o segmento jurídico. Embora não existam dados que comprovem exatamente a gênese das legaltechs, Pivovarov (2018) relata ser provável que o movimento tenha começado a desenvolver-se a partir de 1977, ano em que a empresa americana LexisNexis⁴ foi fundada, tornando-se, provavelmente, a primeira empresa a oferecer serviços ao mercado jurídico com uso de tecnologia.

Em seguida, Pivovarov (2018) também menciona como um dos catalisadores para o desenvolvimento das legaltechs foi com o surgimento do Legal Hackers em 2012, uma organização sem fins lucrativos que rapidamente se globalizou, reunindo pessoas de diferentes formações e estágios (e.g empreendedores, advogados, pesquisadores, estudantes, professores, profissionais em TI), exploração e desenvolvendo soluções criativas em eixos de interface entre a tecnologia e o direito.

Conforme Feferbaum e Silva (2019), “não há estudos que tenham se prestado a uma consolidação [...] [d]esse processo de mudança tecnológica” (grifo nosso), entretanto, no Brasil, ganhou-se maior notabilidade em 2017 com a criação da Associação Brasileira de Lawtechs e Legaltechs (AB2L), uma associação sem fins lucrativos com eixos de atuação na educação, organização e fomento do ecossistema de startups jurídicas (AB2L, [2017]).

Embora existam algumas classificações que tentam distinguir lawtechs e legaltechs, adotamos o entendimento que ambos acrônimos são sinônimos, de modo a representar a mesma coisa e inseridas no mesmo nicho de mercado. Desse modo, se torna importante entender como esse mercado tem se formado e quem o compõe.

Conforme dados da OAB (2022), o Brasil é considerado o país com mais advogados por habitante do mundo, são cerca de 1,3 milhão de advogados ativos para uma população de 212,7 milhões de pessoas. Proporcionalmente, esses números se convertem em um advogado para 164 brasileiros residentes no país. Assim, embora não tenhamos dados que forneçam com exatidão o número de bacharéis em Direito não estão inscritos na OAB e, de igual modo, não

⁴ “A LexisNexis, originalmente fundada como Lexis, sempre esteve à frente do jogo, prevendo um futuro que permitiria aos profissionais da área jurídica realizar pesquisas independentes sem depender do acervo de bibliotecas jurídicas. A LexisNexis é um dos maiores bancos de dados eletrônicos de informações jurídicas e [...] estava entre as primeiras a fornecerem acesso completo a jurisprudência e textos jurídicos em um banco de dados online, facilitando a pesquisa jurídica para advogados e estudantes de direito”. (Sullivan, 2022, tradução e grifo do autor)

estejam em qualquer concurso público, é de se imaginar que este público estaria mais que apto para composição do núcleo nas legaltechs, pois não haveria atritos com atividade advocatícia e desenvolvendo um novo modelo de atuação para esse grupo e, conseqüentemente, abrindo uma oportunidade potencial para essas pessoas.

Para Feferbaum e Silva (2019), a ascensão das legaltechs significa “um processo mais amplo de transformação da prática jurídica, com a introdução de ferramentas tecnológicas que tendem a reduzir ou eliminar [...] custos ou etapas dos processos de produção do direito”.

Entendemos que esses novos instrumentos trazem duas variáveis especialmente impactantes: (i) a tendência de crescente automação de tarefas relacionadas ao direito (e.g. elaboração de documentos, realização de pesquisas de legislação, doutrina e jurisprudência etc.), e (ii) a introdução de inteligência artificial capaz de aprender pela própria experiência (aprendizado de máquina) e produzir algoritmos capazes de organizar melhor a realização de trabalhos repetitivos.

Embora pareça animador, ainda mais tendo conhecimento o quão a Justiça tem se utilizado da tecnologia para trazer benefícios no quesito de eficiência e celeridade, a realidade é que os dados levantados pela AB2L (2022, p. 30) informam que 57,6% dos advogados não sabem o que é uma lawtech ou legaltechs. Além disso, os que tinham conhecimento do conceito, 18% não soube exemplificar qualquer empresa. Nesse sentido, faz-se necessário decorrer sobre os diversos segmentos de atuação das legaltechs.

2.2.1 Classificação das Legaltechs

Entendendo as startups jurídicas como ferramentas especializadas no melhor uso da tecnologia, podemos entender, até o momento, que o Poder Judiciário tem pleno conhecimento de suas limitações e buscado se atualizar com ferramentas em Inteligência Artificial.

Além disto, observando a alta demanda que o advogado pode experimentar⁵, a atividade advocatícia carece de recorrer, também, as soluções diversas que possam proporcionar agilidade nos processos manuais. Neste contexto, a atuação das legaltechs está vinculada à inovação especializada em serviços jurídicos.

Com algumas empresas estabelecendo categorizações que delineiam o público-alvo que as startups atenderão e os serviços que poderão ser ofertados, a AB2L (2023) prevê a descrição de 16 categorias, as quais são:

Analytics e Jurimetria – Plataformas de análise e compilação de dados e jurimetria.
Automação e Gestão de Documentos – Softwares de automação de documentos jurídicos e gestão do ciclo de vida de contratos e processos.

⁵ Tendo em vista o dado de haver um advogado para cada 164 brasileiros, citado anteriormente.

CivicTech – Tecnologia para melhorar o relacionamento entre pessoas e instituições, dando mais voz para participar das decisões ou melhorar a prestação de serviços.

Compliance – Empresas que oferecem o conjunto de disciplinas para fazer cumprir as normas legais e políticas estabelecidas para as atividades da instituição.

Conteúdo Jurídico, Educação e Consultoria – Portais de informação, legislação, notícias e demais empresas de consultoria com serviços desde segurança de informação a assessoria tributária.

E-Discovery – Empresas que atuam com processo de gestão de informações eletrônicas relevantes em contextos legais, utilizando tecnologias e métodos específicos para identificação, coleta e revisão de dados, a fim de apoiar processos judiciais e investigações regulatórias.

Gestão – Escritórios e Departamentos Jurídicos – Soluções de gestão de informações para escritórios e departamentos jurídicos.

Inteligência Artificial no Setor Público – Soluções para tribunais e poder público.

Legal Design e Visual Law – Soluções inovadoras no campo do direito que buscam tornar a informação jurídica mais acessível, compreensível e visualmente atraente.

Legal Operations – Empresas que oferecem gestão eficiente e estratégica dos departamentos jurídicos de empresas e organizações, otimizando processos, reduzindo custos, melhorando a eficiência e maximizando o valor do departamento jurídico para a organização como um todo.

Monitoramento e Extração de dados públicos – Monitoramento e gestão de informações públicas como publicações, andamentos processuais, legislação e documentos cartorários.

Redes de Profissionais – Redes de conexão entre profissionais do direito, que permitem a pessoas e empresas encontrarem advogados em todo o Brasil.

Regtech – Soluções tecnológicas para resolver problemas gerados pelas exigências de regulamentação.

Resolução de conflitos online – Empresas dedicadas à resolução online de conflitos por formas alternativas ao processo judicial como mediação, arbitragem e negociação de acordos.

Real Estate Tech – Aplicação da tecnologia da informação através de plataformas voltadas ao mercado imobiliário e cartorário.

Taxtech – Plataformas que oferecem tecnologias e soluções para todos os seus desafios tributários.

Embora essa classificação seja vasta, o objetivo deste trabalho não é percorrer por cada categoria de *legaltechs* e apresentar o impacto em cada uma para as atividades jurídicas. Entretanto, além das classificações já supracitadas, podem ser citados outras atividades que não são exclusivas a advocacia, mas se beneficiam do papel interdisciplinar dos negócios, como as agências de marketing jurídico que representam uma peça-chave para diferenciação tática do advogado. Neste caso, como se trata de marketing jurídico, elas devem respeitar o regramento imposto pela OAB em regimento específico.

Além disso, existem as empresas de propriedade intelectual para patentes e registro de marca que oferecem serviços ao cliente final, mas que, também, podem ter a presença de advogados em seu departamento jurídico ou até mesmo dispor de alguma parceria para os casos em que o advogado seria indispensável.

Não obstante, ainda há as startups que oferecem soluções em chatbots que facilitam a comunicação do cliente para acompanhamento processual, por exemplo, observando que a pessoalidade do atendimento não é inteiramente substituível, enquanto existem suas limitações

mesmo com o uso de *machine learning* possam conseguir promover uma conversa mais aproximada ao contato humano através do conhecimento generativo e continuado do robô.

Ainda, as startups baseadas em *Business Intelligence* (BI), embora possuam aspecto de gestão, podem ser considerados um negócio mais específico ainda que apenas a classificação de ‘gestão’. A implementação do BI realiza um diagnóstico inteligente do negócio capaz de tornar visível os eixos que merecem maior atenção, trazendo uma previsibilidade de problemas e um desenho para soluções inteligentes através de um planejamento estratégico, tornando o negócio mais resiliente aos desafios a serem experimentados, além de proporcionar uma maximização da percepção de lucros quando resolvidas questões operacionais da sociedade.

Também é impreterível mencionar as legaltechs que oferecem soluções de crédito para antecipação de honorários — aos advogados — e negociação de créditos judiciais através da antecipação de precatórios para qualquer pessoa que possua ativos judiciais.

Dito isto, as startups jurídicas se tornaram atrativas para empresas de *bigtech* como o Google, que recentemente foi a primeira empresa a investir numa legaltech na América Latina (Rodas, 2021). Considerando a diversidade em classificações, entendemos ser necessário um agrupar por áreas de foco em atuação, desenvolvemos os seguintes eixos:

Client Centered: seriam as legaltechs que desenvolvem soluções diretas ao cliente final. Incluem-se aqui as startups que disponibilizam soluções para: conectar uma rede de profissionais aos futuros clientes, bem como empresas focadas em conteúdo jurídico, ou de cunho educacional. Também são considerados os negócios de consultoria e os que monitoram e extraem dados públicos. Adicionalmente, as *civictech* promovem métodos autocompositivos através da comunicação direta do consumidor com alguma instituição, sendo bons exemplos disso o reclameaqui e o consumidor.gov, este último também pode ser entendido como uma *govtech*.

Business Focused, seriam as empresas focadas no negócio jurídico, reunindo os negócios de: *marketing* jurídico, *business intelligence* (BI), de negociação de crédito judiciário, gestão, *e-Discovery*, *legal design* ou *visual law*, *compliance*, jurimetria e *analytics*, automação e gestão de documentos, regtech, techs voltadas para *ágile* em negócios imobiliários, bancários ou de agronegócio, além das *legal operations* que estão voltadas aos departamentos jurídicos e as empresas de *chatbots* que desenvolvem soluções para todos os tipos de negócio.

Governmentally Benefited: representadas por empresas de *govtech* com o propósito de otimizar a administração e aproximar o governo e cidadãos através do aprimoramento da eficiência na gestão pública, comprometendo-se com desenvolvimento de soluções para cidades

inteligentes, a implementação de soluções baseadas em Inteligência Artificial, digitalização do Poder Público e busca por métodos mais eficientes na realização de contratações públicas.

Hybrids Techs: categoria de negócios que enquadra mais de um tipo de categoria por produzir soluções para mais de uma categoria, assim, o *Client Centered* e *Governmentally Benefited* incluem soluções de automação e gestão documental, compliance, regtech (tangente a adequação e regulamentação de inovação pública). Por outro lado, no *Client* e *Business* temos as empresas de resolução de conflitos online (ODR), legal design, *taxtech*. Por fim, as aplicáveis aos três eixos: as empresas que oferecem consultorias jurídicas.

Entendendo mais sobre esses cenários das legaltechs, existe a preocupação acerca da “mercantilização da profissão”, o Art. 5º da Resolução n. 02/2015⁶ indica que “o exercício da advocacia é incompatível com qualquer procedimento de mercantilização”. A inteligência deste dispositivo é controlar a atividade advocatícia para evitar uma possível competição desleal, além de conferir dois grandes impedimentos ao advogado.

O primeiro é o alerta de conduta, de modo que o advogado não deve influenciar indevidamente para garantir contrato com o cliente, atendo-se apenas a defesa dos interesses do cliente de forma ética e zelosa. A segunda seria considerada de salutar importância no período, pois o acesso às formas de publicidade eram limitadas e de grande orçamento nos meios de comunicação populares, de modo que poderiam favorecer os grandes escritórios que dispunham de maior orçamento para marketing em relação aos pequenos advogados.

Por outro lado, as legaltechs possuem natureza mais mercantilista, considerando que são empresas de crescimento e suas atividades possuem maior flexibilidade de margem nas contratações para tornar seus serviços acessíveis e escaláveis, além disso, são empresas que possuem habitualidade ao marketing chamativo para engrenar a atenção do seu público-alvo no oferecimento de seus serviços em rumo ao crescimento exponencial.

Entretanto, algumas dessas startups estão alocadas em uma área cinzenta no eixo jurídico, ao passo que ao categorizar as legaltechs, observa-se que alguns dos serviços prestados podem, também, ser prestadas por advogados. Em atenção a isto, a lei nº 8.906 de 1994, conhecida como Estatuto da Advocacia e a Ordem dos Advogados do Brasil, informa:

Art. 1º. São atividades privativas de advocacia:

I - a postulação a órgão do Poder Judiciário e aos juizados especiais;

II - as atividades de consultoria, assessoria e direção jurídicas.

Art. 2º-A. O advogado pode contribuir com o processo legislativo e com a elaboração de normas jurídicas, no âmbito dos Poderes da República.

⁶ Conhecido como Código de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil.

Art. 3º. O exercício da atividade de advocacia no território brasileiro e a denominação de advogado são privativos dos inscritos na Ordem dos Advogados do Brasil (OAB).

Deste modo, os serviços de Online Dispute Resolution (ODR), assim como os de consultoria jurídica e regulamentação oferecidas por legaltechs podem ser consideradas como privativas a advocacia? Se sim, como fica a questão de competição dessas atividades com a advocacia tradicional?

Considerando que as atividades oferecidas pelas legaltechs poderão obter maior notoriedade através da publicidade que em relação à advocacia por não estarem alocadas na regulamentação envolvida pela OAB, o público em geral poderá estabelecer a sua preferência de escolha aos players em que viu o anúncio publicitário, em face da advocacia que não pode fazer a oferta de serviços diretos em face da proibição da mercantilização da profissão.

Sendo assim, considerando a temática de marketing, as restrições atuais impostas pela OAB estão adequadas para a atual realidade do mercado hoje? As atividades propostas por startups jurídicas poderiam entrar no escopo da OAB? e, portanto, amplificar para além dos advogados ou necessitaria de uma regulação própria e distinta da OAB? Essas preocupações serão exploradas no capítulo seguinte.

3 PARADIGMAS ACERCA DAS REGRAS IMPOSTAS PELA OAB

Conforme citado anteriormente, algumas questões que permeiam as legaltechs as posicionam em uma área cinzenta no Direito, de modo que dúvidas pairam sobre o assunto por não ser um assunto amplamente discutido ou pacificado, principalmente enquanto as legaltechs não possuem uma regulamentação própria para tornar esse mercado mais nivelado.

No contexto publicitário, o marketing é uma ferramenta essencial para a divulgação de serviços e captar clientes, entretanto, quando mencionado que há legaltechs que ofertam uma atividade que pode ser considerada concorrente ao dos advogados, de modo que exercem de forma privativa através da regulamentação da OAB, inicia-se um debate acerca das questões éticas e legais, de forma a ser necessário investigar as implicações para o mercado jurídico.

3.1. 1º ASPECTO: O MARKETING JURÍDICO E A COMPETIÇÃO

No contexto regulatório, as limitações impostas a questão de publicidade pela OAB surgiram para nivelar a competição da advocacia já consolidada, que experimenta os benefícios de um longo tempo no mercado, nome já conhecidos e lucros constantes.

Assim, Bertozzi (2012, p. 23-24) realça que “no mundo jurídico equilibrar planos estratégicos com visão empreendedora é uma maneira de sobreviver. Reputação, produção intelectual e empatia com o cliente, eis uma bela trilogia de conceitos que devem ser o foco para uma carreira de sucesso”. No mesmo sentido, Fragoso Júnior (2017, p. 39) explica:

O marketing é mais do que necessário nas profissões liberais, sobretudo na atividade advocatícia, que detém em seu âmago o condão de função social. A adoção de um pensamento estratégico bem delineado por parte de quem presta esse tipo de serviço torna-se uma questão de respeito ao cliente e de cumprimento dos requisitos éticos que envolvem a profissão. O marketing adquire papel de extrema importância na construção de uma advocacia de excelência. Trata-se da atenção ao cliente, a partir de um esforço de marketing, que jamais pode ser confundido com as antigas práticas que se relacionam exclusivamente com a venda.

Entendendo que o papel da publicidade, não só para o advogado, mas para todas as profissões liberais em um mercado predominantemente digital, o Código de Ética e Disciplina da OAB estabelece alguns limites e critérios para que a publicidade para advogados e escritórios advocatícios seja realizada, assim como em outros regramentos no mesmo sentido, de modo a trazer maior especificidade e apresentar mais hipóteses que regulam a publicidade.

Dentre todas as diferenças entre legaltechs e os escritórios de advocacia, talvez a principal esteja questão de competição, uma vez que as legaltechs possuem natureza totalmente

mercantilista e a advocacia possui tal proibição. Assim, as publicidades realizadas por startups jurídicas são mais beneficiadas ao poder fazer companhias de publicidade que captam clientes, restrição essa que existe aos advogados no artigo 7º do Código de Ética e Disciplina (CED), em que destaca a proibição de prospecção de clientes através do marketing:

Art. 7º - É vedado o oferecimento de serviços profissionais que impliquem, direta ou indiretamente, inculcação ou captação de clientela. (grifo nosso)

Assim, a captação do cliente fica restrita a algo datado, uma advocacia romântica que seria destacado aquele com mais títulos acadêmicos e, portanto, teria maior propriedade no assunto. Ao passo que as demais profissões tiveram que se adaptar a transformação digital, principalmente acelerada após o período de pandemia enfrentados mundialmente, no Brasil há ainda a resistência de abraçar a publicidade.

Nesta sequência, no Novo Código de Ética e Disciplina, aprovado pela Resolução nº 02/2015, que revogou o Código anterior e, informa que através do o artigo 39: “A publicidade profissional do advogado tem caráter meramente informativo e deve primar pela discrição e sobriedade, não podendo configurar captação de clientela ou mercantilização da profissão.”.

Embora os dispositivos supracitados tenham um considerável esforço de permitir que a publicidade ocorra, em moldes limitados e, portanto, ceifando o principal benefício que poderia ser observado... E, ainda que seja estabelecido uma certa evolução em tal “permissão”, tal proibição expõe que o tradicionalismo é o principal revés para a transformação jurídica e isso tem sido normalizado através de um regimento recente, mas que poderia ser facilmente classificado com um regimento do início da década de 2000.

Permitir que a publicidade ocorra para conteúdos jurídicos, limita a comunicação para seus pares e não para seus clientes. A profissão jurídica já é, em sua gênese, uma profissão distante dos demais por ter um vocábulo próprio que, por muitas vezes distancia o público.

Dessa forma, o advogado teria que comunicar-se apenas com seus pares ou exercer um papel de doutrinador para que, com sorte, alguém tenha o interesse de ir em seu contato e buscar por seus serviços. Onde podemos observar a evolução nisto? A dificuldade imposta nesse dispositivo é relatada pela Revista Consultor Jurídico (2002):

Para obter melhores resultados, **angariar clientes e firmar-se no cenário jurídico, o marketing é uma arma poderosa à disposição do advogado ou do escritório de advocacia.** Na atualidade, com a globalização e a difusão massificada da informação, por meio de novos recursos tecnológicos, a concorrência está cada vez mais sufocante, fazendo com que os advogados tenham que recorrer a novos recursos para posicionarem-se no mercado competitivo da profissão. (grifo nosso)

Assim, pode-se observar que por mais que existam permissões publicitárias aos advogados, a cláusula principal – a captação de clientes através da publicidade – é proibida pela OAB, de outro modo, as legaltechs não possuem tal limitação e podem escalar seu negócio ao passo que conquistam novos clientes para disposição de seus serviços.

Neste sentido, observando o contexto evolutivo dos regramentos, o CED revogado destacava, no artigo 28, que havia permissão para anunciar “com descrição e moderação, para finalidade exclusivamente informativa”, além de vedar associação com outra atividade. Como se não fosse limitador o suficiente, através do Código vigente, o legislador decidiu estender com mais hipóteses em que são vedados a veiculação de publicidade:

Art. 40. Os meios utilizados para a publicidade profissional hão de ser compatíveis com a diretriz estabelecida no artigo anterior, sendo vedados: I – a veiculação da publicidade por meio de rádio, cinema e televisão; II – o uso de outdoors, painéis luminosos ou formas assemelhadas de publicidade; III – as inscrições em muros, paredes, veículos, elevadores ou em qualquer espaço público; IV – a divulgação de serviços de advocacia juntamente com a de outras atividades ou a indicação de vínculos entre uns e outras; V – **o fornecimento de dados de contato, como endereço e telefone, em colunas ou artigos literários, culturais, acadêmicos ou jurídicos, publicados na imprensa, bem assim quando de eventual participação em programas de rádio ou televisão, ou em veiculação de matérias pela internet, sendo permitida a referência a e-mail**; VI – a utilização de mala direta, a distribuição de panfletos ou formas assemelhadas de publicidade, com o intuito de captação de clientela. Parágrafo único. Exclusivamente para fins de identificação dos escritórios de advocacia, é permitida a utilização de placas, painéis luminosos e inscrições em suas fachadas, desde que respeitadas as diretrizes previstas no artigo 39. Art. 41. As colunas que o advogado mantiver nos meios de comunicação social ou os textos que por meio deles divulgar não deverão induzir o leitor a litigar nem promover, dessa forma, captação de clientela. (grifo nosso)

O grifo realizado no artigo acima é exemplo de uma limitação antiquada. Ao passo que Código permite uma comunicação entre pares, ao publicar um artigo ou coluna literária, o advogado só pode se identificar através de seu nome e não atrelar nenhuma forma de contato, seja endereço ou telefone do seu escritório. Então até mesmo a comunicação entre pares deve ser limitada.

Como se não fosse contraditório o suficiente, logo após uma proibição, o legislador decide apresentar que, na verdade, não é tão proibido assim, que é aceitável inserir os meios de comunicação do advogado nos textos que publicar, porém, garantindo que alguém busque seus serviços através de tal texto ou seria considerado captação de clientela.

Dessa forma, as permissões não ajudam o advogado, na verdade, as permissões que deveriam auxiliar o advogado acabam dificultando de vez, principalmente em casos como esse, que as próprias regras são confusas.

Não suficiente, se houver a participação do advogado em programa de rádio ou televisão, também não podem ensejar, em qualquer momento, uma forma de contato para as

peessoas buscarem os serviços de advocacia, algo que, de certa forma, é compreensível, pois não são todos os advogados que possuem a oportunidade de ter acesso a uma exposição nacional, por exemplo.

Assim, de certa forma, o legislador quer que o advogado, com toda sua experiência, ao realizar publicidade, sua comunicação adquira um comportamento equivalente a um docente, não podendo comporta-se como um advogado. Relativo a isso, o regimento complementa que é vedado o advogado realizar consultas de matéria jurídica através de suas redes sociais, participar de debates em qualquer meio de comunicação, abordar algum tema que comprometa o prestígio da OAB ou a dignidade da profissão e, sem nenhuma surpresa, “insinuar-se” em reportagens e declarações públicas, conforme o artigo 42 do CED vigente.

Em seguida, o artigo 43 do CED continua informando ser vedado em qualquer situação, mas principalmente as que envolvem a participação em que há veiculação em qualquer meio que disponha de um grande público, não deverá haver insinuação de promoção pessoal ou profissional, devendo visar apenas a objetivos “exclusivamente ilustrativos, educacionais e instrutivos”, sendo vedados, também, pronunciamentos sobre métodos de trabalho usados por colegas de profissão e comunicação de caráter sensacionalista.

Assim, se o aspecto publicitário foi limitado visando promover a equidade entre os advogados, de maneira a evitar que escritórios jurídicos com maiores recursos financeiros se sobressaíssem em relação aos demais, esse controle surgiu em um período no qual o acesso à internet não era tão disseminado como nos dias atuais, de modo que os anúncios estavam restritos aos meios tradicionais, como televisão, rádio e jornais, implicando, por vezes, em custos elevados para divulgação. Contudo, é importante salientar que essa restrição não se justifica unicamente por razões financeiras.

A simples captação de clientes por meio de anúncios não implica, por si só, na descaracterização de uma profissão. Contudo, ao considerar que as práticas publicitárias com características abusivos e antiéticas podem ocorrer em cenários nos quais existem regimentos que buscam abranger todas as possíveis condutas inadequadas para proibição, ou em regimentos que restringem integralmente a publicidade.

No âmbito do acesso à publicidade, se a captação de clientes fosse permitida, seria fundamental estabelecer limites aplicáveis a todos, independentemente do porte do escritório de advocacia. Isso garantiria o acesso à publicidade e promoveria a igualdade de oportunidades, evitando práticas desleais que poderiam surgir em um ambiente de publicidade irrestrita.

No contexto de publicidade entre seus pares, o artigo 45 do CED informa que como forma de publicidade, é permitido “o patrocínio de eventos ou publicações de caráter científico

ou cultural”, entretanto o evento deve ser restrito ao interesse de advogados e “adstrita a clientes e a interessados do meio jurídico”. Nesse sentido, qual seria o cliente que iria buscar um evento cujos temas debatidos possuem caráter científico? Tais eventos jurídicos acabam sendo, de certo modo, um momento mais direcionados ao networking entre pares e não com clientes.

Desse modo, as permissões da publicidade ocorrem, em suma, apenas se veiculadas de caráter informativo e sem qualquer aspecto de mercantilização da profissão. Mesmo que a veiculação por meios virtuais seja permitida, devem ser observadas as limitações anteriormente, assim como o artigo 46 do CED vigente explica:

Art. 46. A publicidade veiculada pela internet ou por outros meios eletrônicos deverá observar as diretrizes estabelecidas neste capítulo. Parágrafo único. A telefonia e a internet podem ser utilizadas como veículo de publicidade, inclusive para o envio de mensagens a destinatários certos, **desde que estas não impliquem o oferecimento de serviços ou representem forma de captação de clientela.** § 1º **Admite-se, na publicidade de conteúdos jurídicos,** a identificação profissional com qualificação e títulos, desde que verdadeiros e comprováveis quando solicitados pela Ordem dos Advogados do Brasil, bem como com a indicação da sociedade da qual faz parte.

Em síntese, a permissão da veiculação publicitária pela internet aqui, limita o público-alvo, uma vez que os maiores interessados por conteúdo informativos e educacionais são estudantes ou advogados e não o cliente. Ainda, recentemente, o Provimento nº 205 de 2021 (que revogou os provimentos antecessores de 94/2000) trouxe mais restrições, adotando um caminho oposto de uma flexibilização normativa para o contexto atual em que nos encontramos.

Assim, o artigo 1º do Provimento nº 205/2021 da OAB é reservado para lembrar ao advogado a permissão de realizar o marketing jurídico, desde que respeitados os preceitos éticos e as limitações impostas no Estatuto da Advocacia, Regulamento Geral e o Código de Ética e Disciplina. Desse modo, para tornar claro os tipos de publicidades admitidas, o artigo 2º, VI e VII do mesmo Provimento, informam ser possível que seja realizada a publicidade alavancada através de campanhas pagas:

VI - Publicidade ativa: divulgação capaz de atingir número indeterminado de pessoas, mesmo que elas não tenham buscado informações acerca do anunciante ou dos temas anunciados; **VII - Publicidade passiva:** divulgação capaz de atingir somente público certo que tenha buscado informações acerca do anunciante ou dos temas anunciados, bem como por aqueles que concordem previamente com o recebimento do anúncio;

Em consequente, trata das hipóteses e quais meios o advogado pode-se utilizar como publicidade, de modo a destacar as vedações do artigo 40 do Código de Ética e Disciplina são ainda continuam, entretanto, a atualização que mais merece destaque é a adição em que coíbe a publicidade que utiliza meios ou ferramentas que fraudam o impulsionamento ou alcance do

anúncio. A interpretação desse artigo, pelo legislador é apenas associar ao emprego excessivo de recursos financeiros, de modo que a fraude esconde os valores realmente aplicados para tal, conforme pode ser conferido através do artigo 4º, § 5º do Provimento nº 205/2021, merecendo destaque o caput e os parágrafos 4º e 5º:

Art. 4º No marketing de conteúdos jurídicos poderá ser utilizada a publicidade ativa ou passiva, desde que não esteja incutida a mercantilização, a captação de clientela ou o emprego excessivo de recursos financeiros, sendo admitida a utilização de anúncios, pagos ou não, nos meios de comunicação, exceto nos meios vedados pelo art. 40 do Código de Ética e Disciplina e desde que respeitados os limites impostos pelo inciso V do mesmo artigo e pelo Anexo Único deste provimento. [...] § 4º Quando se tratar de venda de bens e eventos (livros, cursos, seminários ou congressos), cujo público-alvo sejam advogados(as), estagiários(as) ou estudantes de direito, poderá ser utilizada a publicidade ativa, observadas as limitações do caput deste artigo. § 5º É vedada a publicidade a que se refere o caput mediante uso de meios ou ferramentas que influam de forma fraudulenta no seu impulsionamento ou alcance. (grifo nosso)

Desse modo, o problema a ser enfrentado nesse dispositivo poderia ter ganhado uma maior abrangência, afinal, embora não seja objetivo desse trabalho tratar de cada forma de publicidade, quando o regramento criado não resolve as questões de coaching jurídico, em que muitas vezes são atreladas a promessas de alto retorno, que podem “mudar sua advocacia”, se torna um ponto de grande falta.

Nesse sentido, enquanto o Provimento limita a publicidade e suas diversas formas de marketing que poderiam diferenciar o serviço desses profissionais liberais, não há proibição do coaching jurídico que recorre a promessas de resultados através de uma escrita persuasiva comum em atividades mercantilistas.

O assunto é tratado no artigo 6º do Provimento nº 205/2021, entretanto limita-se na atuação do advogado ou do escritório que usarem qualquer tipo de publicidade com “menção à promessa de resultados ou a utilização de casos concretos para oferta de atuação profissional”. Assim, enquanto o coach de advogados promete altos lucros, ainda há advogados que também usam a escrita persuasiva em busca de uma publicação que tenha efeito viral na internet, com recursos de *clickbait* e *fake news*.

O parágrafo quinto do artigo 4º do Provimento mencionado, demonstra que a OAB apenas se preocupou em restringir a manipulação fraudulenta do alcance e impulsionamento de publicações que, nem mesmo poderão converter em clientes, por serem desprovidas de ofertas capazes de captar clientes, pois são conteúdos jurídicos direcionados a seus pares, ao invés de coibir algo que afeta diretamente a forma os advogados poderão atuar quando surgem juízes, advogados que lançam cursos que prometem lucros maiores.

O caput do artigo 8º do mesmo diploma legal, recentemente, repercutiu grandes ecos em todo o universo jurídico, a redação do dispositivo relata que “não é permitido vincular os serviços advocatícios com outras atividades ou divulgação conjunta de tais atividades, salvo a de magistério, ainda que complementares ou afins”. Tal dispositivo foi amplamente discutido no eixo jurídico quando, em julho de 2023, veio a conhecimento geral o pedido de exoneração do juiz Federal Erik Navarro Wolkart, do TRF da 2ª região.

Conforme o Migalhas (2023), a decisão teria vindo após entendimento do CNJ que o juiz estava vinculando sua posição com as atividades de *coach*, suspendendo o acesso as suas redes sociais em que ensinava técnicas e meios para advogados obterem melhores resultados na tramitação de recursos. Ainda, informa o Migalhas que:

Em carta ao desembargador Federal Guilherme Calmon, presidente do TRF-2, Navarro externa sua gratidão ao Tribunal e explica as razões que o levaram a tomar essa decisão: "Hoje, é esse o chamado que encanta meu coração. A docência para milhares de pessoas, através da tecnologia disponível, tornou-se a forma mais eficiente de realização da minha missão”.

Dessa forma, a decisão de Wolkart evidencia a mudança da atuação jurídica, no qual o prestígio de exercer o cargo como juiz em face de atuar como coach, podendo escalar seu negócio através dos meus virtuais e, ainda, realizar sua missão através da docência ajudando outros profissionais.

Em complemento, o parágrafo único do artigo 8º citado anteriormente, demonstra a necessidade de não associar a atividade jurídica com atividades que confundam o cliente, não apenas na atuação, mas também relativo à localização. Assim, haveria permissão de usar os espaços compartilháveis (coworking) enquanto não houver “divulgação da atividade de advocacia em conjunto com qualquer outra atividade ou empresa que compartilhem o mesmo espaço”, de modo que situações diversas a esta iriam caracterizar em infração ético-disciplinar.

No tocante à publicidade relacionada a rankings, anuários, premiações ou quaisquer formas de reconhecimento em eventos ou publicações, o artigo 5º, §1º, do mesmo Provimento, estabelece a proibição de pagamento, patrocínio ou realização de qualquer despesa que viabilize destaque ou eleição de advogados ou advocacias. Ainda, o anexo único do referido Provimento tenta elucidar como seriam os critérios aceitáveis para a participação:

Anuários: Somente é possível a participação em publicações que indiquem, de forma clara e precisa, qual a metodologia e os critérios de pesquisa ou de análise que justifiquem a inclusão de determinado escritório de advocacia ou advogado(a) na publicação, ou ainda que indiquem que se trata de mera compilação de escritórios ou advogados(as). É vedado o pagamento, patrocínio ou efetivação de qualquer outra despesa para viabilizar anúncios ou aparição em publicações como contrapartida de premiação ou ranqueamento.

Desse modo, é seguro afirmar que os rankings jurídicos são permitidos enquanto seguirem os limites impostos e, neste sentido, Bom e Alcantara (2021, p. 211-213) explicam:

Devido às restrições do nosso mercado, eles [os rankings jurídicos] se tornaram uma das principais fontes de reputação para advogados e escritórios. Com um trabalho dedicado há décadas, os rankings têm se aprimorado, crescido ano após ano e angariaram popularidade com diversos públicos. [...] Em outros mercados, é comum encontrarmos uma lista das empresas mais procuradas para se trabalhar, por exemplo, a *Great Place to Work*. (grifo nosso)

Destarte, ao considerarmos o cenário regulatório em relação à publicidade, torna-se evidente que os advogados enfrentam desafios significativos ao tentar se destacar dos demais em um ambiente altamente regulado.

Por outro lado, as startups jurídicas desfrutam de certas vantagens no contexto publicitário, incluindo a capacidade de realizar campanhas de captação de clientes, algo que, hoje, é proibido para os advogados conforme as regulamentações vigentes. Desse modo, segundo Wolfgang (2021, *apud* Moura; Souza, 2022) sobre as mudanças que a tecnologia tem promovido ao direito:

Não apenas os processos individuais de tomada de decisão estão mudando. As mudanças também podem afetar a aceitação social do direito, sua função pacificadora e, em última instância, a legitimidade do sistema jurídico e, portanto, seu reconhecimento como justo. Isso não quer dizer que o uso da tecnologia legal como tal deva ser avaliado negativamente e, portanto, tão pior do a aplicação do Direito na “era analógica”. Entretanto, as consequências da mudança de paradigma devem ser analisadas e avaliadas. Além disso, é necessário prever possibilidades de corrigir desenvolvimentos indesejáveis.

Desse modo, quando o tratamento a quesitos que poderiam facilitar essa transição, há, na verdade uma busca por atrelar um contexto negativo a mudança e prever extensivamente todas as possibilidades que possam surgir e sejam indesejáveis.

O exemplo disso está nos mínimos detalhes, a exemplo do artigo 6º do Provimento, que se preocupa com uso do estabelecimento físico do escritório como diferencial profissional, de modo a vedar qualquer publicação ativa neste sentido. Isso demonstra que tais regras não foram criadas para facilitar a vida do cliente que busca por maior conforto, por exemplo, mas cecear a competição entre escritórios, uma vez que hoje existem as advocacias butiques.

No contexto de principal do marketing, a prospecção de cliente e os serviços gerais oferecidos pelas legaltechs que inclusive auxiliam a atuação do advogado através do uso de softwares e demais facilidades, são atividades que se beneficiam de um ambiente competitivo com as tecnologias, estrutura física dos locais e tantos outros eixos que diferenciam do marketing do advogado. Entretanto, no contexto de atividade exercida por essas startups inicia-se um debate de questões éticas.

Adotando o entendimento que as atividades oferecidas por legaltechs e advocacias podem ser complementares, não haveria do que debater acerca de competição desleal se ocorre consoante as permissões e limitações impostas pela OAB. Entretanto, no contexto atual, tais questões precisam ser avaliadas quando há questões relativas a atividades concorrentes.

3.2. 2º ASPECTO: ATIVIDADE PRIVATIVA?

Tratando especificamente das startups jurídicas que oferecem soluções que podem ser consideradas concorrentes a atividades privativas da advocacia, se torna necessário trazer alguns esclarecimentos regulatórios.

O Regulamento Geral do Estatuto da Advocacia e da OAB⁷ informa em seu Art. 4º que “a prática de atos privativos de advocacia, por profissionais e sociedades não inscritos na OAB, constitui exercício ilegal da profissão”. Ainda, na tentativa de contextualizar o cenário atual, segundo Marasciulo (2021 apud CNJ):

O ambiente jurídico brasileiro é um caos. Com mais de 1 milhão de advogados, 3 milhões de bacharéis em direito e 40 mil escritórios de advocacia, somos o campeão mundial de processos — há mais de 100 milhões tramitando neste momento, segundo o Conselho Nacional de Justiça (CNJ). Consumimos 1,2% do Produto Interno Bruto com o Judiciário, contando os gastos com servidores e terceirizados.

É neste sentido que novas soluções foram criadas como alternativa de ter problemas resolvidos sem a necessidade de recorrer ao judiciário, principalmente quando lembrados do direito constitucional previsto no artigo 5º, LXXVIII, de forma que: “a todos, no âmbito judicial e administrativo, são assegurados a razoável duração do processo e os meios que garantam a celeridade de sua tramitação”.

Esse, no entanto, é uma realidade distante, pois conforme os dados que revelam o congestionamento do judiciário já levantados anteriormente pela AB2L e trazidos nesse estudo, considerando, também, o tempo extenso para resolver os processos, assim como as questões de custas judiciais levantada no Migalhas (2023), em que as custas judiciais entre Estados poderia chegar a ter uma oscilação até 1200%.

Assim, foram constituídas as startups jurídicas com foco em resolver problemas através da mediação/conciliação pela internet, sendo amplamente conhecidos no mundo como plataformas de *Online Dispute Resolution (ODR)*. De mesmo modo, os serviços de consultoria e regulamentação oferecidas por legaltechs podem ser configurados como atividades privativas

⁷ Lei nº 8.906, de 04 de julho de 1994.

a advocacia. De acordo com Feferbaum e Silva (2019 apud AGUIAR, A. C.; SILVA, M. T. M. A.; GUIMARÃES, P. B. S.):

Não é só com o cidadão autônomo que a profissão precisa se preocupar. Outros atores não jurídicos podem passar a fazer o trabalho do advogado. Um caso clássico são as grandes consultorias empresariais que oferecem um serviço completo a seus clientes, desde planejamento empresarial, análise de mercado e, agora, o litigioso e consultivo. O mercado jurídico sofre pressão, portanto, dos consumidores finais de seus produtos como também de concorrentes de setores econômicos diversos. O monopólio dos bacharéis em direito parece cada vez mais ameaçado.

Nesse sentido de consultoria, o Regulamento Geral do Estatuto da Advocacia e da OAB, o parágrafo único, VI, do art. 2º informa que é dever do advogado: “estimular a conciliação entre os litigantes, prevenindo, sempre que possível, a instauração de litígios”. Tendo isso em vista, é necessário entender o ponto-chave que podem conflitar com a OAB.

Preliminarmente, as questões tratadas por esta modalidade de startups são, em grande maioria, provenientes de relação de consumo, cuja natureza é 100% virtual. Em efeito disto, a criação da legaltechs desse eixo ajudariam a fazer com o que princípio constitucional seja conferido, de fato a todos, ao passo que também é conferido o princípio constitucional da livre concorrência, presente no art. 170, inciso IV, cujo dispositivo permite surgir empresas disruptivas que podem resultar em transformações no mercado.

Por este lado, o monopólio imposto pela OAB no que diz respeito as atividades jurídicas resultariam em um grande aborrecimento, principalmente quando envolvido questões éticas da atividade. Segundo o art. 47 do Decreto-Lei nº 3.688/1941, exercer atividade privativa de uma profissão sem preencher as condições para exercício de tal pode incorrer em pena de prisão simples ou multa.

Embora a atuação do mediador seja amplamente conhecida no mundo jurídico, exercendo o papel de facilitador para um resultado consensual, se a atuação das legaltechs desse eixo confundir-se com o de atividade advocatícia, seria constada em infração. Para tal, devemos entender alguns termos.

A negociação entre as partes, sem intermediador, configura em atividade similar ao que o consumidor.gov realiza, sem qualquer interferência de terceiros, em que as partes tem um contato direto em uma plataforma reconhecida e confiável. Já sobre a conciliação, conforme §2º do art. 165 do CPC, preferencialmente ocorre quando não houver vínculo anterior entre as partes, em que o conciliador pode sugerir soluções para o litígio, vedada a utilização de qualquer tipo de constrangimento ou intimidação para as partes conciliarem.

Através do parágrafo único do artigo 1º, da Lei 13.140/2015, é definido a mediação como “atividade técnica exercida por terceiro imparcial sem poder decisório, que, escolhido ou

aceito pelas partes, as auxilia e estimula a identificar ou desenvolver soluções consensuais para a controvérsia”.

Assim, conforme o normativo, a figura do conciliador ou mediador deve ser isenta de interesses, não se assemelhando com o advogado que representa os interesses dos seus clientes por meio de procuração especial. Entretanto, se observado que a atuação das referidas legaltechs de resolução de conflitos online seja similar a atuação de procuradores para defesa do direito da pessoa interessada, torna-se inevitável a comparação aos serviços prestados por advogados, principalmente se combinado este entendimento ao Art. 5º da Lei 8.906/94, em que afirma que “o advogado postula, em juízo ou fora dele, fazendo prova do mandato”. Desse modo, Lima e Feitosa (2016) explicam que:

A reflexão sobre esse novo procedimento depende diretamente da análise do papel do terceiro imparcial (juiz, mediador ou árbitro). As soluções de conflito em rede se organizam da mesma forma em que se organizam os meios adequados de solução de conflitos (arbitragem, mediação, conciliação e negociação).

Desconsiderando o debate de benefício aos interesses do consumidor, retornamos à questão do marketing, pois se as legaltechs em questão, nesse momento, concorrem diretamente com atividade privativa do advogado, se reconhecido pela OAB, essas empresas deveriam ser extintas ou forçadas a modificar a forma que oferece os serviços? Conforme decisão da justiça, recentemente alguns sites foram suspensos após comprovação do exercício irregular da advocacia, assim como informa Christian Favaro ao Valor (2022):

A justiça determinou a suspensão de operação de 37 sites que prestam serviço a consumidores do setor aéreo por exercício irregular da advocacia, entre outros fatores. A suspensão é mais um capítulo na briga entre aéreas, Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e as startups do segmento. [...] A OAB acusa as startups de concorrência desleal com advogados, publicidade ilegal e exercício irregular da advocacia - o pleito da OAB é que levou à suspensão dos sites. Por isso, a OAB ajuizou dezenas de ações nas Varas Federais de diversos estados para coibir essa prática. (grifo nosso)

Embora essas limitações tenham sido aplicadas empresas cuja configuração que se confunda a advocacia, nem todas possuem um destaque negativo, de modo posicionar, no eixo de resolução de disputas online, a *legaltech* Mediação Online, também conhecida como MOL, fundada em 2014, antes da sanção da Lei da Mediação⁸ e do Novo CPC. Propondo a conciliação online, a startup ganhou o prêmio Conciliar é Legal 2018 na categoria Mediação e Conciliação Extrajudicial (CNJ, 2019). O negócio deu tão certo que além da premiação, recebeu um aporte de pouco mais de 3 milhões de dólares em investimento para escalar a startup em outros estados do Brasil (Contxto, 2019).

⁸ Lei 13.140/2015.

No tocante a atuação, a MOL oferece soluções apenas ao Poder Público e empresas interessadas em acordos para os conflitos que lhe surgirem, de modo que se torna um mero intermediário com solução tecnológica, sem entrar em conflito com publicidades direcionadas à clientes finais ou exercer irregularmente atividade advocatícia através da representação legal.

A capacidade de valor agregado de empresas como a MOL, trazem “novos valores e benefícios ao mercado, com um valor percebido de redução de até seis vezes no custo e até 10 vezes mais ágil em comparação ao modelo tradicional e um novo modelo de negócio” (SILVEIRA JÚNIOR; COSTA; RIBEIRO, 2020, p.7-8). Fica evidente, então, que a existência do problema é referente a postulação em favor ao cliente, na busca de oferecer a melhor solução para quem o que busca.

De mesmo modo, o modelo de negócios que se utiliza da mediação, arbitragem e conciliação não deve ser entendido como privativo a advocacia, sendo este um entendimento consoante o Ementário do Tribunal de Ética e Disciplina da OAB São Paulo (2021):

ARBITRAGEM - CÂMARA DE CONCILIAÇÃO, MEDIAÇÃO E ARBITRAGEM – EXERCÍCIO NO MESMO ESPAÇO FÍSICO DO ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA – COMPARTILHAMENTO DE ESTRUTURA DE RECEPÇÃO, AINDA QUE COM ATENDIMENTOS EM SALAS DISTINTAS - IMPOSSIBILIDADE – ÓBICES ÉTICOS E ESTATUTÁRIOS. As Câmaras de Conciliação, Mediação e Arbitragem não se dedicam a atividades privativas da advocacia, razão pela qual não podem se desenvolver no mesmo local ou em conjunto com o exercício advocatício, conforme Resolução 13/97 do TED I. Não se trata apenas de exercício profissional concomitante com outra atividade não advocatícia, por si só vedada, mas o funcionamento de Câmara de Conciliação, Mediação e Arbitragem no mesmo espaço físico de escritório de advocacia, ainda que com salas de atendimento distintas, também pode potencialmente propiciar a captação indevida de causas e clientes, afrontando o artigo 34, IV do Estatuto, artigo 5º e 7º do Código de Ética, entre outros dispositivos. Precedentes: E-3.447/2007, E-3.511/2007, E-4.648/2016 e E-4.896/2017. Proc. E-5.169/2019 - v.u., em 24/04/2019, do parecer e ementa da Rel. Dra. CRISTIANA CORRÊA CONDE FALDINI, Rev. Dr. LUIZ ANTONIO GAMBELLI, Presidente Dr. GUILHERME MARTINS MALUFE.

Embora não seja atividade privativa, não deve ser associada aos espaços físicos de escritório de advocacia, pois pode propiciar captação indevida de causas e clientes, a exemplo da disposição do art. 34 do Estatuto da OAB (Lei n. 806/94). Ainda, no tocante as startups jurídicas, se popularizou no país as soluções em questões consumeristas decorrentes de problemas com companhias aérea, alvos de críticas por recorrer a um *copywriting* chamativo que jamais seria permitido ao advogado para captar clientes.

Embora não estejam constituídas como sociedade de advogados, a OAB/RJ ajuizou ação civil pública em face da empresa Liberfly (startup focada na resolução de conflitos entre consumidores e empresas aéreas). A ação em questão objetivava a condenação da empresa em

erradicar a prática publicitária que confunda o cliente com a oferta de serviços jurídicos de modo a configurar uma angariação ou captação de clientela ilegal.

Em março de 2020, com o julgamento antecipado em razão da tutela de urgência da Ação Civil Pública, o juiz federal Rogério Tobias de Carvalho explica que a mediação não é exclusiva aos advogados, sendo uma figura facilitadora capaz de conferir auxílio a “ambas as partes a compor uma disputa, guardando equidistância e imparcialidade dos interesses de ambas” e, ainda, acrescenta:

[...]a empresa ré não se coloca numa posição equidistante dos interesses das partes, buscando ajudá-las a compor seu conflito. O que ela faz é defender os interesses dos consumidores diante das companhias aéreas. O sistema de remuneração é igual aos conhecidos contratos de honorários de êxito, ficando com 30% da indenização que obtiver, a título de 'taxa de serviço' [...] ANTE O EXPOSTO, JULGO PROCEDENTE O PEDIDO, na forma do art. 487, I, do CPC, para, confirmando a decisão que concedeu a tutela de urgência, condenar a empresa ré na obrigação de não fazer, consistente em se abster de praticar qualquer ato de anúncio, de publicidade ou de divulgação de oferta de serviços consistentes na angariação ou captação de clientela, por qualquer meio, físico ou digital. RIO DE JANEIRO. Justiça Federal do Rio de Janeiro. Ação Civil Pública nº 501301515.2019.4.02.5101/RJ. Julgado em 14 mar. 2020. (grifo nosso)

Embora tenha ocorrido na condenação, hoje a empresa em questão recalculou a rota e oferece soluções, segundo a empresa, “amparadas pelo Código Civil e o Código de Defesa do Consumidor, a LiberFly é uma gestora de ativos judiciais focada na aquisição e antecipação de créditos judiciais consumeristas. Utilizamos tecnologia avançada e jurimetria própria para a aquisição e precificação do seu potencial ativo judicial” (Liberfly, [2023]).

O fato curioso está no site da empresa, que hoje afirma ser parceira da OAB e dispõe de um próprio diretório de advogados com experiência de direito do consumidor, de modo que não fica claro como essa parceria ocorre e o porquê agora não teria problemas tal associação. Por outro lado, realizando uma pesquisa em outras plataformas de ODR no Brasil, encontramos que as soluções já são direcionadas aos advogados e entes de Poder de Justiça, dentre elas estão as empresas Sem Processo (e a solução Com Acordo) e Projuris Acordos (antigo Justto — que inclusive possui soluções para prática jurídica universitária).

No sentido acerca de consultorias, entretanto, o Tribunal de Ética e Disciplina entendeu que seria prática exclusiva a advogados, em que informa que nem mesmo o bacharel em direito poderia utilizar-se da atividade que é considerada privativa pela OAB/SP (2006):

E-3.279/06 – EXERCÍCIO DA PROFISSÃO – CONSULTORIA JURÍDICA PRESTADA POR BACHAREL EM DIREITO – IMPOSSIBILIDADE. Não basta cursar a faculdade de direito, obter aprovação e ter expedido seu diploma ou certificado de conclusão do curso, para ser advogado. Para ser advogado é preciso estar inscrito na Ordem dos Advogados do Brasil. São atividades privativas de advocacia a postulação em juízo e as atividades de consultoria, assessoria e direção

jurídica. São nulos os atos privativos de advogado praticados por pessoa não inscrita na OAB, sem prejuízo das sanções civis, penais e administrativas (artigos 1º e 4º do EOAB). O bacharel em direito não pode sob qualquer hipótese prestar consultoria jurídica, que é atividade privativa da advocacia, sob pena de cometer crime de exercício ilegal da profissão (Regulamento Geral – artigo 4º). V. U., em 16/02/2006, do parecer e ementa do Rel. Dr. LUIZ ANTÔNIO GAMBELLI – Rev. Dr. FABIO KALIL VILELA LEITE – Presidente Dr. JOÃO TEIXEIRA GRANDE.

Considerando o papel das *regtechs*, o artigo 2º-A da mesma lei explicita que o advogado está autorizado a contribuir com o processo legislativo e com a elaboração de normas jurídicas, no âmbito dos Poderes da República, ressaltando a importância do advogado para a administração jurídica. No entanto, a atuação proposta pelas *regtechs* não deve ser confundida com o texto normativo.

A atuação desse tipo de empresa deve ser tomada como facilitador adequação de regulamentações, a exemplo da LGPD. Além disso, essas startups têm a capacidade de realizar diagnósticos de governança e cultura, promovendo a criação ou revisão de regimentos internos para fortalecer a integridade das empresas.

Assim, os órgãos estatais podem encontrar uma parceria estratégica e catalisadora de soluções inovadoras através dessas empresas, levando em conta que essas startups podem proporcionar soluções de impacto mais abrangente. Nas contratações públicas, por exemplo, surgem novas possibilidades por meio de *sandboxes* regulatórios ou através da contratação para soluções inovadoras, ambas contempladas no Marco Legal das Startups (Lei Complementar nº 182/2021), privilegiando ecossistemas e ambientes promotores da inovação⁹ do Marco Legal da Ciência, Tecnologia e Inovação.

Considerando o conjunto de propostas que esse mercado oferece, pode-se afirmar que estamos diante de mais uma etapa da revolução tecnológica, com efeitos que transcendem as expectativas no campo do Direito. Nesse contexto, os paradigmas acerca das interpretações tradicionais da OAB e as questões relacionadas às novas formas de atuação jurídica serão discutidos no tópico a seguir.

3.3 PARADIGMAS ACERCA DAS NOVAS FORMAS DE ATUAÇÃO

Entendendo o embate da OAB com algumas legaltechs, no entendimento de Bruno Arruda, fundador e CEO da Resolvvi¹⁰, a OAB estaria combatendo a inovação numa ‘indústria’ que já considera atrasada, “impedindo que novos advogados construam suas carreiras” (Law

⁹ Art. 2º do Decreto nº 9.283/2018

¹⁰ Empresa especializada no direito do consumidor, mais atuante nos serviços prestados por companhias aéreas, negativas indevidas e uso indevido do nome. (Resolvvi, 2023)

Innovation, 2021), acrescentando que “essa briga regulatória entre OAB e legaltechs ainda é nova e influenciará o futuro da advocacia no Brasil. Caso a OAB ganhe essa batalha, advogados não poderão usar esses marketplaces”.

Em retrospectiva, pôde-se constatar que nem todas essas startups seriam objeto de interesse de terminação por parte da Ordem dos Advogados, limitando-se aquelas que causam potencial confusão entre a atividade exercida pelos advogados em representação dos interesses do cliente, de modo que realizariam atividade alternativa, entretanto similar, encontrando o que está definido como atividade privativa ao advogado, especificamente na "postulação a órgão do Poder Judiciário e aos juizados especiais," conforme disposto no artigo 1º da Lei 8.906/94.

Nesse sentido, a legaltech não realizaria o ingresso judicial, mas realiza negociação diretamente em nome do cliente, de modo que se comprovado a imparcialidade de interesses nesta negociação, a mesma não poderia classificar como mediação ou conciliação, pois haveria a busca efetiva dos interesses do cliente podendo-se configurar como atividade postulatória reservada à advocacia.

Ademais, há considerações sobre a consultoria jurídica ser restrita à advocacia, proibindo qualquer mercantilização por se tratar de atividade privativa ao advogado. Especula-se que o problema surge quando são assuntos reservados a atividade postulatória, de modo que a busca por consultoria pré-processual, ou seja, quando há intenção de iniciar um processo e procura orientação sobre se seu interesse é ‘digno’ de ser persecução judicial, ou quando já há um processo curso e busca por opinião de outro profissional.

Nesta via, a prestação de consultoria não se restringe exclusivamente a atividades postulatórias, podendo se manifestar através do serviço prestado entre empresas, a exemplo da adequação a regulamentações. Assim, torna-se possível que a atividade prestada não concorra com a atividade reservada essencialmente aos advogados quando observada a vasta opções de consultoria jurídicas.

Acerca tais paradigmas, Longhi (2021) contesta a visão equivocada que legaltechs podem promover litigiosidade e, por isso, confundem-se com advocacias, classificando como um “raciocínio enviesado”, enfatizando que a atividade prestada por estas empresas tendem a reduzir demandas judiciais, assim como entende há algumas demandas judiciais analisadas e que entende serem corretas, ao valorizarem a natureza da atividade das legaltechs como essencialmente empresariais e não como concorrentes.

Ainda, o mesmo autor critica as decisões da Justiça Federal do Rio de Janeiro em que a OAB entra em um verdadeiro embate com algumas legaltechs. Na perspectiva de Longhi (2021), as decisões de erradicar ou limitar a atividade dessas empresas em busca de impedir,

ou, atrasar o processo evolutivo naturais dos negócios ferem notavelmente os princípios da livre iniciativa e da livre concorrência do texto Constitucional. Além disso, cita que são tolhidos os direitos resguardados nos diplomas do Marco Civil Da Internet e Lei da Liberdade Econômica, princípios estes privilegiados ao conferir o avanço na mobilidade urbana no Brasil através da legalidade da “uberização” promovida pelas empresas Uber e 99 no país.

Neste contexto, Longui (2021) ainda exalta a importância de mobilização por parte das legaltechs, de modo que esses atores poderão ser ouvidos e não escanteados por qualquer decisão jurídica que não conheça o impacto dessas empresas. Por outro lado, o autor também questiona o papel institucional da OAB, que em sua avaliação se assemelha aos taxistas que se recusavam a competir com novos profissionais autônomos por aplicativos, julgando ser uma competição desleal. Neste sentido, autor pontua que a “nova advocacia não buscará combater a inovação, com a qual terá que trabalhar por toda a carreira”.

O debate sobre a limitação das novas formas de atuação no Direito é relevante, por poder encontrar meios que permitem a execução da atividade dessas legaltechs sem que ocorra um combate que proporcionam constrangimentos irreparáveis ao infringir direitos garantidos em face de preservar o tradicionalismo. Além disso, também proporciona a consciência que o mundo ao redor está diferente, de modo que as profissões não devem se distanciar em uma realidade distinta. Desse modo, torna-se necessário avaliar se a advocacia de hoje necessita de uma atualização aos padrões atuais.

4 ASCENSÃO DO DIREITO ADORMECIDO

Após observado as questões competitivas, foi possível encontrar ambos os lados de um conflito que pode promover a transformação do contexto jurídico no Brasil. Desse modo, estaria a advocacia mantendo-se atualizada aos padrões de mercado observados pelo mundo através da tecnologia? Estaria o Direito Brasileiro adormecido em tais questões, fazendo vista grossa aos assuntos que necessitam de atualização? E quanto a formação jurídica, estaria atual o suficiente para treinar as novas pessoas ao ‘novo mercado jurídico’? Tais questionamentos serão respondidos ao longo deste capítulo.

Fixado o tema 967 pelo STF (2018) ao tratar do embate entre taxistas e empresas que democratizavam o acesso à mobilidade urbana, o Ministro Roberto Barroso observou como normal que os “*players* estabelecidos em seus mercados, por vezes monopolistas” sintam-se ameaçados com a nova competição, esta que entende as lacunas na regulação e as demandas de mercado, de modo a obter “vantagens competitivas, sejam elas regulatórias ou tributárias”.

Conforme entendimento de Ministro Barroso, “a melhor forma de o Estado lidar com essas inovações e, eventualmente, com a destruição criativa da velha ordem, não é impedir o progresso, mas, sim, tentar produzir as vias conciliatórias possíveis”. Compreende-se, assim, o processo de evolução tecnológica adotado no STF nos últimos anos, promovendo melhoria da informatização processual baseada em IA.

Ainda, o Ministro Barroso caracteriza esse processo de substituição de soluções por novas formas de produção com auxílio da tecnologia como uma “inovação disruptiva”. Nesse contexto, o Direito de hoje ainda poderia ser considerado obsoleto? Conforme Oliveira Junior (2023, p. 93), é possível, principalmente ao considerar a rapidez do avanço tecnológico em face da resistência e inércia da OAB:

As estratégias adotadas há dez anos já não funcionam mais; por isso, é importante acompanhar as tendências para se manter relevante. O medo de perder no curto prazo é muito real, mas a ameaça de perder relevância é ainda maior. Nos últimos anos, os escritórios de advocacia têm visto um aumento significativo da concorrência. Compreender as mudanças tecnológicas e as expectativas dos clientes é fundamental. Aqueles que fecharem os olhos para tudo que está acontecendo se tornarão obsoletos, muito em breve. [...] O futuro dos escritórios de advocacia será muito diferente do que vemos agora. (grifo nosso)

Desse modo, considerando a observação feita por Oliveira Junior (2023, p. 64), “compreender a transformação que passa no setor jurídico é, sem dúvidas, um primeiro grande passo rumo à transformação”. Nesta perspectiva, torna-se necessário observar as repercussões que a advocacia do ‘futuro’ poderá impactar na prática jurídica do ‘agora’.

4.1 A ADVOCACIA DO AMANHÃ É AGORA? A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Ao entender a rapidez da transformação digital, os discursos acerca de um cenário especulativo são diluídos a partir do momento que esta é uma leitura do presente – e não de um futuro próximo. Considerando o cenário limitante, Oliveira Junior (2023, p. 99) entende que:

A disrupção, sobretudo a disrupção digital, jamais deve ser compreendida como uma ameaça ao exercício do Direito. Ela é, talvez, o mais interessante desafio das últimas décadas. Em um jogo entre disrupção e manutenção do negócio, é preciso ter em mente que clientes de todas as naturezas continuam a precisar de advogados. O meu ponto é que não basta manter-se estático em um dos lados dessa disputa. Por isso, o profissional deve entender como transitar entre esses dois paradigmas, pois ora ele ser o disruptor, ora ele será o incumbente.

Através do entendimento de Oliveira Júnior, entende-se que a urgência imposta por transformações tecnológicas instaura quase que automaticamente dois polos que disputam pela conservação do que já conhecem ou a transformação do mesmo.

Neste contexto, Vitor Magnani¹¹ afirma que este é um desafio global e conhecido nos negócios disruptivos. Entretanto, não se deve deixar de lado a particularidade do panorama brasileiro, reconhecendo que o país já enfrenta obstáculos estruturais significativos através da “baixa liberdade econômica e alta complexidade regulatória” (JOTA, 2022). A observação feita por Magnani pode ser atestada na qualificação do Brasil, que ocupa a 127ª posição no índice de liberdade econômica da Heritage Foundation (2023).

Contudo, a transformação tecnológica que se observa no setor de serviços jurídicos representa um grande movimento global de transformação de mercados, e não se restringe ao Brasil ou ao âmbito jurídico. Conforme Ghirardi (2014), os impactos dessa transformação têm repercutido nos eixos políticos, sociais e econômicos nas últimas décadas, como explicitado:

O mercado da advocacia no Brasil incorpora e atualiza, assim, elementos centrais do amplo processo de globalização que tem marcado o tipo específico de transformação política, social e econômica característica das últimas décadas. As respostas que tal mercado tem dado a esse movimento — do qual é, também, importante ferramenta de construção e implementação — parecem apontar para a possibilidade de uma sensível resignificação do mercado advocatício, e não só no Brasil, em futuro não muito distante.

Nesta perspectiva, a tecnologia e a globalização aceleraram a transformação do mercado advocatício, de modo que quando defrontado a inserção de novas tecnologias, Guia Neto (2022, p.430 – 431) observa que há uma tendência de adoção das seguintes posturas:

¹¹ Presidente da Associação Brasileira Online to Offline (ABO2O) e do Conselho de Economia Digital e Inovação da Fecomercio/SP.

(i) de não intervenção e manutenção de status quo; (ii) de intervenções negativas, em que entidades representativas da classe interferem para obstar o uso de determinada tecnologia, situação em que se enquadra o caso OAB vs. Liberfly; (iii) de controle e interação, buscando conciliar o cenário regulatório existente com a entrada de determinado ator ou tecnologia; e (iv) de ativação, quando reguladores promovem esforços para facilitar a adoção de determinada tecnologia ou de ator entrante no mercado jurídico, realizando alterações em normas e códigos de conduta.

Entende-se que a primeira e segunda posições elencadas são negativas, de modo que as outras duas são permissivas, sendo a última necessária a regulamentação enquanto a terceira permite a interação controlada através de parcerias.

Neste contexto, acerca da limitação do marketing jurídico nas regulamentações da OAB e não seguir as tendências tecnológicas, Borges (2006) preleciona que a forma que a advocacia é gerida no Brasil está na contramão do mundo dos negócios, de modo que são impedidas de utilizar o marketing como parte da estratégia de crescimento, ressaltando, assim, a importância que a publicidade exercer em qualquer negócio ou empresa de qualquer porte.

Borges (2006) indica que esse mercado recebe investimento em todos os países e está presente nos mais diversos ramos de atuação, porém “ao profissional do Direito, resta ficar atento às limitações existentes”. As observações realizadas por este autor tornam ainda mais significativo a necessidade de atualização do Direito a questões que transformem a profissão um pouco mais similar as *law firms*, de modo a haver um marketing mais permissivo, porém não ausente de regulamentação e limites.

À vista disso, Mendonça e Rossetti (2021) indagam ser contraditório, atualmente, tal limitação acerca da publicidade dos advogados, pois “impede que o pequeno se jogue ao mercado com os grandes já o fazem, ou seja, a OAB aumenta a distância de concorrência entre o pequeno e o grande, e consolida uma concorrência desleal”.

Ainda, Mendonça e Rossetti acrescentam que o prejuízo desse embate é sentido pelo cidadão, pois “a ideia de que a vedação à publicidade protege o cidadão de contratar serviços ruins é uma falácia”. Ao mencionar sobre como seria a atuação ideal, explicam que “a Ordem deveria lutar pelo livre mercado ao referido ‘consumidor’, onde este é que vai escolher quem vai lhe prestar o serviço”, além de realçar que “as legaltechs são uma evolução da advocacia estática e antiquada”.

Nesse sentido, os referidos autores ainda buscam por fazer uma provocação acerca da amplitude e adesão do uso da tecnologia, de modo que questionam “Todas as profissões evoluem e fazem uso da tecnologia, por que deveria ser diferente com a advocacia?”. De fato, porque deveria ser diferente se todas as outras profissões, até mesmo a médica, já está bem mais resolvida e madura que o Direito?

Aliando os ensinamentos de Richard Susskind (2017, p. 128 – 133), a advocacia convencional ainda supera, em número, os players que propõem essa disrupção de mercado, e os advogados conservadores tentarão ao máximo retardar a inevitável transformação.

Por outro lado, o crescente número das legaltechs e a maior aderência de tecnologia no setor são sinais claros de uma “nova divisão de trabalho”, de modo a explicitar que essa transformação indica a abertura de novas possibilidades de serviços jurídicos, privilegiando aqueles que são “suficientemente flexíveis, de mente aberta e empreendedoras” [tradução nossa], de modo a classificar que essas são características que farão a melhor adaptação às mudanças de mercado.

Essa crescente aderência mencionada por Susskind pode ser observada no Brasil através do levantamento realizado pelo Data Folha¹², em que advogados foram submetidos a entrevistas com o intuito de avaliar sua posição quanto à viabilidade da realização de campanhas publicitárias em diversos meios de comunicação, incluindo mídias sociais, jornais, rádio, televisão e internet. Os resultados revelaram uma aprovação de 57% dos entrevistados, com a taxa de aprovação subindo para 59% quando perguntados sobre a possibilidade de captação de clientes e a divulgação de seus serviços profissionais (Ferreira, Galf, 2023). Cabe salientar que a pesquisa realizada pode apresentar uma margem de erro de seis pontos percentuais.

Considerando essas questões acerca da publicidade, Fragoso Júnior (2017, p. 62-63) elucida que deve ser considerado como uma ferramenta estratégica capaz de “possibilitar a maximização de qualquer objetivo, seja este o lucro, um objetivo social ou ético”, de modo que “saber explorar o ambiente digital é o caminho para que o advogado faça valer a sua indispensabilidade à administração da justiça” sendo um potencializador da “função social do advogado” ao passo que torna a aproximação mais acessível à sociedade.

Ainda, Fragoso Júnior acrescenta que “a advocacia, assim como qualquer outra profissão que envolva atuação do ser humano, precisa caminhar ao lado das transformações da sociedade. Ignorar essas mudanças é o mesmo que ignorar o fluxo natural da história”.

Neste sentido, o presidente da Associação Brasileira de Agências de Publicidade da Paraíba, Ruy Dantas, participou de audiência pública na sede da OAB-PB para discutir sobre os limites da publicidade, em que conforme o ClickPB (2020), posicionou a seguinte opinião:

Ouvi com bastante atenção [...] que os advogados estão sofrendo com as consultorias que invadiram o mercado deles em muitas ocasiões com ações de marketing desleais como patrocínio a torneios de golf. Isso jamais ocorreria se a OAB fizesse uma resolução dizendo que os advogados só deveriam fazer marketing usando profissionais ou agências devidamente certificadas pelo Conselho Executivo de

¹² Com apoio da AB2L e Digesto.

Normas Padrão (CENP), que é uma entidade de ética, com atuação nacional, criada em 1998 para assegurar boas práticas comerciais entre anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação. [...] O CENP atua em conjunto com o Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (Conar), uma instituição criada por entidades ligadas à atividade publicitária (agências, anunciantes e veículos de comunicação) com o objetivo de regulamentar o setor, criando regras para a realização e veiculação de publicidade e ações de mídia em geral. [...] As normas do Conar [...] são unanimemente aceitas. Trata-se de um importante aperfeiçoamento às regras que vêm sendo praticadas desde 2006, quando ocorreu uma reforma bastante profunda no nosso Código. Desde então, o Brasil tem um dos regramentos éticos mais exigentes para essa classe de publicidade no cenário internacional, a OAB deveria seguir esse mesmo caminho.

Como elemento pacificador do tema e possíveis propostas de ativação acerca de uma regulamentação publicitária aos advogados, a possibilidade exposta por Ruy Dantas de utilizar a competência do CENP e CONAR para a construção de um normativo mais eficaz e, talvez mais permissivo. A integração não seria uma entrega para fiscalização por outros órgãos, afinal, a atuação da OAB abrange apenas temas da advocacia.

Embora possa parecer utópico, está sendo construída uma cooperação desse gênero no caso da regulamentação do mercado de apostas esportivas, em que as regras serão elaboradas em parceria com o Conselho Nacional de Autorregulação Publicitária, visando “garantir que as ações de marketing sejam responsáveis e éticas”, consoante o Governo Federal (2023).

No exemplo do cenário das apostas esportivas, a regulação poderá contribuir para diminuir as situações em que influenciadores realizam tais ações de marketing fazendo uma conexão a métodos de investimento. Já no cenário do Direito, poderia haver um controle de anomalias e comunicações extravagantes em anúncios que fazem com que o ouvinte entenda haver enriquecimento fácil através da advocacia, podendo beirar o uso desleal do marketing.

Por outro lado, Revoredo e Borges (2018) explicam que no Brasil há uma busca de regulação ao máximo, se tornando “um dos países com o Legislativo mais ativo na elaboração normativa, visando ‘fechar’ lacunas e regular todas as variáveis imagináveis”, sendo uma questão prática cultural e contraproducente, “visto que a constante evolução social torna a lei de ontem, ineficaz hoje, fato ainda mais latente quando envolve aspectos tecnológicos”.

Isso se prova com os avanços da tecnologia, com o exemplo do armazenamento de arquivos através do disquete popular na década de 90 em face do armazenamento em nuvem. Entretanto, se considerado a aplicação das novas tecnologias no Direito, esse cenário se torna mais resistente.

Conforme a pesquisa realizada pela AB2L (2022, p.29-33), considerando a visão da população em geral ao serem perguntados sobre a afirmação “a advocacia está à frente de

outros setores quando se fala de adoção de tecnologia”, apenas 33,1% das pessoas concordaram, enquanto os 66,9% restantes discordaram, foram indiferentes ou não sabiam opinar.

O mesmo estudo também considerou avaliar o nível de adesão dos advogados as novas tecnologias, de modo que 85,36% dos advogados acreditam que essas tecnologias ajudam na sua profissão. Em oposição a isto está a preocupação de substituição do advogado por essas novas tecnologias, representando apenas 17,73%.

No que se refere à utilização das soluções proporcionadas por legaltechs, apenas 28,1% dos advogados declararam fazer uso, demonstrando que, mesmo sendo uma modalidade crescente no Brasil, ainda não conquistou uma fatia significativa desse mercado.

Nesse contexto, os dados da pesquisa realizada pela AB2L indicam que 57,6% dos advogados entrevistados desconhecem o que são legaltechs e, por conseguinte, não possuem conhecimento acerca dos serviços que essas empresas oferecem para aprimorar sua atuação na advocacia. Em síntese, Guia Neto (2022, p.435) destaca que a tecnologia é um desafio que irá fazer o que o advogado repense quais atividades não poderão ser delegadas às máquinas:

[...] o avançar apressado da tecnologia levará reguladores e advogados a repensarem quais são suas funções verdadeiramente essenciais, quais serviços deverão realmente executar diretamente e cobrar de seus clientes e quais poderão ser delegados às máquinas, em nova dinâmica de serviços e preços. Inclusive, as barreiras da regulação da profissão para a tecnologia, num cenário de redefinição de funções e papéis, seriam menores, ao passo que cuidariam mais concentradamente das funções inerentes e indissociáveis do advogado enquanto ser humano.

Neste aspecto, se os avanços experimentados são constantes e rápidos, mas não é possível ‘fechar’ definitivamente as lacunas que poderão ser encontradas, se abraçar a evolução proposta significar a adaptação do mercado atual, abre-se o questionamento se tais evoluções estão sendo acompanhadas no ensino jurídico, de modo a proporcionar a formação do operador do Direito as demandas do agora e aberto as que poderão ser experimentadas no futuro.

4.2 MODERNIZANDO O ENSINO JURÍDICO

Uma vez entendendo a crescente de número de cursos de Direito em instituições de ensino no território brasileiro ao longo dos anos e o vertiginoso avançar da tecnologia, o ensino da doutrina jurídica precisa estar alinhado com as novas tecnologias. Dessa forma, Feferbaum e Silva (2019, p. 39-40) observam que o ensino jurídico precisa se adequar a esta nova realidade para fazer com que os novos profissionais tenham colocação no mercado.

Os autores explicam que é insuficiente oferecer disciplinas de raciocínios teórico e de cunho normativo se não há aperfeiçoamento de habilidades que hoje, são consideradas como

exigências (e não mais um mero diferencial). Desse modo, Feferbaum e Silva (2019, p. 39-40) explicam que “isso requer tanto uma readequação metodológica para introduzir em sala de aula novos instrumentos e novos modelos de ensino quanto uma readequação do projeto pedagógico do curso”.

Ainda, complementam que a “grande barreira atual entre os advogados formados tradicionalmente pelas escolas de direito e o mercado de trabalho é que a demanda pelo atual perfil não corresponde mais às necessidades de hoje”, de modo que a busca por atualização não é apenas uma preocupação ao novo advogado, mas também, ao advogado consolidado e ainda resiste em utilizar a tecnologia em seus processos. Além de atentarem a descentralização de algumas atividades jurídicas, em que não são mais exclusivamente realizadas por advogados e, portanto, isso faz com que as questões acerca da atividade e marketing se tornem assuntos tão espinhosos para a OAB.

Nesse sentido, no que diz respeito a atualização do panorama do ensino jurídico, ainda pode ser verificado que os esforços são os mesmos aos relatados na década de 1990 por Felix (2001) na obra “OAB Recomenda”. Ao passo que vinculam o ensino ao futuro, também relatam que a OAB pode “interferir na conformação dos elementos nucleares que determinam a capacidade e características de suas futuras gerações de profissionais”.

Assim, ao passo que Felix (2001) caracteriza a OAB como uma variável de suma importância para a atualização do ensino jurídico, também relata que a qualidade da graduação é fundamental para a formação profissional, capazes de moldar não só a atuação, mas, também, a personalidade profissional do graduado.

De acordo com Verbicaro, Simões e Homci (2020, p. 254-255), por mais que exista a relevância da OAB para nivelamento das futuras gerações de profissionais, o ensino jurídico ainda se encontra desconexo das transformações vivenciadas na sociedade brasileira, de modo que o “desprendimento ou alheamento pedagógico e acadêmico” produz efeitos deletérios na formação dos bacharéis em Direito no Brasil. Principalmente ao considerar uma divergência de visão de mundo e, conseqüentemente, alheios as transformações tecnológicas.

Nesta toada, os autores ainda destacam que a formação desses profissionais deveria tornar capazes de “contribuir para a resolução dos problemas de justiça social, para a melhoria da gestão pública, para a produção de conhecimento jurídico e institucional”. Avaliando que o ensino jurídico hoje prepara o bacharel apenas para advogar e, talvez, com uma formação datada que já carece de atualização em um curso pós-bacharelado, as possibilidades que os restam além da advocacia é tornar-se futuros pesquisadores ou apenas percutores de carreira jurídica através de concursos públicos.

Moreschi (2021), através do artigo 207 da Constituição Federal, em que proclama o princípio de indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão às universidades, instaura uma crítica acerca dessa realidade. Para o autor, a universidade não deve preparar unicamente profissionais ou futuros pesquisadores ou futuros concurseiros, mas formar pessoas que “sejam plurais em suas fontes e referências de reflexão crítica para com o ambiente social e profissional que encontrarão fora dos portões das universidades”.

Envolvendo a visão de Barbiero (2023) sobre o ensino do Direito com a introdução da transformação digital, poderiam ser conferidos potenciais benefícios, tais como o acesso a informações jurídicas, aprimoramento na eficiência da prestação de serviços e a viabilidade de serviços remotos. Contudo, seria imperativo encontrar um equilíbrio entre “a autossuficiência do cliente com a importância do aconselhamento especializado do advogado, garantindo que a humanização e a empatia não sejam perdidas”.

Nesse sentido, nas palavras de Chalita (2008), o direito não pode estar às margens das transformações sociais e, deste modo, a aplicação da tecnologia se tornaria essencial ao Direito tanto quanto o estudo teórico normativo, pois possibilitaria acompanhar essas mudanças na sociedade e conferir maior proteção a seus direitos:

O direito não pode estar à margem das transformações sociais. Não pode viver ensimesmado, sem olhar para o mundo, apenas esperando que o legislador crie nova lei e que o interessado se dirija às cortes para reclamar de seu direito. A democratização do acesso à justiça já é garantia constitucional. A linguagem tem de ser adequada ao auditório, que precisa entender dos termos técnicos que regem essa área, senão os cidadãos não terão seus direitos garantidos, não terão atendidos os pressupostos mínimos da democracia. Tudo isso está em nossas mãos. É preciso acreditar e, se acreditarmos, as coisas começarão a mudar. Senão, o que estaríamos fazendo aqui? Por que teríamos optado por essa profissão?

Neste sentido, a transformação se torna inevitável e as tecnologias disruptivas irão se tornar mais importantes à medida que houver maior conhecimento acerca das soluções, assim como a expansão do mercado que requalificam esses profissionais. Esse fenômeno, de acordo com Pimenta e Anastasiou (2002, p. 39), além de produzir efeitos no ensino, pode modificar as exigências e condições de trabalho, ao ser observado a “influência das novas configurações do trabalho na sociedade contemporânea da informação e do conhecimento, das tecnologias avançadas e do Estado mínimo, reduzindo a empregabilidade”.

Assim, a desconexão da preparação acadêmica com as exigências do mercado faz com que exista uma “afluxo dos profissionais liberais, ex-empregados, ao exercício da docência no ensino superior, cuja oferta de empregos se encontra em expansão”. Essa expansão mencionada por Pimenta e Anastasiou, se explica através do movimento de requalificação profissional, de modo que também pode ser observado uma expansão da oferta de cursos de

pós-graduação lato e stricto sensu, na busca por realizar a atualização dos profissionais que já estavam há mais tempo no mercado, assim como os profissionais recém-chegados.

Considerando que essas novas configurações do trabalho redefinem a sociedade em um contexto que prioriza a informação, o conhecimento e as tecnologias avançadas, as palavras de Feferbaum e Silva (2019, p. 41) reverberam de forma ainda mais latente ao demonstrar que o ensino jurídico não tem priorizado certas áreas que são inerentes ao serviço jurídico de excelência nos dias atuais, conforme explica:

Disciplinas que desenvolvam habilidades, para além do conhecimento jurídico necessário, tais como gestão, contabilidade, empreendedorismo e economia, são fundamentais para a formação de um egresso que tenha condições de dar respostas satisfatórias a um mundo tecnológico que cada vez mais tem sido tomado por ofertas de serviços jurídicos automatizados e realizados por inteligência artificial, substituindo o trabalho braçal de advogados. Isso não quer dizer que a profissão de advogado ou que os cursos de direito serão extintos ou vão se tornar desnecessários em um futuro breve, mas sim que as funções estão mudando e os profissionais precisam se reinventar. E, para isso, precisam de instrumentalização em sua formação.

Atualmente, ao analisar o quadro da educação jurídica atual, os dados extraídos do sistema e-MEC (2023) demonstram o grande número de cursos de Direito, perfazendo hoje um total de 1.919 cursos no país e uma oferta de 364.966 vagas¹³, considerando que se este número de vagas, sem considerar eventuais desistências, tornem-se bacharéis, estariam eles qualificados para os novos desafios impostos pelo mercado? Para a AB2L ([2023]), a qualificação desses profissionais para a urgente realidade é questão de sobrevivência profissional, de modo a exigir “uma mudança de paradigma, de modelo mental e da própria essência”, de modo a qualificar esse momento de transformação tecnológica como “a quarta revolução industrial”.

Sendo assim, o fenômeno introduzido pelas startups jurídicas efetivamente está, de fato, inaugurando um diálogo com o potencial de reconfigurar a prática da advocacia e ampliar as perspectivas profissionais ao bacharel em direito que, anteriormente, limitava suas opções a duas vias: ingressar em carreiras por meio de concursos públicos ou se dedicar à advocacia.

Conforme a revista Consultor Jurídico (2023), a implementação de mudanças já é observada no âmbito das práticas jurídicas, evidenciadas na adoção da Inteligência Artificial Generativa (IAG) por escritórios de advocacia, demonstrando que aqueles que se anteciparem antes da transformação em massa, serão aqueles que mais poderão verificar benefícios.

Embora seja um desafio multidisciplinar, por beneficiar os profissionais que tenham familiaridade com a tecnologia, também não exclui os profissionais que não possuem o mesmo domínio, podendo terceirizar tais atividades para as legaltechs ou departamentos internos.

¹³ Os parâmetros de pesquisa consideraram a busca por cursos “Direito”, grau “Bacharelado” com a situação “Em atividade”.

Desse modo, a tendência de requalificação profissional não muda por completo a atuação da atividade jurídica, sendo a tecnologia uma ferramenta que auxilia o desenvolvimento de tarefas e posiciona o profissional a um potencial de escalonamento estratégico.

Indubitavelmente, depois de todo o exposto, torna-se imperativo a adaptação da educação jurídica à realidade atual, na qual muitas práticas advocatícias já incorporaram as inovações tecnológicas.

Ainda, diante da crescente atenção do mercado a essas transformações, posicionar o novo operador do Direito no mercado nacional assume uma relevância estratégica e crucial para a evolução do panorama jurídico do país.

Dessa forma, as questões apresentadas neste capítulo se somam as demais acerca da abrangência da OAB e no quanto ela poderia intervir nas demais profissões. Além disso, as questões acerca da competição e marketing ficam sujeitas a alterações no futuro, quando for conveniente a Ordem dos Advogados realizar sua atualização.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em um contexto em que a revolução tecnológica reconfigura a sociedade como um todo, este trabalho explorou diversas esferas que poderão ter o poder de transformar o direito, incluindo o papel das legaltechs nessa transformação e os questionamentos acerca da ética e da atividade privativa que poderia competir com o exercício advocatício exclusivo aos advogados inscritos na OAB.

Transcendendo a era analógica, pode ser considerado que a tecnologia, hoje, é uma ferramenta que colocou todo o mercado em imersão digital, de modo que a rápida evolução da tecnologia promoveu mudanças notáveis na justiça, ocorrendo melhorias na informatização processual, em que a tendência vista é de facilitar o acesso à justiça, assim como proporcionar maior agilidade e produtividade judicial.

Entretanto, nada disso representaria uma verdadeira transformação se a legislação não acompanhar as mudanças propostas. Problemas de congestionamento de processos e alta demora de resolução de processos poderiam ser resolvidos se estabelecido uma gestão por resultados, pois, como visto neste trabalho, a tecnologia não substitui o trabalho humano, então grande parte das atividades só irão ser modificadas quando a cultura judicial também mudar.

Ainda, permitir que a advocacia brasileira evolua em consonância com o ambiente em que se insere, reconhecendo os negócios que promovem os novos meios de atuação jurídica como legítimas atividades empresariais, poderão gerar renda, conhecimento e emprego. Desse modo, ao associar a imperativa necessidade de inovação, podemos indicar os objetivos 8 e 9 de desenvolvimento sustentável, sendo estes, respectivamente ‘trabalho decente e crescimento econômico’ e ‘indústria, inovação e infraestrutura’.

A maior dificuldade, entretanto, para a transformação ocorrer, encontra-se na morosidade de uma normatização mais que completa. Partindo do princípio que a normatização é necessária, se a redação for restrita demais, o efeito das normas pode ser contraprodutivos e ineficientes.

Considerando que o Direito impacta a vida de todos os membros da sociedade, as normas devem conferir o melhor resultados não só para a sociedade, mas também para a atuação de serviços em favor dela.

Nesse sentido, as soluções que as legaltechs trazem ao mercado estão, de mesmo modo, impactando positivamente a sociedade e o universo jurídico, colocando em perspectiva se retardar a transformação jurídica em face de preservar o tradicionalismo poderia, também, ainda conferir os mesmos benefícios a estas pessoas.

Outrossim, no tocante as questões éticas acerca dessas novas tecnologias, para conferir maior legitimidade e garantir uma atuação nivelada, as legaltechs carecem de um normativo próprio, de modo que através da constituição de Conselho de Profissionais de Classe, poderá haver uma melhor organização da atuação dessas startups e, ainda, garantir que seus direitos não sejam facilmente fragilizados ou suprimidos.

De mesmo modo que algumas regras abertas a interpretação do judiciário podem dificultar ou impedir que algumas atividades sejam executadas, como a consultoria jurídica e as demais formas de atividade privativa a advocacia. Assim, nessas situações em que não são postulatórias, a OAB parece desprestigiar os demais operadores do Direito em face de manter o punho monopolista e garantindo uma atividade a sua classe.

Este poderia ser um ponto a ser revisto, restando a sugestão de possibilitar a consultoria por legaltechs desde que não tenha fins postulatorios e não ocorra direcionamento que favorece algum advogado ou escritório de advocacia, ou resultaria em competição desleal e associada a outra atividade como disciplinado nos normativos atuais da OAB.

Se há preocupações com marketing desleal, os mesmos dispositivos que regem a publicidade aos advogados, hoje, impõem tantos limites que, ainda assim, não reduz a distância das grandes advocacias para as de médio e pequeno porte. Nesse sentido, a maior publicidade dos serviços jurídicos não exclui a dignidade da profissão ou o seu caráter de interesse público e essencial à administração da Justiça, mas pode contribuir na disseminação de conhecimento acerca de seus direitos para a população.

Utilizando-se da perspectiva apresentada anteriormente neste trabalho, a questão da publicidade poderia ser revista e melhor viabilizada ao haver uma reforma do texto normativo em parceria com o CONAR, de modo a possibilitar um regramento que não seja tão limitante quanto o atual, mas que, ainda assim, regule a atuação publicitária.

Além disso, a OAB como entidade fomentadora a educação também poderia prover cursos que capacitem não só advogados, mas também publicitários, podendo lhes conferir uma certificação específica para produção de marketing, em que há conscientização dos normativos e sugestões de melhores práticas para poderem ser reduzidas as situações indesejáveis.

Ademais, para poder conferir melhores entendimentos do texto normativo, pois se houver pontos que a lei, provimento ou qualquer outro normativo, estiver com pontos em aberto, estes poderão ser melhores explorados no curso em que certifica que os discentes entenderam tais pontos.

Portanto, é fundamental reconhecer que as novas tecnologias, o marketing e as novas formas de atuação jurídicas representam uma legítima adaptação às demandas observadas

hoje. O avanço tecnológico pode ajudar para a efetiva promoção dos direitos e a preservação dos princípios éticos inerentes à advocacia sem perderem características tão caras para o tradicionalismo jurídico.

A transformação do ensino jurídico pode causar um grande impacto ao passo que dispor do desenvolvimento de competências que preparam o novo operador do direito ao mercado sem fazer com que o mesmo recorra imediatamente a outros cursos para obter o refinamento necessário e, hoje, considerado mínimo para a atuação jurídica.

Considerando que o futuro jurídico tem priorizado profissionais “múltiplos”, que conseguem mesclar conhecimentos além do jurídico. Assim, a atualização do ensino jurídico pode produzir efeitos que aproximam o olhar do operador do Direito as transformações mais latentes do mundo. A advocacia não deve ser uma profissão distante da sociedade e, necessita entender as dificuldades e desafios enfrentados por ela. De mesmo modo que sua atuação não deve ficar tão distinta aos demais.

Ao passo que surgem soluções que proporcionam o impacto positivo da sociedade, é possível aliar a tradição jurídica à inovação empreendedora, uma vez que a tecnologia já se provou uma ferramenta que promove não só melhorias práticas para o operador do direito, mas também, atualmente, posiciona tais profissionais em destaque.

Diante deste cenário, as questões apresentadas nesta dissertação poderão encontrar uma resolução pacificada após mudança do ensino jurídico, observando também que para uma melhor atuação, os normativos carecem de atualização com vistas para o futuro que não é possível contornar sem nunca ter estado lá.

Sendo assim, é inegável o papel das legaltechs na fronteira para a transformação jurídica, de modo que ao lado dessas empresas, devem estar presentes as instituições de ensino, formando os novos membros da comunidade jurídica alinhados ao contexto atual que, em nossa avaliação, é sem retorno.

REFERÊNCIAS

AB2L. **Clientes e advogados – Expectativas e Realidades: uma pesquisa exclusiva que expõe a relação entre clientes e advogados; e o impacto da tecnologia no direito.**

Associação Brasileira de Lawtechs e Legaltechs, 2022. E-book. p. 245. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553627482/>. Acesso em: 17 out. 2023.

AB2L. **Radar de Lawtechs e Legaltechs.** Associação Brasileira de Lawtechs e Legaltechs, [2023]. Disponível em: <https://ab2l.org.br/ecossistema/radar-de-lawtechs-e-legaltechs/>. Acesso em: 18 ago. 2023.

AB2L. **Sobre.** Associação Brasileira de Lawtechs e Legaltechs, [2017]. Disponível em: <https://ab2l.org.br/ecossistema/sobre/>. Acesso em: 21 set. 2023.

BARBIERO, Juliana. **A Transformação Digital e sua Influência na Relação entre Clientes e Advogados.** AB2L, 05 jun. 2023. Disponível em: <https://ab2l.org.br/observatorio-ab2l/a-transformacao-digital-e-sua-influencia-na-relacao-entre-clientes-e-advogados/>. Acesso em 27 out 2023.

BERTOZZI, Rodrigo D. **Marketing Jurídico: os neurojurídicos, as novas ideias e ferramentas estratégicas.** 2 ed. Curitiba: Juruá, 2012.

BICUDO, Lucas. **O que é uma startup?.** Start Se, 29 jan. 2021. Disponível em: <https://www.startse.com/artigos/o-que-e-uma-startup/>. Acesso em: 21 set. 2023.

BOM, Bruno Pedro; Alcantara, Quim. **Rankings Jurídicos. Marketing Jurídico na Prática.** São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

BORGES, Marcelo Martins. **O marketing nos escritórios de advocacia do Brasil.** São Paulo: Lex Editora. 2006.

BRASIL, **Lei nº 8.906/1994, de 04 de julho de 1994.** Diário Oficial da União, Brasília, DF, 04 jul. 1994. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8906.htm Acesso em: 20 de ago. 2023.

BRASIL, Ordem dos Advogados do Brasil. **Provimento 205/2021, de 15 de julho de 2021.** Disponível em: <https://www.oab.org.br/leisnormas/legislacao/provimentos/205-2021?provimentos=True>. Acesso em: 20 ago. 2023.

BRASIL. Conselho Nacional de Justiça. **Resolução nº 358 de 02 de dezembro de 2020.** Regulamenta a criação de soluções tecnológicas para a resolução de conflitos pelo Poder Judiciário por meio da conciliação e mediação, 2020. Disponível em: <https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/3604>. Acesso em: 31 de agosto de 2023.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 3.688/1941.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del3688.htm. Acesso em: 20 ago. 2023.

BRASIL. **Justiça Federal**. Ação Civil Pública, nº 5013015-15.2019.4.02.5101/RJ. 28ª Vara Federal do Rio de Janeiro. Julgado em 27 maio 2021. Disponível em: https://www.migalhas.com.br/arquivos/2021/6/845D3B02603281_liberflyoabrij.pdf. Acesso em: 20 out. 2023.

BRASIL. **Lei nº 11.419, de 19 de dezembro de 2006**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 19 dez. 2006. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111419.htm. Acesso em: 31 de agosto de 2023.

BRASIL. **OAB/SP**. Ementário E-3.279/06. Exercício da profissão – consultoria jurídica prestada por bacharel em direito – impossibilidade. Ordem dos Advogados do Brasil São Paulo, julgado em 16 fev. 2006. Disponível em: <https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina/pareceres/E327906>. Acesso em: 20 out. 2023.

BRASIL. **OAB/SP**. Ementário E-5.830/2021. Proc. E-5.169/2019. Ordem dos Advogados do Brasil São Paulo, julgado em 24 abr. 2019. Disponível em: <https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina/ementario/2022/e-5-830-2021#:~:text=As%20C%C3%A2maras%20de%20Concilia%C3%A7%C3%A3o%2C%20Media%C3%A7%C3%A3o,13%2F97%20do%20TED%20I..> Acesso em: 20 out. 2023.

BRASIL. Ordem dos Advogados do Brasil. **Código de Ética e Disciplina da OAB, de 01 de março de 1995** (revogada). Disponível em: <https://www.oab.org.br/visualizador/19/codigo-de-etica-e-disciplina>. Acesso em: 20 ago. 2023.

BRASIL. Ordem dos Advogados do Brasil. **Código de Ética e Disciplina - Resolução 02/2015, de 04 de novembro de 2015** (vigente). Disponível em: <https://www.oab.org.br/publicacoes/AbrirPDF?LivroId=0000004085>. Acesso em: 20 ago. 2023.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Ministra Rosa Weber lança robô VitorIA para agrupamento e classificação de processos**. Supremo Tribunal Federal, Brasília, DF, 17 mai. 2023. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=507426&ori=1>. Acesso em: 31 de agosto de 2023.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Projeto Victor avança em pesquisa e desenvolvimento para identificação dos temas de repercussão geral**. Supremo Tribunal Federal, Brasília, DF, 19 ago. 2022. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=471331&ori=1>. Acesso em: 31 de agosto de 2023.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **STF finaliza testes de nova ferramenta de Inteligência Artificial**. Supremo Tribunal Federal, Brasília, DF, 11 mai. 2023. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=507120&ori=1>. Acesso em: 31 de agosto de 2023.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Tema 967. Brasília, DF: **STF**, 2018. Disponível em: <https://www.stf.jus.br//arquivo/informativo/documento/informativo926.htm>. Acesso em: 20 out. 2023.

BRAZILIAN legaltech Mediação Online raises over US\$3.3 million to scale digital mediation platform. **Contxto**, 18 nov. 2019. Disponível em: <https://contxto.com/es/news/brazilian-legaltech-mediacao-online-raises-over-us3-3-million-to-scale-digital-mediation-platform/>. Acesso em: 20 ago. 2023.

CHALITA, Gabriel. **A evolução do conceito da justiça**. 2008. Disponível em: <https://gabrielchalita.com.br/2008/02/11/a-evolucao-do-conceito-de-justica/>. Acesso em 24 out. 2023.

COHEN, Mark A. **Law's Tipping Point Is About Digital Transformation, Customers, And Capital—Not Firm Partners**. Forbes, 22 jun. 2021. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/markcohen1/2021/06/22/laws-tipping-point-is-about-digital-transformation-customers-and-capital-not-firm-partners/>. Acesso em: 21 set. 2023.

COMO o Judiciário deve se portar diante da disrupção? Até que a regulação seja feita pelo Legislativo, ideal é que Justiça se autocontenha, dizem especialistas. **JOTA**, 14 mar. 2023. Disponível em: <https://www.jota.info/coberturas-especiais/regulacao-inovacao/judiciario-portar-disrupcao-14032022>. Acesso em: 20 out. 2023.

CUSTAS judiciais: Disparidade de valor entre Estados chega a 1.200%. **Migalhas**, 14 fev. 2023. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/quentes/380814/custas-judiciais-disparidade-de-valor-entre-estados-chega-a-1-200>. Acesso em: 20 ago. 2023.

DISPUTA regulatória entre OAB e legaltechs influenciará futuro da advocacia, avalia startup. **Law Innovation**, 8 set. 2021. Disponível em: <https://lawinnovation.com.br/disputa-regulatoria-entre-oab-e-legaltechs-influenciara-futuro-da-advocacia-avalia-startup/>. Acesso em: 20 out. 2023.

FAVARO, Christian. Justiça suspende 37 sites que prestam serviço jurídico contra companhias aéreas. São Paulo: **Valor Econômico**, 30 jun. 2022. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2022/06/30/justica-suspende-37-sites-que-prestam-servico-juridico-contracompanhias-aereas.ghtml>. Acesso em: 20 ago. 2023.

FEFERBAUM, Marina. **Quem entende de tecnologia será um profissional jurídico ainda melhor**. Consultor Jurídico, 17 jun. 2019. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2019-jun-17/marina-feferbaum-tecnologia-base-direito>. Acesso em: 31 de agosto de 2023.

FEFERBAUM, Marina; SILVA, Alexandre Pacheco da. **Direito e mudanças tecnológicas: automação, inteligência artificial e os novos desafios do ensino jurídico**. Revista Bonijuris, vol. 31, n. 4 – # 659 – ago/set 2019, págs. 32-43, Editor: Luiz Fernando de Queiroz, Ed. Bonijuris, Curitiba, PR, Brasil, issn 1809-3256

FELIX, Loussia P. Musse. **Da reinvenção do ensino jurídico: considerações sobre a primeira década**. OAB RECOMENDA: Um Retrato dos Cursos Jurídicos. Conselho Federal da OAB, Brasília, 2001, pp. 23-24

Ferreira, Flávio; Galf, Renata. **Datafolha: conheça a opinião da advocacia sobre restrição de publicidade na profissão**. Folha de São Paulo, 27 out. 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/05/datafolha-conheca-a-opinio-da-advocacia-sobre-restricao-de-publicidade-na-profissao.shtml>. Acesso em 27 out. 2023.

FRAGOSO JÚNIOR, Antonio Carlos de Almeida. **As possibilidades do marketing jurídico digital à luz do código de ética e disciplina da ordem dos advogados do Brasil**. Salvador: FDUFA, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/24518>. Acesso em: 20 ago. 2023.

FRAGOSO JÚNIOR, Antonio Carlos de Almeida. **As possibilidades do marketing jurídico digital à luz do Código de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado) – Faculdade de Direito. Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/24518>. Acesso em 27 out. 2023.

GHIRARDI, José Garcez. **O mercado da advocacia em um mundo em transformação**. Cadernos FGV Direito Rio, Educação e Direito, v. 10. A formação da advocacia contemporânea, 2014, p. 77. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/12656/Cadernos%20FGV%20DIREITO%20RIO%20-%20Vol.%2010.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 27 out. 2023.

GOMIERO, Paulo Henrique. **Ética e compliance no cenário de inovação e startups**. Migalhas, 6 ago. 2019. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/308122/etica-e-compliance-no-cenario-de-inovacao-e-startups> Acesso em: 21 set. 2023.

GOVERNO FEDERAL. **Governo anuncia a regulamentação do mercado de apostas esportivas**. Portal da Fazenda Nacional, 20 de julho de 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/fazenda/pt-br/assuntos/noticias/2023/julho/governo-anuncia-a-regulamentacao-do-mercado-de-apostas-esportivas>. Acesso em: 17 de nov. de 2023.

GUIA NETO, Marcos Luiz do Mares. **Tecnologias disruptivas e regulação da advocacia: Sinais recentes e perspectivas**. Direito, Tecnologia e Inovação, V. IV: Estudos de Casos. Belo Horizonte: Centro DTIBR, 2022. Disponível em: <https://pos.direito.ufmg.br/downloads/DIREITO-TECNOLOGIA-E-INOVAcao.-VOL.-4-estudos-de-casos.pdf>. Acesso em 27 out. 2023.

HEINZ, Kate. **Startup Culture: What It Is, Why It Matters and How to Build It**. Built In, 05 Jun. 2023. Disponível em: <https://builtin.com/company-culture/startup-culture>. Acesso em: 21 set. 2023.

INDEX OF ECONOMIC FREEDOM. Washington, DC: **Heritage Foundation**, 2023. Disponível em: https://www.heritage.org/index/pdf/2023/book/2023_IndexOfEconomicFreedom_FINAL.pdf. Acesso em: 20 out. 2023.

JUIZ pede exoneração do cargo após ser acusado de atuar como coach. **Migalhas**, 19 jul. 2023. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/quentes/390230/juiz-pede-exoneracao-do-cargo-apos-ser-acusado-de-atuar-como-coach>. Acesso em: 20 ago. 2023.

JUSTIÇA em Números 2023: ano-base 2022/Conselho Nacional de Justiça - Brasília: CNJ, 2023. p. 302. Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/wp-content/uploads/2023/09/justica-em-numeros-2023-010923.pdf>. Acesso em 31 de agosto de 2023.

LBCA inova e cria política de uso ético da IA generativa. Revista **Consultor Jurídico**, 19 out. 2023. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2023-out-19/lbca-inova-cria-politica-uso-etico-ia-generativa>. Acesso em 27 out. 2023.

LIBERFLY. **A LiberFly é confiável?**. Liberfly, [2017]. Disponível em: <https://www.liberfly.com.br/confiavel/>. Acesso em: 21 set. 2023.

LIMA, Camille. **Nubank passa Itaú e se torna o principal banco de 1 em cada 4 brasileiros; ação pode subir até 30%, diz JP Morgan**. Seu Dinheiro, 11 set. 2023. Disponível em: <https://www.seudinheiro.com/2023/empresas/nubank-passa-itaue-se-torna-o-principal-banco-de-1-em-cada-4-brasileiros-miql/> Acesso em: 21 set. 2023.

Lima, G. V.; Feitosa, G. R. P. **Online dispute resolution (ODR): a solução de conflitos e as novas tecnologias**. Revista Do Direito, n. 50, p. 53-70, 5 set. 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.17058/rdunisc.v3i50.8360>. Acesso em: 24 out. 2023.

LIMITES da publicidade na advocacia: Ruy Dantas diz que a OAB peca ao permitir que “qualquer neófito” crie conteúdo para advogados. **ClickPB**, 10 fev. 2020. Disponível em: <https://www.clickpb.com.br/politica/limites-da-publicidade-na-advocacia-ruy-dantas-diz-que-oab-peca-ao-permitir-que-qualquer-neofito-crie-conteudo-para-advogados-277647.html>. Acesso em 27 out. 2023.

LONGHI, Caio Scheunemann. Artigo: A Ordem dos Advogados do Brasil contra a inovação. **Exame**, 3 jul. 2021. Disponível em: <https://exame.com/bussola/artigo-a-ordem-dos-advogados-do-brasil-contr-a-inovacao/>. Acesso em: 20 out. 2023.

MANIFESTO. **AB2L**, [2023]. Disponível em: <https://ab2l.org.br/ecossistema/manifesto/>. Acesso em 27 out. 2023.

MARASCIULO, Marília. As lawtechs querem melhorar o caótico ambiente jurídico brasileiro com inteligência e tecnologia. **Draft**, 17 out. 2019. Disponível em: <https://www.projetodraft.com/as-lawtechs-querem-melhorar-o-caotico-ambiente-juridico-brasileiro-com-inteligencia-e-tecnologia/>. Acesso em: 20 ago. 2023.

MARKETING online e limites éticos são temas do congresso do IBDI. **Revista Consultor Jurídico**, 29 de setembro de 2002. Disponível em: https://www.conjur.com.br/2002-set-29/marketing_online_limites_eticos_serao_abordados. Acesso em: 20 ago. 2023.

MARQUES, Vinicius. **A transformação digital dos escritórios de advocacia**. Migalhas, 7 out. 2020. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/334441/a-transformacao-digital-dos-escritorios-de-advocacia>. Acesso em: 7 out. 2023.

MENDONÇA, M. O. de A. B.; ROSSETTI, G. M. N. **Comemorar a proibição da mercantilização da advocacia é vitória ou retrocesso?**. JOTA, 27 jul. 2021. Disponível em: <https://www.jota.info/coberturas-especiais/nacao-inovadora/comemorar-a-proibicao-da-mercantilizacao-da-advocacia-e-vitoria-ou-retrocesso-27072021>. Acesso em 27 out. 2023.

MOURA, José Venício Praxedes de; SOUZA, Luan Igor de. **Lawtech e Legaltech: o impacto na evolução jurídica nacional**. Mossoró: Universidade Potiguar, 2022. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/22477>. Acesso em: 20 ago. 2023.

OAB. **A história do ensino jurídico no Brasil**. OAB - Ordem dos Advogados do Brasil, 29 ago. 2022. Disponível em: <https://www.oab.org.br/noticia/60148/a-historia-do-ensino-juridico-no-brasil>. Acesso em: 21 set. 2023.

OAB. **Brasil tem 1 advogado a cada 164 habitantes; CFOAB se preocupa com qualidade dos cursos jurídicos**. OAB - Ordem dos Advogados do Brasil, 2 ago. 2022. Disponível em: <https://www.oab.org.br/noticia/60148/a-historia-do-ensino-juridico-no-brasil>. Acesso em: 21 set. 2023.

OLIVEIRA JUNIOR, Paulo Silvestre de. **Direito em transformação: estratégia e inovação para advogados**. Rio de Janeiro: Lumen Júris, 2023. 208 p.

PIMENTA, S. G; ANASTASIOU, L. das G. C. **Docência no ensino superior**. São Paulo: Cortez, 2002. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4998945/mod_resource/content/0/Pimenta_Anastasiou_Docencia_ES_Parte_1.PDF. Acesso em 27 out. 2023.

PIVOVAROV, Valentyn. **How legaltech spread all around the world**. Irish Tech News, 25 jun. 2018. Disponível em: <https://irishtechnews.ie/how-legaltech-spread-all-around-the-world/>. Acesso em: 10 out. 2023.

Resolvvi. Como a Resolvvi funciona. Fortaleza: **Resolvvi, [2023]**. Disponível em: <https://www.resolvvi.com/como-funciona>. Acesso em: 20 out. 2023.

REVOREDO, T. T. P; BORGES, R. C. C. **Inovar ou Regular?**. JOTA, 12 mar. 2018. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/inovar-ou-regular-12032018>. Acesso em 27 out. 2023.

RODAS, Sérgio. **EasyJur é a primeira legaltech da AL a receber investimento do Google.** Consultor Jurídico, 13 jan. 2021. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2021-jan-13/easyjur-primeira-legaltech-al-receber-investimento-google>. Acesso em: 1 de set. de 2023.

SILVEIRA JÚNIOR, Maurício José da; COSTA, Priscila Rezende da; RIBEIRO, Lucas Daniel Ramos. **A Função da Capacidade Dinâmica na Construção da Inovação Disruptiva: um Estudo de Caso da Primeira Empresa de Mediação 100% Online no Brasil.** Anais do VII SINGEP, São Paulo (SP), out. 2018. Disponível em: <https://www.singep.org.br/7singep/resultado/157.pdf>. Acesso em: 20 out. 2023.

STARTUP brasileira de mediação digital vence prêmio Conciliar é Legal 2018. **CNJ, 1 mar. 2019.** Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/startup-brasileira-de-mediacao-digital-vence-premio-conciliar-e-legal-2018/>. Acesso em: 20 ago. 2023.

SULLIVAN, Christina. **History of Legal Tech: LexisNexis Spotlight.** Linksquares, 19 out. 2022. Disponível em: <https://blog.linksquares.com/history-of-legal-tech-lexisnexis>. Acesso em: 10 out. 2023.

SUSSKIND, Richard. **Tomorrow's lawyers: an introduction to your future (second edition).** Oxford University Press, United Kingdom, 2017. P. 128-133.

TEIXEIRA, Luciano. **As mudanças tecnológicas do mundo jurídico em meio à pandemia.** LexLatin, 23 jun. 2020. Disponível em: <https://br.lexlatin.com/reportagens/mudancas-tecnologicas-do-mundo-juridico-em-meio-pandemia>. Acesso em: 17 de outubro de 2023

TEIXEIRA, Tarcisio. **Direito digital e processo eletrônico.** Editora Saraiva, 2023. E-book. p. 245. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553627482/>. Acesso em: 17 out. 2023.

VERBICARO, L. P; SIMÕES, S. A. de Souza; HOMCI, A. L. **Os desafios da educação jurídica no Brasil: Reflexões para a formação de juristas transformadores.** Educação jurídica e didática no ensino do Direito: Estudos em homenagem a professora Cecilia Caballero Lois. 1ª ed. – Florianópolis: Habitus, 2020. 364 p.

ZAMPOL, Francisco José. **A evolução da advocacia no decorrer dos tempos: A preocupação com o nível dos cursos jurídicos e a formação dos novos advogados.** Revista Jus Navigandi, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 15, n. 2442, 9 mar. 2010. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/14476>. Acesso em: 18 out. 2023.