Arns de Oliveira
& Andreazza
Advogados Associados

Publicidade na advocacia

Provimento n° 205/2021 OAB
Novas regras

Normativas sobre o tema

1994

Estatuto da OAB
(Lei nº 8.906/94)

1995

Antigo Código de
Ética e Disciplina

2000

Provimento
nº 94/2000

2015

Atual Código de
Ética e Disciplina

Provimento nº 205/2021 do Conselho Pleno da OAB Federal

- Em vigor desde o mês de agosto
- Revoga o Provimento nº 94/2000
- Não se aplica às eleições do sistema OAB

Contexto de criação da nova Resolução

- Necessária atualização das regras de publicidade
- Provimento anterior muito antigo e ambíguo
- Adequação ao atual contexto social e da advocacia
- Objetivo de promover uniformidade de entendimento entre as Seccionais
- Respeito aos princípios e limites éticos já existentes

Conceitos

01 MARKETING JURÍDICO

Especialização do marketing destinada aos profissionais da área jurídica

02 MARKETING DE CONTEÚDOS JURÍDICOS

Estratégia de marketing que se utiliza da criação e divulgação de conteúdos jurídicos por meio de ferramentas de comunicação

Conceitos

03 PUBLICIDADE

Meio pelo qual se tornam públicas as informações a respeito de pessoas, ideias, serviços ou produtos

04 PUBLICIDADE PROFISSIONAL

Meio utilizado para tornar pública as informações relativas ao exercício profissional, bem como os dados do perfil do advogado(a) ou escritório

Conceitos

05 PUBLICIDADE DE CONTEÚDOS JURÍDICOS

Divulgação destinada a levar ao conhecimento do público conteúdos jurídicos

06 CAPTAÇÃO DE CLIENTELA

Utilização de mecanismos de marketing que, de forma ativa, independentemente do resultado obtido, se destinam a angariar clientes pela **indução à contratação de serviços ou estímulo do litígio**

Conceitos

07 PUBLICIDADE ATIVA

Divulgação capaz de atingir **número indeterminado de pessoas**, sem que elas tenham buscado informações do anunciante ou do tema anunciado

08 PUBLICIDADE PASSIVA

Divulgação capaz de atingir **público certo** que tenha buscado informações acerca do tema tratado ou do anunciante, bem como aqueles que tenham consentido com o seu recebimento

REGRAS GERAIS

- A publicidade profissional deve ter caráter **meramente informativo**
- Primar pela **discrição** e **sobriedade**
- Informações **objetivas** e **verdadeiras**
- **Vedada** se configurar **captação de clientela** ou mercantilização da profissão

CONDUTAS VEDADAS

Referência, direta ou indireta, a **valores de honorários, forma de pagamento, gratuidade ou descontos**

Divulgação de informações que possam **induzir a erro** ou **causar dano** a clientes, a outros advogados ou à sociedade

Anúncio de **especialidades para as quais o profissional não possua título** certificado ou **notória especialização**

CONDUTAS VEDADAS

Utilização de orações ou expressões persuasivas, de **autoengrandecimento** ou de **comparação**

Distribuição de brindes, cartões de visita, material impresso e digital, apresentações dos serviços ou afins **de maneira indiscriminada em locais públicos**, presenciais ou virtuais, **salvo em eventos de interesse jurídico**

Publicidade profissional que **incite diretamente ao litígio** judicial, administrativo ou à **contratação de serviços**

CONDUTAS VEDADAS

Uso de meios que influam de forma **fraudulenta** no impulsionamento ou alcance no marketing de conteúdos jurídicos

Menção à **promessa de resultados** ou a **utilização de casos concretos** para oferta de atuação profissional

Pagamento ou patrocínio de qualquer forma para viabilizar aparição em rankings, prêmios ou recebimento de honrarias em eventos ou publicações, que vise destacar ou eleger profissionais como detentores de destaque

CONDUTAS VEDADAS

Na publicidade **ativa**, qualquer **informação relativa** às dimensões, qualidades ou **estrutura física do escritório**

Divulgação de mídia contendo atuação profissional que faça referência a decisões judiciais e resultados obtidos em procedimentos que patrocina ou participa, **salvo a hipótese de manifestação espontânea em caso coberto pela mídia**

Em qualquer publicidade, realizar a ostentação de bens relativos ao exercício ou não da profissão, como uso de veículos, viagens, hospedagens e bens de consumo.

CONDUTAS VEDADAS

O envio de cartas e comunicações a uma coletividade ("mala direta")

Vincular os serviços advocatícios com outras atividades ou divulgação conjunta de tais atividades, **salvo a de magistério**

A utilização de aplicativos de forma indiscriminada para responder automaticamente consultas jurídicas a não clientes

CONDUTAS PERMITIDAS

- Marketing de conteúdos jurídicos através da **publicidade ativa ou passiva**

- Utilização de anúncios nos meios de comunicação (pagos ou não)

- A identificação profissional com qualificação e títulos, desde que verdadeiros e comprováveis, na publicidade de conteúdos jurídicos

CONDUTAS PERMITIDAS

- Indicação da sociedade da qual faz parte na publicidade de conteúdos jurídicos

- Referência aos **e-mails, sites, redes sociais e logotipo do escritório**, em colunas ou artigos publicados na imprensa ou quando da participação em programas de rádio ou televisão, ou em veiculação de matérias pela internet

CONDUTAS PERMITIDAS

- Utilização da **publicidade ativa**, quando se tratar de venda de bens e eventos (livros, cursos, seminários ou congressos), cujo público-alvo sejam advogados, estagiários ou estudantes de direito

- Utilização de **logomarca e imagens**, inclusive fotos dos advogados do escritório, assim como a **identidade visual**, nos meios de comunicação profissional

CONDUTAS PERMITIDAS

- A participação do advogado em vídeos ao vivo ou gravados, na internet ou redes sociais, assim como em debates e palestras virtuais, sendo vedado:
  - Responder com habitualidade a consultas jurídicas
  - Debater causa sob o patrocínio de outro advogado
  - Abordar tema de modo a comprometer a dignidade da profissão
  - Divulgação de lista de clientes e demandas
  - Insinuar-se para reportagens e declarações públicas

CONDUTAS PERMITIDAS

- O exercício da advocacia em locais compartilhados (*coworking*)

- A participação em anuários, desde que a publicação especifique 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)**

CONDUTAS PERMITIDAS

- Utilização de ferramentas de aquisição de palavra-chave
  - Exemplo: Google Ads
- Inclusão de QR Code em cartão de visitas, físico ou eletrônico
- Chatbot para **primeiras dúvidas** e **informações**
- Divulgação por meio de grupos de *WhatsApp*, desde que se trate de grupo de pessoas determinadas das relações do advogado

CONDUTAS PERMITIDAS

- A realização de *lives* nas redes sociais e vídeos no Youtube
- O patrocínio e impulsionamento nas redes sociais, desde que não se trate de publicidade contendo oferta de serviços jurídicos

Comitê Regulador do Marketing Jurídico

- Inovação trazida pelo Provimento
- Caráter consultivo
- Vinculado à Diretoria do Conselho Federal
- Composto por 09 membros
- Finalidade de pacificar e unificar a interpretação sobre a publicidade na advocacia perante os Tribunais de Ética e Disciplina e as Comissões de Fiscalização das Seccionais.

Arns de Oliveira
& Andreazza
Advogados Associados

Quem somos nós:

Marina Haline de Souza

OAB/PR 97.352

marina.souza@arnsdeoliveira.adv.br

Luís Fernando Nadalin Sivers

OAB/PR 97.065

luisfernando@arnsdeoliveira.adv.br

Onde nos encontrar