



ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL

Seção do Estado da Bahia

Processo de Consulta n. 589/2023.

Requerente: Luarla Camila Gramacho de Souza (OAB/BA 66.893).

Relator: João Rosa (OAB/BA 17.023).

PUBLICIDADE. ADVOCACIA. ARTIGO JURÍDICO A SER PUBLICADO EM REVISTA. NOME DO ADVOGADO, SUA INSCRIÇÃO NA OAB, ESPECIALIDADE A QUE SE DEDICA, E-MAIL. INSERÇÃO AO TÉRMINO DO TEXTO. POSSIBILIDADE.

1. *“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”* (art. 39, CED).
2. É possível ao advogado fazer constar em artigo jurídico a ser publicado, o seu nome e o número de sua inscrição na OAB (art. 44, *caput*, CED), bem como as especialidades a que se dedicar e seu e-mail (art. 44, § 1º, CED), ressaltando que, obrigatoriamente, o texto deverá ter caráter meramente informativo, deve primar pela discrição e sobriedade, não podendo configurar captação de clientela ou mercantilização da profissão, além de não poder induzir o leitor a litigar nem existir o emprego excessivo de recursos financeiros.
3. Consulta respondida.

RELATÓRIO

Trata-se de consulta formulada por advogada inscrita nos quadros desta Seccional da Ordem dos Advogados do Brasil, por meio da qual indaga se é possível *“colocar o nome, especialidade, e-mail e inscrição da OAB”* em artigo a ser publicado em revista não jurídica.

Distribuído o pedido mediante sorteio, vieram então os autos conclusos a esta relatoria.

É o relatório.



ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL
Seção do Estado da Bahia

VOTO

Para a plena compreensão do tema, três artigos do Código de Ética e Disciplina da OAB são primordiais:

Art. 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.

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.

Art. 44. Na publicidade profissional que promover ou nos cartões e material de escritório de que se utilizar, o advogado fará constar seu nome, nome social ou o da sociedade de advogados, o número ou os números de inscrição na OAB.

§ 1º Poderão ser referidos apenas os títulos acadêmicos do advogado e as distinções honoríficas relacionadas à vida profissional, bem como as instituições jurídicas de que faça parte, e as especialidades a que se dedicar, o endereço, e-mail, site, página eletrônica, QR code, logotipo e a fotografia do escritório, o horário de atendimento e os idiomas em que o cliente poderá ser atendido.

Afora tais dispositivos, ressalto também o Provimento OAB n. 205, de 15 de julho de 2021, que dispõe sobre a publicidade e a informação na advocacia, sendo que o seu Anexo Único, consigna o seguinte:

Criação de conteúdo, Deve ser orientada pelo caráter técnico informativo, sem divulgação **palestras, artigos;** de resultados concretos obtidos, clientes, valores ou gratuidade.

Ainda sobre o mencionado Provimento, vale destacar que o art. 2º, II e V, expressamente prevê e conceitua ‘marketing de conteúdos jurídicos’ e ‘publicidade de conteúdos jurídicos’ como sendo, respectivamente, a “*estratégia de marketing que se utiliza da criação e da divulgação de conteúdos jurídicos, disponibilizados por meio de ferramentas de comunicação, voltada para informar o público e para a consolidação profissional do(a) advogado(a) ou escritório de advocacia*” e a “*divulgação destinada a levar ao conhecimento do público conteúdos jurídicos*”.



ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL

Seção do Estado da Bahia

Finalmente, o art. 4º desse Provimento, ao lado da vedação pertinente à mercantilização da profissão e captação de clientela, proíbe também o emprego excessivo de recursos financeiros na realização de marketing de conteúdos jurídicos.

Dito isso, insta salientar que o art. 39 do Código de Ética e Disciplina da OAB bem delinea que “*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*”. Em suma, à publicidade na advocacia são impostas diretrizes:

- (i) positivas: (a) caráter meramente informativo e (b) discrição e sobriedade;
- (ii) negativas: (a) captação de clientela ou (b) mercantilização da profissão.

No que diz respeito aos textos jurídicos, acrescenta-se também a diretriz de que não deverão induzir o leitor a litigar.

Assim, diante da literalidade do plexo normativo e nos estritos limites da consulta respondida em tese, constata-se que é possível ao advogado fazer constar em artigo jurídico a ser publicado, o seu nome e o número de sua inscrição na OAB (art. 44, *caput*, CED), bem como as especialidades a que se dedicar e seu e-mail (art. 44, § 1º, CED), ressaltando que, obrigatoriamente, o texto deverá ter caráter meramente informativo, deve primar pela discrição e sobriedade, não podendo configurar captação de clientela ou mercantilização da profissão, além de não poder induzir o leitor a litigar nem existir o emprego excessivo de recursos financeiros.

Isto posto, acolho a consulta, respondendo-a em tese nos seguintes termos:

Resposta: é possível ao advogado fazer constar em artigo jurídico a ser publicado, o seu nome e o número de sua inscrição na OAB (art. 44, *caput*, CED), bem como as especialidades a que se dedicar e seu e-mail (art. 44, § 1º, CED), ressaltando que, obrigatoriamente, o texto deverá ter caráter meramente informativo, deve primar pela discrição e sobriedade, não podendo configurar captação de clientela ou mercantilização da profissão, além de não poder induzir o leitor a litigar nem existir o emprego excessivo de recursos financeiros.

É como voto.

Salvador/BA, em 29 de junho de 2023.

João Rosa – OAB/BA 17.023