

Órgão Especial da OAB esclarece dúvidas sobre publicidade de advogados

O Órgão Especial do Conselho Pleno da OAB esclareceu algumas questões sobre a publicidade de advogados. Os anúncios de serviço devem ser discretos, moderados e com finalidade meramente informativa: "Não pode passar nem ao largo a pretensão de captação de clientela, nem tampouco o anúncio de fatos inverídicos ou distintos da atividade jurídica, vedando-se a associação da atividade jurídica com qualquer outra", orientou o conselheiro federal Walter de Agra Junior.

Os esclarecimentos foram feitos após consulta do Conselho Seccional da OAB do Amazonas, sobre a suposta publicidade feita por escritório de forma contínua na revista *Valor Econômico — Brazilian States*, veículo de comunicação de circulação nacional e de natureza não jurídica.

O Conselho entendeu que a publicidade pode ser feita em periódicos e revistas nacionais, que não tenham natureza jurídica. Mas que se for feita de modo contínuo, sucessivo ou intercalado por mais de três meses é considerada ilícita. Segundo Agra Junior, a publicidade advocatícia é regulada pelos artigos 28 a 34 do Código de Ética e Disciplina e pelo Provimento 94/2000 do Conselho Federal.

Os anúncios devem sempre informar os nomes dos advogados ou sociedades e seus respectivos números de inscrição ou registro na OAB, sob pena de caracterização de infração administrativa. Além disso, é proibida a oferta de serviços em casos concretos, como, por exemplo, a assessoria para determinado processo ou tipo de projeto

A remessa de correspondência a uma coletividade de destinatários também foi analisada e constitui propaganda ou publicidade imoderada, a não ser que para o fim de informar mudança de endereço.

O mesmo tratamento merece a indicação de escritório em partes externas de automóveis (exceto se discreta em veículos da própria sociedade) e a inserção do nome em anúncio relativo a atividades não advocatícias.

Publicidade informativa foi qualificada pela OAB como "aquela que destaca os advogados que integram um escritório, horário de atendimento, áreas ou matérias de exercício profissional, identificação pessoal e currículo dos advogados e sociedades".

Os meios lícitos de publicidade são cartões de visita, placa identificadora do escritório, menção da condição de advogado em anuários profissionais e informações objetivas sobre a sociedade de advogados, sempre com modicidade, nos meios de comunicação escrita e eletrônica. *Com informações da Assessoria de Imprensa da Ordem dos Advogados do Brasil.*

Consulta 2010.31.04738-01

Date Created

20/04/2011