

## OAB aprova novas regras sobre publicidade e propaganda da advocacia

O Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil aprovou, nesta quinta-feira (15/7), os artigos 5º a 13 do novo provimento sobre regras de publicidade para a advocacia. Já ocorreram duas sessões para análise do projeto — em [17/6](#) e [29/6](#), quando foram aprovados os artigos 1º a 4º.

Nicola Forenza



Conselho Federal da OAB aprovou novo provimento sobre publicidade na advocacia  
Nicola Forenza

O projeto altera o provimento 94/2000, que dispõe sobre publicidade, propaganda e a informação da advocacia. A relatora é a conselheira federal Sandra Krieger Gonçalves, de Santa Catarina. Em sessão por videoconferência, os conselheiros analisaram e votaram cada dispositivo do projeto.

A sessão começou com a aprovação da inclusão do parágrafo 5º ao artigo 4º, que veda a publicidade mediante uso de meios ou ferramentas que influam de forma fraudulenta o seu impulsionamento ou alcance.

Pelo artigo 5º, na publicidade profissional, poderão ser utilizados anúncios, pagos ou não, nos meios de comunicação, desde que não vedados pelo Código de Ética e Disciplina.

O artigo 6º veda o uso de informações sobre a estrutura física do escritório e a promessa de resultados ou a utilização de casos concretos para oferta de atuação profissional. Já o 7º determina que as normas do provimento também se aplicam à divulgação de conteúdos que, apesar de não se relacionarem com o exercício da advocacia, possam atingir a reputação da classe à qual o profissional pertence.

Em seguida, foi aprovado o artigo 8º, que não permite vincular os serviços advocatícios com outras atividades, salvo o magistério. O artigo 9º cria o Comitê Regulador do Marketing Jurídico. Por fim, o artigo 10 prevê que as seccionais poderão conceder poderes coercitivos à Comissão de Fiscalização.

Com a votação pelo Conselho Nacional de todos os artigos e do Anexo Único, o novo Provimento foi aprovado. A *vacatio legis* será de 30 dias. A versão final dos novos textos ainda não foi oficialmente



---

publicada.

### **Veja os artigos aprovados:**

Art. 4, § 5º É vedada a publicidade a que se refere o caput mediante uso de meios ou ferramentas que influam de forma fraudulenta o seu impulsionamento ou alcance.

Art. 5º A publicidade profissional permite a utilização de anúncios, pagos ou não, nos meios de comunicação não vedados pelo Art. 40 do Código de Ética e Disciplina.

§ 1º É vedado o pagamento, patrocínio ou efetivação de qualquer outra despesa para viabilizar aparição em rankings, prêmios ou qualquer tipo de recebimento de honorarias em eventos ou publicações, em qualquer mídia, que vise destacar ou eleger profissionais como detentores de destaque.

§ 2º É permitida a utilização de logomarca e imagens, inclusive fotos dos advogados e do escritório, assim como de uma identidade visual nos meios de comunicação profissional, sendo vedada a utilização de logomarca e símbolos oficiais da Ordem dos Advogados do Brasil.

§ 3º É permitida a participação do advogado ou advogada em vídeos ao vivo ou gravados, na internet ou nas redes sociais, assim como em debates e palestras virtuais, desde que observadas as regras dos arts. 42 e 43 do Código de Ética e Disciplina, sendo vedada a utilização de casos concretos ou apresentação de resultados.

Art. 6º Fica vedada, na publicidade ativa, qualquer informação relativa às dimensões, qualidades ou estrutura física do escritório, assim como a menção à promessa de resultados ou a utilização de casos concretos para oferta de atuação profissional.

Parágrafo único. Fica vedada em qualquer publicidade a ostentação de bens relativos ao exercício ou não da profissão, como uso de veículos, viagens, hospedagens e bens de consumo, bem como a menção à promessa de resultados ou a utilização de casos concretos para oferta de atuação profissional.

Art. 7º Considerando que é indispensável a preservação do prestígio da advocacia, as normas estabelecidas neste provimento também se aplicam à divulgação de conteúdos que, apesar de não se relacionarem com o exercício da advocacia, possam atingir a reputação da classe à qual o profissional pertence.

Art. 8º Não é permitido vincular os serviços advocatícios com outras atividades ou divulgação conjunta de tais atividades, salvo a de magistério, ainda que complementares ou afins.

Parágrafo único. Não caracteriza infração ético-disciplinar o exercício da advocacia em locais compartilhados (coworking), sendo vedada a divulgação da atividade de advocacia em conjunto com qualquer outra ou atividade de empresa que compartilhem o mesmo espaço, ressalvada a possibilidade de afixação de placa indicativa no espaço físico em que se desenvolve a advocacia e veiculação da informação de que a atividade profissional é desenvolvida em local de coworking.

Art. 9º Fica criado o Comitê Regulador do Marketing Jurídico, de caráter consultivo, vinculado à



---

Diretoria do Conselho Federal, que nomeará seus membros, com mandato concomitante com a gestão, e será composto por:

I – Cinco conselheiros Federais representando cada Região do País indicados pela diretoria do CFOAB;

II – Um representante do Colégio de Presidentes de Seccionais;

III – Um representante indicado pelo Colégio de Presidentes dos Tribunais de Ética e Disciplina;

IV – Um representante indicado pela Coordenação Nacional de Fiscalização da Atividade Profissional da Advocacia; e

V – Um representante indicado pelo Colégio de Presidentes das Comissões da Jovem Advocacia.

§ 1º O Comitê Regulador do Marketing Jurídico se reunirá periodicamente para acompanhar a evolução dos critérios específicos sobre marketing, publicidade e informação na advocacia constantes do Anexo deste provimento, podendo propor ao Conselho Federal a alteração, supressão ou inclusão de novos critérios e proposta de alteração do provimento.

§ 2º Com a finalidade de pacificar e unificar a interpretação dos temas pertinentes perante os Tribunais de Ética e Disciplina e Comissões de Fiscalização das Seccionais, o comitê poderá propor ao Órgão Especial, com base nas disposições do Código de Ética e Disciplina e pelas demais disposições previstas neste provimento, sugestões de interpretação dos dispositivos sobre publicidade e informação.

Art. 10 As Seccionais poderão conceder poderes coercitivos à respectiva Comissão de Fiscalização, permitindo a expedição de notificações com a finalidade de dar efetividade às disposições deste provimento.

Art. 11 Faz parte integrante do presente provimento o Anexo Único, que estabelece os critérios específicos sobre a publicidade e informação da advocacia.

Art. 12 Fica revogado o Provimento n. 94, de 05 de setembro de 2000, bem como as demais disposições em contrário.

Parágrafo Único. Esse provimento não se aplica às eleições do sistema OAB que possui regras próprias quanto a campanha e a publicidade.

Art. 13 Este Provimento entra em vigor 30 dias após a data de sua publicação.

**Clique [aqui](#) para ler todos os artigos e anexo único**

**Date Created**

15/07/2021