



Facebook de advogado deve ser sóbrio e sem valores de serviço

A página de Facebook de advogado ou de uma banca deve ser discreta e ter a identificação clara de quem está se promovendo, mas não pode ter o objetivo de captar clientela nem informar valores de serviços. É o que definiu a 1ª Turma da Ética Profissional do Tribunal de Ética e Disciplina da Seccional de São Paulo da Ordem dos Advogados do Brasil, em ementa aprovada em setembro.

Segundo a decisão, é possível a criação de página no Facebook por advogado ou sociedade de advogados, mas desde que com identificação do profissional e respeitados os artigos 39 a 47 do Novo Código de Ética e Disciplina. Pelas normas, a publicidade deve ser sóbria, moderada, meramente informativa, preservando a dignidade da profissão.

Agir sob demanda

Em 2012, o então presidente da Comissão de Ética e Disciplina da OAB na subseção da Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, Antonio Ricardo Corrêa, [falou sobre como analisava](#) as questões de publicidade no Facebook que chegavam até sua mesa.

“Se o escritório ou o advogado tem espaço de consulta em seu Facebook, pode responder ali aos questionamentos que forem feitos. O que não pode é fazer consulta não demandada, como ao entrar na página de uma empresa e responder a uma dúvida que esteja sendo feita no fórum daquela página, sem ninguém ter pedido a opinião do advogado ou do escritório”, disse.

Clique [aqui](#) para ler essa e outras ementas definidas pelo Tribunal de Ética da OAB-SP.

Date Created

03/11/2016