



OAB aprova Provimento que flexibiliza Código de Ética

Publicidade não é mais palavrão para a Ordem dos Advogados do Brasil. O Conselho Federal da entidade aprovou na última terça-feira (5/9) o Provimento nº 94 destinado a regulamentar a Lei 8.906/94 e o Código de Ética da Advocacia no que diz respeito ao marketing profissional.

O texto permite múltiplas leituras e, segundo seus autores, manteve todas as vedações existentes no sentido de impedir a propaganda imoderada e a captação de clientela.

O artigo 5º do provimento afirma que “são admitidos como veículos de informação publicitária da advocacia: a Internet, o fax, o correio eletrônico e outros meios de comunicação semelhantes; revistas, folhetos, jornais, boletins e demais formas de comunicação escrita (...).”

O texto final não foi divulgado. O presidente do Conselho Federal, Reginaldo de Castro teria avocado o instrumento aprovado para um exame de sua redação antes de liberá-lo.

O conselheiro federal da OAB, Alfredo de Assis Gonçalves Neto, relator do projeto, afirma que o Provimento não traz “nenhuma mudança nas regras éticas da advocacia.” E explica: “Provimento é um ato baixado pelo Conselho Federal da OAB para esclarecer, interpretar ou detalhar disposições legais estatutárias e regulamentares.”

Segundo o conselheiro-relator, diante das alternativas de publicidade atuais, o projeto procura apontar de que modo pode ou deve o advogado divulgar sua atividade, com estrita observância dos princípios éticos de discrição e moderação, já fixados no Código de Ética e Disciplina do Advogado.

“Pela leitura do texto, vê-se, sem dificuldades, que ele não restringe nem amplia qualquer das disposições já existentes; apenas orienta, diante das formas de comunicação atuais, o modo de utilizá-las na publicidade da advocacia”, afirma Gonçalves Neto.

Sem o texto final, publicamos aqui o projeto votado no último dia 5 que, segundo conselheiros participantes da reunião, sofreu poucas e ligeiras alterações.

Leia a íntegra da proposta:

PROJETO DE PROVIMENTO

Dispõe sobre a publicidade, a propaganda e a informação

O Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo art. 54, inc. V, da Lei nº 8.906, de 4 de julho de 1994, RESOLVE



Art. 1º. É permitida a publicidade informativa do advogado e da sociedade de advogados, contanto que se limite a levar ao conhecimento do público em geral, ou da clientela, em particular, dados objetivos e verdadeiros a respeito dos serviços de advocacia prestados, observadas as normas do Código de Ética e Disciplina e as deste Provimento.

Art. 2º. Entende-se por publicidade informativa:

- a) a identificação pessoal e curricular do advogado ou da sociedade de advogados;
- b) o número da inscrição do advogado ou do registro da sociedade;
- c) o endereço do escritório principal e das filiais, telefones, fax e endereços eletrônicos;
- d) as áreas ou matérias jurídicas de exercício preferencial;
- e) o diploma de bacharel em direito e títulos acadêmicos e qualificações profissionais obtidos em estabelecimentos reconhecidos pelo Ministério da Educação e Cultura, relativos à profissão de advogado (art. 29, parágrafos 1º e 2º, do Cód. De Ética e Disciplina);
- f) os cargos exercidos na Ordem dos Advogados do Brasil ou em outras entidades da classe;
- g) os nomes dos advogados integrados ao escritório;
- h) o horário de atendimento ao público;
- i) os idiomas falados ou escritos.

Art. 3º. São meios lícitos de publicidade da advocacia, desde que contenham, exclusivamente, informações objetivas:

- a) a utilização de cartões de visita e de apresentação do escritório;
- b) a placa identificativa do escritório, afixada no local onde se encontra instalado;
- c) o anúncio do escritório em listas de telefone e análogas;
- d) a comunicação de mudança escrita e por meio de mala-direta (correspondência) aos colegas e aos clientes cadastrados;
- e) a menção da condição de advogado e, se for o caso, do ramo de atuação, em anuários profissionais, nacionais ou estrangeiros;
- f) a divulgação das informações objetivas relativas ao advogado ou à sociedade de advogados, com modicidade, nos meios de comunicação escrita e eletrônica.

Parágrafo 1º. A publicidade deve ser realizada com discrição e moderação, com observância do disposto



nos arts. 28, 30 e 31 do Código de Ética e Disciplina.

Parágrafo 2º. As malas-diretas, os cartões de apresentação e folhetos só podem ser fornecidos a colegas, clientes ou a pessoas que os solicitem ou os autorizem previamente.

Parágrafo 3º. Os anúncios de publicidade de serviços de advocacia devem sempre indicar o nome do advogado ou da sociedade de advogados com o respectivo número de inscrição ou de registro;

Art. 4º. Não são permitidos ao advogado em qualquer publicidade relativa à advocacia:

- a) menção a clientes ou a assuntos profissionais e a demandas sob patrocínio;
- b) a referência gratuita, direta ou indireta, a qualquer cargo, função pública ou relação de emprego e patrocínio que tenha exercido;
- c) o emprego de orações ou expressões persuasivas, de auto-engrandecimento ou de comparação;
- d) a divulgação de valores dos serviços, sua gratuidade ou forma de pagamento;
- e) a oferta de serviços em relação a casos concretos e qualquer convocação para postulação de interesses nas vias judiciais ou administrativas;
- f) a veiculação do exercício da advocacia em conjunto com outra atividade;
- g) informações errôneas ou enganosas;
- h) a promessa de resultados ou sua indução do resultado com dispensa de pagamento de honorários;
- i) a menção a título acadêmico não reconhecido;
- j) o emprego de ilustrações, marcas ou símbolos, típicos de atividade mercantil;

Art. 5º. São admitidos como veículos de informação publicitária da advocacia:

- a) a Internet, o fax, o correio eletrônico e outros meios de comunicação semelhantes;
- b) revistas, folhetos, jornais, boletins e demais formas de comunicação escrita;
- c) papéis de petições, de recados, de cartas, envelopes, pastas e outros análogos.

Parágrafo único. As páginas mantidas nos meios eletrônicos de comunicação podem fornecer informações a respeito de eventos, de conferências e outras de conteúdo jurídico úteis à orientação geral, que não envolvam casos concretos nem mencionem clientes.

Art. 6º. Não são admitidos como veículos de publicidade da advocacia:



- a) anúncio em rádio e televisão com propósito de promoção pessoal;
- b) placas de propaganda, anúncios luminosos e quaisquer outros meios de publicidade em vias públicas;
- c) cartas circulares, boletins informativos, panfletos e assemelhados, distribuídos indiscriminadamente sob forma de circulares;
- d) a oferta de serviços mediante intermediários.

Art. 7º. A participação do advogado em programas de rádio, de televisão e de qualquer outro meio de comunicação, inclusive eletrônica, deve limitar-se a entrevistas ou a exposições sobre assuntos jurídicos de interesse geral, visando a objetivos exclusivamente ilustrativos, educacionais e instrutivos para esclarecimento dos destinatários.

Art. 8º. Em suas manifestações, entrevistas ou exposições, é vedado ao advogado:

- a) analisar casos concretos, salvo quando argüido sobre questões em que esteja envolvido como advogado constituído, como assessor jurídico ou parecerista, cumprindo-lhe, nessa hipótese, evitar observações que possam implicar a quebra ou violação do sigilo profissional;
- b) responder, com habitualidade, a consultas sobre matéria jurídica por qualquer meio de comunicação, inclusive naqueles disponibilizados por serviços telefônicos ou de informática;
- c) debater causa sob seu patrocínio ou sob patrocínio de outro advogado;
- d) comportar-se de modo a realizar promoção pessoal;
- e) participar de debates de caráter sensacionalista;
- f) abordar tema de modo a comprometer a dignidade da profissão e da instituição que o congrega.

Art. 9º. Ficam revogados o Provimento nº 75, de 14 de dezembro de 1992, e as demais disposições em contrário.

Art. 10º. Este Provimento entra em vigor na data de sua publicação no Diário Oficial da União.

Sala das Sessões,

Reginaldo Oscar de Castro

Presidente

Alfredo de Assis Gonçalves Neto

Conselheiro Relator (PR)

Date Created



09/09/2000