

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

GIOVANNA QUINTÃO PASCHOAL PUCINELLI

A ADVOCACIA DIGITAL NO BRASIL: PLATAFORMAS DIGITAIS E AS QUESTÕES
ÉTICAS DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS ADVOCATÍCIOS ONLINE

CURITIBA

2024

GIOVANNA QUINTÃO PASCHOAL PUCINELLI

A ADVOCACIA DIGITAL NO BRASIL: PLATAFORMAS DIGITAIS E AS QUESTÕES
ÉTICAS DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS ADVOCATÍCIOS ONLINE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Direito, Setor de Ciências Jurídicas, da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Dr. Sidnei Machado

CURITIBA

2024

TERMO DE APROVAÇÃO

A ADVOCACIA DIGITAL NO BRASIL: PLATAFORMAS DIGITAIS E AS QUESTÕES ÉTICAS DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS
ADVOCATÍCIOS ONLINE

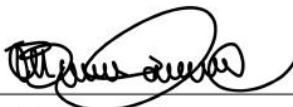
GIOVANNA QUINTÃO PASCHOAL PUCINELLI

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado como
requisito parcial para obtenção de Graduação no Curso de
Direito, da Faculdade de Direito, Setor de Ciências jurídicas
da Universidade Federal do Paraná, pela seguinte banca
examinadora:



Dr. Sidnei Machado
Orientador

Coorientador



Dr. Victor Hugo Bueno Fogaça
1º Membro



Documento assinado digitalmente
RAQUEL CRISTINA SILVA DAS NEVES
Data: 04/12/2024 15:17:41-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Me. Raquel Cristina Silva das Neves
2º Membro

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, aos meus pais, Gisele e Humberto, que, desde os primeiros passos até este momento, propiciaram, com muita dedicação, força, sabedoria, cuidado e amor imensurável, toda minha formação e trajetória como pessoa humana.

Às minhas queridas irmãs, Marcela e Maria Eduarda, pelas risadas, carinho e companheirismo que apenas os irmãos podem entender.

Aos demais integrantes da minha família, por oferecerem lar e aconchego independentemente dos percalços.

Aos meus avôs, Lincoln e Syllas, por terem sido base para esta família e por terem deixado um legado tão bonito e admirável. Gostaria que pudessem sentir minha saudade por aqui.

Ao Arthur, por ter segurado minha mão até aqui, oferecendo o ombro, os estímulos e o amor necessários para minha autoestima e persistência e, também, pelas diversas leituras de versões cruas deste trabalho, dando conselhos e direcionamentos que me auxiliaram de forma única.

Às minhas amigas e colegas de curso, Isabela, Julia e Yumi, por cada momento de diversão e de conversa mais dura em meio a esta fase tão importante em nossas vidas. Agradeço pela amizade e acolhimento durante estes cinco anos.

Aos meus amigos que acompanharam meus caminhos acadêmicos, tanto aqueles que estiveram presentes desde o início, quanto aqueles que chegaram há pouco, pelo suporte e descontração necessários a toda pessoa.

Todos vocês foram essenciais para a produção deste trabalho.

“Quando falamos com uma voz libertadora, nossas palavras nos conectam com qualquer
pessoa que vive em silêncio em qualquer lugar”

Bell Hooks

RESUMO

O trabalho do advogado por plataformas digitais de trabalho é uma nova forma de exercer a advocacia. No entanto, é necessário questionar se essas modalidades de prática jurídica no contexto digital levantam problemas éticos do exercício da profissão. O artigo discute o impacto das plataformas nas condições de trabalho e os conflitos éticos do processo de mercantilização da relação advogado-cliente promovida pelas plataformas digitais. Primeiramente, a concorrência dos fatores Reforma Trabalhista de 2017 e Pandemia de Covid-19 flexibilizou as relações de trabalho, contribuindo para a ascensão do trabalho por plataformas digitais no Brasil, também na advocacia. Através de uma breve comparação entre a experiência chinesa com as plataformas digitais de advogados, o texto mostra que o perfil dos advogados que usam o serviço das plataformas para exercer sua função consiste naquele jovem, que está iniciando sua carreira, em busca de uma base de clientes e contatos, que não pretende criar um vínculo com escritórios e que ainda não possui uma renda mensal estável e suficiente para viver confortavelmente. Constata-se, em seguida, sob o viés brasileiro, que os advogados que procuram as plataformas digitais de trabalho estariam expostos às mesmas consequências de desamparo trabalhista à que se sujeitam os outros tipos de trabalhadores por plataforma, na tentativa de ter uma renda estável, sem vínculo trabalhista a grandes escritórios de advocacia. A OAB, como entidade de classe, entende que o serviço jurídico prestado, na forma que está sendo realizado nas plataformas promove a desvalorização e a mercantilização da profissão, e que conflita com as regras do Código de Ética e Disciplina de 2015. O texto aborda decisões dos Tribunais de Ética e Disciplina, facilitando a observação dos preceitos éticos violados na utilização das plataformas. O artigo conclui que as plataformas de advocacia no Brasil apresentam três problemas éticos principais: captação de clientela, concorrência desleal e junção dos serviços jurídicos a demais serviços comerciais, que derivam da mercantilização da advocacia. Como alternativa, o artigo conclui que as plataformas sejam operadas diretamente pelos escritórios, sem intermediação, no intuito de acompanhar o avanço tecnológico inevitável e preservar a ética dentro do trabalho do advogado.

Palavras-chave: plataformas digitais de trabalho; advocacia digital; aplicativos para advogados; código de ética e disciplina da OAB; mercantilização da advocacia; precarização

ABSTRACT

The work of lawyers through digital labour platforms represents a new way of practicing law. However, it is essential to understand whether these forms of legal practice in the digital environment raise ethical concerns regarding the profession's practice. This article examines the impact of digital platforms on working conditions and the ethical conflicts stemming from the commodification of the lawyer-client relationship promoted by such platforms. Initially, the combined effects of the 2017 Labor Reform in Brazil and the Covid-19 pandemic stimulated the flexibilization of labor relations, contributing to the rise of platform-based work, including in the legal field. Drawing a short comparison with China's experience with digital platforms for lawyers, the text highlights that the typical profile of legal professionals using these services consists of young lawyers at the beginning of their careers, seeking to build a client base and professional network. These individuals generally do not aim to establish long-term ties with law firms and often lack a stable and sufficient monthly income to live comfortably. From the Brazilian perspective, the study finds that lawyers engaging with digital labor platforms face the same risks of precarious working conditions experienced by other platform-based workers. This occurs as they strive for financial stability without forming formal employment relationships with large law firms. The Brazilian Lawyers Association (Ordem dos Advogados do Brasil - OAB), as a professional regulatory body, considers that the way legal services are currently being provided through platforms devalues and commodifies the profession, violating the rules established in the 2015 Code of Ethics and Discipline. The text addresses decisions from Ethics and Discipline Tribunals, facilitating the identification of ethical principles violated in the use of platforms. The article concludes that legal platforms in Brazil pose three primary ethical challenges: client solicitation, unfair competition, and the blending of legal services with other commercial services, all of which stem from the commodification of legal practice. As an alternative, the article proposes that platforms be directly managed by law firms, without intermediaries, to align with inevitable technological advancements while preserving ethical standards within the legal profession.

Key-words: digital labour platforms; gig economy platforms; legal techs; remote legal services; OAB Code of Ethics and Discipline; commercialization of legal practice

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. A EXPERIÊNCIA PIONEIRA DA CHINA.....	11
2.1 UM EXEMPLO INTERNACIONAL: PLATAFORMAS DIGITAIS PARA ADVOCACIA NO CONTEXTO CHINÊS.....	11
2.2 A EXPERIÊNCIA BRASILEIRA ATUAL.....	14
2.2.1 MAPEAMENTO DAS PLATAFORMAS.....	14
2.2.2 FUNCIONAMENTO.....	15
2.3 O CÓDIGO DE ÉTICA E DISCIPLINA E O PROVIMENTO 205/2021 DO CONSELHO FEDERAL DA OAB: OS DEBATES ÉTICOS ENVOLVIDOS.....	17
2.4 CARACTERÍSTICAS COMUNS ÀS PLATAFORMAS E A RELAÇÃO COM AS NORMAS ÉTICAS.....	20
2.5 JURISPRUDÊNCIA NOS TRIBUNAIS DE ÉTICA E DISCIPLINA DAS SECCIONAIS DA OAB.....	26
3. CONCLUSÃO.....	31
REFERÊNCIAS.....	33

1. INTRODUÇÃO

Desde a Reforma Trabalhista de 2017 (Lei nº 13.467 de 13 de julho de 2017) e a subsequente crise pandêmica da Covid-19, houve uma expansão de plataformas digitais de trabalho, dentre elas, as plataformas de prestação de serviço jurídico. A crescente disseminação do uso da *internet* e de ferramentas informacionais, possibilitou novos tipos de negócios e empresas que inauguram uma organização econômica e se potencializam através de softwares e aplicativos¹, inclusive para os serviços advocatícios, que começaram a se potencializar a partir do ano de 2018, intensificando-se ainda mais em 2020.

Embora a advocacia seja um dos trabalhos mais tradicionais, têm-se observado a criação de diversas plataformas digitais que promovem a execução de trabalhos advocatícios, com a proposta de facilitar a conexão advogado-cliente. Este fenômeno já observado em outros países, como na China, que passa a desenvolver estas plataformas de forma pioneira em 2017, sinaliza uma tendência de transformação digital da profissão.

Entretanto, como trabalho não majoritariamente regulamentado pela CLT, mas sim baseado nos regulamentos promovidos pela Ordem dos Advogados do Brasil, o advogado brasileiro deve cumprir com os limites éticos estabelecidos, fundamentais para o bom e profissional exercício da atividade.

O presente artigo pretende questionar como, a partir da mutação das relações laborais em meio à tecnologia das plataformas digitais impacta a advocacia brasileira, utilizando-se de um paralelo com o caso precursor chinês, e, em especial, qual a perspectiva da OAB quanto aos problemas éticos que surgem nesse novo cenário.

A metodologia empregada para o estudo concentrou-se no embasamento bibliográfico que aborda o contexto e funcionamento das plataformas digitais para advogados, com foco na experiência precursora chinesa e nas particularidades observadas no Brasil, comparando as características entre ambas. Também foram analisadas as normativas do Código de Ética e Disciplina da OAB e do Provimento 205/2021 do Conselho Federal da OAB, bem como a jurisprudência de Tribunais de Ética e Disciplina de algumas seccionais. Já de forma empírica, a pesquisa se deu no levantamento de dados, com mapeamento das plataformas digitais (aquelas que fornecem especificamente serviço jurídico) para advogados em operação no Brasil até 2024, com o objetivo de identificar suas principais características e avaliar o estado da arte das plataformas advocatícias no País

¹LIMA, Jacob Carlos; BRIDI, Maria Aparecida. **TRABALHO DIGITAL E EMPREGO**: a reforma trabalhista e o aprofundamento da precariedade. Caderno CRH [online]. v. 32, n. 86, p. 325 - 342, 2019.

A análise preliminar indica que as plataformas digitais de trabalho para advogados, na forma como atuam neste momento, seguem alguns padrões observados na experiência chinesa mas também apresentam divergências significativas, que infringem diversos limites éticos já estabelecidos pela OAB. Contudo, como se discutirá ao longo deste artigo, as regulamentações atuais do Órgão de Classe não são suficientes para acompanhar o avanço tecnológico que caracteriza esse novo modelo de trabalho, e há uma evidente necessidade de regulações mais cristalinas, bem como de um entendimento jurisprudencial consolidado sobre o uso das plataformas digitais para o exercício ético da advocacia brasileira.

2. A EXPERIÊNCIA PIONEIRA DA CHINA

2.1 UM EXEMPLO INTERNACIONAL: PLATAFORMAS DIGITAIS PARA ADVOCACIA NO CONTEXTO CHINÊS

A China foi o primeiro país a utilizar de forma ampla as plataformas de advocacia, como analisa Yao (2020), contava com 93 plataformas online para advogados já em 2017, e, dessa forma, relevante analisar, *a priori*, seu exemplo pioneiro deste novo tipo de labor, para que seja possível uma comparação com os casos mais atuais brasileiros.

Na análise de Li (2018), as plataformas chinesas não seriam apenas como listas telefônicas, já que, em tese, lidariam diretamente com transações e acompanhariam diretamente a qualidade do serviço prestado. Os advogados chineses se registrariam e ofereceriam serviços, sendo conectados a clientes através do algoritmo, com demandas previamente cadastradas, e, por fim, haveria a retenção de taxas ou comissões pelas plataformas.

Em contrapartida, o trabalho de Yao intenciona entender como uma classe de profissionais que possui certo *status* social, um campo de trabalho tradicional e, de certa forma, não-contingente, se arriscaria em um cenário de tanta precariedade como é aquele do trabalho plataformizado já relatado anteriormente.

Para Yao (2020), é necessário abordar a forma que a relação entre clientes e advogados se dá dentro das plataformas, pois isso é o pontapé inicial para todas as outras características do funcionamento destas.

O autor relata que o principal método desta conexão é algorítmico. Os algoritmos atuam tanto na correspondência advogado-cliente, quanto nas classificações e avaliações e automatização de processos. Dessa forma, as plataformas utilizariam dos dados obtidos dos padrões de algoritmo para criar maneiras de facilitar a conexão.

Em princípio, elas atuam como intermediadoras, possibilitando a pesquisa dos clientes, avaliação e escolha com base nos perfis e áreas de atuação e especialização do profissional. São formulados filtros de busca, utilizados pelos clientes para maior facilidade em encontrar o advogado ideal para si e para sua demanda.

Não menos importante, as plataformas que fornecem meios próprios de comunicação como *chats*, canais especiais de videoconferência e envio de documentos facilitariam o atendimento à distância, o que, atualmente, é uma das metas principais de toda profissão.

Yao também expõe que as plataformas podem intermediar o pagamento, oferecendo ao cliente que o faça dentro destas. Os honorários ficam retidos com a intenção de garantir que o serviço seja prestado como acordado e, como já comentado, algumas requerem taxas ou comissões pelas intermediações. Ainda, quando há exposição dos custos por atendimento, peça ou mensalidade, o autor alega que a previsão de custos por parte da clientela alinha suas expectativas.

Nas plataformas analisadas pelo autor, os advogados são avaliados de forma quantitativa através de estrelas, assim como na Uber, e de forma qualitativa via comentários em texto. Os resultados gerais daquelas quantitativas são exibidas ao lado das fotos dos advogados e aqueles com melhores avaliações recebem maior visibilidade no diretório.

Por fim, uma das características que também tem destaque é a recorrência de alguns ramos do direito. Yao menciona que as principais áreas são de direitos do consumidor, de família, imobiliário e trabalhista. A razão para tal seria, principalmente, a natureza padronizável das questões suscitadas a menor complexidade de pequenas peças: isso facilitaria a automação e a maior produção pelo advogado.

Não menos importante se faz o exame das características dos advogados chineses cadastrados, pois, em certa medida, guardam relação com o perfil dos advogados brasileiros que utilizam as plataformas, como poderá ser visto adiante.

Yao aborda diversos aspectos que, em conjunto, formam o perfil do advogado chinês cadastrado nos sites. Para tanto, primeiramente, realizou pesquisa empírica através de entrevistas com estes advogados plataformizados.

Haveria dois grupos em que a maioria dos advogados cadastrados seriam enquadrados: aqueles profissionais com menos experiência (até três anos advogando) e aqueles atuantes em regiões menos desenvolvidas economicamente nas quais a demanda por serviços jurídicos é menor.

Assim como na Uber e demais plataformas *gig*, a promessa de renda extra atrai os defensores citados acima, tanto é que Yao comenta que todos os entrevistados alegaram ter se cadastrado a fim de utilizarem de seus tempos livres para aumentarem suas percepções. O

trabalho flexível seria o maior atrativo, já que pouparia tempo de viagens e até auxiliaria aqueles causídicos que não podem sair de casa, a exemplo de uma das entrevistadas que trabalhou na plataforma enquanto em licença maternidade.

Ademais destas vantagens, o ganho de experiência também foi auferido por Yao como condicionante e vantagem para o trabalho pelos aplicativos.

Em contrapartida, faz uma abordagem do *status* mais baixos que estes advogados chegam a possuir em razão desta clientela que atendem. Como visto, os custos para as demandas são mais baixos e, portanto, os clientes geralmente são aqueles de baixa renda. Ao citar Heinz e Laumann (1982), explica que o *status* dos advogados se forma, em geral, a partir do *status* social dos próprios clientes que atendem.

Ao lidar com atendimentos curtos e, muitas vezes, não relacionados a questões jurídicas, e em seguida serem submetidos a avaliações por estrelas, a “pureza” do trabalho do advogado é contaminada. Isso porque haveria certo controle pelo cliente, que, pelos mais diversos motivos, pode avaliar mal o advogado mesmo tendo sido realizado o serviço com eficiência. Haveria, em consequência, alta desconfiança nos trabalhos realizados via plataforma, como explica Yao:

Online lawyers' purity of work is also threatened by the customer rating mechanism, which emphasizes the quality of customer service, and platform evaluations, which are attached to lawyers' sales abilities (...). Further, the presence of client control and platform control through client ratings and platform evaluations also mean that online lawyers experience decreased professional autonomy in how they conduct their work. Working in virtual environments makes communication difficult, decreasing client trust and intensifying client interference. (Yao, 2020, p. 485).

O *status* intraprofissional, ou seja, aquele visto e vivenciado entre advogados, também delimitaria como os advogados por plataforma são vistos pelos colegas de profissão. Para Abbott (1981), os advogados que atuam em tribunais e causas especificamente jurídicas seriam considerados de alto patamar, recebendo aquelas demandas que já foram digeridas e purificadas pelos advogados chamados de “consultores”, que geralmente orientam quem os busca em consultorias jurídicas.

Dessa forma, ao advogado de plataforma seria atribuída uma classe mais baixa de prestígio, com valores inferiores de serviços e consultas gratuitas a clientes sem confiança.

2.2 A EXPERIÊNCIA BRASILEIRA ATUAL

2.2.1 MAPEAMENTO DAS PLATAFORMAS

A fim de verificar as plataformas desse cunho existentes no Brasil e, considerando os aspectos daquelas internacionais, intentou-se mapear aquelas brasileiras de forma dinâmica e sucinta para entender a dimensão do setor no país.

Dessa maneira, foram buscadas no Google algumas palavras-chave: “advogados *online*”, “plataforma de advogados”, “advocacia *online*”, entre outras similares, que possibilitaram encontrar vinte plataformas brasileiras.

Diante dos resultados, verificou-se os seguintes pontos, com opções preestabelecidas:

- A) Plataforma: nome fantasia da plataforma;
- B) Local da Sede
- C) Site: endereço na *internet*;
- D) Contato: e-mail, telefone ou rede social;
- E) Número de advogados cadastrados;
- F) Forma de escolha: método de conexão entre advogado e cliente, podendo alternar entre “escolha no diretório”, “*upload* da demanda e direcionamento” e “geolocalização”. Poderia haver simultaneidade entre estas classificações;
- G) Forma de comunicação entre advogado e cliente: comunicação que poderia alternar entre “*WhatsApp*” e “plataforma própria”;
- H) Custo para o advogado: presença ou ausência de mensalidades ou planos;
- I) Método de pagamento: “direto pelo cliente” ou “via plataforma”.

Foi verificada, até novembro de 2024, 21 plataformas brasileiras em pleno funcionamento, dentre as quais seis delas possuem sede no estado de São Paulo e três no estado do Paraná, estando as demais espalhadas por outros estados no território nacional.

O que se pôde observar dos dados coletados é que a maioria das plataformas possui diretório para escolha do advogado pelo cliente, o método de comunicação mais adotado é aquele via ambiente virtual próprio e que é recorrente a cobrança de algum tipo de plano mensal ou anual para que o advogado se mantenha cadastrado.

Quanto ao número de advogados cadastrados, uma das plataformas se sobressaiu com números de inscritos de 195.000, seguida por outras duas contando com os números de 7.000 e 3.850.

Já quanto a forma de pagamento, o método direto pelo cliente foi majoritário em contraposição ao pagamento por intermediação da plataforma. Entretanto, essa proporção foi acirrada, em %. Esta característica é uma que diverge do analisado por Yao (2020) nas plataformas chinesas, já que a maior parte daquelas brasileiras não intermedia o pagamento dos honorários internamente. A maioria também não realiza avaliações por estrelas.

2.2.2 FUNCIONAMENTO

Assim como Yao, as autoras Silva e Borges (2018) também analisaram as plataformas, desta vez, no contexto nacional.

Para tanto, estudaram três *lawtechs*. O que se revelou foi que há mais semelhanças do que diferenças das plataformas brasileiras com as internacionais:

*Valendo-se da qualidade de “empresas de tecnologia”, as empresas aplicativo negam qualquer reconhecimento quanto a sua ingerência nas relações de trabalho travadas no âmbito das plataformas, fazendo as vezes de um mercado de trabalho virtual que possui, dentre suas missões, **dispor de seu espaço para que o mais amplo número de consumidores encontre a maior variedade de fornecedores de serviços jurídicos** (Silva, Borges, 2018, p. 647).*

As autoras explicam que, dessa forma, cria-se um ambiente mercantil de concorrência no qual as *lawtechs* objetivam tornar seu ambiente virtual mais atrativo possível a fim de angariar mais usuários. E, para isso, como dentro da lógica capitalista, “aos desígnios do capital buscar potencializar o acesso de contingentes máximos tanto de trabalhadores –seja esse contingente local, regional e, até, mundial – quanto da multidão de consumidores desses serviços na mesma escala espacial” (Silva, Borges, 2018, p. 647).

Assim como averiguado anteriormente, as empresas analisadas pelas autoras utilizaram de precificação para inscrição e utilização dos serviços *online*, bem como a retenção de parte do pagamento ao advogado através de taxa.

*Não representando nem o lado da oferta, nem a demanda, mas tendo nas **taxas cobradas aos trabalhadores** inscritos um componente importante da renda auferida, a estratégia da plataforma é a de criar o ambiente de mercado mais propício para*

que a oferta e a demanda de trabalho seja a mais abrangente possível. Desse modo, os softwares revelam tanto mais poder quanto maior o alcance da sua rede (...) (Silva, Borges, 2018, p. 648-649).

Nesse sentido, as autoras afirmam que as empresas combinam o desejo de liberdade e autonomia à promessa da renda extra. Pelo lado dos clientes, utilizam frases potencialmente angariadoras que estimulam o cadastro por baixos preços – ou até mesmo gratuidade – do *upload* da demanda jurídica e redução de custos na contratação dos advogados.

Não obstante, outro aspecto ideal para ser verificado é de que algumas plataformas admitem a inscrição de estudantes de direito e bacharéis para além dos advogados, também no intuito de diminuir os custos para as tarefas jurídicas. É exatamente por este motivo que é oferecida uma gigante gama de tarefas, que vão das menores às maiores necessidades de habilidade técnica (como cópias de documentos até peças jurídicas), com menor custo operacional e imensa quantidade de proletários para tal.

Assim, em razão de todas estas características, é fácil entender o barateamento da atividade jurídica dentro do serviço *online* da advocacia. Como concluem as autoras:

*Uma vez inscrito na plataforma e em dias com o pagamento da mensalidade, o correspondente terá o acesso, através de seu login e senha, a uma página onde estarão disponíveis todas as demandas apresentadas para os correspondentes da plataforma, como também as que a ele forem direcionadas especificamente. Nestas demandas há apenas a apresentação da natureza da diligência, o código e o nome do demandante, cabendo aos que tiverem tal demanda disponível em sua seção, à sua livre vontade, **enviar uma proposta ao usuário cliente que, em meio às diversas ofertas, escolherá a que melhor lhe aprouver, certamente a mais barata dentre as ofertadas pelo universo de estudantes, bacharéis, advogados e escritórios de advocacia inscritos.** (Silva, Borges, 2018, p. 651).*

É evidente, portanto, que para que o advogado tenha acesso às demandas, precisará desembolsar valores mensais que sequer sabe se serão compensados, haja vista a discricionariedade do cliente em escolher a proposta em meio a tantas outras. Não apenas isso, mas é certo que o público brasileiro, em meio a situação econômica em que nasce e permanece, opta pelo serviço mais barato maior parte das vezes, o que permite presumir que os serviços advocatícios que se propuserem a oferecer valores mais baixos serão aqueles escolhidos pela clientela.

2.3 O CÓDIGO DE ÉTICA E DISCIPLINA E O PROVIMENTO 205/2021 DO CONSELHO FEDERAL DA OAB: OS DEBATES ÉTICOS ENVOLVIDOS

Diante deste montante de informações, questiona-se qual o entendimento da Ordem dos Advogados do Brasil, o órgão de classe que regulamenta a atividade dos profissionais da advocacia no país.

Para tanto, deve-se iniciar comentando sobre a reformulação do Código de Ética e Disciplina da OAB em 2015², ocasionada pelo crescimento ilimitado dos avanços tecnológicos. Em análise dos dispositivos, é possível iniciar comentando sobre aqueles que tratam do caráter não-comercial da profissão, qual seja, o Art. 5º, que delimita que o exercício da advocacia é totalmente incompatível com qualquer procedimento de mercantilização.

Nesse viés, faz-se necessário investigar o que seria esta mercantilização da profissão. De início, pode-se citar o Capítulo VII do CED, que comenta sobre a publicidade no exercício da advocacia.

Especialmente nos artigos 39, 40, 41, 44 e 46, fica evidente que a mercantilização se expressa nas atividades que tem caráter diferente do meramente informativo, sem discrição e sobriedade, e é concomitante à captação de clientela.

A publicidade da atuação do advogado, então, deve estar adstrita a estas características, proibidas, desde logo, por exemplo, a divulgação dos serviços juntamente de outras atividades ou indicação de vínculos entre os defensores e as demais atividades comerciais, bem como o impedimento de induzir o cliente ao litígio, como referenciam os Arts. 40 e 41.

Outro ponto que demanda atenção dentro desta ótica é o disposto do Art. 42, que demonstra mais regras para a publicidade dos serviços advocatícios, especialmente a vedação de divulgar ou deixar que sejam divulgadas listas de clientes e demandas

Não obstante, o Art. 44 explicita a necessidade da comprovação das certificações de especialização dos advogados, de forma clara aos clientes, podendo 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

² Resolução N. 02/2015. Aprova o Código de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil – OAB.

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.

Saliente-se que o artigo é claro quanto à permissão para utilização de fotografias apenas do escritório, como também fica claro no parágrafo 2º, que veda totalmente a inclusão de fotografias pessoais, no intuito, mais uma vez, de evitar a captação de clientela e a concorrência desleal.

Por fim, importante também observar o Art. 46, que trata especificamente da publicidade em ambiente virtual, que deve respeitar a divulgação a destinatários certos, desde que, novamente, esta não implique em oferecimento de serviços ou representem forma de captação de clientela. Não se pode olvidar do explícito em seu *caput*: “Art. 46. A publicidade veiculada pela internet ou por outros meios eletrônicos deverá observar as diretrizes estabelecidas neste capítulo” (OAB, 2020, p. 113).

Percebe-se que estes dispositivos têm, evidentemente, o objetivo precípuo de dar sobriedade e responsabilidade à comunicação no exercício profissional, a fim de preservar o caráter ético e a imagem da advocacia, livre da mecantilização e de práticas que comprometam sua dignidade.

Entretanto, as mudanças no CED foram, de tal forma, tímidas. Para Rochinoli e Prandi (2021), o código profissional dos advogados priva a utilização de *outdoors*, panfletos, gravação em muros, no entanto, não estabelece claramente a divulgação pelas redes sociais, apesar de citar a divulgação na *internet* no referido Art. 46.

Não há dúvidas de que, atualmente, a *internet* e as redes sociais possuem a maior e mais rápida divulgação de informações, como demonstrado pelo Relatório Marketing Land de 2023³. Entretanto, Rocinholi e Prandi (2021) também apontam que a palavra *internet* foi utilizada apenas três vezes nesta atualização e, assim, mostra-se atrasada por não abordar de forma específica a correlação entre veiculação dos serviços jurídicos pela internet com a defesa das questões éticas.

Martinez (2022), da mesma maneira, comenta que já se discute um novo provimento em razão dessa falta de explícita regulamentação das atividades advocatícias exercidas em meio virtual:

³ Digital 2023 Global Overview Report - The Essential Guide To The World's Connected Behaviours. WE ARE SOCIAL-MELTWATER. 2023. p. 159-318.

O novo Código de Ética, editado em 2015, menciona a publicidade via internet desde que a mensagem seja enviada a destinatário certo e não implique captação de clientela, nada falando a respeito de aplicativos de serviços jurídicos (...). Hoje, encontra-se em fase de discussão um eventual novo provimento que atualize a questão da publicidade na profissão jurídica (Martinez, 2022, p. 16) (gn).

Em 21 de julho de 2021, o Conselho Federal da Ordem publicou o Provimento 205/2021⁴, para dispor sobre a publicidade e a informação da advocacia, a fim de complementar as regras estabelecidas no CED/2015.

Tal provimento esclarece em seu Art. 2º o conceito de captação de clientela (Art 2º, VII): “é a utilização de mecanismos de marketing que, de forma ativa, independentemente do resultado obtido, se destinam a **angariar clientes pela indução à contratação dos serviços ou estímulo do litígio**, sem prejuízo do estabelecido no Código de Ética e Disciplina e regramentos próprios” (OAB, 2021) (gn).

Já o artigo 3º, em rol taxativo, veda, para evitar a mercantilização, por exemplo: a referência, direta ou indireta, a valores de honorários, forma de pagamento, gratuidade ou descontos e reduções de preços como forma de captação de clientes; o anúncio de especialidades para as quais não possua título certificado ou notória especialização e a utilização de orações ou expressões persuasivas, de autoengrandecimento ou de comparação.

O Art. 8º deste Provimento proíbe, novamente para afastar a caracterização da relação de consumo entre advogado e cliente, a vinculação dos serviços advocatícios com outras atividades ou divulgação conjunta de tais atividades, salvo a de magistério, ainda que complementares ou afins, e a divulgação da atividade de advocacia em conjunto com qualquer outra atividade ou empresa que compartilhem o mesmo espaço.

Portanto, mais do que cristalino o objetivo da Ordem, ao estabelecer os Provimentos relacionados às condutas éticas do advogado, de sufocar ao máximo as atividades que promovam mercantilização, ou seja, caracterização da relação entre causídico e cliente como consumerista, o que causa as conseqüentes captação de clientela e concorrência desleal, ambas também expressamente proibidas.

Em vista deste compilado das normativas, interessante, neste momento, demonstrar como efetivamente o caso brasileiro se apresenta, para, conjuntamente, correlacioná-los.

⁴ Provimento n. 205/2021. Dispõe sobre a publicidade e a informação da advocacia. Diário Eletrônico da Ordem dos Advogados do Brasil. 21 jul. 2021.

2.4 CARACTERÍSTICAS COMUNS ÀS PLATAFORMAS E A RELAÇÃO COM AS NORMAS ÉTICAS

É possível interpretar que há a mercantilização da profissão, propiciada pela combinação dos outros aspectos abordados tanto no Código de Ética e Disciplina de 2015 e no Provimento 205/2021, quais sejam, a captação de clientela, concorrência desleal e junção dos serviços jurídicos a demais serviços comerciais, no caso das plataformas digitais de advogados.

No caso das plataformas, a captação de clientela e a concorrência desleal são concomitantes, já que claramente derivam da mercantilização: é possível verificar nas plataformas diversos aspectos que caracterizam estas vedações, ocorrendo em razão da relação de consumo que é propiciada dentro deste tipo de site, como em um ciclo que se retroalimenta.

Inicialmente, vejamos que há o uso de fotografias pessoais nos anúncios, ao lado dos nomes dos advogados e da utilização de estrelas para que todos os clientes possam ver a avaliação atribuída por outros, bem como a quantidade de cada tipo de peça produzida ao lado de mais tipos de avaliação.



Imagem 1 - Diretório de advogados de uma plataforma, contando com fotografias pessoais, avaliação por estrelas e número de casos atendidos



Advogado - Bento Gonçalves, RS

PREMIUM ★ 5,0 OAB






Advogado - Rio de Janeiro, RJ

PREMIUM ★ 5,0 OAB






Advogado - Curitiba, PR

PREMIUM ★ 5,0 OAB






Advogado - Vitória, ES

PREMIUM ★ 4,9 OAB




★ 4,7 Avaliação com base em 103 demandas realizadas.

Serviços realizados	Média	Quantidade
Acompanhamentos	4,9	7
Alvarás	5,0	3
Análises	3,0	2
Audiências	4,8	25
Certidões	4,8	5
Cópias	4,7	49
Despachos	4,5	2
Distribuições	5,0	1
Guias	5,0	2
Mandados	3,0	2
Protocolos	5,0	3
Visitas in loco	5,0	2

Imagens 2 e 3: Avaliação por estrelas no anúncio do advogado e as especificações de serviços já realizados e média também por estrelas.

Outro ponto passível de verificação foi, também, a presença de utilização de expressões persuasivas, da divulgação das especialidades não passíveis de verificação por certificação e o estímulo à captação em massa de clientes.

Além de muito simples, o garante segurança e transparência, oferecendo a você somente profissionais com autoridade e credibilidade suficiente para uma resolução mais eficaz do seu problema!



Fácil, conveniente e flexível

Cansado dos tradicionais mecanismos de busca de advogados, tráfego nas cidades e espera nos escritórios? Com [REDACTED] você poderá conhecer em detalhes o seu advogado, além de permitir que você receba instruções jurídicas sentado na poltrona de sua casa!

Clientes

Encontre o profissional certo para te auxiliar em seu problema jurídico com foco em uma solução que traga os resultados que você precisa! Tudo isso, por um preço que cabe no seu bolso e contando com a ajuda de um especialista em seu ramo de atuação! Com o [REDACTED] a consultoria jurídica online acontece!

[CADASTRE-SE COMO CLIENTE →](#)

Imagens 4, 5 e 6 - Exemplos de utilização de expressões persuasivas na captação de clientes



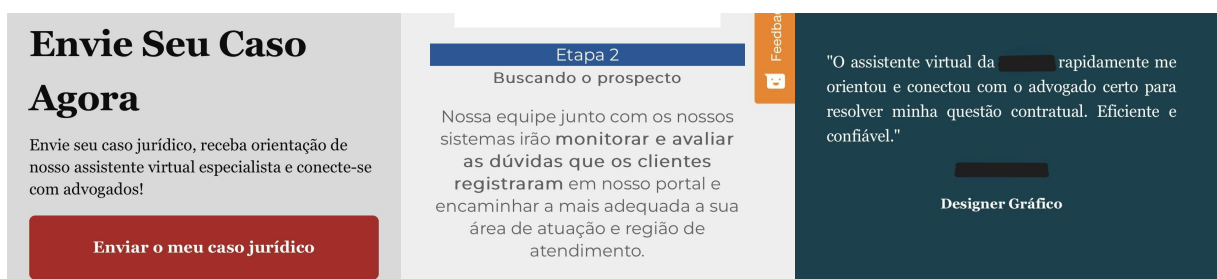
Imagem 7: Alegadas especialidades de um advogado cadastrado, sem possibilidade de verificação da certificação



Imagem 8 - Estímulo explícito à captação de clientela

Inclusive, ao se comentar sobre a relação de advogado e cliente, o sigilo profissional fica ameaçado também é aspecto que se pôde analisar: na medida em que a chamada intermediação pela plataforma, algumas destas têm acesso direto às demandas do cliente antes mesmo do advogado e, em alguns casos, estando disponíveis as informações sigilosas a todos aqueles inscritos no diretório, havendo a divulgação ilegal dos dados, tanto daqueles pessoais como sensíveis⁵, pela própria plataforma.

⁵ BRASIL. Lei Nº 13.709, de 14 de Agosto De 2018. Lei Geral da Proteção de Dados Pessoais.



Imagens 9, 10 e 11 - Envio dos casos através da plataforma com análise por assistente virtual ou sistema e equipe de múltiplas pessoas

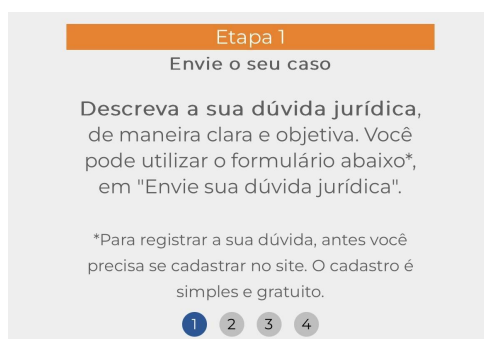


Imagem 12 - Utilização de formulário para envio das dúvidas e casos

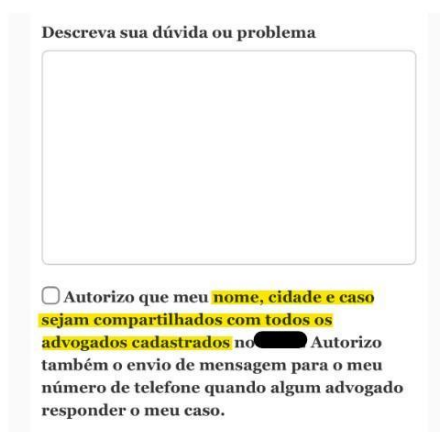


Imagem 13 - Cláusula de autorização compartilhamento do caso com inúmeras pessoas, incluindo dados sensíveis de nome e cidade

Não apenas isso, aquelas plataformas que oferecem meios de comunicação próprios, nos quais o advogado e o cliente utilizam dela para trocar informações, também colocam em risco o sigilo profissional pelos mesmos motivos.



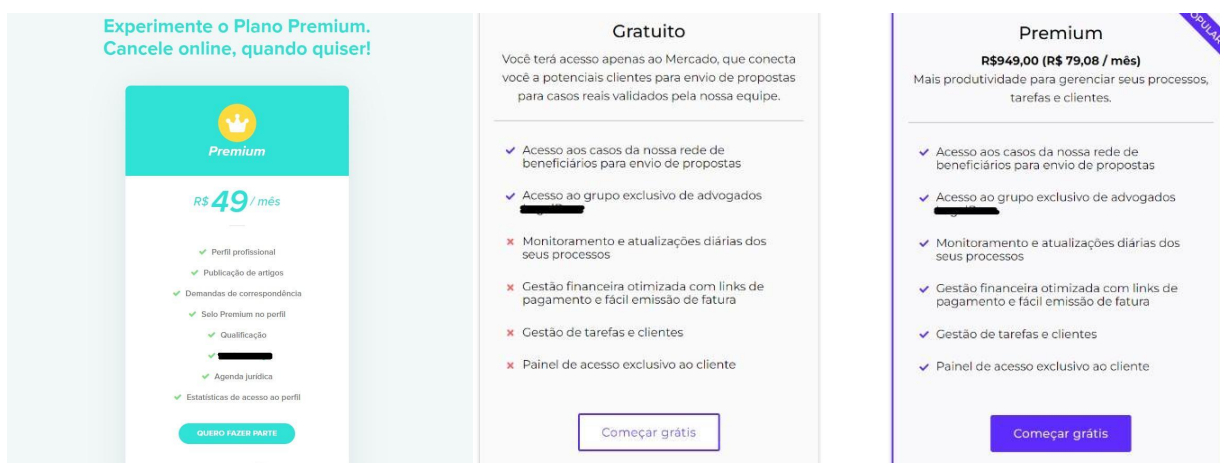
Imagens 14 e 15 - Oferecimento de chats e plataformas de videoconferência próprias

Ademais, como já visto também, o suposto poder moderador de conciliar ou mediar questões jurídicas, dentro de ambiente virtual alheio à profissão regulamentada, é completamente incompatível com as normas estabelecidas pela Ordem.

É nesse sentido, também, que se insere mais um ponto que corrobora para a mercantilização, qual seja, a junção da prestação de serviços jurídicos à constituição de empresas de simples “intermediação” mas que possuem evidente cunho comercial, explicitado na cobrança de taxas e mensalidades dos advogados que querem se cadastrar.



Imagem 16: Prometidas vantagens ao se aderir ao plano *premium*



Imagens 17 e 18: Mensalidades a serem pagas para cadastro do advogado na plataforma e as vantagens prometidas ao assinar

Não apenas isso, apresenta o caráter concorrencial natural das empresas dentro do sistema capitalista e a sua consequente finalidade mercantil. Cabe lembrar os incisos II e IV do Art. 8º já comentados, que vedam a formação de qualquer gênero de sociedade profissional fora das normas e preceitos estabelecidos e angariação ou captação de causas com a intervenção de terceiros.

Nesse sentido, a captação de clientela e a concorrência desleal caminham juntas na utilização das plataformas, pois estas infrações proporcionam vantagens aos usuários cadastrados na obtenção de clientes, em comparação àqueles que, respeitando o CED e o referido provimento, iniciam a relação advogado-cliente da forma “tradicional”.

Necessário, neste momento, abordar, também, as questões sociais que culminam nesse assunto. Como visto anteriormente, o perfil dos advogados cadastrados é aquele mais necessitado de oportunidades, em busca de estabilização financeira.

O cunho apelativo e, assim como já explicitado anteriormente, mercantil das plataformas atinge não apenas aqueles que buscam por auxílio jurídico, mas também aqueles que os prestam. Os valores de mensalidade ou taxas, as baixas percepções por cada peça, serviço ou consultoria, o estigma que se cria na utilização deste tipo de empresa *gig* dentro da comunidade profissional, a falta de conexões mais profundas com os clientes, a submissão a avaliações supérfluas e muitas vezes incoerentes com a realidade, são exemplos de gigantes desvantagens ao uso das plataformas digitais de trabalho para serviços jurídicos na forma como se apresentam nos dias de hoje.

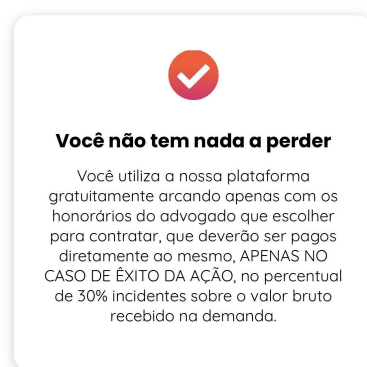


Imagem 19 - Outra expressão persuasiva que oferece baixo custo do serviço jurídico ao oferecer proposta de custo para o cliente apenas dos honorários advocatícios com êxito, com estipulação pré-determinada da porcentagem do valor da causa

Dessa maneira, o que se pode observar é que, além de todos estes erros e infrações no exercício da profissão, a mercantilização é mais uma forma de embasamento da precarização inerente ao trabalho digital no Brasil. Não seria diferente, dessa forma, nem mesmo nas profissões consideradas de maior *status* na sociedade, como a advocacia.

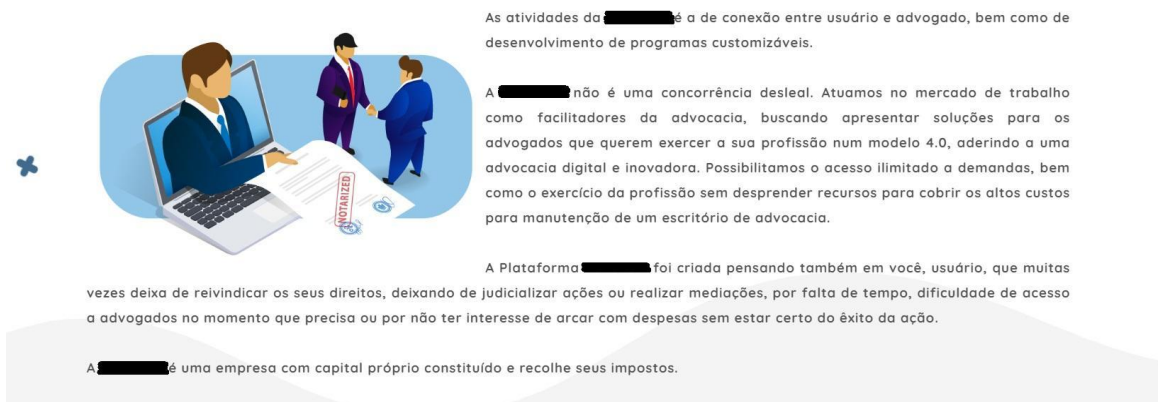


Imagem 20: Plataforma argumenta pela intermediação como unicamente facilitadora da relação advogado-cliente, alegando não constituir concorrência desleal

2.5 JURISPRUDÊNCIA NOS TRIBUNAIS DE ÉTICA E DISCIPLINA DAS SECCIONAIS DA OAB

Com este cenário, pesquisou-se o entendimento das Seccionais da Ordem, em especial através da jurisprudência dos Tribunais de Ética e Disciplina de São Paulo e Paraná, por

serem aqueles estados em que se verificou, anteriormente, concentrar mais nascimento de plataformas digitais no prévio mapeamento, bem como do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina, outros estados em que se verificou a existência das plataformas.

Em 2019, o Tribunal De Ética e Disciplina da OAB/SP já havia decidido através do processo E- 5.275/2019:

OFERECIMENTO DE SERVIÇOS JURÍDICOS POR APLICATIVO - VIÉS CONCORRENCIAL E MERCANTILISTA – IMPOSSIBILIDADE – CAPTAÇÃO DE CLIENTELA E MERCANTILIZAÇÃO DA ADVOCACIA. (...) Porém, um aplicativo de plataforma digital que, em tese, ofereça os serviços advocatícios em caráter concorrencial e com finalidade mercantilista, oferecendo serviços em plataformas juntamente com outras profissões, precificando seus serviços, foge à discrição e sobriedade necessários, caracterizando ainda a mercantilização da advocacia, o que não é permitido. (...) (TED - OAB/SP, E-5.275/2019, REL. Dr. EDUARDO AUGUSTO ALCKMIN JACOB, 18/09/2019) (gn).

Ainda em meados de 2019 e 2020, outras decisões do mesmo Tribunal fomentam este entendimento, observados os limites já comentados:

MARKETING JURÍDICO UTILIZAÇÃO DE APLICATIVOS DE PLATAFORMA DIGITAL – POSSIBILIDADE – NECESSIDADE DE RESPEITAR LIMITES ÉTICOS. Ao advogado não é proibido fazer marketing ou anunciar os seus serviços profissionais, desde que o faça com discrição e moderação. O que lhe é vedado é sair da área discreta e moderada da publicidade, se envolvendo em métodos ou táticas que buscam a captação desleal de clientes, denegrindo o serviço público e a função social do ministério do advogado e configurando clara hipótese de mercantilização (...). Há infração ética por parte do advogado que se associa a uma plataforma que tenha como objetivo oferecimento de serviços jurídicos sem autorização para tanto (TED - OAB/SP, E-5343/2019, REL. DR EDUARDO AUGUSTO ALCKMIN JACOB. 04/03/2020). (gn).

Inclusive, é nesse mesmo teor que se deu a decisão do Processo Disciplinar E-5.389/2020, o qual carrega a ementa:

PLATAFORMA DIGITAL – CUNHO NÃO JURÍDICO – CADASTRO DE ADVOGADOS – VEDAÇÃO ÉTICA – PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS JURÍDICOS – ATIVIDADE PRIVATIVA DE ADVOGADOS E DE SOCIEDADES DE ADVOGADOS – PUBLICIDADE – POSSIBILIDADE – OBSERVÂNCIA DE NORMAS ÉTICAS APLICÁVEIS A QUALQUER OUTRO MEIO DE DIVULGAÇÃO E PUBLICIDADE – PROIBIÇÃO À CAPTAÇÃO DE CLIENTELA – INTERMEDIÇÃO E CONCILIAÇÃO DA RELAÇÃO ADVOGADO-CLIENTE EM PLATAFORMA DIGITAL – IMPOSSIBILIDADE – RELAÇÃO QUE NÃO SE CARACTERIZA COMO CONSUMERISTA – EXERCÍCIO DA ADVOCACIA É INCOMPATÍVEL COM QUALQUER PROCEDIMENTO DE MERCANTILIZAÇÃO – POTENCIAL QUEBRA DE SIGILO PROFISSIONAL. A oferta de serviços jurídicos não pode se dar em conjunto com a disponibilização de serviços de outra natureza, em especial por meio de plataforma não específica da categoria profissional. Haveria inequívoca captação indevida de clientela (...) A relação advogado-cliente não configura relação de consumo, não se qualificando como apta a ser objeto de conciliação ou mediação em ambientes físicos ou virtuais, de cunho não jurídico, para reclamações de consumidores. O papel

moderador exercido pela plataforma digital implicaria compartilhamento de informações potencialmente incompatível com o sigilo profissional” (TED - OAB/SP, E-5.389/2020, Rel. Dra. CRISTIANA CORRÊA CONDE FALDINI, 02/09/2020). (gn).

O processo E-4.988/2018 do respectivo Tribunal já havia comentado, também, acerca do pagamento dos advogados através das plataformas:

*SÍTIO ELETRÔNICO- SUPOSTA APROXIMAÇÃO ENTRE ADVOGADOS E CLIENTES - CONSULTAS JURÍDICAS MEDIANTE O PAGAMENTO DE VALOR MENSAL AO SÍTIO - ADVOGADOS CADASTRADOS SORTEADOS PARA ATENDIMENTO DA CONSULTA - PAGAMENTO DOS HONORÁRIOS PELO SÍTIO ELETRÔNICO - IMPOSSIBILIDADE. Há evidente captação de causas e clientela, como também concorrência desleal, na utilização de sítio eletrônico para angariar clientes mediante a cobrança de valor mensal para serem atendidos por advogados cadastrados gratuitamente e que serão sorteados para tanto. A relação entre advogado e cliente é baseada na confiança, não se podendo admitir que tal relação se origine de sorteio, **nem tampouco que seus honorários sejam pagos pelo sítio eletrônico**. Mercantilização da profissão e **desrespeito ao dever de se preservar a honra, dignidade e nobreza da profissão** (TED - OAB/SP, E-4.988/2018, Rel. Dr. FÁBIO PLANTULLI, 20/09/2018). (gn).*

A Ementa do processo 5488/2019, acórdão n. 516/2022, do Tribunal de Ética e Disciplina da OAB do Paraná, faz menção às infrações ético-disciplinares dos incisos II e IV do Art. 34 do Estatuto da OAB, quais sejam, de manter sociedade profissional fora das normas e preceitos estabelecidos e angariar ou captar causas, com ou sem a intervenção de terceiros:

*PROCESSO DISCIPLINAR - MANTER SOCIEDADE PROFISSIONAL FORA DAS NORMAS E PRECEITOS ESTABELECIDOS NO ESTATUTO DA OAB. ANGARIAR OU CAPTAR CAUSAS, COM OU SEM A INTERVENÇÃO DE TERCEIROS MEDIANTE PUBLICIDADE IRREGULAR EM MEIOS E PLATAFORMAS ELETRONICAS PELA INTERNET E DIVULGAÇÃO EM CONJUNTO COM OUTRA ATIVIDADE E OFERTA EM CONJUNTO DE SERVIÇOS JURÍDICOS. **INFRAÇÕES DISCIPLINARES PREVISTAS NOS INCISOS II E IV DO ARTIGO 34 DO ESTATUTO DA ADVOCACIA E DA OAB (Lei 8.906/94).** PROVAS QUE NÃO FORAM DESCONSTITUÍDAS. PARCIAL PROCEDENCIA (TED - OAB/PR, Proc. 5488/2019. 8ª Turma. Rel. LUCIANO ANTONIO DA ROSA. Julgamento em: 31/10/2022) (gn).*

A Seccional do Rio Grande do Sul, no Processo 21.0000.2020.004361-1, em 2020, decidiu em sentido que caminha na mesma linha:

*MEDIDA CAUTELAR. PROPAGANDA IRREGULAR. IMAGEM DA ADVOCACIA E DA OAB. (...). Os serviços ofertados são claramente de atividades privativas da advocacia (conforme arts. 1º e 4º da Lei 8.906/94), além de promessas pouco louváveis sobre soluções espetaculosas e de **cobrança ou gratuidade de honorários**, além do cunho mercantilista, vedado pelo Provimento 94/2000 do Conselho Federal da OAB, acarretando **repercussão altamente negativa** à imagem e dignidade da advocacia, na forma do art. 70, §3º do EAOAB e art. 71, IV do CED. Suspensão*

preventiva limitada a 3 meses. PROCEDÊNCIA. (TED - OAB/RS, Proc.21.000.2020.004361-1. Rel. Tibicuera Menna Barreto de Almeida. 05/08/2020) (gn).

Mais antigo, o Acórdão 228/2014 do Tribunal de Ética e Disciplina da Seccional de Santa Catarina já era límpido quanto à intermediação de empresas de fins comerciais sobre os serviços prestados pelos advogados:

*PROCESSO DISCIPLINAR - UTILIZAÇÃO DE AGENCIADOR E CAPTAÇÃO DE CAUSAS - A UTILIZAÇÃO DE **EMPRESA INTERMEDIADORA**, COM FARTA PUBLICIDADE, EM VIAS PÚBLICAS, COM PROMESSAS DE SOLUÇÕES JURÍDICAS **CARACTERIZA A FORMA DE AGENCIAMENTO E CAPTAÇÃO DE CAUSAS** (...). (TED - OAB/SC, Acórdão 228/2014. Rel. Flavio José Martins, Relator. Pres. João Leonel Machado Pereira. Julgado em: 14/11/2014).*

Para a OAB-SP (2020)⁶, “a oferta de serviços jurídicos não pode se dar em conjunto com a disponibilização de serviços de outra natureza, em especial, por meio de plataforma não especificada categoria profissional” (OAB/SP, 2020). Isso porque, na perspectiva da Ordem, haveria, indiscutivelmente, a captação indevida de clientela através da publicidade exacerbada que ensejaria, evidentemente, a mercantilização da profissão.

Não obstante, partindo-se do ponto de vista da relação advogado-cliente, há que se comentar que não se trataria de relação consumerista e, portanto, para a referida OAB regional, não se qualificaria como “objeto de conciliação ou média em ambientes físicos ou virtuais, de cunho não jurídico (...)” (OAB/SP, 2020).

Por conta disso, o Conselho Federal da Ordem, em 2019⁷, implementou espaço para receber denúncias em seu site de atividades supostamente irregulares, através da Coordenação Nacional de Fiscalização.

Dentre as diversas denúncias, afirma a Folha de S. Paulo⁸ (2020), apresenta-se recorrente aquelas com teor de captação nas plataformas de conexão advogado-cliente:

traz em suas telas iniciais os dizeres “converse agora com advogados”, “informe seu problema gratuitamente e com segurança”, “advogados entrarão em contato para te orientar com sigilo” e “contrate um advogado caso necessário” (Folha de S. Paulo, 2020).

⁶ Exercício ilegal da Advocacia por meio de plataforma digital. Jornal da Advocacia - OAB/SP. 01 nov. 2020.

⁷ COORDENAÇÃO NACIONAL DE FISCALIZAÇÃO DA ATIVIDADE PROFISSIONAL DA ADVOCACIA DA ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL. Quem somos. OAB Nacional, sd.

⁸ FERREIRA, Flavio; GALF, Renata. OAB aperta o cerco a sites e plataformas que oferecem serviços jurídicos. FolhaJus, Folha de S. Paulo, São Paulo, 12 out. 2020.

Em 2020, no ano-auge da Pandemia, o então presidente da Comissão de Fiscalização e Combate ao Exercício da Advocacia da OAB/SP, Fabricio Klebis, atentou que os usuários dos sites, na condição de clientes, poderiam se deparar com serviços de baixa qualidade⁹.

No entanto, não existem consideráveis quantidades de jurisprudências dos TEDs mais recentes, mesmo que diversas plataformas estejam ativas e funcionando nos moldes incorretos que foram explicitados anteriormente.

Pode-se entender que os entendimentos jurisprudenciais corroboram para a interpretação de que a forma que as plataformas digitais estão exercendo os serviços jurídicos infringe as normas de conduta ética e disciplina e favorecem a mercantilização da profissão através do favorecimento da captação de clientela e concorrência desleal e, igualmente, da junção dos serviços jurídicos àqueles comerciais.

⁹ FERREIRA, Flavio; GALF, Renata. OAB aperta o cerco a sites e plataformas que oferecem serviços jurídicos. FolhaJus, Folha de S. Paulo, São Paulo, 12 out. 2020.

3. CONCLUSÃO

Em razão de todo o trabalho, há que se comentar sobre quais são as prospecções do trabalho digital do advogado. Haja vista o desenvolvimento tecnológico que é inevitável, é possível aproveitar as boas ideias das plataformas em consenso com as regras de ética e disciplina da profissão e a valorização do trabalho, sem constituir relação consumerista.

O atendimento *online*, na atualidade, começa a ganhar proporções maiores e até tomar o espaço do atendimento presencial. Nesse sentido, uma forma de alcançar este objetivo concentra-se no desenvolvimento, pelos escritórios de sociedade ou aqueles individuais, dentro de seus próprios *sites*, campo exclusivo de atendimento online.

Para tanto, e a fim de resguardar o imposto pelas normativas da Ordem, bem como em respeito a LGPD, haveria de se colocar apenas os dados de contato do cliente, como nome, *e-mail* e telefone. O cliente demonstraria apenas interesse pelo atendimento *online*, com posterior contato pelo próprio advogado a fim de entender sua demanda. Dessa forma, estariam preservados tanto seus dados quanto seu caso. Ainda, na intenção de proteger o sigilo profissional, ao realizar o atendimento tanto por videoconferência quanto por mensagens, verifica-se mais adequado o uso de meios já amplamente conhecidos e que já possuem rigor na criptografia de informações.

Partindo-se do pressuposto de que o cliente encontra o escritório pelo *site*, não haveria publicidade indevida a público incerto, nem mesmo a concorrência desleal e a captação de clientela. Há que se atentar pela preservação do conteúdo meramente informativo, discreto e sóbrio, sem a utilização das expressões persuasivas que estimulem o litígio ou a contratação. Ademais, dentro do sítio online do escritório, também mantém-se possível a verificação da certificação das especialidades ofertadas.

Não seria possível, dessa maneira, a atribuição de poder moderador à empresa de fins comerciais, evitando-se a vedada mercantilização da profissão e, em consequência, a precarização do trabalho jurídico. Os detalhes de custas e honorários manter-se-iam conforme a forma correta de acordo e contratação direta entre cliente e causídico, bem como a delimitação dos serviços a serem prestados.

Entretanto, apesar dessa possibilidade de conciliar os meios de comunicação digitais com as boas práticas, há, todavia, que se encarar a realidade da existência das plataformas que as infringem e, dessa maneira, considerando a escassez de detalhes sobre a publicidade *online* e o atendimento nestes moldes, conforme explicado anteriormente acerca do CED de 2015 e o

Provimento 205/2021, evidencia-se a necessidade da formulação de uma codificação capaz de abranger esta forma de trabalho, mesmo que, como é consenso, o Direito seja incapaz de acompanhar desenvolvimento tecnológico em sua totalidade. Como visto, existem limitadas e desatualizadas decisões dos Tribunais de Ética e Disciplina seccionais acerca deste tema, o que evidencia a necessidade de novas normativas que possibilitem um entendimento mais consolidado e pacífico.

REFERÊNCIAS

ABBOTT, A. Status and status strain in the professions. **American Journal of Sociology**, v. 86, n. 4, p. 819–835, 1981.

BRASIL. Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**. Diário Oficial da União: Poder Executivo, Brasília, DF, 15 ago. 2018. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm>. Acesso em: 23 set. 2024.

BRIDI, Maria Aparecida; MACHADO, Sidnei; PORTELLA, Gabriela. **O CASO ATENTO**: reflexões sobre as novas configurações do trabalho a partir de uma multinacional de TIC. **REVISTA DE CIÊNCIAS SOCIAIS-POLÍTICA & TRABALHO**, n. 50, p. 198-212, 2019. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/index.php/politicaetrabalho/article/view/45868/28598>>. Acesso em: 11 abr. 2024.

CEPAL. COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE. Organización Internacional del Trabajo (OIT). **Trabajo decente para los trabajadores de plataformas en América Latina**. Coyuntura Laboral en América Latina y el Caribe, n. 24 (LC/TS.2021/71), Santiago, 2021. Disponível em: <<https://www.cepal.org/es/publicaciones/46955-coyuntura-laboral-america-latina-caribe-trabajo-decente-trabajadores-plataformas>>. Acesso em: 10 abr. 2024.

CONSELHO FEDERAL PLENO DA ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL. **PROVIMENTO N. 205/2021**. Dispõe sobre a publicidade e a informação da advocacia. Diário Eletrônico da Ordem dos Advogados do Brasil. 21 jul. 2021. Disponível em: <<https://deoab.oab.org.br/pages/materia/345668?termo=>>. Acesso em: 20 ago. 2024.

COORDENAÇÃO NACIONAL DE FISCALIZAÇÃO DA ATIVIDADE PROFISSIONAL DA ADVOCACIA DA ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL. **Quem somos**. OAB Nacional, sd. Disponível em: <https://fiscalizacao.oab.org.br/home/Quem_Somos#:~:text=A%20Coordena%C3%A7%C3%A3o%20Nacional%20de%20Fiscaliza%C3%A7%C3%A3o,Geral%20Adjunta%20da%20OAB%20Nacional.%22>. Acesso em 10 set. 2024.

DA CUNHA, Sebastião Ferreira; SILVA, Andriele Magioli da; FILHO, Rondon Ferreira de Souza; CARVALHO, Joelson Gonçalves de; MOLINA, Wagner de Souza Leite. **Reforma trabalhista e relações de trabalho no Brasil: por quem os sinos dobram?**. Cadernos de Psicologia Social do Trabalho, v. 24, n. 1, p. 103-117, 2021. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/cpst/article/view/171954>>. Acesso em: 07 abr. 2024.

Exercício ilegal da Advocacia por meio de plataforma digital. Jornal da Advocacia - OAB/SP. 01 nov. 2020. Disponível em: <<https://jornaldaadvocacia.oabsp.org.br/noticias/exercicio-ilegal-da-advocacia-por-meio-de-plataforma-digital/>> . Acesso em: 20 ago. 2024.

FERREIRA, Flavio; GALF, Renata. **OAB aperta o cerco a sites e plataformas que oferecem serviços jurídicos.** FolhaJus, Folha de S. Paulo, São Paulo, 12 out. 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/amp/poder/2020/10/oab-aperta-cerco-a-sites-e-plataformas-que-oferecem-servicos-juridicos.shtml>>. Acesso em 15 set. 2024.

FILGUEIRAS, Vitor Araújo. **As promessas da Reforma Trabalhista: combate ao desemprego e redução da informalidade.** In: KREIN, José Dari; OLIVEIRA, Roberto Vêras de; FILGUEIRAS, Vitor Araújo. Reforma trabalhista no Brasil: promessas e realidade. Campinas: Curt Nimuendajú, 2019. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Roberto-De-Oliveira-5/publication/335854528_Reforma_a_Trabalhista_no_Brasil_promessas_e_realidade/links/5d804059458515fca16dfb00/Reforma-Trabalhista-no-Brasil-promessas-e-realidade.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2024.

HEINZ, J. P.; LAUMANN, E. O. **Chicago lawyers: the social structure of the bar.** New York, NY: Russell Sage Foundation, 1982. In: YAO, Y. Uberizing the legal profession? Lawyer autonomy and status in the digital legal market. British Journal of Industrial Relations, v. 58, n. 2, p. 421-447, 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Covid-19 (PNAD Covid-19).** Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101778>>. Acesso em: 20 mar. 2024.

INTERNATIONAL LABOUR OFFICE (OIT). **World Employment and Social Outlook 2021: The role of digital labour platforms in transforming the world of work**. Geneva: ILO, 2021. Disponível em:

<https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/2021/WCMS_771749/lang--en/index.htm>. Acesso em: 20 mar. 2024.

KREIN, José Dari; OLIVEIRA, Roberto Vêras. **Para além dos discursos: impactos efetivos da Reforma nas formas de contratação**. In: KREIN, José Dari; OLIVEIRA, Roberto Vêras de; FILGUEIRAS, Vitor Araújo. *Reforma trabalhista no Brasil: promessas e realidade*.

Campinas: Curt Nimuendajú, 2019. Disponível em:

<https://www.researchgate.net/profile/Roberto-De-Oliveira-5/publication/335854528_Reforma_a_Trabalhista_no_Brasil_promessas_e_realidade/links/5d804059458515fca16dfb00/Reforma-Trabalhista-no-Brasil-promessas-e-realidade.pdf>. Acesso em: 7 abr. 2024.

LI, Jing. Platform economy in legal profession: an empirical study on online legal service providers in China. **UCLA Pacific Basin Law Journal**, Vol. 35(97), 2018, p. 97-154.

Disponível em: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3067314>. Acesso em: 13 jul. 2024.

LIMA, Jacob Carlos; BRIDI, Maria Aparecida. **TRABALHO DIGITAL E EMPREGO: a reforma trabalhista e o aprofundamento da precariedade**. Caderno CRH [online]. v. 32, n. 86, p. 325 - 342, 2019. Disponível em:

<<https://www.scielo.br/j/ccrh/a/PD9ywtNMPmKM4YDdH7jWc6n/?lang=pt#>>. Acesso em 7 abr. 2024.

MARTINEZ, Augusto. **MERCADO DE SERVIÇOS JURÍDICOS E TRANSFORMAÇÕES**. *Revista Jurídica OAB Tatuapé*. v. 1. n. 2. 2022. ISSN: 2764-8818. Disponível em:

<<https://revista.oabtatuape.org.br/index.php/revista/article/view/35>>. Acesso em: 19. ago. 2024.

MANZANO, M.; KREIN, A. **A pandemia e o trabalho de motoristas e de entregadores por aplicativos no Brasil**. Campinas: Cesit/Unicamp, 2020. Disponível em:

<https://www.cesit.net.br/wp-content/uploads/2020/07/MANZANO-M-KREIN-A.-2020_A-pandemia-e-os-motoristas-e-entregadores-por-aplicativo.pdf>. Acesso em 20 mar. 2024.

ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL. **Código de Ética e Disciplina - Resolução N. 02/2015**. Aprova o Código de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil – OAB. DOU, 04.11.2015, S. 1, p. 77. Disponível em:
<<https://www.oab.org.br/publicacoes/AbrirPDF?LivroId=0000004085>>. Acesso em 15 set. 2024.

PARANÁ. Tribunal de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil do Estado do Paraná. 8ª Turma. **Acórdão 516/2022. Processo E-5.488/2019**. Relator: Dr. Luciano Antonio da Rosa. Julgado em 31/10/2022. Disponível em:
<<https://ted.oabpr.org.br/consulta-de-acordaos/?ano=2015&ano-fim=2024&assunto=&titulo=plataformas&localizar=Localizar>>. Acesso em: 28 set. 2024.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil do Estado do Rio Grande do Sul. **Processo 21.0000.2020.004361-1**. Relator: Tibicuera Menna Barreto de Almeida. Julgado em 05/08/2020. Disponível em:
<<https://jurisprudencia.oabrs.org.br/jurisprudencia-ementa/visualizarEmenta?codigoEmenta=tOmRUqF8msIXDnEyGoj19g%3D%3D>>. Acesso em: 28 set. 2024.

ROCINHOLI, Max Xavier; PRANDI, Luiz Roberto. ÉTICA NA ADVOCACIA E MUNDO DIGITAL: DESAFIOS PARA O ADVOGADO 4.0. AKRÓPOLIS - **Revista de Ciências Humanas da UNIPAR**, [S. l.], v. 29, n. 1, 2021. DOI: 10.25110/akropolis.v29i1.8487. Disponível em:
<<https://unipar.openjournalsolutions.com.br/index.php/akropolis/article/view/8487>>. Acesso em: 19 ago. 2024.

SANTA CATARINA. Tribunal de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil do Estado de Santa Catarina. **Acórdão 228/2014**. Relator: Flavio José Martins. Presidente: João LEONEL MACHADO PEREIRA. Julgado em 14/11/2014. Disponível em:
<<https://www.oab-sc.org.br/ted-ementarios#conteudo>>. Acesso em: 28 set. 2024.

SÃO PAULO. Tribunal de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil do Estado de São Paulo. **Processo E-4.988/2018** - v.u. Relator: Dr. Flávio Pantulli; Revisor: Dr. Luiz Antonio Gambelli; Presidente: Dr. Pedro Paulo Wendel Gasparini, julgado em 20/09/2018. Disponível em:
<<https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina#modal=19-12-30-0800-e-52752019%5b%21%5d5>>. Acesso em: 28 set. 2024.

SÃO PAULO. Tribunal de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil do Estado de São Paulo. **Processo E-5.275/2019** - v.u. Relator: Dr. Eduardo Augusto Alckmin Jacob; Revisor: Dr. Edgar Francisco Nori; Presidente: Dr. Guilherme Martins Malufe, julgado em 18/09/2019. Disponível em:

<<https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina#modal=19-12-30-0800-e-52752019%5b%21%5d5>>. Acesso em: 28 set. 2024.

SÃO PAULO. Tribunal de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil do Estado de São Paulo. **Processo E-5.343/2019**. v.m. Relator: Dr. Eduardo Augusto Alckmin Jacob; Revisor: Dr. Fábio Teixeira Ozi; Presidente: Dr. Guilherme Martins Malufe, julgado em 04/03/2020. Disponível em:

<<https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina#modal=20-12-25-2300-e-53432019%5b%21%5d5>>. Acesso em: 28 set. 2024.

SÃO PAULO. Tribunal de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil do Estado de São Paulo. **Processo E-5.389/2020**. v.u. Relatora: Dra. Cristiana Corrêa Conde Faldini ; Revisora: Dra. Camila Kuhl Pintarelli; Presidente: Dr. Guilherme Martins Malufe, julgado em 02/09/2020. Disponível em:

<<https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina#modal=20-12-25-2300-e-53432019%5b%21%5d5>>. Acesso em: 28 set. 2024.

SILVA, Magda Cibeles Moraes; BORGES, Angela Maria Carvalho. **O trabalho em migalhas dos proletários da advocacia no contexto da "economia das plataformas" no Brasil.**

Cadernos do CEAS, Salvador/Recife, n. 245, p. 638-659, set./dez., 2018 | ISSN 2447-861X. Disponível em:

<<https://cadernosdoceas.ucsal.br/index.php/cadernosdoceas/article/view/505/407>>. Acesso em: 28 ago. 2024.

Digital 2023 Global Overview Report - The Essential Guide To The World's Connected Behaviours. WE ARE SOCIAL-MELTWATER. 2023. p. 159-318. Disponível em:

<<https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2023/03/Digital-2023-Global-Overview-Report.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2024.

YAO, Y. **Uberizing the legal profession? Lawyer autonomy and status in the digital legal market.** British Journal of Industrial Relations, v. 58, n. 2, p. 421-447, 2020. doi: 10.1111/bjir.12485. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/bjir.12485>>. Acesso em: 13 jul. 2024.