

Não cabe a tribunal de ética da OAB validar sites de advogados

Os tribunais de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil não têm competência para “homologar modelos publicitários, blogs ou sites de advogados ou sociedades de advogados”. O entendimento é do TED da seccional paulista da OAB.

Segundo o colegiado, “em tese, quaisquer blogs ou sites de advogados e sociedades de advogados devem observar fielmente o art. 41 do Código de Ética e Disciplina [...] e o Provimento 94/2000”. O primeiro dispositivo define 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”.

De acordo com o tribunal, essas limitações impedem que propagandas incentivem as pessoas a litigarem, por exemplo, como oferecem alguns blogs, que convidam “internautas a buscar o aconselhamento do escritório caso tenha vivido situação exposta no site, induzindo contato telefônico ou por e-mail”.

“Blogs e sites na internet pertencentes a advogados não devem trazer supostos litígios e questões deles decorrentes à bailia com o objetivo de ofertar os serviços do escritório para resolvê-los. Devem ser observadas, ainda, discrição, modicidade, evitando o emprego de expressões persuasivas, como apontar caminhos para a rapidez de processos. Em suma, o caráter do blog, como o do site, deve ser meramente informativo”, detalhou.

Banco do fórum

Ainda sobre publicidade na advocacia, o TED da OAB-SP definiu ser proibido ao advogado anunciar em bancos que fiquem em fóruns: “A propaganda em bancos situados em parte externa do fórum é proibida pelo art. 40, III, do CED e art. 6º, letra b, do Provimento 94/2000 do Conselho Federal da OAB”.

Essa limitação, de acordo com a corte, existe porque afronta os critérios de moderação, discrição e sobriedade que os anúncios da classe precisam ter, além de não possuir caráter meramente informativo, tendo “cunho exclusivamente mercantilista para captação indevida de clientela”.

Outra limitação definida pelo TED da OAB-SP foi a de advogados, a partir de meios de comunicação, prestarem consultas frequentemente, debaterem causa sob patrocínio de outro profissional, abordarem tema que possa “comprometer a dignidade da profissão e da instituição que o congrega” e divulgarem ou deixar que sejam publicadas listas de clientes e casos.

As imposições, explicou a corte, estão nos artigos 42, incisos I a IV; 40, inciso V; e 44, parágrafo 2º, do Código de Ética e Disciplina da OAB.

Clique [aqui](#) para ler outras ementas do TED da OAB-SP.

Date Created

01/01/2018