



Ordem dos Advogados do Brasil - Seção de Goiás
"Casa do Advogado Jorge Jungmann"

PLENO DO TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA DA ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL - SECCIONAL DE GOIÁS

CONSULTA

Processos N° 201912650

CONSULENTE: GEOVANA OLIVEIRA BRANDÃO - OAB/GO 52.948

EMENTA: CONSULTA. PUBLICIDADE REDES SOCIAIS. POSTS PATROCINADOS POR ADVOGADO. DESDE QUE RESPEITADOS OS PARÂMETROS DELIMITATIVOS IMPOSTOS. PROIBIÇÃO A EXPOSIÇÃO SEM LIMITES, GENERALIZADOS E POSTS PATROCINADOS EM GERAL.

Relatório

Trata-se de consulta que versa sobre publicidade e posts patrocinados em redes sociais. Solicita, em suma, o que se segue:

- 1) A Consulta n.º 201912650 apresentada pela Advogada Geovana Oliveira Brandão requer parecer quanto à possibilidade, se advogado poderia promover seus posts no Instagram, os quais apresentam somente uma produção de conteúdo jurídico e vivencial, e que quanto aos posts jurídicos tem o intuito somente informativo à população?; Não se cogitando da simples veiculação privativa, informativa e pontual.



OAB - SEÇÃO DE GOIÁS

Documento assinado digitalmente em 26/11/2020 10:36:42

Assinado por WELLISSON AMARAL E SILVA:96805196191



Ordem dos Advogados do Brasil - Seção de Goiás
"Casa do Advogado Jorge Jungmann"

É o breve relatório.

Parecer

O Código de Ética da Ordem dos Advogados do Brasil, disciplina a temática sobre publicidade na advocacia, no Capítulo VIII, arts. 39 a 47.

Cumprе ressaltar a diferença entre propaganda e publicidade. A primeira está voltada para ideia de comércio, oferecimento de produtos, e visa alcançar público maior, em busca de lucros com a venda dos artigos oferecidos. A publicidade é uma informação mais discreta, sem ostentação, para público menor e direto.

Diante da temática, importa destacar que o Código de Ética da OAB trouxe apenas a terminologia da **publicidade**, sendo silente quanto à propaganda.

O advogado não presta serviços mercantis não vendem produtos. Ao contrário, prestam serviços qualificados e especializados na luta pela justiça, ou seja, incompatível com a atividade mercante. Dessa forma, a publicidade não pode visar à captação de clientela e não deve ter viés mercantilista.

Nesta vertente, o Superior Tribunal de Justiça-STJ consolidou entendimento afirmando que não se aplica o Código de Defesa do Consumidor nas relações cliente x advogado. Isso ficou consignado no julgamento do REsp nº 532.377/RJ, quando se reconheceu que *“não há relação de consumo nos serviços prestados por advogados, seja por incidência de norma específica, no caso a lei 8.906/94, seja por não ser atividade fornecida no mercado de consumo”*.





Ordem dos Advogados do Brasil - Seção de Goiás
"Casa do Advogado Jorge Jungmann"

Esta análise, segue o consolidado entendimento do deste Tribunal de Ética da Seccional da OAB/GO, acompanhando as posições adotadas pelas Seccionais da Bahia, Pernambuco e Sergipe, entende que o patrocínio de publicações em redes sociais configura captação indevida de clientes, e assim concluiu nos autos da consulta no. 201803403, protocolo 463062:

"... os anúncios patrocinados no Instagram e Facebook, dentre outras, são postagens publicitárias com objetivo comerciais e de venda. Esses posts sempre vêm sinalizados como anúncio e possuem botões de CTA (chamada para ação, em português) com o objetivo de levar o usuário para uma landing page específica ou para a página de um produto dentro de um e-commerce (comércio eletrônico)."

É necessário que o dilema posto requer um debate cuidadoso, minucioso, sistemático e com a análise e estudo perfectivo dos arts. 39 a 47 do Código de Ética e Disciplina da OAB em conjunto com o provimento no. 94/2000, transcritos abaixo;

Art. 39. A publicidade profissional do advogado tem caráter meramente informativo e deve primar pela **discrição e sobriedade, não podendo configurar captação de clientela ou mercantilização da profissão.**

Art. 40. Os meios utilizados para a publicidade profissional não de ser compatíveis com a diretriz estabelecida no artigo anterior, sendo vedados:

I - a veiculação da publicidade por meio de rádio, cinema e televisão; II - o uso de outdoors, painéis luminosos ou formas assemelhadas de publicidade; III - as





Ordem dos Advogados do Brasil - Seção de Goiás
"Casa do Advogado Jorge Jungmann"

inscrições em muros, paredes, veículos, elevadores ou em qualquer espaço público; IV - a divulgação de serviços de advocacia juntamente com a de outras atividades ou a indicação de vínculos entre uns e outras; V - o fornecimento de dados de contato, como endereço e telefone, em colunas ou artigos literários, culturais, acadêmicos ou jurídicos, publicados na imprensa, bem assim quando de eventual participação em programas de rádio ou televisão, ou em veiculação de matérias pela internet, sendo permitida a referência a e-mail; VI - a utilização de mala direta, a distribuição de panfletos ou formas assemelhadas de publicidade, com o intuito de captação de clientela. Parágrafo único. Exclusivamente para fins de identificação dos escritórios de advocacia, é permitida a utilização de placas, painéis luminosos e inscrições em suas fachadas, desde que respeitadas as diretrizes previstas no artigo 39.

Art. 41. 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.

Art. 42. É vedado ao advogado: I - responder **com habitualidade** a consulta sobre matéria jurídica, nos meios de comunicação social; II - debater, em qualquer meio de comunicação, causa sob o patrocínio de outro advogado; III - abordar tema de modo a comprometer a dignidade da profissão e da instituição que o congrega; IV - divulgar ou deixar que sejam divulgadas listas de clientes e demandas; V - insinuar-se para reportagens e declarações públicas.

Art. 43. O advogado que eventualmente participar de programa de televisão ou de rádio, de entrevista na imprensa, de reportagem televisionada ou veiculada por qualquer outro meio, para manifestação profissional, deve visar a objetivos exclusivamente ilustrativos, educacionais e instrutivos, sem propósito de promoção pessoal ou profissional, vedados pronunciamentos sobre métodos de trabalho usados por seus colegas de profissão. Parágrafo único. Quando convidado para manifestação pública, por qualquer modo e forma, visando ao esclarecimento de tema jurídico de interesse geral, deve o advogado evitar insinuações com o sentido de promoção pessoal ou profissional, bem como o debate de caráter sensacionalista.

Art. 44. Na publicidade profissional que promover ou nos cartões e material de escritório de que se utilizar, o advogado fará constar seu nome ou o da sociedade de advogados, o número ou os números de inscrição na OAB. § 1º Poderão ser referidos apenas os títulos acadêmicos do advogado e as distinções honoríficas relacionadas à vida profissional, bem como as instituições jurídicas de que faça parte, e as especialidades a que se dedicar, o endereço, e-mail, site, página eletrônica, QR code, logotipo e a fotografia do escritório, o horário de atendimento e os idiomas em que o cliente poderá ser atendido. § 2º É vedada a inclusão de fotografias pessoais ou de terceiros nos cartões de visitas do advogado, bem como





Ordem dos Advogados do Brasil - Seção de Goiás
"Casa do Advogado Jorge Jungmann"

menção a qualquer emprego, cargo ou função ocupado, atual ou pretérito, em qualquer órgão ou instituição, salvo o de professor universitário.

Art. 45. São admissíveis como formas de publicidade o patrocínio de eventos ou publicações de caráter científico ou cultural, assim como a divulgação de boletins, por meio físico ou eletrônico, sobre matéria cultural de interesse dos advogados, desde que sua circulação fique adstrita a clientes e a interessados do meio jurídico. **Art. 46.** A publicidade veiculada pela internet ou por outros meios eletrônicos deverá observar as diretrizes estabelecidas neste capítulo. Parágrafo único. A telefonia e a internet podem ser utilizadas como veículo de publicidade, inclusive para o envio de mensagens a destinatários certos, desde que estas não impliquem o oferecimento de serviços ou representem forma de captação de clientela.

Art. 47. As normas sobre publicidade profissional constantes deste capítulo poderão ser complementadas por outras que o Conselho Federal aprovar, observadas as diretrizes do presente Código".

Mesmo diante das inovações tecnológicas disponíveis a todos, a corrente majoritária à respeito do tema na Ordem dos Advogados do Brasil é conservadora, o que nos leva a crer ser o melhor entendimento, por hora.

Numa questão de bom senso, o Advogado precisa reter em suas publicações o caráter da discrição e da sobriedade. Assim, tomando-se por base os esclarecimentos acima, conclui-se pela não permissão de postagens com impulsos patrocinados no instagram, facebook e outras redes sociais.

Esse é o parecer que, ao qual submeto à apreciação dos Doutos pares desse Egrégio Tribunal de Ética e Disciplina da OAB/GO.

Publique-se. Intime-se.

Goiaânia/GO, 23 de novembro de 2020.

Wellisson Amaral e Silva
- Juiz Relator -



OAB - SEÇÃO DE GOIÁS

Documento assinado digitalmente em 26/11/2020 10:36:42

Assinado por WELLISSON AMARAL E SILVA:96805196191



Ordem dos Advogados do Brasil - Seção de Goiás
"Casa do Advogado Jorge Jungmann"

Processo nº 201912650/2019 - TED - Consulta
Situação: Arquivado - Último andamento: TED - Processo arquivado - Consulta
Usuário: Bruna de Paula Mundim - Data: 21/06/2021 10:00:55



OAB - SEÇÃO DE GOIÁS

Documento assinado digitalmente em 26/11/2020 10:36:42

Assinado por WELLISSON AMARAL E SILVA:96805196191



Ordem dos Advogados do Brasil - Seção de Goiás
"Casa do Advogado Jorge Jungmann"

PLENO DO TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA DA ORDEM DOS ADVOGADOS DO
BRASIL - SECCIONAL DE GOIÁS

CONSULTA

Processos Nº 201912650

CONSULENTE: GEOVANA OLIVEIRA BRANDÃO - OAB/GO 52.948

EMENTA:

CONSULTA. PUBLICIDADE REDES SOCIAIS. POSTS PATROCINADOS POR ADVOGADO. DESDE QUE RESPEITADOS OS PARÂMENTROS DELIMITATIVOS IMPOSTOS. PROIBIÇÃO A EXPOSIÇÃO SEM LIMITES, GENERALIZADOS E POSTS PATROCINADOS EM GERAL.

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos, acordam os Juízes da Corte Especial do Tribunal de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil – Seção de Goiás, por unanimidade, conhecer e responder a consulta, nos termos do voto do Juiz Relator.

Goiânia, 23 de novembro de 2020.

WELLISSON AMARAL E SILVA

Juiz Relator



OAB - SEÇÃO DE GOIÁS

Documento assinado digitalmente em 17/12/2020 16:58:45

Assinado por WELLISSON AMARAL E SILVA:96805196191