



## NOTA INFORMATIVA

**ASSUNTO: Orientações sobre a participação de advogados em eventos públicos, como palestras, e os limites da publicidade e captação de clientela.**

Prezados(as) Colegas Advogados(as),

A Ordem dos Advogados do Brasil, Seccional Paraná, por meio de sua Coordenação Estadual de Fiscalização, vem, com esta Nota Informativa, reforçar e esclarecer as diretrizes éticas e regulamentares que devem ser observadas pelos advogados ao participar de eventos públicos, como palestras, simpósios, seminários e similares, dirigidos ao público em geral.

A advocacia, em sua essência, desempenha um papel fundamental na promoção da educação jurídica e do acesso à informação. A participação de advogados(as) em eventos de cunho informativo, educativo ou cultural é salutar e incentivada, desde que observados os limites impostos pelo **Estatuto da Advocacia e da OAB (Lei nº 8.906/94)**, pelo **Código de Ética e Disciplina da OAB (CED)** e pelo **Provimento nº 205/2021 do Conselho Federal da OAB**.

É imperioso resguardar a dignidade da profissão, evitando-se qualquer conduta que possa caracterizar mercantilização da advocacia ou captação indevida de clientela.

Nesse sentido, destacamos os seguintes pontos de atenção:

### 1. Caráter do Evento e do Conteúdo:

- A participação em palestras e eventos públicos deve ter caráter eminentemente informativo, educacional ou cultural. O foco deve ser o compartilhamento de conhecimento jurídico relevante para a sociedade, e não a promoção comercial de serviços advocatícios.

### 2. Abstinência de Captação de Clientes e Proibição de Mercantilização:

- É vedado o intuito de captação de clientela. O advogado não pode, de forma alguma, fazer ofertas diretas de seus serviços, incitar a demanda por questões jurídicas específicas para benefício próprio, ou induzir o público à contratação.
- A advocacia não pode ser mercantilizada. A palestra não deve possuir um viés comercial excessivo, assemelhando-se a uma venda de serviços ou a uma ação de marketing agressivo.
- A distribuição de brindes, cartões de visita, material impresso e digital, apresentações dos serviços ou afins de maneira indiscriminada em locais públicos, presenciais ou virtuais, é **vedada**, ressalvada apenas a permissão para eventos de interesse jurídico, sempre com moderação.



- Para os fins das normas da OAB, considera-se **evento de interesse jurídico** aquele de caráter científico cultural voltado especificamente para a comunidade jurídica, tais como advogados, bacharéis e estudantes de Direito, e não eventos abertos ao público em geral, como feiras de negócios, convenções setoriais (ex: médicas, agrícolas) ou shows rurais, onde a distribuição indiscriminada caracterizaria captação indevida e mercantilização.

### **3. Limites na Divulgação do Advogado(a) e do Escritório:**

- A divulgação da participação em palestras deve focar na figura do **advogado(a) como profissional do conhecimento e palestrante**, e não na promoção comercial ostensiva do escritório ou sociedade de advogados como "marca". A publicidade deve ser discreta e informativa.
- É expressamente vedado o fornecimento de dados de contato como **endereço e telefone** em qualquer material de divulgação da palestra (impressos, digitais ou em mídias), bem como durante a própria apresentação, quando da participação em programas de rádio ou televisão, ou em veiculação de matérias pela internet.
- A única referência de contato permitida nestes contextos é o **endereço de e-mail** do advogado(a). Importante ressaltar que a flexibilização e ampliação do Provimento nº 205/2021 se aplica tão somente à publicidade de conteúdo jurídico, e não alcança a participação em rádio, televisão, palestras e eventos abertos ao público em geral, para os quais permanecem as restrições mais severas do Código de Ética e Disciplina.

### **4. Dignidade da Profissão e Vedações Específicas (Art. 42 do CED):**

- A conduta do advogado(a) deve sempre preservar a dignidade e o decoro da profissão. Isso inclui evitar o sensacionalismo, a autopromoção excessiva ou qualquer conduta que possa denegrir a imagem da advocacia.
- É vedado ao advogado(a) responder com habitualidade a consultas sobre matéria jurídica em meios de comunicação social , debater causas sob patrocínio de outro advogado , abordar temas de modo a comprometer a dignidade da profissão e da instituição que o congrega , divulgar listas de clientes e demandas , ou insinuar-se para reportagens e declarações públicas em razão da palestra.

A Fiscalização da OAB-PR reitera a importância do respeito às normas éticas e regulamentares, que visam proteger a advocacia da desvirtuação e garantir que a profissão continue a ser exercida com a dignidade e a responsabilidade social que lhe são inerentes. A fiscalização atuará para garantir a observância dessas diretrizes.



---

**PARA FIXAR E MENTALIZAR: RELEMBRE SEMPRE:**

- **Pode** palestrar, participar de programa de rádio, TV e eventos abertos, **em caráter eventual, esporádico, excepcional**, com foco informativo e educativo. Toda segunda-feira (p. ex.) não é eventual, mas habitual.
- **Contato liberado:** Apenas seu NOME, seu NÚMERO DE OAB e seu E-MAIL.
- **PROIBIDO:** Telefone, endereço, e-mail do escritório, e-mails de outros advogados, redes sociais do escritório.
- **Proibido comentar caso específico:** Nada de casos concretos na palestra ou divulgar clientes!
- **Proibido se promover:** Nada de autopromoção exagerada, lista de clientes ou insinuar captação.
- **Proibido "feirão" "show rural" "exposições mercantis":** Eventos para o público em geral não são para distribuição massiva de material ou divulgação sua e do seu escritório.

**O Provimento 205/2021 flexibilizou a PUBLICIDADE DE CONTEÚDO, mas as regras para rádio, TV e palestras abertas continuam RIGOROSAS. Mantenha a sobriedade e a ética da nossa profissão!**

---

Contamos com a colaboração de todos(as) os(as) advogados(as) para a manutenção da ética e da excelência de nossa profissão.

Curitiba, 01 de julho de 2025

**COORDENADOR ESTADUAL DE FISCALIZAÇÃO OAB/PR**  
**André Portugal Cezar**



## COORDENAÇÃO DE FISCALIZAÇÃO

### NOTA ORIENTATIVA

Prezados(as) Advogados(as) da Ordem dos Advogados do Brasil, Seção do Paraná,

A presente nota de orientação, elaborada pela Coordenadoria Estadual de Fiscalização da OAB-PR, tem por objetivo consolidar as diretrizes sobre a publicidade e o marketing jurídico, em conformidade com o Código de Ética e Disciplina da OAB (CEOAB) e o Provimento nº 205/2021 do Conselho Federal da OAB (CFOAB).

É cediço que a publicidade na advocacia deve pautar-se pela discrição e sobriedade, com finalidade exclusivamente informativa, vedada a captação de clientela e a mercantilização da profissão. Nesse contexto, reiteramos as balizas éticas que devem nortear a conduta de todos os inscritos.

#### 1. VEDAÇÕES EXPRESSAS EM MEIOS DE COMUNICAÇÃO E ESPAÇOS PÚBLICOS

Conforme o artigo 40 do CEOAB, é expressamente proibida a utilização das seguintes ferramentas para publicidade profissional:

- ✓ Mídia Tradicional: Rádio, cinema e televisão.
- ✓ Espaços Públicos em Geral: Fica vedada a veiculação de publicidade em:
- ✓ Outdoors, muros, painéis e letreiros luminosos (com exceção da placa identificativa do escritório).
- ✓ Veículos, elevadores e qualquer outro espaço público.
- ✓ Uniformes de times desportivos, toalhas de mesa em restaurantes, caixas de pizza, balcões de estabelecimentos comerciais e similares.
- ✓ Mala Direta Física: O envio de correspondência física indiscriminada a uma coletividade ("mala direta") para captação de clientela é vedado.

A única **exceção** para a identificação em espaços públicos refere-se à placa do escritório, que deve ser discreta e ter caráter meramente identificador.



## COORDENAÇÃO DE FISCALIZAÇÃO

### 2. PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS, EVENTOS E CONGRESSOS

A participação de advogados e escritórios de advocacia em feiras e eventos abertos ao público em geral, tais como congressos não jurídicos, exposições agropecuárias, quermesses e bingos, com o intuito de publicidade e captação de clientes, é incompatível com os preceitos éticos da advocacia.

### 3. ENTREVISTAS E PARTICIPAÇÃO NA MÍDIA

A participação de advogados em entrevistas e programas de rádio, televisão ou outros meios de comunicação é permitida, desde que observadas as seguintes condições:

- ✓ **Caráter Eventual e Informativo:** A participação deve ser esporádica e com o objetivo de esclarecer temas jurídicos de interesse geral.
- ✓ **Conteúdo Abstrato:** O advogado deve abster-se de analisar casos concretos, próprios ou de terceiros, ainda que de conhecimento público.
- ✓ **Vedaçāo à Autopromoção:** É vedado ao advogado utilizar a ocasião para se autopromover, engrandecer sua atuação profissional, divulgar sua clientela ou os resultados de suas causas.
- ✓ **Informações de Contato:** Durante a entrevista, o advogado não pode divulgar informações de contato como endereço, telefone ou redes sociais. Deve sempre se identificar com seu nome, ou nome social, seguido do número de inscrição na OAB, sendo que a única informação de contato permitida é o **e-mail**.

### 4. PATROCÍNIO DE EVENTOS

O patrocínio de eventos pela advocacia é admitido, de forma sóbria e discreta, exclusivamente em **EVENTOS JURÍDICOS CULTURAIS VOLTADOS PARA ADVOGADOS OU ESTUDANTES DE DIREITO**. Não se admite o patrocínio de eventos de qualquer outra natureza como forma de publicidade da atividade.



## COORDENAÇÃO DE FISCALIZAÇÃO

### 5. O MARKETING JURÍDICO DIGITAL À LUZ DO PROVIMENTO 205/2021

O Provimento nº 205/2021 do CFOAB modernizou as regras de publicidade, permitindo o marketing jurídico digital, desde que respeitados os princípios éticos da profissão. Assim, é permitido:

- ✓ Marketing de Conteúdo: A produção e divulgação de artigos, vídeos e postagens em redes sociais, sites e blogs com conteúdo jurídico de caráter informativo e educacional.
- ✓ Publicidade Ativa e Passiva: O uso de ferramentas de busca e redes sociais (como Google Ads e impulsionamento de publicações) para divulgar o conteúdo informativo, desde que não se trate de oferta direta de serviços e não configure captação de clientela.

Contudo, mesmo no ambiente digital, permanecem as vedações à mercantilização, à captação de clientela e à ostentação.

Esta Coordenadoria permanece à disposição para esclarecer eventuais dúvidas e reitera o compromisso com a fiscalização do exercício ético e regular da advocacia em nosso estado.

Atenciosamente,

Curitiba, junho de 2025.

ANDRÉ PORTUGAL CEZAR  
Coordenador Estadual de Fiscalização do Exercício Profissional



**COMISSÃO DE FISCALIZAÇÃO  
NOTA ORIENTATIVA**

**Data:** 05 de maio de 2025

**Assunto: Vedaçāo à Divulgação de Resultados na Publicidade Advocatícia e Implicações Éticas, Incluindo a Violāo do Sigilo Profissional.**

**Prezado(a) Colega Advogado(a) do Estado do Paraná,**

A Coordenadoria Estadual de Fiscalização do Exercício Profissional da OAB/PR, no uso de suas atribuições e atenta às práticas de publicidade na advocacia em nosso estado, vem por meio desta Nota Orientativa reforçar diretrizes éticas essenciais, especificamente quanto à **absoluta vedaçāo da divulgação de resultados de demandas judiciais ou administrativas** como forma de publicidade profissional.

Temos observado um aumento preocupante de práticas que violam frontalmente as normas que regem a publicidade na advocacia, notadamente a divulgação de êxitos, valores obtidos, decisões favoráveis ou "cases de sucesso", muitas vezes em redes sociais e outros meios digitais.

É fundamental recordar que a publicidade profissional do advogado(a) possui caráter **meramente informativo**, devendo primar pela **discrição e sobriedade**, sendo expressamente vedada qualquer forma que implique **mercantilização da profissão** ou **captação indevida de clientela**, conforme estabelecem o Art. 39 do Código de Ética e Disciplina (CED) e o Art. 4º do Provimento CFOAB nº 205/2021.

Nesse contexto, a divulgação de resultados é **expressamente proibida** pelo Art. 6º, inciso III, do Provimento CFOAB nº 205/2021, que veda a "divulgação de resultados, percentuais ou valores de honorários (...) ou menção a valores envolvidos em causas sob seu patrocínio ou de terceiros;".

As razões para tal vedaçāo são múltiplas e se conectam aos pilares éticos da nossa profissão:

1. **Incompatibilidade com a Natureza da Advocacia:** A advocacia é uma atividade de meio, não de resultado. O(a) advogado(a) compromete-se a empregar seu conhecimento técnico e diligência na defesa dos interesses do cliente, mas o resultado final depende de inúmeros fatores alheios ao seu controle exclusivo. Divulgar resultados cria uma falsa expectativa de garantia de sucesso, o que é incompatível com a seriedade e a complexidade do fazer jurídico.
2. **Mercantilização e Sensacionalismo:** A exposição de êxitos transforma a advocacia em mercadoria, focando no "produto" (o resultado) e não no serviço intelectual e personalíssimo prestado. Tal prática frequentemente resvala no sensacionalismo (Art. 42, CED) e no autoengrandecimento (Art. 6º, VI, Prov. 205/2021), o que é vedado.



## COMISSÃO DE FISCALIZAÇÃO

3. **Parâmetro Enganoso de Competência:** O sucesso em uma ou mais causas não é, isoladamente, um parâmetro fidedigno da competência profissional. Utilizar resultados como métrica de qualificação induz o público a erro (Art. 6º, IV, Prov. 205/2021) e fomenta a concorrência desleal entre colegas.
4. **Violação do Sigilo Profissional (Ponto Crítico):** Este é um dos aspectos mais graves. A divulgação de resultados, mesmo que omitindo o nome do cliente, quase invariavelmente implica comentar, analisar ou expor, direta ou indiretamente, aspectos de um caso concreto patrocinado. Isso representa uma **violação do dever de sigilo profissional**, um dos pilares da relação cliente-advogado e direito fundamental do cidadão (Art. 7º, II e XIX, EAOAB; Art. 34, VII, EAOAB; Arts. 35 a 38, CED).
  - ✓ É crucial entender que o sigilo abrange não apenas confidências diretas, mas **todos os fatos** de que o(a) advogado(a) tenha tido conhecimento em razão do exercício profissional. A divulgação do resultado de uma causa está intrinsecamente ligada a fatos sigilosos.
  - ✓ Eventual autorização do cliente para divulgar o resultado **não afasta a infração ética**, pois a publicidade continua sendo vedada por configurar mercantilização, captação e/ou violação da sobriedade e discrição. O sigilo protege o cliente, mas a forma da publicidade protege a dignidade da profissão e a sociedade. Utilizar informações de casos, mesmo com anuência, para fins de autopromoção baseada em resultados é eticamente inadmissível.

### **Da Abordagem Pedagógica e Oportunidade de Adequação:**

Salienta-se o **caráter primordialmente pedagógico** desta Nota Orientativa. Ciente da possível existência de publicações em desacordo com as normas aqui reiteradas, a Coordenadoria Estadual de Fiscalização conclama os(as) colegas que porventura possuam tais conteúdos a promoverem sua **supressão voluntária e imediata**.

A demonstração de tal adequação espontânea, em resposta a esta orientação geral, **será considerada por esta Coordenadoria** na análise de eventuais procedimentos relativos a publicações anteriores a esta data, podendo, a critério da Fiscalização e conforme o caso concreto, ensejar o arquivamento de apurações preliminares referentes **especificamente** a essas postagens ora removidas.

Entretanto, adverte-se que a **permanência** de conteúdo irregular após a ampla divulgação desta Nota, a **discordância** manifesta com suas diretrizes, ou a **ocorrência de novas infrações** desta natureza, ensejará o **imediato encaminhamento** dos fatos ao **Egrégio Tribunal de Ética e Disciplina (TED)** para a devida instauração do processo disciplinar. Naquela instância, como é de direito, serão assegurados ao(à) advogado(a) a ampla defesa e o contraditório.



## COMISSÃO DE FISCALIZAÇÃO

### **Conclusão:**

Solicitamos ao(a) colega a revisar suas práticas de publicidade, adequando-as rigorosamente aos preceitos éticos e normativos vigentes, contribuindo para a valorização e a dignidade da advocacia paranaense.

Esta Coordenadoria permanecerá atenta e atuante na fiscalização do exercício profissional, sempre com o objetivo de orientar, mas também de coibir práticas que violem nosso Estatuto e Código de Ética.

Atenciosamente,

**André Portugal Cesar  
Coordenador Estadual de Fiscalização do Exercício Profissional OAB/PR**