



CARTILHA PUBLICIDADE JURÍDICA

TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA (TED) DA OAB-MT

VOGADOS DO BRASIL

INTRODUÇÃO

A cartilha “Publicidade Jurídica” do Tribunal de Ética e Disciplina (TED) da Ordem dos Advogados do Brasil – Seccional Mato Grosso (OAB-MT) visa a dar conhecimento à sociedade sobre situações jurídicas complexas ou controvertidas, tarefa esta atribuída ao (à) advogado (a) e necessária ao desenvolvimento socioeconômico, estimulada pelo próprio Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil (CFOAB).

Ao observar os limites determinados pela Lei, o (a) advogado (a) evita punições que vão da simples censura até suspensão do profissional, além de aplicação de multa.

Em resumo, é evidente, portanto, que não há qualquer impedimento ético de publicizar os serviços advocatícios, desde que respeitados os parâmetros exigidos pelo Código de Ética da Advocacia, Provimentos e Leis correlatas.

Desta forma, após inúmeros questionamentos sobre os limites da publicidade na advocacia, a OAB-MT vem, em poucas linhas, esclarecer algumas das situações corriqueiras na vida profissional e suas limitações, diferenciando publicidade irregular (com intuito de captação de clientes) e os necessários serviços de informação à sociedade.

Boa leitura!

SITUAÇÕES PERMITIDAS PELO CÓDIGO DE ÉTICA E DISCIPLINA DA OAB

- Veicular anúncio da sociedade de advogados, contendo nomes e registro na OAB dos advogados, número de registro da sociedade de advogados, endereço eletrônico e horário de atendimento;
- Ter website e veicular anúncios na internet, observando a mesma moderação da veiculação em jornais e revistas especializadas;
- Publicação de anúncios do website do advogado ou do escritório em sites da internet;
- Uso de logotipos, desde que compatíveis com a sobriedade da advocacia;
- Veiculação em espaços para publicidade em página de revista jurídica ou na internet;
- Manter página no Instagram, Facebook ou similares, desde que observadas as regras de publicidade;
- Participação do advogado em revistas jurídicas e na internet;
- Participação em página de cadastro de profissionais jurídicos na internet;
- Fazer referência a títulos e qualificações profissionais (art. 29 do CED);
- Ter seu nome vinculado a reportagens ou propagandas de eventos, desde que tenha finalidade meramente informativa;
- Mencionar a especialidade do escritório ou advogado em anúncio;
- Comparecer a eventos que premiem o advogado pelo seu trabalho e o noticiário do prêmio é considerado uma consequência lógica do evento;
- Publicidade em atividades esportivas destinadas a classe dos advogados;
- Divulgação de eventos nos quais o advogado irá participar como palestrante.

SITUAÇÕES PROIBIDAS PELO CÓDIGO DE ÉTICA E DISCIPLINA DA OAB

- Responder com habitualidade a consulta sobre matéria jurídica, nos meios de comunicação social;
- Debater, em qualquer meio de comunicação, causa sob o patrocínio de outro advogado;
- Abordar tema de modo a comprometer a dignidade da profissão e da instituição que o congrega;
- Divulgar ou deixar que sejam divulgadas listas de clientes e demandas;
- Insinuar-se para reportagens e declarações públicas;
- Anunciar em catálogos empresariais ou profissionais que não sejam destinados ao meio jurídico;
- Publicidade através de rádio ou televisão;
- Oferecer serviços via fax ou via e-mail;
- Utilização de mala direta, distribuição de panfletos ou formas assemelhadas de publicidade;
- Qualquer tentativa de inviabilizar serviços públicos que informem o mau serviço prestado;
- Em locais públicos, que não aqueles destinados aos advogados;
- Publicidade ao lado de produtos de consumo;



SITUAÇÕES PROIBIDAS PELO CÓDIGO DE ÉTICA E DISCIPLINA DA OAB

- Publicidade através de WhatsApp ou mensagens de celular;
- Uso de fotografias e ilustrações nas páginas da internet (Facebook, Instagram ou similares);
- Qualquer tipo de publicidade em parede de edifícios, mesmo que seja o próprio escritório do advogado, sendo permitido apenas o logotipo;
- Uso de outdoors ou painéis luminosos em locais públicos;
- Publicidade em veículos, elevadores ou espaços públicos;
- Publicidade em eventos estranhos à área jurídica (eventos culturais, artísticos e esportivos em geral);
- Utilização de dizeres próprios de atividade comercial, como “fale conosco!”;
- Manter qualquer canal de consulta gratuita;
- Publicar o preço cobrado pelo seu serviço;
- Utilização de nome fantasia;
- Vinculação do advogado ou da sociedade de advogados com fotos dos Tribunais;
- Oferecimento de serviços mediante intermediários.

PERGUNTAS FREQUENTES

1) Advogado pode divulgar seus serviços em TV, rádio e outdoors?

Não. Este tipo de publicidade é vedado expressamente (artigo 40, CED). Não é possível veicular publicidade por rádio, televisão, cinema, nem usar outdoors, painéis luminosos ou instrumentos parecidos. Tampouco inscrições em muros, paredes, veículos, elevadores ou qualquer espaço público.

2) O advogado pode ter participação em programa de televisão?

Eventualmente sim. Reportagens e entrevistas são permitidas, desde que para ilustrar aspectos jurídicos. A apresentação de programa "jurídico" habitual só é permitida em veículos destinados ao meio jurídico, como o Canal Justiça, por exemplo. Também é expressamente proibido anunciar métodos ou soluções jurídicas ou se manifestar sobre estes, quando utilizado por outro advogado (artigo 43, CED).

3) O advogado pode participar de lives no Instagram, Zoom e similares?

Sim. O advogado pode participar de lives, sem habitualidade, que tenham o intuito de trazer informações a sociedade, sem alusões a casos concretos, sem autopromoção ou com características de mercantilização.

4) O advogado pode disponibilizar aulas ou palestras com assuntos jurídicos no YouTube, Facebook ou Instagram?

Sim. Como nas lives, o (a) advogado (a) pode disponibilizar vídeos com aulas ou palestras, ter uma página online e se utilizar dessas ferramentas apenas com intuito informativo, sendo proibida qualquer forma de promoção pessoal, alusões a casos concretos ou qualquer tentativa, ainda que implícita, de mercantilização.

5) O advogado pode utilizar a ferramenta "link patrocinado" disponível no Instagram?

Não. A publicidade na Internet, ainda que passiva, não pode ter impulsionamento (serviço que apresenta a publicidade com primazia em relação às demais). Ou seja, o link patrocinado traz desigualdade na classe em razão do poder aquisitivo.

6) É possível praticar atos da advocacia com atos de mercantilização?

Não. É proibida ao (a) advogado (a) qualquer tentativa de publicidade com intuito de captar clientes ou atrair interessados em atuar nas causas, oferecendo serviços como numa relação típica de consumo, além de atuar em parceria com outros serviços (artigo 5º, CED).

7) O advogado pode oferecer serviço de advocacia junto com outras atividades?

Não. Esta prática também é vedada. Prática muito comum entre escritórios de advocacia e contabilidade, não é possível "a divulgação de serviços de advocacia juntamente com a de outras atividades ou a indicação de vínculos entre uns e outras" (artigo. 40, inciso IV, CED).

PERGUNTAS FREQUENTES

8) O advogado pode divulgar seu contato nas publicações?

Sim. Desde que observadas as regras do artigo 44, do CED, ou seja, o nome, o número da inscrição, a razão social, assim como o e-mail. Vedada, no entanto, a inserção de fotografias, cargos ou funções ocupadas, salvo a de professor universitário.

9) O advogado pode usar mala direta?

Não. É vedado o uso de mala direta, a distribuição de panfletos ou formas assemelhadas de publicidade com o intuito de captação de clientela.

10) O advogado pode usar placas e fachadas luminosas no seu escritório?

Sim. Desde que observados os critérios de sobriedade condizentes com a profissão.

11) O advogado pode escrever com intenção de divulgar seus serviços?

Não. No entanto, o artigo 41 prevê que "as colunas que o advogado mantiver nos meios de comunicação social ou os textos que por meio deles divulgar não deverão induzir o leitor a litigar nem promover, dessa forma, captação de clientela". Assim, é possível escrever com a intenção de informar sobre fatos e direitos, sem fazer apelo ou direcionamento ao litígio. É preciso ter um nível de sobriedade e profundidade que permita que qualquer pessoa possa identificar um problema que vive e tenha autonomia da decisão.

12) O advogado pode patrocinar eventos ou palestras?

Sim. O advogado pode patrocinar eventos e palestras destinados ao meio jurídico

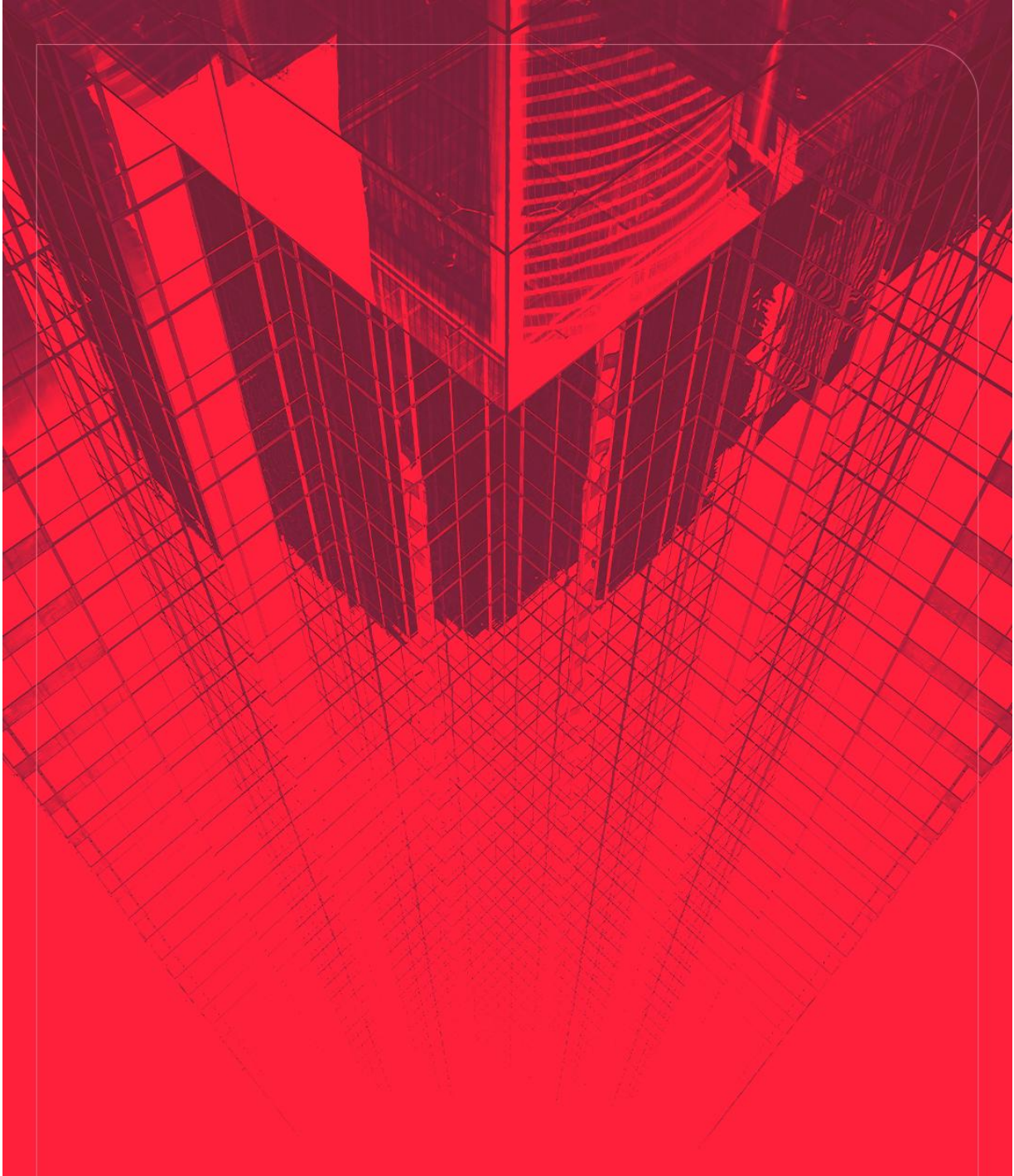
(aquele que tem como público-alvo os atuantes do mundo jurídico, mas não exige que seja exclusivo a tal finalidade), inclusive fazendo uso do logotipo do escritório.

Exemplo: palestras de Recuperação Judicial normalmente são destinadas a advogados e empresários, não encontrando qualquer proibição ética.

13) O advogado pode patrocinar sorteio de livros?

Não. É vedado o sorteio de livros em programas na mídia, em geral, enquanto estratégia de marketing para inserção de produtos e serviços no mercado, por se tratar de consubstanciação de mercantilismo.





FIQUE ATENTO!

Lembramos ainda que o Tribunal de Ética e Disciplina da OAB-MT é um órgão de consultas em tese, formuladas por escrito, assim como disponibiliza aos (às) advogados (as) um manual jurisprudencial com decisões dos relatores, orientado na prática sobre os limites de atuação profissional.



Cuiabá (MT), setembro de 2020

Diretoria do Tribunal de Ética e Disciplina da OAB-MT

João Batista Beneti – Presidente

Silvano Macedo Galvão – Vice Presidente

Christiano Alexandre Gonçalves de Souza – Secretário Geral