



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

SERVIÇOS JURÍDICOS DISPONIBILIZADOS ÀS AGÊNCIAS ASSOCIADAS

Entre os benefícios proporcionados às agências associadas à ABAP está a Consultoria Jurídica, que abrange todos os aspectos legais e normativos relacionados ao setor publicitário.

Os atendimentos são realizados pelo escritório do Dr. Paulo Gomes de Oliveira Filho, profissional especializado e experiente que atende a ABAP há 40 anos.

Consultas e questionamentos devem ser enviados para o email: abap.juridico@abap.com.br

PAULO GOMES ADVOGADOS ASSOCIADOS

Elaboração de Contratos em Publicidade

- a) Contratos referentes a serviços prestados pela agência de publicidade a clientes: criação, produção interna, intermediação na contratação de fornecedores de serviços especiais e de veículos de divulgação.
- b) Contratos envolvendo serviços complementares prestados pelas agências: Comunicação digital; live marketing; marketing promocional.
- c) Demais contratos em publicidade:
- c.1 - Agência x Cliente – prestação de serviços.
 - c.2 - Agência/Cliente x Produtora de Audiovisual.
 - c.3 - Agência/Cliente x Produtora de Som.
 - c.4 - Agência/Cliente x Fotógrafo.
 - c.5 - Agência/Cliente x Atores e Modelos/Personalidades/ Pessoas Comuns e Menores de Idade.
 - c.6 - Agência/Cliente x Fornecedores externos.
 - c.7 - Agência/Cliente x Veículos de Divulgação.
 - c.8 - Agência/Cliente x Influenciadores.
 - c.9 - Contratos de concessão e/ou cessão de obras intelectuais para compor obra publicitária (música/letra e música, interpretação musical, fonogramas, obras plásticas, obras literárias, obras arquitetônicas, obras fotográficas).
- d) Obtenção de autorização de obras plásticas e arquitetônicas instaladas em locais públicos.

Contratação de Artistas, Atletas e Profissionais Estrangeiros

- a) Regularização perante as autoridades brasileiras do trabalho artístico por estrangeiros, em publicidade e elaboração dos respectivos contratos.

Direito Digital – Serviços de Comunicação Digital

- a) Elaboração de Contratos para prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital; criação, execução técnica e distribuição de ações e/ou peças de comunicação digital; criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens

e conteúdos do cliente, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias; gestão de conteúdos de comunicação digital do cliente, por meio da contratação de mecanismos de busca.

b) Elaboração e redação de Termos de Uso, Políticas e Privacidade e demais documentos jurídicos necessários em sites e aplicativos.

c) Orientação para participação em concorrências públicas e privadas para a contratação de serviços de Comunicação Digital.

Direitos Societários

a) Elaboração de contratos de Parcerias – agências, produtoras de audiovisuais, produtoras de som.

b) Orientação e elaboração de contratos para constituição de empresas na área de comunicação: agências de publicidade, agências digitais, agências de comunicação, produtoras de imagem e som, streaming, produtoras de eventos.

c) Orientação para fusão, incorporação, dissolução, desmembramento de empresas nas áreas de comunicação.

Publicidade com Participação ou Destinada ao Público Infante-Juvenil

a) Exame e avaliação prévia de peças e campanhas publicitárias para verificação da regularidade quanto à participação ou destinação ao público infante-juvenil, como, por exemplo:

– a adequação da participação e destinação da publicidade por menores de idade, segundo o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária.

– publicidade de alimentos, sucos, refrigerantes, medicamentos anódinos destinados em especial a menores de idade.

b) Elaboração de contratos específicos com representantes legais de menores.

Youtubers Mirins

- a) Consultoria quanto à regularidade na participação de youtubers mirins em publicidade.
- b) Avaliação prévia de publicidade com a participação de youtubers mirins.
- c) Elaboração de defesas em procedimentos éticos e legais quanto à participação de youtubers mirins em publicidade.

Alvarás Judiciais para Participação de Menores em Produção Publicitária

- a) Análise da necessidade de obtenção de autorização judicial para participação de menores de idade em produções publicitárias.
- b) Requerimentos e acompanhamento em procedimentos judiciais para obtenção de alvarás judiciais para participação de menores de idade em produções publicitárias.

Código de Defesa do Consumidor

- a) Análise de infrações decorrentes da publicidade.
- b) Defesas em procedimentos administrativos e judiciais sobre Defesa do Consumidor, decorrente da publicidade, junto aos PROCONS, Órgãos de Defesa do Consumidor e Poder Judiciário em todos os níveis do procedimento.

Procedimentos Éticos Instaurados pelo CONAR – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária

- a) Análise de peças e campanhas publicitárias e observação das normas éticas do CONAR.
- b) Formulação de representação junto ao CONAR em decorrência de infrações ao Código Ético por empresas concorrentes e ou por terceiros não concorrentes.

c) Acompanhamento do processo. Participação das audiências e interposição de recursos e contrarrazões em recursos da parte contrária.

d) Sustentações orais em audiências no CONAR.

Algumas matérias especificadas no Código de Ética – CONAR

PUBLICIDADE COMPARATIVA

a) Legalidade da publicidade comparativa quando for objetiva a comparação, com dados comprováveis.

b) Ilegalidade da publicidade que não se enquadre como efetivamente comparativa, pela não comprovação dos dados apresentados sobre o produto/serviço do anunciante e ou do concorrente.

c) Vedação à comparação com dados subjetivos, de fundo psicológico e emocional; que caracterizam concorrência desleal e ou que estabeleça confusão entre produtos e marcas concorrentes.

A PUBLICIDADE DE BEBIDAS ALCOÓLICAS

a) Recomendações gerais para a publicidade de bebidas alcóolicas de alto e baixo teor alcoólico.

b) Horários de veiculação.

c) Mídia Exterior e Congêneres.

d) Cláusulas de advertência e moderação de consumo.

e) Exceções.

f) Materiais nos pontos de venda.

g) Publicidade no Meio Rádio.

h) Publicidade no Meio TV e Cinema.

i) Publicidade nos meios Jornal e Revista.

j) Publicidade no meio Internet.

A PUBLICIDADE DE MEDICAMENTOS E DAS ATIVIDADES MÉDICAS E ODONTOLÓGICAS

- a) Impedimento de publicidade de massa de medicamentos a serem adquiridos mediante prescrição médica e odontológica. Destinação exclusiva à classe médica e odontológica.
- b) Legislação e disposições éticas sobre publicidade de medicamentos anódinos ou de venda livre. Exigências para a divulgação publicitária. Restrições.
- c) Legislação e disposições éticas (Código de Ética Médico e Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária) sobre atendimento e tratamento médico, hospitalar.

A PUBLICIDADE DE ESCOLAS, EDUCAÇÃO, CURSOS, ENSINO

- a) Exigências legais e éticas e Restrições.

PUBLICIDADE DE IMÓVEIS – VENDA E ALUGUEL

- a) Publicidade para venda de imóveis – exigências legais e éticas. Lei Cidade Limpa.
- b) Publicidade para locação.

PUBLICIDADE DE ALIMENTOS, REFRIGERANTES, SUCOS E BEBIDAS ASSEMELHADAS

- a) Exigências legais quanto à composição dos produtos, nas respectivas embalagens.
- b) Exigências legais e éticas quanto à apresentação do produto.
- c) Recomendações para a publicidade do produto.

PUBLICIDADE DE VEÍCULOS MOTORIZADOS

- a) Exigências legais da publicidade de veículos motorizados quanto à apresentação do produto, preço, condições de pagamento, incidência de encargos.

b) Termo de Adequação de Conduta firmado entre montadoras de veículos e o Ministério Público. Necessidade de cumprimento na divulgação publicitária do produto.

c) Recomendações quanto à segurança e atendimento às normas do Código de Trânsito Brasileiro.

d) Frases educativas de trânsito – Obrigatoriedade.

PUBLICIDADE DE TURISMO, VIAGENS, EXCURSÕES E HOTELARIA

a) Atendimento às disposições do Código de Defesa do Consumidor e ao Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária.

b) Vedação a qualquer forma de publicidade que implique em omissão ou informações dúbias ou incorretas a respeito da destinação, acomodação, preço, encargos.

APELOS DE SUSTENTABILIDADE NA PUBLICIDADE

a) Publicidade da Responsabilidade Socioambiental e da Sustentabilidade – a que comunica práticas responsáveis e sustentáveis de empresas, suas marcas, produtos e serviços.

b) Publicidade para a Responsabilidade Socioambiental – a que orienta e incentiva a sociedade a partir de exemplos de práticas responsáveis e sustentáveis de instituições, empresas, suas marcas, produtos e serviços.

c) Publicidade de Marketing relacionado a Causas – aquela que comunica a legítima associação de instituições, empresas e/ou marcas, produtos e serviços com causas socioambientais, de iniciativa pública ou particular, e realizada com o propósito de produzir resultados relevantes e comprováveis, tanto para o Anunciante como também para a causa socioambiental apoiada.

d) As alegações de benefícios socioambientais deverão corresponder a práticas concretas adotadas e deverão ser verdadeiras, exatas, comprováveis, pertinentes e relevantes.

PUBLICIDADE DE SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÃO – INTERNET MÓVEL

a) Anúncio de serviço de Internet Móveis – Exigências quanto às informações essenciais como preço, objeto da oferta, promoção do serviço, franquias, benefícios, prazos de vigência da promoção, abrangência.

PUBLICIDADE POR INFLUENCIADORES DIGITAIS

- a) Publicidade por Influenciador: (i) divulgação de produto, serviço, causa ou outro sinal a eles associados; (ii) a compensação ou relação comercial com Anunciante e ou agência; (iii) a inferência do Anunciante e ou da agência sobre o conteúdo da mensagem.
- b) Crianças e adolescentes.
- c) Mensagem Ativada (“recebidos/brindes”).
- d) Conteúdo gerado pelo Usuário sem relação com o Anunciante ou Agência.

CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão

- a) Orientação para obtenção do Certificado de Qualificação Técnica por agências de publicidade. Análise de documentação para obtenção do Certificado de Qualificação Técnica.
- b) Orientação para credenciamento de Institutos de Pesquisas.
- c) Elaboração de Defesas e Representações éticas junto ao CENP.

Câmara Nacional de Arbitragem e Mediação na Comunicação

- a) Promoção de medidas, representações e defesas, perante a Câmara Nacional de Arbitragem e Mediação na Comunicação, decorrentes de litígios entre anunciantes, agências, produtores de serviços especiais (produtoras de som, de imagem, fotógrafos, indústria gráfica, atores/modelos).

Propriedade Industrial

- a) Pesquisa de marcas previamente depositadas.
- b) Registro de marcas.
- c) Prevenção em face de concorrência desleal por uso ilegal de marcas/ produtos, inclusive propaganda de emboscada/ambush marketing.

Proteção Legal dos Softwares

- a) Defesa e acompanhamento de procedimentos administrativos e/ou judiciais sobre uso de softwares.
- b) Orientação na regularização de uso de softwares.

Promoções Comerciais, Marketing Promocional, Distribuição Gratuita a Título de Propaganda e Ações Promocionais

- a) Orientação e requerimentos para realização de Promoções Comerciais junto à SECAP com elaboração de regulamentos de promoções; acompanhamento das promoções e prestação de contas junto à SECAP.
- b) Orientação e elaboração de regulamentos para as demais ações, como concursos culturais, programas de relacionamento, etc.

ANCINE – Agência Nacional de Cinema

- a) Orientação e registro de obras cinematográficas publicitárias.
- b) Regularização na importação de obras cinematográficas publicitárias.
- c) Regularização para exportação de obras publicitárias.
- d) Defesa em procedimentos administrativos.

Licitações de Publicidade da Administração Pública, de Entidades do Sistema S, de Empresas Estatais e Conselhos Federais e Estaduais de Atividades Profissionais

- a) Orientação das agências na participação de licitações públicas, para a contratação de serviços publicitários pela Administração Pública, Empresas Estatais e/ou Entidades do Sistema S.
- b) Verificação e exame prévio das peças que compõem as Propostas Técnica, de Preço e Documentos de Habilitação da agência de publicidade.

- c) Elaboração de consultas à Comissão de Licitação.
- d) Interposição de recursos quanto às decisões da Subcomissão Técnica e Comissão de Licitação.
- e) Impetração de Mandados de Segurança ou apresentação de medidas judiciais em face de julgamentos da licitação.

Publicidade de Entes Públicos em Ano Eleitoral

Orientações referentes a:

- a) Restrições quanto ao valor da publicidade dos entes públicos em ano eleitoral.
- b) Prazos e períodos de realização de publicidade institucional e/ou de utilidade pública.
- c) Exceções:
 - (i) Publicidade de serviços/produtos que envolvam concorrência de mercado;
 - (ii) Situações de urgência, desde que reconhecidos como tais pelo Tribunal Superior Eleitoral/Regional Eleitoral.

Concessão de Patrocínios por Entes Públicos

- a) Orientação quanto à instituição de concessão de patrocínios para eventos culturais, esportivos, científicos, turísticos e de entretenimento, por Entidades Públicas, fora do contrato de publicidade.
- b) Orientação quanto à concessão de patrocínio de mídia que se constituírem em projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículos de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

Procedimentos Administrativos Instaurados por Prefeituras, Relativamente ao ISS sobre Serviços Publicitários

- a) Apresentação de defesas em procedimentos administrativos instaurados contra agência de publicidade, decorrente do ISS sobre seus serviços.
- b) Apresentação de defesas em procedimentos administrativos instaurados por Prefeituras Municipais contra agências de publicidade, estas como substituto tributário, de serviços prestados por fornecedores de serviços especiais e veículos de comunicação.

Processos Instaurados por Tribunais de Contas Decorrentes de Serviços Publicitários Prestados à Administração Pública

- a) Apresentação de defesa e manifestação pelas agências de publicidade.

Ações Judiciais Decorrentes de Atendimento Publicitário de Contas Públicas

- a) Defesas em ações de improbidade administrativa em todas as instâncias.
- b) Defesas em ações civis públicas.
- c) Defesas em ações populares.
- d) Promoção de ações de cobrança contra órgãos públicos por inadimplência.

Instituição de Normas de Compliance e da LGPD

- a) Elaboração de normas de compliance e da LGPD para agência de publicidade: (i) Comprometimento da alta direção à cultura de compliance; (ii) Responsabilidade dos gestores; (iii) Comunicação e Treinamento; (iv) Gestão de Riscos, (v) Relacionamento ético com colaboradores, fornecedores, terceirizados, veículos de divulgação.
- b) Orientação referente à:
- Concorrências envolvendo entes públicos e privados.
 - Relacionamento ético com os concorrentes e clientes.
 - Confidencialidade e sigilo.
 - Conflitos de interesses.
 - Presentes, brindes, eventos e entretenimento.
- c) Elaboração de Programas de Integridade da Agência de Publicidade.

Promoção de Ações e Defesas Judiciais Relacionadas à Publicidade

- a) Relações entre Agência e Clientes-Anunciantes.
- b) Relações entre Agência e Produtoras de Audiovisuais, de Som, Fotógrafos, Serviços Digitais, Veículos de Divulgação.
- c) Relações com artistas, modelos profissionais e não profissionais, influenciadores.
- d) Relações decorrentes de Contratos de Parceria.
- e) Direito Societário.

Workshops e Seminários

- a) Realização de workshops e seminários para a agência e seus clientes sobre os aspectos legais da publicidade e todos os assuntos acima referidos.

SUA AGÊNCIA AINDA NÃO É ASSOCIADA ABAP?

Escreva para alexandre.gibotti@abap.com.br
ou ligue 11 996 287 194

WWW.ABAP.COM.BR



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE