

OAB-DF proíbe o uso das redes sociais para captar cliente

O Plenário do Tribunal de Ética e Disciplina da Seccional da Ordem dos Advogados do Brasil no Distrito Federal decidiu que, até que haja entendimento do Conselho Federal da OAB, está proibido o uso das redes sociais como *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Youtube* e *WhatsApp* para captação de clientes assim como o impulsionamento de conteúdos.

Reprodução



OAB-DF veta uso de redes sociais para captar clientes até decisão do Conselho
Reprodução

Em setembro, o Conselho Federal da OAB [anunciou](#) que vai ouvir a advocacia para atualizar suas regras sobre a publicidade da classe. Entre setembro e novembro, o assunto estará em consulta pública para que os advogados mandem suas sugestões.

A decisão da OAB-DF foi tomada em resposta a duas consultas, uma por uma advogada e outra pela Comissão de Empreendedorismo Jurídico. Ambos pediram parecer do Tribunal quanto à possibilidade de patrocínio de posts sobre os serviços profissionais prestados.

No pedido formulado pela Comissão, foi questionada ainda a possibilidade de se manter perfil profissional individual ou do escritório em plataformas na internet e criar ou utilizar grupos no *WhatsApp*.

Sobre o patrocínio de postagens, o relator Sérgio Bomfim Peres entendeu que não podem ser feitos “por seu evidente cunho comercial, por atingir público incerto e aleatório, por ser generalista, por seu caráter financeiro”.

“E, neste particular, causando uma covarde concorrência entre aqueles que detém situação financeira confortável e o jovem advogado e outros colegas menos favorecidos”, disse.

Sérgio Bomfim argumentou ainda que “o advogado e o escritório de advocacia não vendem produtos”. “Ao contrário, prestam serviços qualificados e especializados na luta por 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”, disse em seu voto.

O relator mencionou entendimento do Superior Tribunal de Justiça de que não se aplica o Código de Defesa do Consumidor nas relações cliente e advogado por “não ser atividade fornecida no mercado de consumo”.

“Não obstante a modernidade que nos ronda, certo é que a atual posição à respeito do tema na Ordem dos Advogados do Brasil é conservadora, o que nos leva a crer ser o melhor entendimento, por hora, até que sejam amadurecidas e deliberadas eventuais modificações pelo Conselho Federal”, disse o relator.

Caráter informativo

A decisão do STJ permite o uso das redes, assim como a realização de “lives”, apenas para divulgar conteúdos com “caráter estritamente informativo sobre assunto jurídico, não se permitindo o oferecimento de teses, serviços nem insinuações para tanto”, e a frequência não seja exagerada.

Os grupos de *WhatsApp* também estão permitidos. “O que se proíbe são grupos formados por pessoas desconhecidas e aberto a qualquer um incluir participantes, perdendo assim o caráter da discricção e moderação, transformando-se num canal de mercancia, propagandas e oferecimentos de teses e serviços”, disse o relator.

Clique [aqui](#) para ler a íntegra do voto

42384/2019

43697/2019

Date Created

18/10/2019