

# Inteligência artificial vai substituir os advogados?

Jon Lenon Bica Duarte

## 1. O Medo e o Mito

A cada nova ferramenta de Inteligência Artificial que surge, o mesmo medo reaparece: *“Será que os advogados serão substituídos por máquinas?”*

**ChatGPT, Claude, Gemini, Copilot, Jasper, Perplexity, Harvey...** nomes que há pouco tempo nem existiam e hoje dominam as conversas entre profissionais de todas as áreas, inclusive do Direito. O fascínio é inevitável, mas o pânico também.

Nos últimos anos, a IA deixou de ser assunto de ficção científica e passou a fazer parte da rotina dos escritórios. Há quem a use para revisar contratos, estruturar petições, gerar conteúdos ou até responder clientes. E há quem olhe tudo isso com desconfiança, como se cada nova atualização significasse uma ameaça direta ao exercício da advocacia.

Mas a verdade é que a IA não está aqui para eliminar o advogado. Ela chegou para **eliminar o advogado que insiste em ignorá-la.**

O problema não é a Inteligência Artificial substituir o advogado. O problema é o advogado continuar trabalhando como se ela não existisse. A advocacia está vivendo uma transição silenciosa. O profissional que apenas executa tarefas repetitivas, preenche modelos prontos e trabalha no modo reativo será, sim, substituído, não pela IA em si, mas por **outros advogados que aprenderam a usá-la como ferramenta estratégica.**

Enquanto alguns veem a IA como ameaça, outros estão a transformando em vantagem competitiva. São esses que usam sistemas como ChatGPT e Claude para acelerar pesquisas jurídicas; Gemini e Copilot para criar e revisar documentos com precisão; Jasper e Perplexity para estruturar conteúdos de autoridade; e Harvey (já em uso em grandes bancas internacionais) para interpretar jurisprudências e precedentes em segundos.

A pergunta que deveria guiar o advogado moderno não é *“seremos substituídos?”*, mas sim ***“como podemos usar a IA para expandir o que somos capazes de fazer?”***.

Porque o futuro da advocacia não será decidido pela tecnologia, e sim pela **capacidade humana de usá-la com ética, inteligência e propósito.**

E é exatamente sobre isso que este artigo fala: não sobre o medo da substituição, mas sobre o poder de evolução. Você vai entender o que realmente muda com a IA, qual é o novo papel do advogado neste cenário, e como transformar essas ferramentas em aliadas de produtividade, autoridade e crescimento sustentável.

## 2. O que realmente muda com a IA

Antes de tudo, é preciso deixar claro: a Inteligência Artificial **não pensa como um advogado**.

Ela não interpreta valores humanos, não compreende contextos morais e, definitivamente, não sabe o que é “justiça” no sentido ético e social da palavra. A IA é, essencialmente, uma ferramenta de **reconhecimento de padrões**. Ela analisa dados, aprende com exemplos e devolve resultados com base em probabilidades. É brilhante para organizar, comparar e sugerir. Mas quem dá direção, sentido e estratégia continua sendo o ser humano — o advogado.

A IA não substitui o raciocínio jurídico; ela **aumenta o alcance dele**. Nos escritórios que entenderam isso, a rotina mudou completamente. O que antes exigia horas de pesquisa e digitação, hoje é resolvido em minutos. O advogado pede ao ChatGPT ou ao Harvey para levantar jurisprudências recentes, ao Copilot para revisar um contrato, ou ao Claude para resumir uma decisão judicial longa e complexa. Mas o grande impacto da IA não está apenas em fazer as mesmas coisas mais rápido. Está em **libertar o advogado do trabalho mecânico**, permitindo que ele ocupe o lugar que sempre deveria ter ocupado: o de estrategista.

### *Do executor ao gestor de inteligência jurídica*

Durante décadas, o advogado foi treinado para ser um operador do Direito, ou seja, alguém que reage a demandas, interpreta leis e executa petições. Mas o mundo digital exige outra postura: agora, ele precisa ser um **gestor de inteligência jurídica**.

Enquanto a IA cuida das tarefas repetitivas, o advogado passa a ter tempo e dados para tomar decisões mais inteligentes:

- Planejar estratégias processuais com base em padrões de jurisprudência.
- Estruturar argumentações mais sólidas, com base em precedentes identificados por IA.

- Antecipar tendências jurídicas e oportunidades de mercado.

IA não retira o valor do advogado; ela **expõe o diferencial de quem pensa estrategicamente**. O profissional que insiste em ser apenas executor será facilmente substituído, não pela IA, mas por colegas que entenderam o jogo e se posicionaram como estrategistas.

#### *IA como estagiário hiperprodutivo*

Uma boa forma de enxergar a IA é como um “**estagiário hiperprodutivo**”: rápido, incansável e capaz de entregar rascunhos impressionantes, mas que precisa de supervisão constante. Ela entrega a base, mas o olhar humano é o que transforma a informação em valor.

A diferença entre o advogado que usa IA e o que não usa está em algo simples: **velocidade de raciocínio e qualidade de entrega**. O segundo leva dois dias para montar uma tese; o primeiro estrutura em duas horas e passa o tempo restante refinando a estratégia, personalizando o argumento e fortalecendo o relacionamento com o cliente.

#### *O risco de usar mal*

É claro que nem tudo são flores. A IA erra! Sim, meu amigo, e o uso incorreto da IA pode ser um desastre. Advogados que copiam respostas prontas, publicam conteúdos gerados sem revisão ou confiam cegamente em “resumos automáticos” correm sérios riscos, não apenas éticos, mas reputacionais.

A tecnologia acelera, mas também amplifica erros. Por isso, o domínio não está em apertar botões, e sim em **saber o que pedir, como interpretar e quando revisar**.

#### *O novo cenário*

O que muda com a IA, em resumo, é o padrão de valor do advogado. Quem entrega apenas execução tende a se tornar obsoleto. Quem entrega visão, análise e resultado [usando a IA como alavanca] ganha relevância, autoridade e escala. A advocacia está deixando de ser um ofício centrado na repetição e se transformando em uma atividade centrada na inteligência.

E essa transição não é opcional. É inevitável.

### 3. A inteligência que a IA não tem

Por mais sofisticadas que sejam as ferramentas, há algo que nenhuma Inteligência Artificial é capaz de reproduzir: a experiência humana. A IA pode reconhecer padrões, mas não compreende emoções. Ela identifica argumentos, mas não entende *intenções*.

Ela formula respostas, mas não sente *empatia*. E isso, na advocacia, faz toda a diferença.

O cliente que busca um advogado não está apenas em busca de conhecimento jurídico. Ele busca acolhimento, confiança e clareza emocional. Ele quer alguém que entenda sua dor, traduza o problema em uma linguagem acessível e o ajude a tomar decisões em momentos de vulnerabilidade. Essa é uma das grandes fronteiras da profissão: o contexto humano. Empatia, escuta ativa, persuasão e oratória são habilidades que nenhuma máquina possui.

A IA pode gerar uma petição impecável em estrutura, mas incapaz de perceber o tom que um juiz valoriza ou a sutileza emocional que uma audiência requer. A advocacia continua [e sempre continuará] sendo uma profissão de confiança. E confiança é construída por pessoas, não por algoritmos.

Por isso, enquanto a IA avança, o advogado que se destaca é aquele que combina tecnologia com humanidade, aquele que entende que o cliente não compra apenas uma solução jurídica, mas a sensação de segurança que vem junto com ela.

A tecnologia acelera processos, mas é o relacionamento humano que fecha contratos. E é justamente nesse equilíbrio entre o técnico e o emocional que nasce o verdadeiro diferencial competitivo da advocacia moderna.

### 4. As oportunidades que a IA abre no Marketing Jurídico

A IA não apenas revolucionou a rotina operacional dos escritórios — ela redefiniu também o modo como o advogado se comunica, constrói autoridade e atrai clientes.

No passado, bastava publicar artigos e manter presença nas redes sociais. Hoje, o diferencial está em como você usa a tecnologia para personalizar a comunicação, gerar valor real e criar experiências marcantes com seu público.

A seguir, veremos como a Inteligência Artificial pode ser aplicada, de forma ética e estratégica, em diferentes frentes do marketing jurídico. Meu amigo advogado, minha amiga advogada, já pega papel e caneta ... ou melhor já abre tua IA predileta para alimentá-la com os trechos a seguir.

## I - IA na geração e otimização de conteúdo

A IA é, hoje, a ferramenta mais poderosa para quem quer **produzir conteúdo de forma constante e relevante**, sem perder tempo em tarefas repetitivas. Ferramentas como **ChatGPT, Jasper e Claude** podem ajudar o advogado a

- Gerar ideias de temas com base em dúvidas reais do público;
- Estruturar roteiros de vídeos, posts e artigos;
- Simplificar termos jurídicos complexos para linguagem acessível;
- Revisar textos para torná-los mais claros e persuasivos.

Mas há um ponto essencial: o uso da IA não substitui **a visão editorial e o posicionamento estratégico**. O advogado deve ser o curador do conteúdo, aquele que escolhe o tom, as pautas e os temas que reforçam sua autoridade em determinado nicho. A IA entrega eficiência. Mas quem dá direção é a mente humana e é justamente essa curadoria que diferencia o profissional genérico do especialista lembrado.

Além disso, a IA permite ao advogado **falar com diferentes perfis de público**: adaptar o tom de um texto para um cliente empresarial, um consumidor, ou uma mulher em processo de separação. Isso amplia o alcance da comunicação sem perder a identidade

## II - IA e personalização de relacionamento com clientes

Em marketing jurídico, **personalizar é o novo vender**. A IA possibilita o envio de comunicações segmentadas, acompanhando o cliente ao longo de toda a jornada: do primeiro contato à fidelização. Sistemas inteligentes analisam padrões de comportamento e ajudam o escritório a identificar o momento exato de oferecer uma consulta, enviar um material educativo ou até sugerir um serviço complementar.

Mas há um ponto ético e estratégico fundamental: **personalizar não é manipular**. É compreender as necessidades e oferecer soluções adequadas. É usar dados com responsabilidade, transparência e propósito. Imagine um escritório que usa IA para mapear quais conteúdos geram mais engajamento em casos de Direito de Família, ou qual horário os potenciais clientes mais abrem e-mails.

Esses dados orientam decisões de comunicação e tornam o escritório **mais previsível e assertivo**, sem jamais ultrapassar os limites da ética profissional.

### III- IA e autoridade jurídica

O marketing jurídico sempre teve um grande desafio: diferenciar o advogado competente do advogado visível.

A IA ajuda a unir essas duas pontas. Com ferramentas de automação e análise, é possível:

- Mapear as principais dúvidas do público em tempo real;
- Gerar relatórios de temas mais pesquisados no Google;
- Produzir materiais (e-books, vídeos, artigos) baseados em dados concretos;
- Analisar o desempenho de cada publicação e ajustar a estratégia.

Isso permite que o advogado **construa autoridade com base em evidências**, não em achismos. E essa é a base do marketing jurídico moderno: dados orientando posicionamento, sem perder o tom humano e ético. Quando o advogado passa a usar IA para entender melhor seu público, ele deixa de ser apenas um comunicador e torna-se **um estrategista de percepção**.

Ele não fala mais o que acha que o cliente quer ouvir, mas o que o cliente realmente precisa entender.

### IV - IA e diferenciação no mercado jurídico

A advocacia brasileira vive um fenômeno de saturação. São mais de 1,3 milhão de profissionais disputando espaço. Nesse cenário, **diferenciação** é tudo. E a IA, usada com inteligência, permite criar um **posicionamento único**.

O advogado que integra IA à sua rotina demonstra modernidade, eficiência e domínio de ferramentas de gestão e marketing, valores que o cliente associa a competência e inovação. Além disso, a IA permite um ganho imenso de **tempo e consistência**, duas coisas que constroem autoridade digital. O profissional que publica com frequência, responde com agilidade e se comunica de forma clara, se torna inevitavelmente mais relevante.

Mas há uma condição: tecnologia sem identidade é ruído. O advogado precisa manter sua voz, seu propósito e sua essência em cada comunicação. A IA é a ponte, não o protagonista.

## V - IA e o fator humano como diferencial final

No fim do dia, a IA não mede empatia. Ela não entende o que é uma mãe chorando diante da perda da guarda dos filhos, nem o alívio de um empresário que consegue salvar seu negócio. Essas histórias continuam sendo humanas e serão sempre o combustível da advocacia.

A tecnologia te ajuda a alcançar mais pessoas, a ser mais produtivo, a gerar valor em escala. Mas é o seu olhar, a sua escuta e a sua capacidade de traduzir emoções em soluções jurídicas que farão o cliente confiar em você. Em outras palavras: **a IA aproxima, mas o humano conecta.**

O futuro pertence a quem entende que o verdadeiro poder não está em escolher entre “ser humano ou tecnológico”, mas em **ser humano com tecnologia.**

Anotou esses 5 pontos? Excelente!!! O uso da Inteligência Artificial no marketing jurídico não é sobre modismo, é sobre **adaptação estratégica**. Os advogados que compreenderem esse momento não apenas se comunicarão melhor, mas construirão uma **autoridade percebida e sustentável**, amparada por dados, consistência e propósito.

A IA inaugura uma nova era na advocacia: uma era em que a visibilidade não depende mais de sorte ou indicação, mas de método e inteligência. Ela possibilita produzir conteúdo em escala, entender o comportamento do público, personalizar relacionamentos e medir resultados com precisão.

Mas é preciso entender um ponto crucial: **tecnologia não substitui reputação**. Ferramentas não constroem autoridade sozinhas, elas apenas ampliam o alcance de quem já tem clareza sobre sua mensagem, seus valores e seu propósito.

A IA não é o diferencial. **Você é o diferencial.** A tecnologia é o megafone que faz sua voz ecoar de forma mais eficiente, mais profissional e mais humana. No fundo, o segredo do marketing jurídico moderno está em dominar as ferramentas sem se tornar refém delas. Porque no cenário que estamos construindo agora, **o advogado mais preparado não é o que sabe tudo sobre Direito**, mas aquele que sabe comunicar o que sabe com inteligência, emoção e estratégia.

## 5. Ética e limites no uso da IA

Chegamos ao ponto mais importante deste artigo. Até aqui, falamos sobre o potencial transformador da Inteligência Artificial, da sua aplicação prática no marketing jurídico e das inúmeras oportunidades que ela abre para o advogado moderno. Mas agora é hora de tratar do que realmente sustenta tudo isso: **a ética e a responsabilidade profissional.**

Sem ética, toda tecnologia vira risco. Sem responsabilidade, todo ganho de eficiência pode se transformar em perda de credibilidade. Por isso, este será o capítulo mais longo e mais denso (mas isso é tranquilo, pois se você é advogado você gosta de ler, não é?). Brincadeiras à parte, será denso e longo porque é nele que vamos falar sobre o **verdadeiro divisor de águas entre o advogado que usa IA com inteligência e aquele que se perde na própria pressa de se modernizar.**

A Inteligência Artificial pode gerar textos, rascunhos, relatórios e até ideias de comunicação. Mas quem responde por tudo o que é dito, publicado ou entregue em nome do escritório continua sendo o advogado.

E é aí que entra o que eu gosto de chamar de **“compliance pessoal”**: um conjunto de princípios e cuidados que devem guiar o uso da tecnologia dentro da advocacia, independentemente do tamanho do escritório ou do nicho de atuação.

Neste capítulo, vamos conversar sobre três pilares essenciais:

- **Responsabilidade do Advogado** — a importância de tratar a ética como um sistema de compliance pessoal, aplicando à sua própria conduta o mesmo rigor que se cobra de grandes empresas;
- **O Provimento 205/2021 da OAB** — o marco regulatório da publicidade e do marketing jurídico no Brasil, e como ele orienta o uso de novas tecnologias sem abrir mão da sobriedade e do caráter informativo;

- **A Inteligência Artificial e seus limites éticos** — o que pode, o que não pode e o que deve ser revisto com cautela quando se usa IA para criar conteúdo, responder clientes, automatizar tarefas ou tomar decisões jurídicas.

Mais do que entender o que a tecnologia pode fazer, o advogado do futuro precisa entender **o que ele pode fazer com a tecnologia — e o que deve evitar**. Porque no fim das contas, a advocacia não será lembrada pelos recursos que usou, mas pela **responsabilidade com que aplicou cada um deles**.

Vamos começar com a **Responsabilidade do Advogado (Compliance Pessoal)**. Usar IA na advocacia não é “delegar” para a máquina, é **assumir responsabilidade ampliada** sobre tudo que sai em nome do escritório. Pense em “compliance pessoal”: um conjunto de práticas para garantir que **ética, sigilo e acurácia** sejam preservados quando você integra IA ao seu fluxo.

Vou trazer aqui 6 pontos que fazem parte da minha Compliance pessoal e que eu conscientizo meus clientes a aplicarem em seus escritórios:

*- Revisão integral e autoria intelectual*

Tudo que a IA produzir (texto, resumo, roteiro, minuta, resposta a cliente) **precisa de revisão humana criteriosa**. A OAB desde novembro do ano passado (2024) já vem orientando o uso ético de IA com ênfase na confidencialidade e no dever de supervisão profissional: a palavra final é do advogado, e a comunicação deve manter sobriedade e veracidade, sem promessas ou mercantilização.

**Diretriz prática:** trate cada saída da IA como um **rascunho técnico**. Verifique fontes, atualize jurisprudência, ajuste linguagem e cheque aderência ao Provimento 205/2021 antes de publicar ou enviar a clientes. (Esse princípio converge com guias e boas práticas de compliance em IA no setor jurídico.)

*- Entenda o “onde” dos seus dados (e o risco do “chat compartilhado”)*

Muitas IAs de consumo (conta individual ou “Plus/Pro”) **podem usar o conteúdo das conversas para treinar modelos e retêm logs por períodos relevantes**, salvo opt-out ou contrato empresarial específico. OpenAI documenta opções de controle de dados para consumidores; já houve, inclusive, ordens judiciais determinando a **preservação de conversas deletadas** para fins probatórios (caso NYT x OpenAI). Em paralelo, outras provedoras têm políticas de opt-out/retention mais extensas em tiers de consumo (ex.:

Anthropic/Claude). Isso evidencia que **o que você escreve no chat pode ser retido e auditado**. Eu sei que parece confuso, mas vou traduzir pra ti, meu amigo, minhas amiga.

**Tradução prática:** trate chats de IA como **ambientes potencialmente indexáveis e auditáveis**. Prefira **tiers corporativos com zero data retention** ou **acordos (DPA)** que proíbam uso para treino (sabendo que isso pode custar mais caro) e garantam segregação e auditoria. (Ex.: ChatGPT Enterprise/Edu ou soluções equivalentes de mercado com “Commercial Data Protection”.)

*- Sigilo, LGPD e ordens judiciais: o que realmente acontece*

No Brasil, a LGPD (Lei 13.709/2018) classifica dados de saúde, por exemplo, como dados pessoais sensíveis, exigindo **base legal, minimização, segurança e transparência**; tratamento descuidado expõe o escritório a sanções e reputação.

Além disso, o Marco Civil da Internet (Lei 12.965/2014) resguarda privacidade, **mas permite disponibilização de dados mediante ordem judicial**. Traduzindo: dados mantidos em provedores de IA **podem ser requisitados judicialmente**, e o provedor deve fornecer

**Conclusão objetiva:** dados em chats de IA **não estão protegidos por sigilo profissional** de forma automática; estão sob políticas do provedor e **podem ser alcançados por ordem judicial**. Portanto, **não trate o chat como “cofre de confidências”**.

*- O exemplo prático (e correto): minimização e “higienização” de dados*

Advogado e Advogada, vou trazer um exemplo meu. Recentemente minha mãe realizou um exame médico, daqueles que depois o médico envia o laudo. Bom ... ela pediu pra eu explicar pra ela o que aquilo significava. Mas eu não entendi quase nada e resolvi pedir ajuda pro meu amiguinho chatGPT “traduzir” para mim o laudo. Aqui que começa a boa prática, eu não peguei simplesmente o pdf e larguei lá, tive o cuidado de printar apenas a parte técnica do laudo, sem os dados pessoais da minha mãe. Ou seja, eu **recortei apenas a parte técnica e removi identificadores** (nome, CPF, datas, número do prontuário). Isso é **minimização e pseudonimização** na veia, o que reduz superfície de risco sob a LGPD e evita expor dados sensíveis (nesse caso, de saúde). É exatamente esse o comportamento esperado de um advogado que usa IA com compliance pessoal.

*- Protocolo de uso seguro de IA no escritório (checklist prático)*

Salva isso, Adv!

- **Classifique a informação** antes de usar IA: pública, interna, confidencial, sensível. (Sensível? Não subir em consumer chat.)
- **Escolha o ambiente certo:** preferir IA corporativa com zero-retention e DPA para qualquer dado que identifique cliente/caso.
- **Minimize sempre:** remova nomes, CPFs, CNPJs, números de processo, prontuários, endereços e datas específicas.
- **Use placeholders** (“CLIENTE X”, “EMPRESA Y”) e troque números por faixas aproximadas quando possível.
- **Desligue “chat history”/treinamento** quando não houver ambiente corporativo, entendendo que **não elimina totalmente retenções legais**.
- **Registre a revisão humana:** guarde a versão revisada, com notas do responsável que auditou a saída da IA.
- **Política interna + treinamento:** formalize política de IA, LGPD e segurança; treine equipe (inclusive estagiários e terceirizados). Materiais orientativos da ANPD ajudam a **definir papéis de controlador/operador**.

- *Transparência e expectativa do cliente*

Para finalizar, em linha com recomendações recentes, seja **transparente** sobre uso de IA quando isso afetar o serviço prestado (ex.: cláusula contratual/aviso). O objetivo é **qualificar** o serviço, nunca substituir o juízo profissional.

Muita informação, não? Vou tentar resumir este subcapítulo em uma frase: **Compliance pessoal em IA é revisar tudo, expor nada desnecessário e escolher o ambiente certo para cada tipo de dado.**

Entendida a responsabilidade do Advogado, agora vamos entender sobre o **Provimento 205/2021/CFOAB**. Ele se tornou o principal norte para o advogado que deseja usar o marketing [e, agora, também a Inteligência Artificial] de forma ética, estratégica e segura.

Antes dele, a publicidade jurídica era regida por normas fragmentadas, ambíguas e que deixavam muitos profissionais inseguros sobre o que poderiam ou não fazer. Em 2021 a OAB atualizou oficialmente as diretrizes da publicidade profissional **para o mundo digital** — reconhecendo que o advogado pode sim divulgar seu trabalho, desde que

mantenha **sobriedade, finalidade informativa e respeito ao caráter não mercantil da profissão.**

O ponto central do Provimento 205 é a distinção entre **publicidade informativa** e **publicidade mercantil**. O advogado pode (e deve) divulgar conteúdos que **informem, eduquem e orientem a sociedade**, mas é vedado transformar a advocacia em um produto de consumo.

Isso significa:

- Nada de promessas de resultados (“garantia de vitória”, “causa ganha”).
- Nada de comparações depreciativas (“melhor que outros escritórios”).
- Nada de linguagem apelativa ou sensacionalista.
- Nada de exposição indevida de clientes ou de casos concretos sem autorização.

A publicidade informativa tem como objetivo **educar o público e valorizar a profissão**, e não simplesmente gerar demanda. No contexto da **Inteligência Artificial**, isso é mais importante do que nunca. Ferramentas como ChatGPT, Jasper e Copilot permitem criar textos e anúncios em segundos — mas rapidez não pode ser sinônimo de descuido.

Como vimos, o advogado continua sendo **responsável pelo conteúdo**, mesmo quando ele é gerado parcialmente por IA. Portanto, todo material produzido com auxílio de IA precisa passar por dois filtros:

1. **O filtro técnico** — checar se o conteúdo é juridicamente correto.
2. **O filtro ético** — garantir que o conteúdo mantém sobriedade e caráter informativo, sem indução ou mercantilização.

A tecnologia facilita a comunicação, mas a **ética continua sendo inegociável**. Além disso, tanto o Provimento, quanto o Código de Ética e Disciplina da OAB (arts. 39 a 47) são unânimes em reforçar que **a sobriedade** é a marca da advocacia. Ser sóbrio não é ser frio; é ser responsável. É comunicar com clareza, mas sem apelar para emoções desmedidas ou estratégias de manipulação.

A **veracidade**, por sua vez, garante a confiança. A OAB veda qualquer tipo de publicidade enganosa ou que crie expectativa irreal no cliente. Quando a IA é usada sem supervisão, o risco de quebrar essa regra cresce e a tecnologia pode gerar informações imprecisas ou

interpretações incorretas. Por isso, o advogado precisa se posicionar como o **curador da verdade jurídica**.

A IA auxilia, mas não substitui o senso crítico e o dever de diligência. A máquina pode sugerir um texto; quem dá validade a ele é o profissional que o revisa e o assina.

Por outro lado, apesar do que muitos imaginam, o Provimento 205 não foi criado para travar a inovação, mas para garantir que a modernização da advocacia não destrua sua credibilidade. E nós, advogados, sabemos que as normas costumam demorar para se adequar à realidade social.

Então pense nele, de certa forma, como o **ponto de equilíbrio entre o passado e o futuro da profissão**: permite usar redes sociais, sites, blogs, vídeos, tráfego pago e até automações, desde que o advogado preserve a dignidade do cargo e o caráter técnico da informação. E procure manter a calma, logo logo o provimento passará por atualizações.

Fato é que com a chegada da IA, esse equilíbrio se torna ainda mais relevante. A ferramenta é poderosa, mas neutra. O que define se ela será usada de forma ética ou antiética é a **intenção e a supervisão humana**. Advogados que integram a IA com consciência ética, explicando direitos, traduzindo temas complexos, gerando acesso à informação jurídica de qualidade, estão honrando o espírito do Provimento.

Mas aqueles que usam IA para criar anúncios apelativos, comparativos ou que prometem resultados, estão **ferindo a própria essência da advocacia**. Use o Provimento 205/2021 como uma **plataforma de sustentação** para que você construa presença digital com segurança.

E, sejamos justos, o Provimento 205 não é um freio, é um lembrete de que a advocacia não é uma profissão qualquer. Ela lida com vidas, reputações e sonhos. E nenhuma ferramenta, por mais avançada que seja, pode se sobrepor à **responsabilidade de quem fala em nome da justiça**. Não se esqueça disso.

Agora vamos para uma parte mais “alarmista”, vamos falar sobre **IA e seus limites éticos** na advocacia. Vimos que a IA é o futuro, mas o que diferencia o advogado inovador do advogado imprudente é a **linha tênue entre eficiência e exposição**, entre automação e mercantilização.

A seguir, você entenderá exatamente **o que é permitido, o que exige cautela extrema e o que é terminantemente vedado** quando o assunto é IA na advocacia.

O que os advogados e escritórios podem fazer com IA (de forma ética e recomendada)

- **Usar IA para otimizar tarefas administrativas e operacionais**
  - Agendas, prazos, follow-ups, gestão de documentos e atendimento inicial.
  - Ferramentas como Notion AI, Zapier, Trello + Copilot ou CRM com IA integrada podem organizar o fluxo sem interferir no conteúdo jurídico.
  - Por que é ético: não envolve julgamento jurídico nem exposição de dados sensíveis; melhora a eficiência interna.
- **Usar IA para geração e estruturação de conteúdo educativo e informativo**
  - Criação de artigos, posts, roteiros e e-books sobre temas jurídicos, desde que revisados e aprovados pelo advogado.
  - Exemplo ético: “Como funciona o divórcio extrajudicial?” ou “O que muda com o novo Código de Processo Civil?”.
  - Por que é ético: cumpre função informativa e educativa, conforme art. 2º e 3º do Provimento 205/2021.
- **Usar IA como apoio à pesquisa jurídica e análise de dados**
  - Ferramentas como Harvey, Casetext CoCounsel, Lexis+ AI e JusGPT aceleram o levantamento de jurisprudência e padrões de decisão.
  - Por que é ético: mantém o advogado como intérprete da informação e respeita o dever de revisão e validação.
- **Usar IA para aprimorar relacionamento com clientes**
  - Chatbots e Agentes de IA informativos, diagnósticos preliminares automatizados e fluxos de onboarding digital.
  - Desde que:
    - O cliente saiba que está interagindo com IA.
    - Nenhum dado sensível seja armazenado sem consentimento.
  - Por que é ético: aumenta acessibilidade e agilidade, desde que haja transparência e supervisão humana.

Benefícios: eficiência, previsibilidade e posicionamento inovador sem ferir princípios da OAB. **Risco se mal utilizado:** vazamento de dados, conteúdo incorreto ou percepção de desumanização.

Agora, que os advogados podem fazer com cuidado extremo (área cinzenta)

- **Delegar à IA a escrita de minutas ou petições**
  - Pode ser usada como apoio à estruturação inicial, mas nunca como autoria.
  - Risco: IA pode citar jurisprudências inexistentes (alucinações) ou interpretações erradas.
  - Consequência: responsabilização por erro profissional, quebra do dever de diligência (art. 32, Código de Ética) e sanções disciplinares.
- **Utilizar IA para revisar documentos jurídicos com informações reais de clientes**
  - Só é ético se:
    - Os dados forem anonimizados ou pseudonimizados.
    - O ambiente de IA tiver proteção contratual (DPA) e zero retenção.
  - Risco: vazamento de informações protegidas por sigilo profissional e infração à LGPD (arts. 5º e 46).
  - Consequência: advertência, censura pública e possível indenização por violação de sigilo.
- **Usar IA para responder dúvidas jurídicas diretas de clientes via chatbot ou Agente de IA**
  - Pode ser feita em ambiente controlado e treinado com base ética, mas não deve oferecer aconselhamento jurídico personalizado.
  - Risco: a IA pode induzir o cliente a erro ou gerar promessa implícita de resultado.
  - Consequência: infração ética (arts. 7º e 42 do Código de Ética) e processo disciplinar.
- **Produzir conteúdo automatizado em escala (publicidade programada)**
  - Só é permitido se houver supervisão humana e controle editorial.
  - Risco: perda de sobriedade, excesso de autopromoção e “mercantilização digital” (art. 5º, §1º, Provimento 205/2021).

- Consequência: advertência e, em reincidência, censura pública pela OAB.

Resumo: o advogado pode usar IA como assistente técnico, mas nunca como autor jurídico. **O limite é claro:** a decisão, a responsabilidade e a assinatura são humanas.

O que os advogados não podem, em hipótese alguma, fazer com IA:

- **Prometer resultados, ganhos ou “vitórias garantidas” com auxílio de IA**
  - Exemplo: “Use nossa tecnologia e garanta a causa ganha.”
  - Violação: publicidade mercantil e enganosa (arts. 39, 40 e 41 do Código de Ética; art. 5º, §1º, Provimento 205/2021).
  - Consequência: censura pública, suspensão do exercício profissional e processo disciplinar.
- **Usar IA para criar ou divulgar anúncios sensacionalistas**
  - Exemplo: “Veja como um advogado conseguiu R\$100 mil para seu cliente com essa técnica.”
  - Violação: quebra da sobriedade e promoção pessoal indevida (art. 40, Código de Ética).
  - Consequência: penalidades da OAB e prejuízo irreversível à imagem profissional.
- **Subir documentos reais de clientes em chats públicos de IA**
  - Violação: quebra de sigilo profissional (art. 25, Código de Ética; art. 7º, II, Estatuto da OAB) e violação à LGPD.
  - Consequência: processo ético-disciplinar, possível multa da ANPD e responsabilidade civil.
- **Permitir que IA se comunique diretamente com clientes sem identificação clara**
  - Violação: publicidade encoberta e falta de transparência.
  - Consequência: censura pública e processo disciplinar.
- **Publicar conteúdo gerado por IA sem revisão e atribuição de autoria humana**

- Exemplo: petições, artigos ou pareceres assinados por IA.
- Violação: falsidade ideológica e infração ética.
- Consequência: processo disciplinar e risco de anulação de atos jurídicos.

Síntese dos princípios que devem guiar o uso ético da IA

- **Transparência:** o cliente deve saber quando uma automação está sendo usada.
- **Supervisão:** todo conteúdo deve passar pela revisão do advogado.
- **Sigilo:** nunca inserir dados identificáveis em chats públicos.
- **Sobriedade:** toda comunicação deve preservar o tom institucional.
- **Finalidade informativa:** o objetivo é educar, não vender.
- **Responsabilidade integral:** a IA pode produzir, mas quem responde é o advogado.

Consequências práticas das violações:

Tipo de violação	Natureza da infração	Consequência disciplinar	Efeito prático
Promessas de resultado / anúncios apelativos	Publicidade mercantil	Censura pública e possível suspensão	Danos à reputação e à confiança pública
Exposição de dados reais em IA	Quebra de sigilo / violação LGPD	Processo ético + multa da ANPD	Perda de confiança do cliente
Uso de IA sem revisão	Falta de diligência profissional	Advertência ou censura	Responsabilidade civil e reputacional
Chatbots que simulam advogado sem aviso	Publicidade enganosa	Censura e suspensão	Risco jurídico e ético

Conteúdo automatizado sem sobriedade	Violação do Provimento 205	Advertência ou censura	Dano à imagem institucional
--------------------------------------	----------------------------	------------------------	-----------------------------

É bastante coisa, não é mesmo? A tecnologia pode acelerar, simplificar e potencializar a advocacia, mas nunca deve substituir o que a sustenta: **a ética, a responsabilidade e o propósito humano.**

A **Responsabilidade do Advogado** é o primeiro filtro. Cada conteúdo, automação ou interação criada com IA precisa passar pelo olhar crítico e pela revisão humana. É o “compliance pessoal” que garante segurança e credibilidade. O **Provimento 205/2021** é a bússola. Ele orienta como usar o digital — e agora a IA — sem ferir a sobriedade e a veracidade que definem o exercício da profissão. E os **Limites Éticos** são o território seguro. Saber o que pode, o que exige cautela e o que jamais deve ser feito é o que separa a inovação responsável da imprudência digital.

No fim, a IA não é o problema nem a solução, é apenas o instrumento. O resultado depende de quem a conduz. E na advocacia, **quem conduz é sempre o advogado.**

## 6. Ferramentas e Aplicações Práticas

Até aqui, falamos sobre o impacto da Inteligência Artificial, sobre ética, responsabilidade e limites. Mas toda teoria precisa virar prática.

E o ponto de partida é simples: **escolher as ferramentas certas e saber integrá-las ao fluxo de trabalho** do escritório. A seguir, você encontra uma **curadoria das principais IAs** que já estão transformando o dia a dia da advocacia moderna, separadas por finalidade: produtividade, jurídico, automação e marketing.

Mais do que uma lista, este capítulo é um **guia de uso inteligente**, mostrando o que cada ferramenta faz, como aplicá-la e onde ela se encaixa dentro da rotina de um escritório que quer crescer de forma ética e estratégica.

### *IAs de produtividade e apoio operacional*

Essas ferramentas aceleram tarefas cotidianas — desde a organização de documentos até a redação de textos e resumos técnicos.

Ferramenta	Aplicação prática	Dica de uso ético
<b>ChatGPT (OpenAI)</b>	Geração de textos, resumos, ideias de conteúdo e apoio à pesquisa.	Use apenas com dados anonimizados e revise sempre antes de publicar.
<b>Copilot (Microsoft)</b>	Integrado ao pacote Office (Word, Excel, Outlook). Automatiza planilhas, gera e-mails e cria relatórios.	Ideal para produtividade interna, sem dados de clientes.
<b>Claude (Anthropic)</b>	IA com foco em análise de grandes volumes de texto. Excelente para ler petições, contratos e acórdãos.	Use para estudos de caso e insights; evite subir informações sigilosas.

Essas três são a base do trabalho inteligente: **fazem o que toma tempo**, mas não exigem julgamento jurídico.

*IAs jurídicas (apoio técnico e pesquisa legal)*

Aqui estão as ferramentas voltadas para interpretação de jurisprudência, legislação e elaboração de documentos jurídicos.

Ferramenta	Aplicação prática	Dica de uso ético
<b>JusGPT (Brasil)</b>	IA treinada em bases jurídicas nacionais, com foco em jurisprudência, artigos e decisões dos tribunais.	Excelente para pesquisa de precedentes, mas requer revisão humana das respostas.
<b>Harvey (EUA / Global)</b>	Ferramenta usada por grandes bancas internacionais. Faz análises jurídicas complexas e revisão de contratos.	Ideal para estudos comparativos e insights estratégicos.

<b>Casetext CoCounsel (Thomson Reuters)</b>	IA jurídica com checagem de fontes e citações verificáveis.	Use como apoio à pesquisa; nunca substitua a fundamentação própria.
---	---	---

Essas ferramentas não pensam como um advogado, mas **organizam o universo jurídico** para que o advogado pense melhor e mais rápido. São como bússolas tecnológicas que apontam caminhos, mas não tomam decisões.

#### *IAs de automação e marketing jurídico*

Essas são essenciais para o advogado que deseja profissionalizar sua presença digital, gerenciar leads e criar relacionamentos de forma ética e previsível.

Ferramenta	Aplicação prática	Dica de uso ético
<b>Notion AI</b>	Criação de pautas, roteiros e organização de tarefas e conteúdo.	Use como base para planejamento e briefing; revise a execução.
<b>Zapier</b>	Conecta aplicativos (como Google Sheets, WhatsApp, CRM e e-mail), automatizando fluxos.	Ideal para tarefas repetitivas, sem envolver dados sensíveis.
<b>ActiveCampaign</b>	Automação de e-mails, funis e relacionamento com leads.	Comunicação deve ser informativa, jamais comercial ou comparativa.

Essas ferramentas permitem **escalar a presença digital** sem desumanizar o atendimento. Quando usadas corretamente, criam um ecossistema em que o advogado aparece mais, com mais consistência e autoridade.

Uma dica minha é o **Adapta.org**: o “atalho” inteligente para quem quer começar (gente, só pra deixar claro, não tô ganhando nada pra divulgar, só recomendo pois acho uma solução muito inteligente) Se você ainda está dando os primeiros passos e quer experimentar várias IAs sem gastar muito tempo (ou dinheiro) configurando cada uma, essa é uma excelente porta de entrada.

A plataforma reúne diversas ferramentas de IA em um só lugar, como ChatGPT, Claude, Gemini, DALL-E, Perplexity e outras, todas acessíveis de forma centralizada e com custo reduzido.

Ela funciona como um *hub inteligente de IAs*, ideal para escritórios que querem testar possibilidades antes de investir em planos corporativos separados. Além disso, o Adapta.org oferece um ambiente mais controlado e acessível para quem ainda está aprendendo a usar IA com segurança, muito bom para advogados que querem aplicar tecnologia.

A IA certa, usada do jeito certo, libera tempo, melhora a entrega e multiplica o alcance do escritório. Mas lembre-se: **a ferramenta não substitui o método — e o método é o que define o resultado**. Por isso, se você quiser entender como aplicar essas IAs dentro da estratégia do seu escritório, vale conversarmos sobre isso.

## **7. A advocacia não está acabando. Está evoluindo.**

A grande pergunta deste artigo foi: *“A Inteligência Artificial vai substituir advogados?”*

E a resposta continua sendo a mesma: **não vai**.

Mas ela já está substituindo aqueles que se recusam a aprender. A IA não ameaça a advocacia. O que ameaça é o comodismo.

Enquanto uns temem o avanço tecnológico, outros estão aprendendo a transformar esse avanço em vantagem competitiva, automatizando tarefas, se posicionando melhor, ganhando previsibilidade e autoridade.

E aqui está o ponto cego de muitos escritórios: **não é apenas dominar o Direito**, é dominar também as **ferramentas que garantem que o Direito chegue ao cliente certo, da forma certa e no tempo certo**. Isso envolve IA, LGPD, Agentes de IA, CRM, produção de conteúdo ético, e um olhar estratégico sobre cada etapa do marketing jurídico.

A verdade é que são muitas engrenagens para girar sozinho. E o advogado que tenta fazer tudo por conta própria corre dois riscos sérios: **errar por desconhecimento técnico** e **paralisar por medo de errar**. Ambos custam caro em tempo, energia e reputação.

Por isso, mais do que conhecer a IA, é preciso **ser orientado por quem entende** como aplicá-la com segurança dentro dos limites da OAB. Alguém que una o olhar técnico, o conhecimento das normas éticas e a experiência prática em marketing jurídico.

E é exatamente nisso que eu posso ajudar. Tenho acompanhado de perto essa transição da advocacia para o digital, ajudando escritórios a estruturarem seus processos, protegerem seus dados, criarem conteúdos estratégicos e implementarem tecnologia **sem ferir a ética e com resultados reais**.

A advocacia do futuro pertence a quem une **técnica, empatia e eficiência tecnológica**. A IA não é inimiga; é o novo estagiário, o novo analista, o novo parceiro de crescimento. E quanto antes o advogado aprender a usá-la de forma inteligente, mais cedo deixará de correr atrás de clientes e passará a ser procurado por eles.

A advocacia não está acabando. Ela está evoluindo. E quem entende a **IA como aliada, e não como ameaça**, sai na frente, com mais autoridade, mais previsibilidade e mais tempo para o que realmente importa: advogar com propósito.

Se você quer entender **como implementar a IA e outras ferramentas digitais no seu escritório** de forma **ética, prática e segura**, podemos conversar sobre isso.

**Espero que você tenha gostado e aguardo o seu comentário para continuarmos essa conversa.**

Sugestões de Leitura e referências:

[Recomendações da OAB sobre uso de IA \(OAB\)](#)

[A IA jurídica e a conformidade com a OAB: guia completo \(doc9\)](#)

[OpenAI is storing deleted ChatGPT conversations as part of its NYT lawsuit \(verge\)](#)

[Consumer privacy at OpenAI \(OpenAI\)](#)

[Política de Privacidade \(OpenAI\)](#)

[Guia orientativo para definições dos agentes de tratamento de dados pessoais e do encarregado \(GOV\)](#)