

CARTILHA

MARKETING JURÍDICO



Comissão de Fiscalização
do Exercício Profissional

Copyright © 2026 Ordem dos Advogados do Brasil
Seccional do Rio Grande do Norte.

DIRETORIA DO CONSELHO SECCIONAL - 2025/2027

PRESIDENTE

Carlos Kelsen Silva dos Santos

VICE-PRESIDENTE

Bárbara Paloma Fernandes de Vasconcelos Bezerra

SECRETÁRIO-GERAL

Ricardo Victor Pinheiro de Lucena

SECRETÁRIO-GERAL ADJUNTO

Marcos Aurélio Santiago Braga

DIRETORA-TESOUREIRA

Marília Almeida Mascena Bezerra

TEXTO, PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Equipe de Comunicação e Marketing

Arthur Barbalho, Aura Mazda, Ederson Costa, Ivan Neto, João Paulo Cavalcanti,
Mara Godeiro, Maria Emília Tavares e Rodrigo Galvão

REALIZAÇÃO





COMISSÃO DE FISCALIZAÇÃO DO EXERCÍCIO PROFISSIONAL

PRESIDENTE

Rafael Vale Bezerra

VICE-PRESIDENTE

Rebeca Câmara Alves

MEMBROS

Adonai Wilson Ferreira Bezerra

Cláudio Severino da Silva

Daniel Melo de Lacerda

Iris Fernanda de Oliveira Galvão

José Majulí Bezerra Filho

APRESENTAÇÃO

Na advocacia, a comunicação tem um papel estratégico. Em uma sociedade cada vez mais digital, conectada e orientada pela informação, é preciso saber não apenas se posicionar no mercado, mas como fazê-lo de forma ética, responsável e em conformidade com o Estatuto e o Código de Ética da Advocacia.

Nesse contexto, o Provimento nº 205/2021, do Conselho Federal da OAB, representa um marco para a publicidade jurídica no Brasil, oferecendo mais clareza sobre o uso das redes sociais, produção de conteúdo, impulsionamento de publicações e outras ferramentas de comunicação.

Esta cartilha foi desenvolvida com o objetivo de servir como um guia prático e acessível para advogados, escritórios, agências de comunicação e profissionais da imprensa que atuam junto ao setor jurídico. Esperamos que este material contribua para esclarecer dúvidas, orientar boas práticas e incentivar uma comunicação jurídica cada vez mais profissional, ética e eficiente.

Ordem dos Advogados do Brasil no Rio Grande do Norte



O QUE É MARKETING JURÍDICO

O marketing jurídico é um conjunto de estratégias de comunicação usadas para fortalecer a imagem profissional do advogado, consolidando sua autoridade e aproximando-o da sociedade.

Diferente da publicidade comercial, o marketing jurídico não pode ter um objetivo de venda, já que o Código de Ética da OAB proíbe a mercantilização da profissão. O propósito principal deve ser informar e educar sobre o tema.

O QUE DIZ O PROVIMENTO Nº 205/2021



No Provimento nº 205/2021, a OAB modernizou as regras sobre publicidade e marketing na advocacia para adequá-las ao ambiente digital e às novas formas de comunicação profissional. A norma expõe os limites éticos e define as normas sobre uso de redes sociais, produção de conteúdo jurídico, impulsionamento de publicações e anúncios pagos.

A COMUNICAÇÃO JURÍDICA DEVE SEGUIR OS SEGUINTE PRINCÍPIOS:



Discrição



Sobriedade



**Caráter
informativo**



**Ética
profissional**



O ADVOGADO PODE USAR DA PUBLICIDADE E MARKETING JURÍDICO DESDE QUE:

- Respeite a ética da advocacia;
- Tenha caráter informativo e não comercial;
- Não configure captação de clientela.

O QUE PODE:

Produção de conteúdo jurídico



Posts educativos, vídeos explicativos, artigos, lives e webinars

Presença digital profissional



Ter perfil profissional, site de escritório, usar SEO e Google

Assessoria de Comunicação



Contar com profissionais especializados

Participação em Mídias e Eventos



Entrevistas, palestras, podcasts e lives para ampliar visibilidade

Uso de logotipo



Utilizar logotipo para fortalecer sua marca

Anúncios pagos



Investir em anúncios pagos de forma ética e estratégica

Incluir contatos



Incluir e-mails e perfis de redes sociais em material de divulgação

Divulgação e venda



Divulgar e comercializar livros, cursos, seminários ou congressos de autoria

O QUE NÃO PODE:

Promessa de resultados



É vedado prometer ou garantir resultados aos clientes

Divulgação de preços ou vantagens



Não é permitido divulgar preços ou vantagens que configure mercantilização

Mostrar decisões, êxitos antes e depois



É vedado expor decisões, êxitos ou comparar antes e depois de processos

Uso de linguagem apelativa



É proibido o uso de linguagem apelativas ou comparar-se aos outros

Estimular a litigância



Não é ético estimular conflitos ou judicialização de questões

Exposição de estilo de vida / ostentação



É vedada a exposição de luxo, riqueza ou estilo de vida para atrair clientes

Veiculação de publicidade



É proibida a veiculação publicitária por meio de rádio, cinema e televisão

Uso de outdoors e painéis luminosos



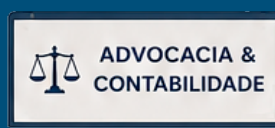
Não é permitido o uso de outdoors, painéis luminosos ou formas semelhantes

Inscrições em espaço público



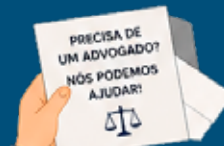
É vedada a inscrição em muros, veículos, elevadores ou qualquer espaço público

Divulgação de serviço combinado



Não é permitido divulgar serviços com outras atividades ou indicar vínculos entre elas

Utilização de mala direta



É vedada a mala direta, distribuição de panfletos ou formas semelhantes de publicidade

Conteúdos prejudiciais à classe



É proibido divulgar conteúdos que comprometam a reputação da advocacia



BOAS PRÁTICAS PARA REDES SOCIAIS:

- Utilize uma linguagem clara e acessível;
- Mantenha uma identidade visual coerente;
- Verifique informações jurídicas;
- Evite opiniões ofensivas;
- Respeite o sigilo profissional;
- Informe sem alarmismo.

EXEMPLOS PRÁTICOS:

NÃO

"Teve seu nome negativado indevidamente? Entre em contato!"

"Especialista em ganhar ações"

"Consulta grátis hoje"

SIM

"Entenda quando a negativação pode ser considerada indevida"

"Principais direitos do trabalhador demitido"

"O que fazer ao receber uma cobrança indevida"

RELAÇÃO COM A IMPRENSA

A advocacia pode servir de fonte para a imprensa e contribuir para o debate público.

É permitido participar de entrevistas e debates na imprensa, publicar artigos e análises, desde que não faça promoção pessoal, respeite o sigilo dos processos e preserve a ética profissional.

A citação do advogado deve ser discreta, sendo permitido mencionar nome completo, número da OAB e área de atuação. No material jornalístico não é permitido divulgar telefone, Whatsapp ou qualquer menção para atrair clientes, como "me procure" ou "agende consulta".



NÃO PODE:

O profissional não pode se expor



É vedado expor clientes e processos de forma a obter destaque pessoal ou promoção profissional

Autopromoção



Não é permitido utilizar a imprensa para promover a imagem, capacidade ou serviços profissionais

Usar a imprensa como publicidade



É antiético o uso de matérias "plantadas" ou conteúdos disfarçados de jornalismo para promoção

Fornecimento de dados de contato



Não é permitido incluir dados de contato em artigos ou colunas publicados na imprensa

Promoção do escritório



É vedada a promoção do escritório de advocacia por meio da imprensa direta ou indiretamente

Debater sobre seus métodos de trabalho



Não é ético emitir críticas, juízos ou comentários sobre causas, estratégias ou condutas de outros

Insinuar-se para reportagens



É antiético se insinuar ou se colocar à disposição da imprensa para obter destaque indevido



LINHAS EDITORIAIS SEGURAS:

- Conteúdo explicativo e prático;
- Análise de fatos atuais;
- Datas sazonais (ex: Imposto de Renda, Black Friday);
- Educação jurídica.

EXEMPLOS SEGUROS:

SIM

"Entenda seus direitos em caso de atraso de voo"

NÃO

"Advogado explica como ganhar indenização"

SIM

"De acordo com o advogado XXX"

NÃO

"O escritório XXX explica"

PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS

É autorizada a participação e divulgação da advocacia, desde que respeite caráter informativo e institucional, em:

- Congressos;
- Seminários;
- Podcasts;
- Lives;
- Programas de rádio e televisão;
- Eventos acadêmicos.

PERGUNTAS FREQUENTES:

ADVOGADO PODE IMPULSIONAR PUBLICAÇÕES?

Sim. O impulsionamento é permitido pelo Provimento 205/2021, desde que respeite os limites éticos.

É PERMITIDO DIVULGAR ÁREAS DE ATUAÇÃO?

Sim. O profissional pode informar suas áreas de atuação e experiência.

PODE HAVER DIVULGAÇÃO DE HONORÁRIOS?

Não como estratégia de captação ou mercantilização.

ADVOGADO PODE FAZER VÍDEOS NAS REDES SOCIAIS?

Sim. Vídeos educativos e informativos são permitidos, desde que respeitem os limites estabelecidos e não afetem a imagem da advocacia como um todo.

É PERMITIDO USAR TIKTOK E INSTAGRAM?

Sim. Todas as plataformas digitais podem ser utilizadas, desde que sejam respeitados os limites éticos.



CHECKLIST

Antes de publicar qualquer conteúdo, verifique:

	O conteúdo possui caráter informativo?	☒
	A linguagem está sóbria e moderada?	☒
	Existe promessa de resultado?	☒
	Há exposição indevida de clientes?	☒
	O material respeita o sigilo profissional?	☒
	O conteúdo evita a mercantilização?	☒
	A postagem preserva a dignidade da advocacia?	☒



EM CASO DE INFRAÇÃO DISCIPLINAR, QUAIS SÃO AS SANÇÕES?

CENSURA

Pode ser convertida em advertência, em ofício reservado, sem registro na inscrição, quando exista circunstância atenuante. De acordo com o Art. 36, é aplicável nos casos de:

- Infrações definidas nos incisos I a XVI e XXIX do art. 34;
- Violação a preceito do Código de Ética e Disciplina;
- Violação do Estatuto da Advocacia, quando para a infração não se tenha estabelecido sanção mais grave.

SUSPENSÃO

É a interdição do exercício profissional, em todo o território nacional, pelo prazo de trinta dias a doze meses. De acordo com o Art. 37, é aplicável nos casos de:

- Infrações definidas nos incisos XVII a XXV do art. 34;
- Reincidência em infração disciplinar.

EXCLUSÃO

Para a aplicação da exclusão, é necessária a manifestação favorável de dois terços dos membros do Conselho Seccional. De acordo com o Art. 37, é aplicável nos casos de:

- Aplicação, por três vezes, de suspensão;
- Infrações definidas nos incisos XXVI a XXVIII do Art. 34.

MULTA

O valor varia entre o mínimo correspondente ao valor de uma anuidade ou até dez vezes o valor. Pode ser aplicável cumulativamente com a censura ou suspensão, caso de situações agravantes.





Comissão de Fiscalização
do Exercício Profissional

R. Nossa Senhora de Candelária, 3382, Candelária • Natal/RN • (84) 4008-9400
Site: oabrn.org.br • [@oabrnoficial](https://www.instagram.com/oabrnoficial)