



Ordem dos Advogados do Brasil - Seção de Goiás
"Casa do Advogado Jorge Jungmann"

TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA
6ª TURMA

Processo nº **201901712**
Consultante: **AMANDA COELHO SANTOS**
Assunto: **CONSULTA**
Relator: **JULIO MIGUEL DA COSTA PORFÍRIO JUNIOR**

RELATÓRIO

Trata-se de consulta formulada por Advogado(a) inscrito(a) nesta Seccional, por meio da qual pretende ver esclarecida dúvida acerca da licitude, do ponto de vista ético disciplinar, do patrocínio de eventos, vinculando o patrocínio ao nome do próprio advogado ou do escritório.

É o breve relatório. Passo ao parecer.

JUIZO DE ADMISSIBILIDADE

Sabe-se que o artigo 71, inciso II, do vigente Código de Ética e Disciplina da OAB, atribui competência aos Tribunais de Ética e Disciplina para "*responder a consultas formuladas, em tese, sobre matéria ético-disciplinar*"

A consulta merece ser conhecida, eis que se trata de consulta em tese formulada por Advogado(a) regularmente inscrito(a), compreendida na competência deste Tribunal. Além disso, a solução do problema indagado alcançará uma gama indeterminada e impessoal de advogados que eventualmente estejam na mesma situação jurídica da consultante.

À luz do exposto, conheço da consulta e passo a análise do seu mérito.

PARECER

A publicidade dos advogados encontra disciplinada nos artigos 39 a 47 do atual Código de Ética e Disciplina (CED), bem como regulamentada pelo Provimento nº 94/2000 do Conselho Federal da OAB.





Ordem dos Advogados do Brasil - Seção de Goiás "Casa do Advogado Jorge Jungmann"

No que interessa à presente consulta, observa-se que no âmbito do Código de Ética e Disciplina é autorizada a publicidade profissional do advogado com caráter meramente informativo e deve primar pela discrição e sobriedade, não podendo configurar captação de clientela ou mercantilização da profissão (art. 39 do CED).

Sobre o patrocínio de eventos como forma de publicidade, o artigo 45 do CED é expresso no sentido que:

Art. 45. São admissíveis como formas de publicidade o patrocínio de eventos ou publicações de caráter científico ou cultural, assim como a divulgação de boletins, por meio físico ou eletrônico, sobre matéria cultural de interesse dos advogados, desde que sua circulação fique adstrita a clientes e a interessados do meio jurídico.

Vale dizer, é compatível com as diretrizes estabelecidas no Código de Ética e Disciplina o patrocínio de evento, desde que o mesmo esteja relacionado ao meio jurídico. No evento, é admitido ao advogado proferir palestras sobre temas técnicos de interesse dos participantes, bem como apor o seu nome ou do seu escritório no material de apoio e divulgação.

Assim, como a consulta não especifica qual tipo do evento a ser patrocinado, se mostra importante esclarecer que é vedado o patrocínio de evento que não seja estritamente voltado aos ramos do Direito.

Ademais, autoriza-se, sempre, a chamada informativa, bem retratada no artigo 2º do Provimento 94/2000 do Conselho Federal da OAB:

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, títulos acadêmicos e qualificações profissionais obtidos em estabelecimentos reconhecidos, relativos à profissão de advogado;
- f) a indicação das associações culturais e científicas que faça parte o advogado ou a sociedade de advogados;
- g) os nomes e os nomes sociais dos advogados integrados ao escritório;
- h) o horário de atendimento ao público;
- i) os idiomas falados ou escritos.





Ordem dos Advogados do Brasil - Seção de Goiás “Casa do Advogado Jorge Jungmann”

Portanto, mesmo que seja voltado ao meio jurídico, a publicidade contida no patrocínio deve ter caráter meramente informativo e deve primar pelo equilíbrio e temperança, não podendo configurar captação de clientela ou mercantilização da profissão.

A título de ilustração, vale registrar que a montagem de “stands”, a afixação de faixas e a distribuição de panfletos do advogado no evento, por exemplo, pode infringir a exigência legal de modicidade.

Sobre a divulgação do evento a ser patrocinado, ao indicar o nome do advogado ou do escritório no material, admite-se referência aos títulos acadêmicos do advogado e às distinções honoríficas relacionadas à vida profissional, bem como às instituições jurídicas de que faça parte e às 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, por interpretação analógica do artigo 44 do CED. Veja:

Art. 44. Na publicidade profissional que promover ou nos cartões e material de escritório que se utilizar, o advogado fará constar seu nome 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 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.

§ 2º É vedada a inclusão de fotografias pessoais ou de terceiros nos cartões de visitas do advogado, bem como menção a qualquer emprego, cargo ou função ocupado, atual ou pretérito, em qualquer órgão ou instituição, salvo o de professor universitário.

Sempre, repito, deve ser respeitada a razoabilidade na divulgação. Em outras palavras, é vedada a autopromoção. Sobre o tema, este Egrégio Tribunal Disciplinar já se manifestou:

EMENTA: DISTRIBUIÇÃO DE PANFLETOS. CAPTAÇÃO IRREGULAR DE CLIENTELA. PROPAGANDA MERCANTIL ILEGAL. RECONHECIMENTO E CONFISSÃO POR PARTE DO ADVOGADO. Comete infração ética advogado que veiculou panfletos com esclarecimentos jurídicos, com objetivos de autopromoção. Forma irregular de captar clientela e forma irregular de propaganda, que se assemelha a publicidade mercantil, o que é vedado pelo CED E EAOAB. A afirmação em defesa prévia que sabia da distribuição, da data e quem distribuiu é sem dúvida do conhecimento do advogado. Não há como ser negada esta falta ética. Acórdão: Representação julgada procedente, aplicando ao Representado a sanção de censura. Presidente da 5ª





Ordem dos Advogados do Brasil - Seção de Goiás "Casa do Advogado Jorge Jungmann"

Turma: Dr. José Antônio de Paula Itacaramby. Relator:
Dr. Luiz Rodrigues da Silva. Voto unânime. processo nº:
2012/00096. data da sessão: 14/08/2013.

Face ao exposto, conheço da exortação para respondê-la no sentido de que, por força do artigo 45 do Código de Ética e Disciplina, é permitido ao advogado o patrocínio de evento como forma de publicidade, mas o evento deve ser voltado ao meio jurídico e a publicidade nele contida deve ter caráter meramente informativo, devendo primar pela discrição e sobriedade, não podendo configurar captação de clientela ou mercantilização da profissão, sob pena do profissional sofrer as penalidade legais, sendo permitido ao advogado apenas proferir palestras sobre temas técnicos de interesse dos participantes, bem como apor o seu nome ou do seu escritório no material de apoio e divulgação, conforme permite o artigo 2º do Provimento 94/2000 do Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil.

É o PARECER, que submeto aos meus pares.

Goiânia/GO, data da assinatura eletrônica.

(assinatura eletrônica)

Julio Miguel da Costa Porfírio Junior
Juiz da 6ª Turma do TED/OAB/GO





Ordem dos Advogados do Brasil - Seção de Goiás
"Casa do Advogado Jorge Jungmann"

Processo nº 201901712

Consultante: AMANDA COELHO SANTOS

Assunto: CONSULTA

Relator: JULIO MIGUEL DA COSTA PORFÍRIO JUNIOR

**EMENTA Nº /2019 - 6ª Turma-GO.
CONSULTA. PUBLICIDADE. PATROCÍNIO DE EVENTO
ESTRITAMENTE LIGADO AO MEIO JURÍDICO.
POSSIBILIDADE. OBSERVÂNCIA DO CARÁTER MERAMENTE
INFORMATIVO, DA DISCRIÇÃO E SOBRIEDADE NA
PUBLICIDADE. NECESSIDADE.**

1. O patrocínio de eventos é compatível com as diretrizes estabelecidas no artigo 45 do Código de Ética e Disciplina, mas o evento deve ser voltado ao meio jurídico e a publicidade nele contida deve ter caráter meramente informativo, devendo primar pela discrição e sobriedade, não podendo configurar captação de clientela ou mercantilização da profissão.

2. Admite-se ao advogado proferir palestras sobre temas técnicos de interesse dos participantes, bem como apor o seu nome ou do seu escritório no material de apoio e divulgação, em linha com a chamada publicidade informativa retratada no artigo 2º do Provimento 94/2000 do Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil.

3. Permissão ética, com ressalvas.

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos, **acordam** os integrantes da Sexta Turma Julgadora do Tribunal de Ética e Disciplina da Seção de Goiás da Ordem dos Advogados do Brasil, **POR UNANIMIDADE, conhecer da exortação** para respondê-la nos termos do parecer do Relator.

Goiânia/GO, data da assinatura eletrônica.

Jorcelino Antônio Laranjeiras Neto
Presidente

(assinatura eletrônica)
Julio Miguel da Costa Porfírio Junior
Juiz Relator

