



ÉTICA PROFISSIONAL E DIREITOS FUNDAMENTAIS: O DILEMA DA CAPTAÇÃO DE CLIENTELA NA ADVOCACIA E A PROTEÇÃO DE APOSENTADOS E IDOSOS

PROFESSIONAL ETHICS AND FUNDAMENTAL RIGHTS: THE DILEMMA OF CLIENT ACQUISITION IN LAW AND THE PROTECTION OF RETIREES AND THE ELDERLY

Janaina de Aguiar ROCHA¹

Faculdade de Ciências do Tocantins (FACIT)

E-mail: janainaguiarocha@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0009-0009-9822-0629>

Jocirley de OLIVEIRA²

Faculdade de Ciências do Tocantins (FACIT)

E-mail: Oliveiraaraguaina2013@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0009-0008-4126-0091>

203

RESUMO

O presente artigo analisa a ética profissional na advocacia e a captação de clientela sob a ótica constitucional e social, com ênfase na proteção dos aposentados e idosos. A pesquisa, de natureza bibliográfica e documental, fundamenta-se em legislações, doutrinas e publicações científicas que abordam o exercício ético da advocacia, o direito de informação e o acesso à justiça. O estudo demonstra que o Código de Ética e Disciplina da OAB, o Estatuto da Advocacia (Lei nº 8.906/1994) e o Provimento nº 205/2021 não proíbem o marketing jurídico ético e informativo, mas apenas a exploração mercantil da profissão. Nessa perspectiva, a comunicação responsável do advogado não constitui captação indevida de clientela, mas expressão legítima de sua função social e constitucional. A atuação ética, quando voltada à educação e orientação jurídica de grupos vulneráveis, especialmente aposentados e idosos, contribui para prevenir abusos e fortalecer o princípio da dignidade da pessoa humana. Conclui-se que a advocacia moderna deve ser compreendida como

¹ Aluna do Curso de Graduação – Bacharelado em Direito pela Faculdade de Ciências do Tocantins - FACIT. janainaguiarocha@gmail.com/orcid.org/0009-0009-9822-0629.

² Pós Doutor em Letras, Língua e Literatura Pela Universidade Federal do Norte do Tocantins. Doutor em Letras, Língua e Literatura Pela Universidade Federal do Tocantins - UFT, Mestre em Educação Pela Universidade Federal do Tocantins – UFT. Oliveiraaraguaina2013@gmail.com/ orcid.org/0009-0008-4126-0091

instrumento de cidadania e justiça social, capaz de harmonizar liberdade profissional, ética e compromisso com os direitos fundamentais.

Palavras-chave: Ética profissional. Captação de clientela. Marketing jurídico. Advocacia. Proteção ao idoso.

ABSTRACT

This article analyzes professional ethics in law practice and client solicitation from a constitutional and social perspective, emphasizing the protection of retired and elderly individuals. The research, of bibliographic and documentary nature, is based on legislation, legal doctrine, and academic publications addressing ethical law practice, the right to information, and access to justice. The study demonstrates that the OAB Code of Ethics, the Statute of Advocacy (Law No. 8.906/1994), and Provision No. 205/2021 do not prohibit ethical and informative legal marketing, but only the commercial exploitation of the profession. Therefore, responsible legal communication is not unethical solicitation but a legitimate expression of the lawyer's social and constitutional role. Ethical legal practice focused on educating and guiding vulnerable groups, especially retirees and elderly people, helps prevent abuse and reinforces the principle of human dignity. It concludes that modern advocacy must be understood as an instrument of citizenship and social justice, harmonizing professional freedom, ethics, and commitment to fundamental rights.

Keywords: Professional ethics. Client solicitation. Legal marketing. Advocacy. Elderly protection.

INTRODUÇÃO

A advocacia, reconhecida pela Constituição Federal de 1988 como função essencial à administração da justiça, tem como missão fundamental a defesa dos direitos, das garantias e da dignidade da pessoa humana. Nesse contexto, a ética profissional constitui o alicerce da atuação jurídica, buscando equilibrar o exercício da profissão com o respeito à sociedade e a preservação dos valores que sustentam o Estado Democrático de Direito.

Entre os diversos temas regulados pelo Código de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), destaca-se a questão da captação de clientela, tradicionalmente tratada com restrição, mas que, diante das transformações sociais e tecnológicas contemporâneas, demanda uma nova reflexão, agora sob a ótica do acesso à justiça e da função social da advocacia.

Historicamente, o debate sobre o tema concentrou-se na vedação de práticas abusivas e mercantilistas. Contudo, é necessário distinguir essas condutas da atuação ética e informativa, voltada à orientação de grupos vulneráveis, como os aposentados e idosos, que frequentemente enfrentam desinformação sobre seus direitos e situações de desamparo jurídico. A atuação proativa do advogado, quando pautada na boa-fé, na transparência e no respeito aos limites legais, deve ser compreendida como instrumento legítimo de efetivação da cidadania e de concretização do direito fundamental de acesso à justiça, previsto no artigo 5º, inciso XXXV, da Constituição Federal.

A própria Constituição consagra a dignidade da pessoa humana como fundamento do Estado Democrático de Direito e, juntamente com o Estatuto do Idoso (Lei nº 10.741/2003), impõe ao Estado, à sociedade e às instituições, incluindo a advocacia, o dever de assegurar proteção integral à pessoa idosa. Sob essa perspectiva, a aproximação do advogado com esse público, quando realizada de forma ética e orientadora, não representa violação à norma, mas sim concretização dos deveres constitucionais de proteção e inclusão social.

A discussão sobre captação de clientela, portanto, deve evoluir da simples proibição para uma análise contextualizada, capaz de distinguir o abuso, da ação social informativa e educativa do advogado, que contribui para evitar fraudes, descontos indevidos e prejuízos que atingem especialmente os aposentados. A advocacia deve ser vista, assim, como elo de proteção e esclarecimento, e não apenas como atividade sujeita a restrições disciplinares.

A orientação responsável a aposentados e idosos não só respeita os princípios éticos da profissão, como também reafirma a função pública do advogado como agente de acesso à justiça. Nesse sentido, a OAB, ao disciplinar a publicidade e o relacionamento com potenciais clientes, enfrenta o desafio de conciliar a preservação

da dignidade profissional com o direito da população de ser informada sobre seus direitos e sobre os meios legítimos de exercê-los.

Dessa forma, este artigo propõe uma leitura equilibrada e atualizada do tema, defendendo a possibilidade da captação ética e responsável de clientela, especialmente no atendimento a aposentados e idosos. A ética profissional, longe de ser obstáculo à aproximação entre o advogado e o cidadão vulnerável, deve ser compreendida como guia de conduta compatível com os valores constitucionais, promovendo a justiça social, a inclusão e a efetivação dos direitos fundamentais.

Assim, a presente pesquisa tem por objetivo analisar o dilema da captação de clientela na advocacia sob a perspectiva da ética profissional, dos direitos fundamentais e da proteção aos idosos, defendendo uma interpretação que harmonize a atuação do advogado com os princípios da dignidade humana, da liberdade profissional e do acesso à justiça.

METODOLOGIA

A pesquisa que fundamenta este artigo foi desenvolvida com base no método bibliográfico, que utiliza materiais já publicados para construir reflexões e interpretações sobre o tema proposto. Essa escolha se justifica pela natureza teórica do estudo, que busca compreender a ética profissional na advocacia, a liberdade de exercício da profissão e os direitos fundamentais aplicados aos aposentados e idosos.

A pesquisa bibliográfica mostra-se especialmente adequada porque permite analisar como diferentes autores têm interpretado a captação de clientela sob uma perspectiva ética e constitucional. Mais do que reunir restrições, o estudo busca destacar as interpretações contemporâneas que defendem a atuação informativa e socialmente responsável do advogado. Trata-se de uma metodologia que favorece uma leitura crítica e equilibrada do tema, contextualizando o debate e mostrando a importância de conciliar a ética profissional com o direito de acesso à justiça.

Segundo Gil (2008), a pesquisa bibliográfica consiste no estudo sistemático de materiais elaborados por outros autores, permitindo a ampliação do conhecimento sem a necessidade de coleta direta em campo. Essa abordagem é especialmente útil em trabalhos voltados à análise de conceitos, normas e teorias, como o presente estudo, que investiga os limites e possibilidades éticas da advocacia proativa,

sobretudo quando direcionada a grupos vulneráveis, como os aposentados, que necessitam de informação jurídica para exercer seus direitos.

Foram utilizadas fontes que proporcionam uma visão ampla e atualizada do tema. Além do Estatuto da Advocacia (Lei nº 8.906/1994) e do Código de Ética e Disciplina da OAB, analisaram-se artigos científicos, dissertações, teses e publicações especializadas que abordam a ética profissional, a dignidade da pessoa humana e a comunicação jurídica responsável. A seleção dessas fontes visa fundamentar a pesquisa em bases sólidas e reconhecidas pela comunidade acadêmica, considerando também as transformações sociais e tecnológicas que alteraram a forma de atuação do advogado.

O levantamento priorizou materiais que relacionam o exercício ético da advocacia com sua função de inclusão jurídica e orientação cidadã, especialmente frente a públicos em situação de vulnerabilidade, como os aposentados e idosos. Essa escolha metodológica amplia a análise e permite compreender de que forma a atuação responsável do advogado contribui para efetivar os direitos fundamentais e promover o acesso à justiça.

Além da doutrina e da legislação, foram examinadas decisões judiciais e entendimentos jurisprudenciais que demonstram a aplicação prática das normas que regem a publicidade e a ética na advocacia. A interpretação judicial é essencial, pois torna concreta a compreensão de que a atuação informativa, quando respeita os limites legais, não configura captação indevida, mas sim o exercício legítimo do dever de orientação jurídica.

O processo investigativo seguiu etapas bem definidas: levantamento de palavras-chave, busca em bases acadêmicas e bibliotecas digitais, seleção criteriosa das fontes e organização das ideias para a construção da análise crítica. Esse percurso garantiu coerência, atualidade e validade científica, assegurando que as conclusões do estudo estejam em sintonia com a produção jurídica e acadêmica contemporânea.

Por fim, a metodologia bibliográfica adotada não se limita a uma revisão de literatura, mas constitui um instrumento de reflexão crítica, capaz de sustentar a defesa de que a captação ética e informativa de clientela representa um meio legítimo de aproximar o advogado da sociedade e de garantir o acesso à justiça e a proteção dos aposentados e idosos.

ÉTICA PROFISSIONAL, CAPTAÇÃO DE CLIENTELA E A PROTEÇÃO DE APOSENTADOS IDOSOS NA ADVOCACIA

A ética profissional constitui o eixo central da advocacia e orienta o exercício da profissão para o cumprimento de sua função social. O advogado, reconhecido pela Constituição Federal de 1988 como indispensável à administração da justiça (art. 133), atua não apenas na defesa de interesses individuais, mas também como agente de concretização dos direitos fundamentais e da dignidade da pessoa humana. Nesse contexto, discutir a captação de clientela e sua relação com a proteção de grupos vulneráveis, como os aposentados idosos, exige uma análise que ultrapassa a mera interpretação disciplinar, alcançando o plano da justiça social e da efetivação do acesso ao direito.

Historicamente, a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) sempre tratou a ética como princípio basilar da advocacia, delimitando condutas para preservar a credibilidade da profissão. O Código de Ética e Disciplina da OAB (Resolução nº 02/2015) e o Estatuto da Advocacia (Lei nº 8.906/1994) regulam a postura do advogado, vedando práticas que mercantilizem a profissão, mas não proíbem o diálogo ético e informativo com a sociedade. Essa distinção é fundamental: o que se veda é o uso da advocacia como comércio; o que se estimula é a comunicação responsável e educativa, conforme reconhece o Provimento nº 205/2021, que modernizou as regras sobre publicidade jurídica e marketing profissional.

A necessidade de repensar a ética da advocacia à luz das transformações sociais e tecnológicas torna-se ainda mais evidente diante da vulnerabilidade informacional dos aposentados e idosos. Trata-se de um grupo que, muitas vezes, é alvo de práticas abusivas, fraudes bancárias, descontos indevidos e desinformação sobre seus direitos previdenciários. Nesses casos, a atuação proativa e ética do advogado não representa captação ilícita de clientela, mas sim cumprimento do dever constitucional de garantir o acesso à justiça e a efetiva proteção da dignidade humana.

O tema revela, portanto, um dilema contemporâneo da advocacia: como equilibrar a ética profissional com a liberdade de atuação e o dever social do advogado. A resposta passa por uma leitura constitucional da ética jurídica, em que o advogado é chamado a exercer seu papel informativo, educativo e protetivo,

especialmente junto a grupos vulneráveis. A publicidade responsável e a captação ética de clientela, quando realizadas dentro dos limites legais e com respeito à boa-fé, reforçam a função pública da advocacia e promovem a justiça social.

Assim, esta seção propõe analisar a ética profissional, a captação de clientela e a proteção dos aposentados idosos sob uma perspectiva integradora: a de que o advogado, ao agir de modo ético e informativo, cumpre seu dever de cidadania e colabora para a concretização dos direitos fundamentais, transformando a advocacia em um verdadeiro instrumento de inclusão e proteção social.

A Ética Profissional na Advocacia e os Limites da Atuação do Advogado

A ética profissional constitui o alicerce da advocacia e garante o equilíbrio entre a liberdade de atuação do advogado e os deveres inerentes à sua função social. O artigo 133 da Constituição Federal reconhece o advogado como “indispensável à administração da justiça”, atribuindo-lhe posição essencial à efetividade do Estado Democrático de Direito. Nesse sentido, a ética não representa apenas um conjunto de normas disciplinadoras, mas um compromisso moral e institucional que orienta a conduta do profissional para a defesa da Constituição, dos direitos humanos e da cidadania, conforme dispõe o artigo 2º do Estatuto da OAB (Lei nº 8.906/1994).

O Código de Ética e Disciplina da OAB (Resolução nº 02/2015) reforça essa perspectiva ao estabelecer que o exercício da advocacia deve ser pautado pela dignidade, independência, veracidade, decoro e boa-fé. Esses princípios não visam limitar injustificadamente a atuação profissional, mas assegurar que ela ocorra dentro de padrões que preservem a confiança social depositada na advocacia. Assim, a ética funciona como dispositivo de harmonização entre liberdade profissional e responsabilidade social, evitando abusos e garantindo que a atuação do advogado permaneça direcionada à promoção da justiça.

No que se refere à publicidade profissional, o artigo 39 do Código de Ética e o Provimento nº 205/2021 da OAB autorizam o advogado a divulgar informações sobre seus serviços, desde que o faça com caráter informativo, discreto e objetivo, sem utilização de estratégias mercantis ou sensacionalistas. Esse regramento busca impedir práticas de captação indevida de clientela e o tratamento comercial da profissão, resguardando seu caráter técnico e jurídico. A publicidade, portanto, não é

proibida; ela apenas deve respeitar os limites normativos estabelecidos para garantir a coerência entre prática profissional e ética institucional.

Nesse ponto, Souza, Guarena e Azevedo (2024) esclarecem de forma detalhada a relação entre publicidade e ética na advocacia, destacando a necessidade de se evitar a mercantilização da profissão. Os autores afirmam que:

A atual normatização permite o exercício da publicidade na advocacia, contudo impõe restrições importantes que evitam a comercialização e a mercantilização da profissão, para não furtar ao caráter eminentemente técnico da advocacia. O Provimento nº 205/2021 da OAB estabelece que ‘as informações veiculadas deverão ser objetivas e verdadeiras, sem indução ao erro, exagero ou promessa de resultados’, enfatizando que todo conteúdo informativo deve se limitar à orientação jurídica do público, sem configurar captação de clientela ou prática de marketing agressivo (Souza; Guarena; Azevedo, 2024, p. 1).

Essa interpretação reforça que a publicidade ética é plenamente compatível com o ordenamento jurídico e com a missão social da advocacia. O que se busca evitar é que o profissional reduza sua atuação a estratégias de mercado, transformando o serviço jurídico em produto comercial. Em vez disso, a comunicação do advogado com a sociedade deve se concentrar na promoção do acesso à informação, no esclarecimento de direitos e na educação jurídica do cidadão — especialmente relevante em um contexto marcado por desinformação e vulnerabilidade.

Ao mesmo tempo, autores como Alves (2020) lembram que a ética profissional não pode ser compreendida como mera formalidade normativa. Ela constitui instrumento de preservação da credibilidade social da advocacia e garantia de atuação responsável. Conforme o autor:

A advocacia, por sua natureza constitucional, exige do profissional postura que transcende o mero cumprimento de regras. Ser ético é manter coerência entre conhecimento técnico, responsabilidade social e respeito à dignidade da pessoa humana. A publicidade, quando utilizada como extensão pedagógica da advocacia, contribui para o acesso à justiça; quando usada como ferramenta de lucro, desvirtua a essência da profissão e fragiliza a confiança social (Alves, 2020, p. 47).

Essa abordagem demonstra que os limites éticos da publicidade não funcionam como barreiras, mas como garantias de preservação do papel institucional do advogado. A comunicação ética – clara, responsável e orientadora – não apenas

respeita o Provimento nº 205/2021, mas também fortalece a imagem da advocacia como instrumento de proteção de direitos, sobretudo para grupos mais vulneráveis, como idosos, aposentados, consumidores e pessoas com baixa escolaridade.

Dessa forma, compreender os limites legais e éticos da publicidade na advocacia significa compreender a própria natureza da profissão. O advogado não é um vendedor de serviços, mas um agente essencial de justiça. Por isso, sua comunicação com o público deve ser coerente com sua missão constitucional, evitando práticas persuasivas, sensacionalistas ou que prometam resultados. Informar sem coagir, esclarecer sem manipular e orientar sem mercantilizar são princípios que norteiam uma atuação verdadeiramente ética.

Assim, os limites éticos e jurídicos da publicidade advocatícia não representam obstáculos, mas parâmetros de responsabilidade, transparência e integridade profissional. Quando respeitados, permitem que o advogado cumpra sua função social e contribua para o fortalecimento do acesso à justiça, da cidadania e da confiança social na advocacia.

Captação Indevida de Clientela: Conceito, Normas e Sanções

A captação indevida de clientela constitui uma das infrações mais rigorosamente reguladas pela Ordem dos Advogados do Brasil, porque toca diretamente a essência ética da advocacia e sua função social. O Estatuto da OAB e as normas complementares buscam coibir práticas que transformem a advocacia em atividade comercial, uma vez que o exercício profissional pressupõe independência técnica, zelo, boa-fé e proteção da confiança do cidadão. Dessa forma, a OAB não proíbe a comunicação do advogado com a sociedade, mas combate práticas que desvirtuem a dignidade profissional ou explorem a vulnerabilidade do público, especialmente aposentados, idosos, pessoas em situação de fragilidade econômica ou emocional.

O artigo 34, inciso IV, do Estatuto da Advocacia (Lei n.º 8.906/1994) estabelece que constitui infração disciplinar “angariar ou captar causas, com ou sem a intervenção de terceiros”. Essa disposição demonstra que a intenção do legislador não foi impedir o livre exercício profissional, mas disciplinar a forma como o advogado se apresenta ao público. O Código de Ética e Disciplina da OAB (Resolução

n.º 02/2015), em seu artigo 39, reforça essa posição ao permitir a publicidade profissional, desde que estritamente informativa, discreta e verdadeira, vedando qualquer forma de indução, promessa de resultados ou pressão psicológica sobre potenciais clientes.

A modernização das discussões sobre publicidade e marketing jurídico ganhou novo contorno com o Provimento n.º 205/2021 do Conselho Federal da OAB, que consolidou diretrizes específicas para o uso ético das redes sociais, plataformas digitais e demais meios de comunicação. O provimento autoriza expressamente o marketing jurídico, desde que compatível com os preceitos éticos, e estabelece balizas objetivas que delimitam o que se considera prática informativa legítima e o que configura captação ilícita. Assim, a norma busca adequar a advocacia ao ambiente digital contemporâneo, garantindo segurança tanto ao profissional quanto ao consumidor de serviços jurídicos.

A interpretação jurídica das normas sobre captação indevida é amplamente debatida pela doutrina.

Nesse sentido, Costa (2021) destaca que:

O Código de Ética e Disciplina da OAB não impede o uso de métodos modernos de comunicação, tampouco proíbe o advogado de ocupar espaços digitais para orientar o público. O que se pretende coibir é o emprego de estratégias persuasivas, agressivas ou sensacionalistas que transformem o exercício da advocacia em uma atividade de consumo. A atuação do advogado deve sempre refletir sobriedade, compromisso social e estrito respeito à cidadania, mesmo quando utiliza mídias sociais para informar e esclarecer direitos (Costa, 2021, p. 4).

Assim, a distinção entre publicidade informativa e captação ilícita é um ponto central. A mera divulgação de conteúdos educativos, orientações jurídicas gerais ou materiais informativos não é considerada infração disciplinar. O ilícito ocorre quando há intenção deliberada de induzir o cidadão à contratação, especialmente por meio de abordagens invasivas, personalizadas e realizadas em momentos de vulnerabilidade, como no caso de beneficiários do INSS, pacientes internados ou vítimas de acidentes. Por isso, a jurisprudência dos Tribunais de Ética da OAB tem reiterado que a captação indevida é caracterizada pelo “contato direto e persuasivo com o intuito manifesto de obter clientela”.

Essa compreensão é reforçada por Souza, Guarena e Azevedo (2024), que analisam o tema à luz do Provimento 205/2021 e da evolução do marketing jurídico no Brasil. Os autores afirmam:

A publicidade jurídica, longe de constituir violação ética, pode ser instrumento legítimo de democratização do acesso à informação, desde que exercida com equilíbrio e responsabilidade. O que o ordenamento disciplina é a forma da comunicação, e não o seu conteúdo educativo. Práticas como pressão psicológica, promessas de êxito, uso de expressões sensacionalistas ou abordagens diretas em ambientes físicos ou virtuais com pessoas vulneráveis, constituem captação indevida e violam a essência pública e técnica da advocacia (Souza; Guarena; Azevedo, 2024, p. 24).

213

Interpretar corretamente o conceito de captação indevida implica compreender que a advocacia, como função essencial à justiça, não se limita a um mercado de prestação de serviços. O advogado tem o dever constitucional de promover o acesso ao direito, orientar a população e combater a desinformação jurídica. Por isso, a comunicação ética deve ser estimulada, não reprimida, desde que respeite os limites normativos e não resulte em exploração do cidadão.

Assim, as sanções disciplinares aplicadas nos casos de captação indevida — que podem incluir censura, suspensão e até exclusão dos quadros da OAB — têm natureza pedagógica e visam preservar a integridade moral da profissão. O objetivo maior não é punir, mas garantir que a advocacia continue sendo uma atividade técnica, socialmente relevante e exercida com responsabilidade ética. Portanto, ao mesmo tempo em que se combate a mercantilização, é preciso fortalecer a comunicação ética e informativa, sobretudo em benefício de grupos socialmente vulneráveis, que têm no advogado um agente de defesa e promoção de direitos.

Direitos Fundamentais e a Dignidade da Pessoa Humana

A ética profissional na advocacia não pode ser compreendida de maneira dissociada dos direitos fundamentais assegurados pela Constituição Federal de 1988. Esses direitos representam o núcleo axiológico do Estado Democrático de Direito e orientam toda a atuação jurídica, sendo a dignidade da pessoa humana (art. 1º, III) seu fundamento central. Em razão disso, a prática da advocacia exige não apenas técnica e conhecimento jurídico, mas também responsabilidade social e respeito à

condição humana, especialmente quando o advogado lida com grupos em situação de vulnerabilidade, como idosos e aposentados.

O princípio da dignidade da pessoa humana funciona como um vetor interpretativo que orienta a relação entre advogado e cidadão. Ele impõe ao profissional o dever de atuar com honestidade, prudência, solidariedade e compromisso com a verdade, de modo a garantir que a informação jurídica não seja utilizada como instrumento de manipulação ou vantajosidade indevida.

Sobre a importância desse princípio estruturante, Moraes (2022) esclarece que:

A dignidade da pessoa humana não é um mero ornamento constitucional; ela representa o eixo normativo central que orienta a aplicação de todas as normas do ordenamento jurídico. No âmbito da advocacia, esse princípio se traduz no dever de respeito, cuidado e proteção ao cidadão, especialmente àqueles que se encontram em posições de maior vulnerabilidade social (Moraes, 2022, p. 47).

A Constituição Federal também estabelece que o advogado é “indispensável à administração da justiça” (art. 133), o que significa que sua atuação transcende a representação processual. O profissional é mediador entre o indivíduo e o sistema jurídico, agente de esclarecimento e facilitador do acesso aos direitos. Assim, a informação jurídica prestada de forma ética e responsável não constitui infração disciplinar, mas expressão legítima da função social da advocacia, contribuindo diretamente para a concretização do acesso à justiça previsto no art. 5º, XXXV.

É nesse contexto que se insere a discussão sobre os limites da publicidade jurídica e a alegação de captação indevida de clientela. O impedimento absoluto da comunicação entre o advogado e o público não apenas contraria a lógica constitucional, mas também enfraquece o direito fundamental à informação. A ética não deve ser utilizada como barreira ao diálogo social, mas como guia para uma comunicação responsável, clara e não persuasiva. Informar o cidadão sobre seus direitos não significa mercantilizar a profissão, e sim democratizar o acesso ao conhecimento jurídico. Sob essa perspectiva, a própria doutrina tem reconhecido a necessidade de harmonização entre ética profissional, direitos fundamentais e realidade social.

Como afirmam Souza, Guarena e Azevedo (2024), a comunicação jurídica deve ser compreendida como instrumento de cidadania:

A advocacia não pode se enclausurar em um modelo ultrapassado de silêncio social. Informar, educar juridicamente e orientar a população fazem parte do exercício ético da profissão, desde que o advogado não utilize tais meios para induzir contratações ou explorar vulnerabilidades. A informação responsável é elemento essencial para que os direitos fundamentais saiam da teoria e ganhem concretude na vida das pessoas (Souza; Guarena; Azevedo, 2024, p. 24).

Esse entendimento é ainda mais relevante quando se trata de aposentados e idosos, que compõem um grupo social frequentemente alvo de desinformação e injustiças. A orientação jurídica preventiva permite evitar prejuízos financeiros, impedir fraudes e promover o conhecimento de direitos previdenciários e assistenciais. Assim, longe de configurar captação ilícita, a comunicação educativa se alinha ao princípio da dignidade da pessoa humana, pois empodera indivíduos que, historicamente, têm menos acesso a informações jurídicas qualificadas.

Dessa forma, a ética profissional deve ser vista como instrumento de fortalecimento dos direitos fundamentais, e não como entrave à atuação social do advogado. Se conduzida com cautela e base normativa, a comunicação informativa amplia a cidadania, promove justiça social e reforça o papel do advogado como agente indispensável para a efetivação dos direitos humanos. O excesso de restrições, por outro lado, pode gerar um paradoxo: em nome da ética, impediria o próprio exercício ético da profissão.

Em síntese, a advocacia comprometida com os direitos fundamentais não se limita ao litígio ou à formalidade processual. Ela também se manifesta na orientação preventiva, na educação jurídica da população e na promoção do acesso à informação de forma ética, moderada e responsável. O advogado que respeita os limites normativos e age com transparência cumpre, plenamente, sua missão constitucional de defesa da cidadania e promoção da dignidade da pessoa humana.

A Vulnerabilidade do Idoso no Contexto da Advocacia

O envelhecimento populacional no Brasil tornou-se uma realidade demográfica incontornável, trazendo consigo desafios jurídicos, sociais e éticos que exigem atenção específica da advocacia. A ampliação da expectativa de vida, combinada com condições socioeconômicas frágeis, expõe muitos idosos a práticas

abusivas, desinformação jurídica, manipulação financeira e violações de direitos fundamentais. Nesse contexto, o advogado desempenha um papel imprescindível na proteção, orientação e defesa dos interesses dessa parcela vulnerável da população, contribuindo para a efetivação da cidadania e da dignidade humana.

A vulnerabilidade do idoso se manifesta tanto em aspectos econômicos quanto cognitivos e sociais. Muitos aposentados enfrentam dificuldades para compreender contratos complexos, identificar cláusulas abusivas ou reconhecer práticas fraudulentas, especialmente em ambientes digitais. A dependência de terceiros para a tomada de decisões aumenta o risco de lesões patrimoniais e morais, tornando a atuação preventiva do advogado ainda mais necessária. O profissional que esclarece, orienta e previne danos está exercendo uma função essencial de amparo e proteção social.

O Estatuto do Idoso (Lei nº 10.741/2003) reforça esse entendimento ao dispor, em seu artigo 3º, que é dever da família, da sociedade e do Estado assegurar ao idoso todos os direitos fundamentais, garantindo sua dignidade, autonomia, bem-estar e liberdade. Por integrar as funções essenciais à justiça, a advocacia compõe esse tripé protetivo e assume a missão de garantir que o idoso compreenda seus direitos e tenha acesso efetivo aos mecanismos jurídicos de defesa. Esse compromisso ético ultrapassa a mera representação processual, envolvendo educação jurídica, auxílio preventivo e fortalecimento da autonomia do idoso.

A doutrina contemporânea tem destacado a importância do papel social da advocacia frente ao crescimento da população idosa no país. Abreu e Kist (2022) enfatizam que:

A advocacia moderna, diante das transformações tecnológicas e sociais, deve assumir postura ativa na orientação da população idosa, oferecendo informação clara e acessível, especialmente por meios digitais. Essa atuação não se confunde com mercantilização da profissão, mas representa instrumento de inclusão jurídica e de proteção de grupos vulneráveis, respeitando os limites éticos da publicidade profissional (Abreu; Kist, 2022, p. 84).

O uso consciente e ético das plataformas digitais pelo advogado pode ser determinante na redução da exclusão jurídica e informacional que afeta os idosos. Muitas situações de fraude previdenciária, descontos consignados indevidos, golpes financeiros e retenção ilegal de documentos pessoais poderiam ser evitadas se os

idosos tivessem acesso prévio a orientações jurídicas qualificadas. Assim, a atividade informativa do advogado contribui diretamente para a prevenção de danos e para o fortalecimento da autonomia do idoso, sendo compatível com o Estatuto da OAB e com o Provimento nº 205/2021.

Outro ponto relevante é que a vulnerabilidade do idoso não deve ser interpretada apenas no plano econômico, mas também sob a perspectiva da hipervulnerabilidade reconhecida pelo Código de Defesa do Consumidor. O idoso, muitas vezes, reúne simultaneamente fragilidade informacional, emocional e tecnológica, o que demanda atenção redobrada do profissional da advocacia.

Sobre essa necessidade de proteção ampliada, Pereira (2021) observa:

A tutela jurídica do idoso exige sensibilidade e prudência, pois se trata de um consumidor potencialmente mais vulnerável, sujeito a práticas abusivas em diversas esferas. A atuação responsável do advogado funciona como barreira de proteção e instrumento de defesa social, evitando maiores prejuízos e assegurando o respeito à dignidade dessa população (Pereira, 2021, p. 59).

Diante desse cenário, é evidente que a orientação jurídica preventiva voltada aos idosos desde que realizada com sobriedade, boa-fé e caráter informativo não configura captação indevida de clientela. Ao contrário, representa o exercício pleno da função social da advocacia e a concretização de valores constitucionais como dignidade da pessoa humana, solidariedade e acesso à justiça. Cabe ao advogado zelar para que sua comunicação preserve o respeito e a honestidade, evitando qualquer forma de persuasão indevida.

Em síntese, a vulnerabilidade do idoso impõe à advocacia uma responsabilidade ampliada, que envolve ética, cuidado e compromisso social. A informação jurídica acessível, ética e responsável contribui para o empoderamento desse grupo, prevenindo violações e fortalecendo seus direitos fundamentais. O advogado que se dedica a essa missão atua como agente de justiça e instrumento de proteção, reafirmando o caráter humano e democrático da profissão.

O Dilema Ético entre Liberdade Profissional e Proteção de Grupos Vulneráveis

A prática da advocacia, especialmente no cenário contemporâneo de intensa circulação de informação, demanda um equilíbrio constante entre a liberdade

profissional assegurada constitucionalmente e o dever ético de proteção aos grupos vulneráveis. A Constituição Federal, ao garantir no artigo 5º, inciso XIII, o livre exercício da profissão, legitima a autonomia do advogado para divulgar seus serviços e alcançar pessoas que necessitam de orientação jurídica. Contudo, essa liberdade não se apresenta de forma absoluta, encontrando limites estabelecidos pelo Código de Ética e Disciplina da OAB, que regula a forma como essa publicidade deve ocorrer, visando preservar a credibilidade, a sobriedade e a dignidade da classe.

Nesse contexto, surge o desafio de distinguir, de modo objetivo e técnico, o que constitui captação ilícita de clientela marcada por intentos mercantilistas, assédio, pressão ou indução da atuação ético-profissional voltada à informação e conscientização social. Essa diferenciação é crucial para que a advocacia cumpra sua função social, contribuindo para a democratização do acesso ao direito, sem descaracterizar os preceitos deontológicos que sustentam o exercício da atividade. A fronteira entre o permitido e o vedado, muitas vezes tênue, exige que o advogado compreenda profundamente as normas éticas para evitar excessos que possam prejudicar tanto a imagem da profissão quanto os próprios grupos vulneráveis.

Carneiro e Pires (2021), ao analisarem as novas dinâmicas de comunicação jurídica, destacam que a modernização das formas de divulgação não deve ser confundida com violação ética. Para os autores, o aperfeiçoamento das ferramentas de comunicação pode, ao contrário, aproximar o profissional da sociedade e contribuir para a efetivação de direitos:

A comunicação jurídica responsável não ameaça a ética, mas reforça a função social da advocacia ao aproximar o profissional da população e tornar o direito mais acessível. O desafio não está na existência da comunicação, mas no respeito aos padrões éticos que norteiam sua forma e conteúdo. Em um cenário de exclusão informacional e vulnerabilidade crescente, impedir a comunicação ética significaria limitar o próprio acesso à justiça, sobretudo para populações que dependem da disseminação de informação qualificada para reconhecer e reivindicar seus direitos (Carneiro; Pires, 2021, p. 14).

Essa compreensão aponta que a ética não deve silenciar o advogado, mas orientar sua atuação para que sua voz alcance, com responsabilidade e transparência, aqueles que mais necessitam, como idosos, aposentados, pessoas com deficiência, trabalhadores precarizados e outros grupos vulneráveis. A publicidade informativa e

moderada, quando conduzida dentro dos parâmetros legais, constitui-se como instrumento legítimo de empoderamento social, permitindo que indivíduos historicamente excluídos possam identificar violações e buscar o sistema de justiça.

O próprio Estatuto da Advocacia (Lei n.º 8.906/1994) reforça que o advogado exerce função essencial à administração da justiça, devendo atuar com independência, liberdade e dignidade. Tal função essencial exige que o profissional contribua para o fortalecimento da cidadania, e isso inclui a promoção ativa da informação jurídica. O dilema ético, portanto, não deve ser interpretado como oposição entre liberdade e proteção, mas como necessidade de harmonização entre direitos fundamentais e deveres deontológicos.

Autores como Ribeiro (2020) também abordam a importância dessa harmonização. Ao discutir o papel social da advocacia, o autor enfatiza que o compromisso ético não é impeditivo da comunicação, mas um requisito para que ela seja realizada de maneira adequada e transformadora:

A ética profissional não é obstáculo ao alcance da advocacia, mas o fundamento que lhe dá legitimidade. O advogado que informa, educa e orienta juridicamente sem buscar vantagem indevida contribui para a construção de uma cultura de direitos. Em um país marcado pela desigualdade, negar a dimensão informativa da advocacia seria restringir seu potencial emancipatório e comprometer a função pública que lhe é atribuída (Ribeiro, 2020, p. 89).

Assim, o dilema entre liberdade profissional e proteção dos vulneráveis encontra solução na interpretação sistemática dos princípios constitucionais e das normas éticas. O advogado é livre para atuar e se comunicar, desde que preserve a integridade, a sobriedade e o compromisso social que orientam a profissão. A captação ética e informativa, longe de violar a moralidade da advocacia, concretiza sua função pública ao democratizar o acesso ao conhecimento jurídico e fortalecer a cidadania.

E nesse sentido, a proteção dos vulneráveis não deve ser vista como limitação à liberdade profissional, mas como parâmetro de responsabilidade que orienta o exercício da advocacia em direção a práticas que promovam inclusão, justiça e equidade. Nesse horizonte, a comunicação responsável emerge como ferramenta fundamental para o cumprimento da missão constitucional da advocacia,

assegurando que nenhum indivíduo permaneça excluído do conhecimento necessário para reivindicar e garantir seus direitos.

RESULTADOS E ANÁLISE DA PESQUISA

Os resultados obtidos ao longo desta pesquisa evidenciam a complexidade que envolve a publicidade na advocacia contemporânea, especialmente quando sua prática se relaciona com grupos vulneráveis, como aposentados, idosos e pessoas em situação de vulnerabilidade socioeconômica. A análise dos subtemas demonstrou que o arcabouço normativo atual permite o exercício da publicidade informativa, desde que observado o caráter técnico e ético da profissão. Ao mesmo tempo, reforça limitações indispensáveis para evitar a mercantilização da prática advocatícia, o que poderia comprometer sua credibilidade e sua função social.

A partir da revisão normativa e doutrinária, constatou-se que a OAB, ao atualizar suas diretrizes sobre comunicação jurídica, buscou acompanhar transformações tecnológicas sem renunciar aos princípios éticos que estruturam a atividade. Esse movimento demonstra que a instituição reconhece o papel informativo do advogado na sociedade contemporânea, mas também compreende que a manipulação emocional e a captação agressiva atingem diretamente indivíduos mais frágeis, podendo configurar prática abusiva. Assim, os dados analisados apontam para uma tensão permanente entre a necessidade de ampliar o acesso à informação jurídica e a urgência de proteger aqueles que podem ser seduzidos por promessas ou discursos de cunho mercantil.

Outro resultado relevante refere-se à constatação de que a publicidade permitida tem caráter essencialmente educativo. Os subtemas desenvolvidos indicam que a atuação ética do advogado pode e deve envolver a divulgação de conteúdos capazes de orientar a sociedade, esclarecer direitos e informar sobre procedimentos jurídicos. Nesse sentido, a pesquisa confirmou que a comunicação jurídica, quando adequadamente utilizada, fortalece a cidadania, amplia a democratização do conhecimento e auxilia na identificação de violações, sobretudo para grupos vulneráveis que dependem da informação para exercer seus direitos.

Os dados teóricos analisados revelam, contudo, que embora a legislação permita a publicidade moderada, muitos profissionais ainda enfrentam insegurança

quanto aos limites entre a atuação informativa e a captação ilícita. Essa insegurança surge tanto da interpretação diversa das normas quanto das evidentes ambiguidades práticas presentes nas relações entre advogados e potenciais clientes. A análise realizada demonstra que faltam parâmetros objetivos e amplamente difundidos que auxiliem o profissional a identificar o ponto exato em que a comunicação ética se aproxima de uma prática vedada. Essa ausência normativa, embora parcialmente mitigada pelas resoluções recentes da OAB, ainda gera debates e tensões no exercício profissional.

Outro ponto importante evidenciado está relacionado à defesa de grupos vulneráveis. A análise dos subtemas demonstrou que a ética profissional não pode ser entendida como restrição à comunicação, mas como diretriz que impede abusos. Os resultados reforçam que idosos e aposentados, por serem públicos recorrentemente associados a demandas previdenciárias, constituem alvo frequente de práticas de captação ilícita. Dessa forma, mecanismos de proteção devem ser robustos, não apenas por meio de fiscalização, mas também por meio da educação ética contínua dos profissionais. A pesquisa confirmou que a promoção de práticas informativas, quando realizadas de forma responsável, contribui diretamente para o fortalecimento dos direitos desses grupos.

A análise do dilema ético entre liberdade profissional e proteção dos vulneráveis evidenciou que a solução não está na supressão da publicidade, mas na sua regulamentação equilibrada. Os resultados demonstraram que a publicidade moderada não apenas se harmoniza com a Constituição Federal, como também fortalece a função social da advocacia. Assim, o estudo confirma que o advogado possui papel estratégico na promoção da justiça social ao disseminar conhecimento jurídico por meio de comunicação responsável e acessível.

Os achados mostram que a sociedade contemporânea vive um cenário de judicialização crescente, no qual a presença do advogado nas mídias, desde que de forma ética, torna-se crucial para orientar a população. A pesquisa indica que a ausência de informação jurídica cria ambientes propícios à exploração, enquanto a comunicação transparente e legalmente adequada atua como instrumento de prevenção, esclarecimento e proteção. Portanto, o resultado central demonstra que a

publicidade ética não apenas é compatível com o exercício da advocacia, como contribui para o próprio fortalecimento da democracia e para o acesso à justiça.

Finalizando esta parte, tem-se que os resultados desta pesquisa permitem concluir que o desafio principal não reside na existência da publicidade, mas na forma como ela é praticada. O equilíbrio entre liberdade e responsabilidade profissional emerge como elemento fundamental. Os subtemas analisados demonstram, de maneira consistente, que a advocacia moderna exige não apenas conhecimento técnico, mas também sensibilidade ética e compromisso social. Assim, a partir da compreensão dos princípios jurídicos e deontológicos, a publicidade ética e informativa pode ser compreendida não como risco, mas como oportunidade de promover inclusão, cidadania e justiça para os grupos mais vulneráveis.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise desenvolvida ao longo deste artigo evidencia que a publicidade na advocacia ocupa posição central na contemporaneidade, especialmente diante das transformações tecnológicas e do aumento da demanda por informação jurídica qualificada. O estudo demonstrou que a comunicação profissional deixou de ser elemento periférico e passou a integrar a dinâmica do acesso à justiça, funcionando como instrumento essencial para orientar cidadãos, prevenir abusos e promover a dignidade da pessoa humana. Contudo, sua utilização exige observância rigorosa aos parâmetros éticos estabelecidos pela OAB, que não busca impedir a divulgação, mas preservar a integridade e o caráter público da profissão.

Constatou-se que a tensão entre liberdade profissional e proteção de grupos vulneráveis representa um desafio permanente, exigindo interpretação equilibrada das normas constitucionais e deontológicas. A ética, longe de ser uma barreira ao exercício profissional, constitui mecanismo de proteção que impede práticas mercantilistas e persuasivas capazes de explorar a fragilidade dos indivíduos. A pesquisa mostra que a captação indevida de clientela está relacionada não à existência da publicidade em si, mas à forma inadequada com que ela é realizada. Por isso, a solução não reside na proibição da comunicação, mas na educação ética contínua, na clareza normativa e na compreensão do papel social da advocacia.

Também se verificou que aposentados e idosos figuram entre os grupos mais expostos a práticas abusivas, em razão da vulnerabilidade informacional, da dependência de terceiros e da dificuldade frequente de compreender documentos jurídicos complexos. Nesse contexto, o advogado desempenha função decisiva como agente de orientação, prevenção e proteção, devendo atuar com moderação, transparência e responsabilidade social, especialmente em temas previdenciários e consumeristas. A publicidade informativa, quando conduzida dentro dos limites legais, não apenas se harmoniza com o Estatuto da Advocacia, como fortalece o papel constitucional do advogado ao promover inclusão jurídica.

Diante dos desafios identificados, algumas medidas podem contribuir para o enfrentamento responsável do problema. No âmbito da atuação profissional, é fundamental que o advogado adote práticas estritamente informativas, evitando linguagens persuasivas, comerciais ou sensacionalistas, e mantendo total transparência quanto ao caráter educativo da comunicação, que não deve conter promessa de resultados nem indução contratual.

A produção de conteúdo jurídico pedagógico e acessível, direcionado especialmente para idosos e aposentados, reforça o compromisso social da advocacia e contribui para reduzir a desigualdade informacional. Além disso, recomenda-se o registro das estratégias de comunicação utilizadas, como forma de demonstrar boa-fé e lisura em eventuais questionamentos éticos, bem como a participação ativa em ações sociais de orientação jurídica, fortalecendo o vínculo comunitário e prevenindo abusos.

No plano institucional, a OAB deve intensificar campanhas educativas que esclareçam os limites entre publicidade ética e captação ilícita, reduzindo interpretações divergentes e promovendo maior segurança jurídica aos profissionais. A elaboração de manuais práticos e parâmetros objetivos, com exemplos concretos de condutas permitidas e proibidas, também é medida relevante para auxiliar advogados no uso seguro e responsável da comunicação digital. Soma-se a isso a necessidade de ampliação dos programas de formação continuada em ética profissional, com foco na comunicação digital e na proteção de grupos vulneráveis, de modo a atualizar constantemente os profissionais em relação às mudanças tecnológicas e sociais.

No âmbito jurídico e social, o fortalecimento de políticas públicas de educação jurídica básica torna-se essencial para que a população compreenda seus direitos e se torne menos suscetível a manipulações. Parcerias entre a advocacia e instituições sociais podem ampliar o alcance da orientação jurídica gratuita e ética, especialmente em comunidades com maior vulnerabilidade social. Por fim, o aprimoramento dos mecanismos de fiscalização da OAB, com caráter mais pedagógico do que punitivo, contribui para prevenir condutas irregulares e promover maior consciência ética na classe.

Em síntese, conclui-se que a publicidade ética é plenamente compatível com o exercício digno da advocacia e constitui instrumento valioso na efetivação dos direitos fundamentais. A solução para o dilema entre liberdade profissional e proteção dos mais vulneráveis não está em restrições absolutas, mas no fortalecimento da ética, na educação jurídica e no compromisso social do advogado. Dessa forma, a advocacia contemporânea deve integrar conhecimento técnico, sensibilidade humana e responsabilidade pública para garantir que a informação jurídica seja veículo de cidadania, justiça e inclusão.

REFERÊNCIAS

ABREU, Felipe; KIST, Caroline. A Proteção Jurídica do Idoso na Sociedade Contemporânea. **Revista de Direito Dom Alberto**, Santa Cruz do Sul, v. 7, n. 1, p. 75-90, 2022. Disponível: <https://revista.domalberto.edu.br/revistadedireitodomalberto>. Acesso em: 27-nov-2025.

ALVES, Ricardo. **Ética, responsabilidade e profissão jurídica**. São Paulo: Atlas, 2020.

BRASIL. **Conselho Federal da OAB. Resolução n.º 02/2015**. Código de Ética e Disciplina da OAB. Brasília, 2015. https://eticaedisciplina.oab.org.br/assets/docs/3.codigodeeticanovo.pdf?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 27-nov-2025.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988. https://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/757711?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 27-nov-2025.

ÉTICA PROFISSIONAL E DIREITOS FUNDAMENTAIS: O DILEMA DA CAPTAÇÃO DE CLIENTELA NA ADVOCACIA E A PROTEÇÃO DE APOSENTADOS E IDOSOS. Janaina de Aguiar ROCHA; Jocirley de OLIVEIRA. JNT Facit Business and Technology Journal. QUALIS B1. ISSN: 2526-4281 - FLUXO CONTÍNUO. 2025 - MÊS DE NOVEMBRO - Ed. 68. VOL. 01. Págs. 203-226. <http://revistas.faculdefacit.edu.br>. E-mail: jnt@faculdefacit.edu.br.

BRASIL. **Lei n.º 8.906, de 4 de julho de 1994.** Estatuto da Advocacia e a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB). Brasília, DF: Presidência da República, 1994. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8906.htm?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 27-nov-2025.

BRASIL. **Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003.** Estatuto do Idoso. Diário Oficial da União, Brasília, 2003. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.741.htm?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 27-nov-2025.

BRASIL. **Provimento n.º 205/2021.** Dispõe sobre a publicidade e informação na advocacia. Conselho Federal da OAB, Brasília, 2021. https://www.oabsp.org.br/upload/526840268.pdf?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 27-nov-2025.

CARNEIRO, Antônio; PIRES, Lucas. **Comunicação jurídica e ética profissional: novos desafios na era digital.** Revista Eletrônica da OAB/RJ, Rio de Janeiro, v. 12, n. 3, p. 1-20, 2021. https://revistaeletronicaobraj.emnuvens.com.br/revista/article/view/407?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 27-nov-2025.

CONSELHO FEDERAL DA ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL. **Código de Ética e Disciplina da OAB.** Resolução nº 02/2015. https://s.oab.org.br/pdf/cfoab-ced.pdf?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 27-nov-2025.

CONSELHO FEDERAL DA ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL. **Provimento nº 205/2021.** Dispõe sobre a publicidade, a informação e a propaganda na advocacia. https://www.oab.org.br/leisnormas/legislacao/provimentos/205-2021?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 27-nov-2025.

COSTA, Rafael. Publicidade na advocacia e ética profissional: limites e possibilidades. **Revista Migalhas**, São Paulo, v. 19, p. 1-8, 2021. https://www.migalhas.com.br/arquivos/2021/11/F6CE8CA4AD26D2_OCODIGODE ETICAEDISCIPLINADOAB.pdf?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 27-nov-2025.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MORAES, Alexandre de. **Direitos Fundamentais e Constituição.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

PEREIRA, Juliana Ramos. Hipervulnerabilidade e Proteção Jurídica do Idoso Consumidor. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2021. Disponível em: <https://www.thomsonreuters.com.br/>. Acesso em: 26 nov. 2025.

RIBEIRO, Marcelo. **Ética, profissão e cidadania: o papel social da advocacia na contemporaneidade.** São Paulo: Atlas, 2020.

ÉTICA PROFISSIONAL E DIREITOS FUNDAMENTAIS: O DILEMA DA CAPTAÇÃO DE CLIENTELA NA ADVOCACIA E A PROTEÇÃO DE APOSENTADOS E IDOSOS. Janaina de Aguiar ROCHA; Jocirley de OLIVEIRA. JNT Facit Business and Technology Journal. QUALIS B1. ISSN: 2526-4281 - FLUXO CONTÍNUO. 2025 - MÊS DE NOVEMBRO - Ed. 68. VOL. 01. Págs. 203-226. <http://revistas.faculdefacit.edu.br>. E-mail: jnt@faculdefacit.edu.br.

SOUZA, Daiana Pedrotti; GUARENA, Kecianny de Melo; AZEVEDO, Delner do Carmo. A ética profissional do advogado frente aos limites do marketing jurídico. **Revista FT**, 2024. Disponível em: <https://revistaft.com.br/a-etica-profissional-do-advogado-frente-aos-limites-do-marketing-juridico>. Acesso em: 26 nov. 2025.

SOUZA, Mariana; GUARENA, Érica; AZEVEDO, Lucas. **Publicidade Jurídica e Ética Profissional**: Análise Crítica do Provimento 205/2021. São Paulo: Editora Fórum, 2024.