

maneira condigna os advogados em concurso com outros colegas, não os tornando subalternos tampouco aviltando (rebaixando) os serviços prestados mediante remuneração incompatível com a natureza do trabalho profissional ou inferior ao mínimo fixado pela Tabela de Honorários da Seccional competente. No caso de aviltamento praticado por entidades públicas ou privadas, os advogados responsáveis possuem o dever de intervir junto aos setores e órgãos competentes internos para corrigir o abuso, sem prejuízo de acionar a OAB para adotar medidas cabíveis.

Conforme banco de perguntas, no VII e XIX Exames de Ordem, foram cobradas questões relacionadas ao tema regulado nesse capítulo do CED.

B.5. CAPÍTULO V – DA ADVOCACIA *PRO BONO*

Uma das inovações do novo CED da OAB consiste em capítulo sobre a chamada advocacia *pro bono*, prática existente no Brasil e no mundo, mas que carecia de regulamentação própria.

B.5.i. QUADRO COMPARATIVO

ANTIGO CED DA OAB	NOVO CED DA OAB
SEM CORRESPONDENTE	<p>CAPÍTULO V DA ADVOCACIA <i>PRO BONO</i></p> <p>Art. 30. No exercício da advocacia <i>pro bono</i>, e ao atuar como defensor nomeado, conveniado ou dativo, o advogado empregará o zelo e a dedicação habituais, de forma que a parte por ele assistida se sinta amparada e confie no seu patrocínio.</p> <p>§ 1º Considera-se advocacia <i>pro bono</i> a prestação gratuita, eventual e voluntária de serviços jurídicos em favor de instituições sociais sem fins econômicos e aos seus assistidos, sempre que os beneficiários não dispuserem de recursos para a contratação de profissional.</p>

ANTIGO CED DA OAB	NOVO CED DA OAB
SEM CORRESPONDENTE	<p>§ 2º A advocacia <i>pro bono</i> pode ser exercida em favor de pessoas naturais que, igualmente, não dispuserem de recursos para, sem prejuízo do próprio sustento, contratar advogado.</p> <p>§ 3º A advocacia <i>pro bono</i> não pode ser utilizada para fins político-partidários ou eleitorais, nem beneficiar instituições que visem a tais objetivos, ou como instrumento de publicidade para captação de clientela.</p>

A advocacia *pro bono* é a prestação gratuita, eventual e voluntária de serviços jurídicos em favor de (i) instituições sociais sem fins econômicos e de (ii) seus assistidos, bem como em favor de (iii) pessoas naturais. Para tanto, os beneficiários não podem dispor de recursos para contratar o profissional, justificando o caráter excepcionalmente gratuito da prestação de serviços.

A advocacia *pro bono* não se confunde com a figura do “defensor nomeado”, que ocorre, por exemplo, quando na impossibilidade de Defensoria Pública, o magistrado designa certo advogado para prestar assistência jurídica a terceiro necessitado em litígio. A recusa, sem justo motivo, a essa nomeação é, inclusive, prevista como infração disciplinar (art. 34, XII, da Lei n. 8.906/94). Em que pese o assistido não custear diretamente os serviços prestados pelo advogado enquanto defensor nomeado, este tem direito aos honorários fixados pelo juiz, segundo tabela organizada pelo Conselho Seccional da OAB, e pagos pelo Estado (art. 22, § 1º, da Lei n. 8.906/94).

Na advocacia *pro bono*, destarte, a prestação da assistência jurídica é custeada com recursos do próprio patrono, que, de maneira voluntária, aceitou representar gratuitamente o beneficiário em certa causa, dado que este não possui meios para pagar pelos serviços contratados. Isso, contudo, não significa que o advogado não tenha direito a eventuais honorários de sucumbência.

no exercício das funções de mediador, conciliador e árbitro) é um dever condizente à natureza de ordem pública que caracteriza essas informações. O novo CED da OAB estabelece, de maneira peremptória, que as comunicações *de qualquer natureza* entre cliente e advogado são presumidas confidenciais (art. 36, § 1º, do CED da OAB).

Enquanto que a prerrogativa da inviolabilidade do local de trabalho, de seus instrumentos de trabalho, de correspondência escrita, eletrônica, telefônica, etc, é um direito dos advogados contra terceiros (art. 7º, II, da Lei n. 8.906/94)⁵, o sigilo profissional é um poder-dever ético do advogado para viabilizar a relação de confiança com os seus clientes. Por essa razão, o advogado tem o direito de se recusar a depor como testemunha sobre fato que constitua sigilo profissional (art. 7º, XIX, da Lei n. 8.906/94 e art. 38 do CED da OAB).

Somente em circunstâncias excepcionais pode ser quebrado o sigilo profissional: situações de grave ameaça ao direito à vida e à honra ou que envolvam defesa própria (art. 37 do CED da OAB). Violar, sem justa causa, o sigilo profissional é, inclusive, infração disciplinar (art. 34, VII, da Lei n. 8.906/94). Ademais, o advogado pode responder penalmente pelo crime de violação do segredo profissional, estando sujeito à pena de detenção, de três meses a um ano, ou multa (art. 154 do Código Penal).

Como vemos no banco de perguntas, os temas regulados por esse capítulo são muito frequentes nos Exames de Ordem. Por isso, recomendamos o estudo redobrado das regras sobre sigilo profissional.

B.8. CAPÍTULO VIII – DA PUBLICIDADE PROFISSIONAL

As importantes regras sobre a publicidade na advocacia estão dispostas no Capítulo VIII do novo Código de Ética e Disciplina. No quadro comparativo, abaixo, podemos visualizar as alterações na nova redação, destacadas em vermelho.

5 Importante lembrar que a inviolabilidade do local de trabalho não é absoluta, pois, na existência de indícios de autoria e materialidade da prática de crime por parte de advogado, a autoridade judiciária competente poderá decretar a quebra da inviolabilidade, em decisão motivada, expedindo mandado de busca e apreensão, específico e pormenorizado, a ser cumprido na presença de representante da OAB. É, ainda, vedado coleta de materiais que tenham informações sobre clientes do advogado, salvo se este for partícipe ou co-autor da prática do mesmo crime que deu causa à quebra da inviolabilidade (art. 7º, § 6º e §7º da Lei n. 8.906/94).

B.8.i. QUADRO COMPARATIVO

ANTIGO CED DA OAB	NOVO CED DA OAB
<p data-bbox="202 161 432 233" style="text-align: center;">CAPÍTULO IV DA PUBLICIDADE</p> <p data-bbox="92 248 542 504">Art. 28. O advogado pode anunciar os seus serviços profissionais, individual ou coletivamente, com discrição e moderação, para finalidade exclusivamente informativa, vedada a divulgação em conjunto com outra atividade.</p> <p data-bbox="92 520 542 927">Art. 29. O anúncio deve mencionar o nome completo do advogado e o número da inscrição na OAB, podendo fazer referência a títulos ou qualificações profissionais, especialização técnico-científica e associações culturais e científicas, endereços, horário do expediente e meios de comunicação, vedadas a sua veiculação pelo rádio e televisão e a denominação de fantasia.</p> <p data-bbox="92 943 542 1118">§ 1º Títulos ou qualificações profissionais são os relativos à profissão de advogado, conferidos por universidades ou instituições de ensino superior, reconhecidas.</p> <p data-bbox="92 1134 542 1278">§ 2º Especialidades são os ramos do Direito, assim entendidos pelos doutrinadores ou legalmente reconhecidos.</p> <p data-bbox="92 1294 542 1469">§ 3º Correspondências, comunicados e publicações, versando sobre constituição, colaboração, composição e qualificação de componentes de escritório e especificação de</p>	<p data-bbox="710 161 1014 233" style="text-align: center;">CAPÍTULO VIII DA PUBLICIDADE PROFISSIONAL</p> <p data-bbox="577 240 1025 496">Art. 39. A publicidade profissional do advogado tem caráter meramente informativo e deve primar pela discrição e <i>sobriedade</i>, não podendo configurar <i>captação de clientela ou mercantilização da profissão</i>.</p> <p data-bbox="577 504 1025 679">Art. 40. Os meios utilizados para a publicidade profissional não devem ser compatíveis com a diretriz estabelecida no artigo anterior, sendo vedados:</p> <ul data-bbox="577 695 1025 1477" style="list-style-type: none">I - a veiculação da publicidade por meio de rádio, cinema e televisão;II - o uso de <i>outdoors</i>, painéis luminosos ou formas assemelhadas de publicidade;III - <i>as inscrições em muros, paredes, veículos, elevadores ou em qualquer espaço público</i>;IV - a divulgação de serviços de advocacia juntamente com a de outras atividades ou a indicação de vínculos entre uns e outras;V - <i>o fornecimento de dados de contato, como endereço e telefone, em colunas ou artigos literários, culturais, acadêmicos ou jurídicos, publicados na imprensa, bem assim quando de eventual participação em programas de rádio ou televisão, ou em veiculação de matérias</i>

ANTIGO CED DA OAB	NOVO CED DA OAB
<p>IV – divulgar ou deixar que seja divulgada a lista de clientes e demandas;</p> <p>V – insinuar-se para reportagens e declarações públicas.</p> <p>Art. 34. A divulgação pública, pelo advogado, de assuntos técnicos ou jurídicos de que tenha ciência em razão do exercício profissional como advogado constituído, assessor jurídico ou parecerista, deve limitar-se a aspectos que não quebrem ou violem o segredo ou o sigilo profissional.</p>	<p>Parágrafo único. A telefonia e a internet podem ser utilizadas como veículo de publicidade, inclusive para o envio de mensagens a destinatários certos, desde que estas não impliquem o oferecimento de serviços ou representem forma de captação de clientela.</p> <p>Art. 47. As normas sobre publicidade profissional constantes deste capítulo poderão ser complementadas por outras que o Conselho Federal aprovar, observadas as diretrizes do presente Código.</p>

A publicidade na advocacia não é proibida, mas é possível nos limites do *munus* público da profissão. Como explicado anteriormente, o advogado, ao representar interesses jurídicos de terceiros, exerce elevada função social junto à administração da Justiça, pois se conforma enquanto verdadeiro veículo para viabilizar a efetivação de direitos individuais e coletivos. Em vista desse *munus*, a legislação estabelece uma série de normas que vedam práticas mercantilizantes capazes de sobrepor os interesses financeiros àqueles da efetivação da Justiça, da defesa do Estado Democrático de Direito e do apaziguamento dos conflitos sociais.

Assim sendo, o artigo 39 do CED da OAB estabelece a “regra de ouro” da publicidade na advocacia: o caráter meramente informativo, primando pela discrição e sobriedade, não podendo configurar-se como captação de clientela ou mercantilização da profissão. E, de maneira não exaustiva, estabelece um conjunto de vedações cuja concretização afrontaria tal regra, tais como: a veiculação da publicidade por meio de rádio, cinema, televisão, *outdoors*, inscrições em muros, paredes, veículos, elevadores ou em qualquer espaço público, a utilização de panfletos e “malas diretas” com o intuito de captar clientes, a divulgação de serviços de advocacia juntamente com a de outras atividades, o fornecimento de dados de contato em colunas ou artigos publicados na imprensa ou em eventual