Envio de e-mails em massa é captação ilegal de clientela, decide OAB-DF

Nem os escritórios nem os advogados podem mandar boletins eletrônicos ou e-mails em massa — os *spams* — para pessoas que não sejam seus clientes ou conhecidos. Isso porque o envio de mala direta a uma coletividade indiscriminada ou a pessoas que não sejam clientes, sem autorização, é captação ilegal de clientela no entendimento do Tribunal de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil do Distrito Federal.

Em decisão de 25 de junho de 2013, a OAB-DF aplicou a pena de censura, convertida para advertência, a um advogado, por causa desse tipo de ação. Além de fazer panfletagem no prédio em que trabalha, ele comprou um mailling — pacote com e-mails de terceiros — e encaminhou a todos o resultado de uma causa que havia vencido, pedindo para que as pessoas o contratassem.

Segundo o presidente do Tribunal de Ética e Disciplina da OAB-DF, **Erik Bezerra**, a prática é recorrente entre advogados. “Isso é um caso muito comum na advocacia. Há muita gente buscando, por essas formas, chegar a uma quantidade maior de pessoas”, afirma.

Na avaliação dele, a liberação da publicidade “mercantiliza a advocacia” e traz risco para os pequenos escritórios. “Se a gente mercantilizar a advocacia, isso vira uma arma na mão dos grandes escritórios, que têm condições financeiras de fazer uma propaganda muito mais efetiva e retirar os clientes dos pequenos escritórios. Viraria uma guerra”, diz.

O entendimento, porém, não é unânime entre os profissionais do direito. Defensor da liberdade do advogado para fazer publicidade, o advogado **Flavio Olimpio de Azevedo —**autor dos livros *Comentários às infrações Disciplinares do Estatuto da Advocacia* e *Ética e Estatuto da Advocacia* — diz que há uma tendência mundial pela liberação. “Nos Estados Unidos, a publicidade é liberada desde 1977 de forma irrestrita, havendo até mesmo anúncio televisionado”, diz ele.

Segundo Olimpio, a restrição ainda existente apenas em poucos países latinos deverá ser revista, especialmente por conta dos avanços na informática. “Por causa da verdadeira revolução de conceitos, em face da globalização dos costumes e com a inserção da informática, a tendência é sua liberalização de forma paulatina, com certo controle pelos órgãos de classe”, afirma.

De acordo com o presidente da Turma de Ética Profissional do Tribunal de Ética e Disciplina da OAB-SP, **Carlos José Santos da Silva**, a questão está disciplinada no Estatuto da Advocacia, no Código de Ética do Advogado e no Provimento 94/2000. Segundo ele, os escritórios podem enviar mala direta para seus clientes ou potenciais clientes, sem a necessidade de uma autorização por escrito.

2023 - www.conjur.com.br - Todos os direitos reservados.

“É preciso tomar cuidado com o conteúdo da mala direta. Não pode ter venda de serviço, commensagens como ‘entre com uma ação de FGTS: resultado garantido’. Isso é mercantilização do Direitoe o advogado pode responder por isso”, exemplifica. O envio de artigos explicativos é liberado, mas não pode ser enviado de maneira indiscriminada, diz.

Especialista em marketing jurídico, **Alexandre Motta**, da Inrise Consultoria, diz que a conduta do advogado punido é um exemplo de falta de percepção em ações focadas de marketing. Além de desrespeitar determinação do Código de Ética, Motta afirma que esse tipo de ação não traz resultado nenhum e ainda contribui negativamente para a imagem do profissional.

"Ninguém vê uma mala direta ou folheto e diz ‘nossa que ótimo advogado’", afirma. "Advogado que utiliza esse tipo de ação é comumente associado a um profissional desesperado, que faz qualquer coisa para ganhar clientela, mesmo que seja por meios não lícitos perante o Código da profissão".

Veja abaixo a ementa da decisão do TED da OAB-DF:

EMENTA: “PUBLICIDADE – MALA DIRETA ENVIADA A UMA COLETIVIDADE INDISCRIMINANDA – CAPTAÇÃO ILEGAL DE CLIENTELA – VEDAÇÃO ÉTICA. O advogado não pode enviar mala direta a uma coletividade indiscriminada ou a pessoas que não sejam clientes, salvo se houver expressa autorização de tais pessoas, sob pena de tal prática implicar captação ilegal de clientela”. Vistos, relatados e discutidos os presentes autos, acordam os Membros da Turma, por maioria, nos termos do voto do Relator, em julgar pela procedência da representação, aplicando ao Representado a penalidade de censura convertida em advertência em ofício reservado, sem registro nos assentamentos do inscrito. Sala de reuniões, aos vinte e cinco dias do mês de junho do ano de dois mil e treze (25.06.2013). (Processo nº 31959/2009, Relator Dr. Rômulo Martins Nagib, 3ª Turma do Tribunal de Ética e Disciplina da OAB/DF).

Date Created
03/12/2013

2023 - www.conjur.com.br - Todos os direitos reservados.