

PARECER DA COORDENADORIA JURÍDICA N. 097/98 - Conselho Federal de Contabilidade

ASSUNTO: Propaganda através de carta (mala direta)

ORIGEM: Técnico em Contabilidade ... - TC CRC-RJ n. ...

RELATÓRIO

O Téc...CRC-RJ n. ..., encaminhou ao Conselho Federal de Contabilidade consulta sobre a utilização de mala direta para encaminhamento de propaganda de serviços contábeis prestados pelo profissional.

Questiona o consulente se a utilização de tal veículo se configuraria infração ao Código de Ética Profissional do Contabilista.

PRONUNCIAMENTO

O objeto da presente consulta já foi alvo de julgamento por parte da Câmara de Ética do CFC, em reunião realizada em 5 de novembro de 1997, que aprovou o parecer do Conselheiro no sentido de que não se constitui infração ética o encaminhamento de "Boletim Informativo" através de mala direta às empresas clientes ou não do profissional.

Ao utilizar-se desse serviço, o profissional deve acautelar-se, restringindo suas cartas a meras peças informativas de interesse geral.

Assim, se o profissional, utilizar-se desse meio com objetivo claro de captação de clientela, por intermédio de propaganda ostensiva e imoderada, ofertando, serviços e preços, incorre em infração Ética, podendo ser autuado nos moldes da legislação vigente.

(grifo nosso)

É o parecer, S.M.J.

Coordenador Jurídico

De acordo com o parecer. Encaminhe-se resposta ao consulente.

Coordenador da Câmara Ética"

Assim sendo:

- 1) Não se pode oferecer serviços a pessoa física ou jurídica, por meio de mala-direta se estes não forem seus clientes;
- 2) Em qualquer propaganda que não seja mala-direta a não clientes, é obrigatório informar seu nome (ex.: Fulano de Tal), seu numero de registro e sua categoria profissional (ex.: Cont.). É permitido informar apenas os serviços que oferece, equipamentos que utiliza (ex.: computadores, sistemas) e títulos que possui. É vedado informar, também, valores, bem como o uso de frases do tipo "o melhor serviço", "serviços de qualidade superior", "o mais barato", etc., conforme preceitua nosso Código de Ética Profissional;
- 3) Os meios de propaganda podem ser: jornais, revistas, TV, rádio e Internet;
- 4) Os boletins informativos, somente conforme definido pelo Parecer acima.