

TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA ÓRGÃO ESPECIAL

Processo nº: 2019/07054

Consultante: Emmanuel Correa de Sousa

Juiz Relator: Jocelino Antônio Laranjeiras Neto

RELATÓRIO

Tratam os autos de Consulta formulada pelo advogado Emmanuel Correa de Sousa, acerca da *"possibilidade de divulgação de resultados de processos judiciais em jornais ou redes sociais, seja pelo advogado que atuou na causa ou por terceiros"*, prosseguindo que *"caso este Tribunal entenda ser permitido, se há algum limite de divulgações/frequência ou restrição quanto ao texto, bem como se é possível inserir a foto do advogado ou do escritório ou logomarca"*.

Despacho do Presidente do Tribunal de Ética e Disciplina da OAB/GO, Juiz Samuel Balduino Pires da Silva, a fl. 3, para análise prévia de admissibilidade, conhecendo a presente Consulta.

Despacho deste Relator (fl. 9) determinando o sobrestamento dos autos até a apresentação do texto pela Comissão para Estudo da Publicidade em Mídias Sociais do TED/OAB-GO. Novo despacho, à fl.10, revogando o sobrestamento e incluindo o feito em pauta deste Órgão Especial.

Vieram os autos conclusos. Era o breve e necessário relatório. Passo ao voto.



VOTO

O regramento ético disciplinar, em especial, quanto à publicidade na advocacia é, reconhecidamente, conservador. Por mais que ao Tribunal de Ética, também, seja destinada a sua interpretação, é fato que há de se reconhecer a verdadeira intenção do legislador.

Por outro lado, é também fato que a advocacia não pode ficar para trás ou mesmo não adaptar-se às mudanças e transformações tecnológicas, as quais têm afetado, sobremaneira, a comunicação e a publicidade, em especial nas redes sociais.

Novos tempos exigem novas reflexões e enfrentamentos.

O Código de Ética e Disciplina (CED) não se manifestou, expressamente, sobre a divulgação de resultados de processos e nem sobre os limites e a frequência (habitualidade) da publicidade, questão que clama urgente interpretação. Mas, mesmo obscuro, o CED dá subsídios para uma conclusão segura quanto às indagações feitas.

Preliminarmente, entendo oportuno considerar alguns princípios que norteiam a atuação do advogado, como o **exercício de serviço público e de função social** e, também, a sua publicidade, cuja base principiológica está calcada no **caráter meramente informativo, primando pela discrição e sobriedade.**

O advogado, exercente de *múnus* público, de certa forma, "adquire" *status* de agente público, incumbindo-lhe por isso desempenhar suas funções com o mesmo zelo deste. Nesse sentido, **a publicidade há de ser sempre a institucional, vinculada estritamente às suas atividades, sem incitações pessoais e/ou culto ao personalismo.**

Não é à toa que o CED prevê (e isso já ocorrera no Código de 1995) que a publicidade na advocacia é informativa. Vejamos o art. 39: "*a publicidade*



profissional do advogado tem caráter meramente informativo e deve primar pela discrição e sobriedade, não podendo configurar captação de clientela ou mercantilização da profissão”.

Num primeiro momento poder-se-ia pensar que a divulgação do resultado de uma ação teria caráter de informação. Todavia, numa análise principiológica e, principalmente, que considere a intenção do Conselho Federal ao dispor sobre a matéria, tenho que **esta divulgação extrapola o aspecto informativo e passa a caracterizar promoção pessoal.**

Isso porque divulgar o ganho de uma causa (obviamente, ninguém publiciza fracassos), além do registro público de uma satisfação pessoal, tem o condão de persuadir outras pessoas com situações semelhantes a procurarem o profissional “vitorioso”, esbarrando, justamente, na vedação imposta pelo regramento que é a da não captação de clientela. **Lembremos sempre que a advocacia é meio, não resultado!** O artigo 41 do CED pode, por analogia, ser enquadrado à presente Consulta:

*“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**”*

Vejo que a intenção da OAB (proteção ao mercado por meio do combate à captação de clientes) ficou clara no Provimento nº 94/2000 que, em seu art. 4º veda a **“menção a clientes ou a assuntos profissionais e a demandas sob seu patrocínio”**, bem como **“a oferta de serviços em relação a casos concretos e qualquer convocação para postulação de interesses nas vias judiciais ou administrativas”**.

Outra observação importante é sobre a titularidade da ação judicial: **o advogado é o procurador do cliente e não o próprio cliente, de modo que a**

titularidade da ação (que nada mais é do que a titularidade do próprio direito) é da parte que a promove e não de seu procurador. Nessa vertente, a divulgação do resultado poderia macular o sigilo profissional, o qual só pode ser violado em situações justificadas: grave ameaça ao direito à vida e à honra ou que envolvam defesa própria. Vejamos o art. 8º do Provimento nº 94/2000 do Conselho Federal:

Art. 8º **Em suas manifestações públicas, estranhas ao exercício da advocacia, entrevistas ou exposições, deve o advogado abster-se de:**

a) **analisar casos concretos, salvo quando arquivado sobre questões em que esteja envolvido como advogado constituído, como assessor jurídico ou parecerista, cumprindo-lhe, nesta hipótese, evitar observações que possam implicar a quebra ou violação do sigilo profissional;**

O art. 42 do Código de Ética veda que o advogado **divulgue ou deixe divulgar** (o que abarcaria terceiros, como indagado pelo Consulente) **"listas de clientes e demandas"**. Já o art. 43 é expresso no sentido de que o advogado ao participar de entrevistas **"deve visar a objetivos exclusivamente ilustrativos, educacionais e instrutivos, sem propósito de promoção pessoal ou profissional"**.

Na última sessão deste Egrégio Órgão Especial foi julgada a Consulta nº 202003052, relatada pelo i. Juiz Estênio Primo de Souza, com teor semelhante ao desta. Em suas razões, o Relator, convergindo com meu posicionamento, concluiu ser **"vedada ao advogado(a) a prática habitual de divulgação de resultados (Decisões, Sentenças, etc) de causas em que atuou, em que fique evidenciada a identificação das partes envolvidas e a natureza da ação, em quaisquer ambientes, inclusive sites especializados de conteúdo jurídico, em jornais e revistas (eletrônicos ou não) e em sites ou redes sociais próprias"**.

Quanto a **habitualidade**, ainda que a Consulta tenha restringido-se à questão da divulgação dos resultados, vejo ser necessário um enfrentamento aprofundado. A grande dúvida é sobre a caracterização da habitualidade, ou seja, se é possível quantificar publicações, postagens, entrevistas e demais meios possíveis de publicidade.

Analisando nosso regramento ético-profissional, vejo que a habitualidade é mencionada, exclusivamente, quanto à **manifestações públicas** (art. 8º, "b", do Provimento nº 94/2000 - "responder, com habitualidade, a consultas sobre matéria jurídica por qualquer meio de comunicação, inclusive naqueles disponibilizados por serviços telefônicos ou de informática"), posição confirmada no art. 42, I, do CED (é vedado ao advogado "responder com habitualidade a consulta sobre matéria jurídica, nos meios de comunicação social").

É fato que advogados bem-sucedidos contam com assessoria de comunicação e imprensa, a qual fica responsável por conseguir espaços em jornais, revistas e emissoras de rádio e TV. **Essa realidade está distante, não só do advogado em início de carreira, mas da grande maioria dos colegas**, devendo a OAB, portanto, atuar como reguladora e moderadora do que se pode ou não pode fazer.

O arcabouço vigente deixa claro que, ainda que o Conselho Federal tenha balizado, apenas, as aparições públicas, a intenção é a de equalizar e tornar mais justa e acessível a publicidade ao advogado e, por consequência, o aparecimento deste nos meios de comunicação. **O trabalho da OAB, peça essencial na regulação do mercado advocatício, deve ser o de garantir que todos tenham acesso às mesmas oportunidades.**

Nessa esteira, entendo que a habitualidade é apenas uma das espécies do gênero sobriedade (princípio basilar da publicidade na advocacia). Assim, em hipótese alguma, teremos afastado o poder da OAB de regulamentar e, porque não, moderar, as publicações realizadas pelo advogado em suas próprias mídias sociais. Não por outro motivo,

o Conselho Federal entendeu, em recente julgamento de Recurso, que há prescindibilidade da habitualidade em situações que prejudiquem a dignidade da advocacia. Vejamos:

[...] *Conduta incompatível com a advocacia. Prescindibilidade de habitualidade, como elemento constitutivo do tipo infracional, **podendo ser praticada mediante um único ato, desde que revelada gravidade e prejudicialidade à dignidade da advocacia** [...]. RECURSO N. 49.0000.2017.005833-5/OEP. DEOAB, a. 1, n. 247, 18.12.2019, p. 7.*

Por óbvio, uma publicidade mal redigida, mal direcionada ou mesmo mal produzida, pode ser enquadrada, facilmente, como fato prejudicial à dignidade e a imagem da profissão, levando o advogado à responsabilização ético disciplinar. Tudo dependerá, portanto, do caso concreto e de suas respectivas circunstâncias.

No início deste mês foi publicada matéria no site “Consultor Jurídico - CONJUR” (<https://www.conjur.com.br/2020-jun-02/analise-conteudo-oab-nao-limitar-entrevistas>) sobre a condenação de um advogado da Seccional de Pernambuco baseada em ato daquela Casa (Resolução 08/2013 - OAB/PE) que regulamentou o Provimento nº 94/00 – CFOAB. Na referida Resolução, questões interessantes foram lançadas, como por exemplo, 1) a limitação em meia página de jornal ou uma de revista especializada; 2) uma aparição por mês para as publicações impressas e entrevistas; e 3) uma aparição semanal na internet.

Data venia, em que pese ser louvável a atitude daquela Seccional em regulamentar a matéria, ao meu sentir, **tal ato afrontou competência reservada unicamente ao Conselho Federal**, qual seja, definir a publicidade em nossa profissão, haja vista que a Lei 8.906/1994 (Estatuto da Advocacia e da OAB) em seu art. 33, parágrafo único, atribuiu esta ao Código de Ética e Disciplina, de competência exclusiva do CFOAB.

Pelos motivos acima expostos não me parece razoável que qualquer Seccional da OAB regulamente e limite o número de entrevistas, reportagens e outras aparições e/ou manifestações públicas, sem que haja um ato editado pelo CFOAB com tais apontamentos. **O papel das Seccionais, exercido pelo TED e pelo Conselho, deve ser o de interpretar, mas não regular essa matéria.**

Não obstante, como já deixei claro, é possível o exercício da moderação pelo Sistema OAB, ainda que ausente a regulamentação, desde que haja a análise conjunta da publicidade e das manifestações públicas, bem como de seu conteúdo. Noutras palavras, **até que o Conselho Federal regulamente a matéria, cabe a OAB analisar o conjunto das práticas do advogado para definir se a habitualidade será motivo de punição ou não.**

Para que fique claro: não se pode analisar, com base no regramento atual, que o advogado concedeu X entrevistas no mês e puni-lo por isso. Mas pode-se analisar, por exemplo, se as X entrevistas foram sobre o mesmo tema e, aí então, analisar os demais aspectos previstos em nossa legislação (interesse público, caráter informativo e sem indução a litígio, ofertas de serviços e menções a clientes e demandas, etc.).

Por fim, em relação à inserção de fotografias e logomarcas do advogado e/ou de seu escritório, o CED estabelece que do **escritório é permitida somente no cartão de visita (art. 44). Quanto à foto do advogado, com base no costume da imprensa e dos veículos de comunicação, entendo ser permitida apenas em matérias jornalísticas e artigos de opinião.** Ressalta-se a vedação/impedimento para as demais situações, bem como o necessário respeito à sobriedade e a dignidade de nossa profissão.

Ante o exposto, sem outras questões a serem analisadas e respondendo objetivamente ao Consulente, manifesto-me nos seguintes termos:



a) Possibilidade de divulgação de resultados de processos judiciais em jornais ou redes sociais, seja pelo advogado que atuou na causa ou por terceiros.

Não há possibilidade. A divulgação de resultado de processos extrapola o aspecto informativo e se caracteriza como promoção pessoal, vedada pelo Código de Ética e Disciplina, devendo o advogado abster-se de publicar ou mesmo deixar que publiquem.

b) Há algum limite de divulgações/frequência ou restrição quanto ao texto, bem como se é possível inserir a foto do advogado ou do escritório ou logomarca.

Analisada, exclusivamente, a habitualidade, não é possível que a OAB limite o número de divulgações e/ou a frequência das manifestações/aparições públicas, sem que a matéria esteja regulamentada pelo Conselho Federal da OAB. Todavia, continua reservada a competência para analisar o conjunto das práticas do advogado e cotejá-las com os preceitos principiológicos e legais, aferindo se as manifestações do advogado tem interesse público, caráter meramente informativo e se primam pela discrição e sobriedade, não podendo configurar captação de clientela ou mercantilização da profissão.

A inserção de fotografias do escritório é permitida apenas no cartão de visita. Já a inserção de fotos do advogado é permitida apenas em matérias jornalísticas e artigos de opinião. Em ambos os casos, deve ser respeitada a sobriedade e a dignidade da advocacia.

É como voto.

Goiânia, 25 de junho de 2020.

assinado digitalmente

JOCELINO ANTÔNIO LARANJEIRAS NETO
Juiz Presidente da 6ª Câmara
Relator no Órgão Especial



TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA ÓRGÃO ESPECIAL

Processo nº: 2019/07054

Consulente: Emmanuel Correa de Sousa

Juiz Relator: Jocelino Antônio Laranjeiras Neto

EMENTA

PUBLICIDADE. DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS DE PROCESSOS. HABITUALIDADE. INSERÇÃO DE FOTOGRAFIAS E LOGOMARCAS.

I – A divulgação de resultado de processos extrapola o aspecto informativo e se caracteriza como promoção pessoal, devendo o advogado abster-se de publicar ou mesmo deixar que publiquem;

II – Considerando a ausência de regulamentação do Provimento nº 94/2000 do Conselho Federal da OAB, não é possível que a OAB limite o número de divulgações e/ou a frequência das manifestações/aparições públicas do advogado, permanecendo, todavia, sua competência para analisar o conjunto das práticas do advogado e cotejá-las com os preceitos principiológicos e legais, aferindo se as manifestações do advogado tem interesse público, caráter meramente informativo e se primam pela discrição e



sobriedade, não podendo configurar captação de clientela ou mercantilização da profissão;

III – A inserção de fotografia do escritório é permitida somente no cartão de visita. Já a inserção de foto do advogado é permitida apenas em matérias jornalísticas e artigos de opinião. Em quaisquer casos, deve ser respeitada a sobriedade e a dignidade da advocacia;

IV – Consulta conhecida e respondida.

Goiânia, 25 de junho de 2020.

assinado digitalmente

JOCELINO ANTÔNIO LARANJEIRAS NETO

Juiz Presidente da 6ª Câmara

Relator no Órgão Especial



TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA ÓRGÃO ESPECIAL

Processo nº: 2019/07054

Consultante: Emmanuel Correa de Sousa

Juiz Relator: Jocelino Antônio Laranjeiras Neto

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos, e observado o quórum de instalação e deliberação previsto no art. 9º do Regimento Interno do Tribunal de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil – Seção de Goiás, acordam os Juízes Membros do Órgão Especial, por unanimidade, conhecerem a presente Consulta e a responderem nos termos do voto do Juiz Relator, que é parte integrante deste.

Goiânia, 25 de junho de 2020.

assinado digitalmente

JOCELINO ANTÔNIO LARANJEIRAS NETO

Juiz Presidente da 6ª Câmara

Relator no Órgão Especial