

TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

AUTOS N.º. 006081/2013

CONSULTA TED PROTOCOLO N.º 043899/2013

CONSULENTE: ADVOGADO CASSIO LISANDRO TELLES - OAB/PR
15225.

A consulta fora assim apresentada: "sic".

Na sessão do Conselho Pleno da Seccional, realizada no dia 13 de setembro último, os conselheiros debateram a questão da publicidade profissional.

O Conselho deliberou pela necessidade de orientação aos advogados sobre os limites da publicidade, sendo apresentadas as seguintes questões, que merecem enfrentamento pela OAB/PR:

1. Página no Facebook de escritórios: possibilidade de anúncio profissional. Limites da divulgação nas redes sociais. O que qualifica captação de clientela e publicidade abusiva?
2. Youtub: palestras, orientações, consultas. O que pode ser divulgado?
3. Banners em sites e mídia eletrônica. É possível?
4. Propaganda em circuitos internos de TV/Monitores instalados em locais onde há acesso público (ex. elevadores, lotéricas, meios de transporte, aeroportos etc.). É legal Essa forma de publicidade?
5. Publicidade em jornais: habitualidade de anúncios. Limites que devem ser observados. Dimensão a serem observadas.



TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

6. Programas em rádio e televisão: como o advogado deve comportar-se? Advogado que atua como comentarista. Limites dessa atuação.
7. Anuários da Advocacia/Catálogos de escritórios/Catálogos do maiores escritórios: é legal essa forma de divulgação? O que pode ser anunciado?
8. Sindicatos e associações que mantêm advogados para prestar assistência jurídica: O sindicato/associação pode ter quadro de advogados próprio atuando dentro do sindicato? O que caracteriza captação de clientela? O Sindicato/associação pode divulgar através de panfletos e outros meios de propaganda informações sobre demandas que podem ser propostas? Pode indicar nestas divulgações o seu departamento jurídico?
9. Consultorias e auditorias: a oferta de serviços de reestruturação societária, holdings, planejamento tributário, defesas em processos administrativos configura captação de clientela? Escritórios credenciados pelas empresas de auditoria e consultoria. Há captação de clientela? É possível o escritório e advogados atuarem dentro dessas próprias empresas? Quais os limites da publicidade nestes casos?
10. Empresa de revisão de contratos bancários, recálculo de juros. Captação de clientela em favor de advogados que patrocinam as demandas judiciais. Consequências para os advogados que atuam nestas empresas. Empresas que têm como sócios advogados. Encaminhamento das demandas judiciais a determinado escritório ou advogados. Anúncios e publicidade. Utilização da panfletagem, internet e redes sociais nestes casos.
11. Boletins informativos de escritórios de advocacia, em meio físico e virtual, sobre questões jurídicas. É possível sua edição e divulgação? Que matérias podem ser publicadas? Quais os limites a serem observados?



TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

Sendo assim, considerando a competência do Tribunal de Ética e Disciplina para a resposta às consultas, proponho a V.Sa., a análise das questões elencadas, avaliando a oportunidade de serem respondidas tais consultas pela Câmara Especial.

Esta a formulação como relato.

Opino e assim proponho à Turma;

VOTO

Mister superar a Preliminar de conhecimento da Consulta tal qual formulada.

Trata-se Sr. Presidente, Meus Pares, de consulta formulada pelo Conselho Pleno da Seccional e trazida a este TED pelo Sr. Vice Presidente desta Ordem, na qual visa obter esclarecimentos a respeito da postura do Advogado frente aos meios possíveis de divulgação e marketing, captação de clientela e exercício da advocacia por empresas não inscritas nesta Ordem. Inclino-me a respondê-la forte no argumento de que tanto o Código de Ética e disciplina quanto o Provimento 94/00 não trazem definição ou orientação sobre tais questões, suficientes a atender a relevância do tema. Assim, a carência de previsão ou esparsas informações contidas nos normativos e o marcante anseio da Classe frente às divergências encontradas nesta Casa, em relação ao tema, preenchem os requisitos de admissibilidade previstos no Código



TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

de Ética e Disciplina. Ademais de que Consulta feita em tese e formulada por parte legítima.

Isto Senhor Presidente, para concluir que recebo e respondo, visto o atendimento das condições mínimas do requisitado pela norma, para concluir tratar-se de limite reservado aos artigos 47¹ e 49² do Código de Ética e Disciplina da OAB.

O expediente de consulta vem formulado pelo M.D. Vice Presidente desta OAB/PR, então a mim incumbido pelo I. Presidente deste Tribunal de Ética e Disciplina, com o que a recebo como Consulta e tenho como seu Consulente o Sr. Vice Presidente desta Ordem o Dr. Cássio Lisandro Telles.

Assim rejeito a preliminar e passo a respondê-la:

Senhor Presidente, consabido por todos encontra-se em estudo o projeto para mudança do Código de Ética e Disciplina desta Ordem. O momento para tal assertiva, ainda que me pareça impróprio, merece ser acolhido, em que pese iminente tendência à sua atualização, em sua raiz disciplinar normativa, justamente a atender aos mais atuais anseios dos Profissionais inscritos nesta Casa.

¹ Art. 47. A falta ou inexistência, neste Código, de definição ou orientação sobre questão de ética profissional, que seja relevante para o exercício da advocacia ou dele advenha, enseja consulta e manifestação do Tribunal de Ética e Disciplina ou do Conselho Federal.

² Art. 49. O Tribunal de Ética e Disciplina é competente para orientar e aconselhar sobre ética profissional, respondendo às consultas em tese, e julgar os processos disciplinares.



TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

Eis que, a mim me parece oportunizar tal consulta a dinamicidade do tema por este Colegiado, pois polemico é carecedor de uma melhor interpretação face ao regramento existente e com base nele.

Por mais princípios deontológicos que existam, sempre haverá diferenças na aplicabilidade dos deveres e obrigações entre os profissionais, entre Estados e mesmo entre cidades. Será nesta fascinante diferença existente que se poderá focar as formas de publicidade e as peculiaridades deontológicas e culturais existentes.

Nobres Colegas, sem que me torne demasiado longo, vejo o necessário cabimento a averiguação de que é no dia a dia que o advogado exercitará toda a técnica necessária para postulação junto a seus clientes. Entretanto não terá a voz clara de sua consciência moral, do que é justo ou não, sem a orientação da Deontologia Jurídica.

E o seu papel será o de estudar as situações singulares em que se encontram os advogados no exercício de sua atividade. Sobre todos nós recaem deveres que se poderiam classificar como gerais – positivos e negativos, isto é, que incidem sobre as suas atividades, como homens, na sua qualidade de cidadãos e, de igual modo, deveres particulares, adstritos em sua estrita condição de profissionais do Direito.





TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

Os deveres “positivos” são aqueles que determinam um fazer, como o que lhe é possível, permitido, liberado, enfim, o que ele “pode”. Os deveres “negativos” são deveres que prescrevem o “não-fazer”, isto é, o que lhe é vedado, proibido, enfim o que não lhe é permitido. Os deveres “negativos” meus Pares, constituem condição primeira da moralidade, pois se deve frisar, sempre, que antes de fazer o permitido, temos a obrigatoriedade de evitar o “proibido”.

Retomo então ao quanto interessa da consulta, mencionando que as recomendações do EAOAB e os arts. 28 a 34 do CED disciplinam a matéria vindo a receber no ano de 2000 o Provimento 94 da OAB que procurou adequar a situação atual à época, da sociedade que se via envolvida com uma evolução da tecnologia e do próprio mercado jurídico.

Com este advento, o do Provimento 94/00 se tornou permitido a prática de um marketing e uma publicidade inteligente e de qualidade que procurou contemplar os Advogados que, de forma ética e parcimoniosa queriam divulgar seus serviços.

Diz a consulta, em breve e concisa expressão sobre os meios atuais possíveis de divulgação como Facebook, Youtube, Banners, Circuito Fechado de TV, Jornais, Programas de Rádio e TV, Anuários, Catálogos, escritório/Catálogos, Sindicatos



TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

representativos de classe e seus Advogados, Consultorias/corpo interno e externo de Advogados, Empresas de Revisão contratuais, Boletins informativos, físicos e virtuais e quais os limites da expressão mercadológica do Advogado.

À luz dos atuais normativos hoje vigentes, e só a eles cabe referir o presente aconselhamento, temos que considerar:

Um mercado dinâmico, onde consciente ou não o Advogado nele se insere;

Que alguns deixam de valorar o marketing, boca a boca – indicação - conquanto outros preferem a imagem estrutural do escritório e há ainda os que preferem a própria postura de qualificação como profissional. Isto tudo como se deduzisse que quem possuir mais diferenciais estará mais bem preparado para o mercado de trabalho.

Com o advento do Provimento 94/00, tornou-se permitido um marketing e uma publicidade um tanto mais modernos, obviando aos Advogados divulgarem seus serviços de forma ética e parcimoniosa. Especialmente inovando ao considerar a internet parte integrante da nova prática jurídica no Brasil.

Chama a atenção a consulta, ao frisar a possibilidade da divulgação da advocacia ressaltando que o escritório pode se

TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

dirigir a uma coletividade para ao que alerta art. 3^o, §§ 2^o, desde que previamente autorizado para este fim. (BERTOZZI, Rodrigo. A nova guerra dos advogados, pg. 132) Então esta comunicação por mala direta, anúncios de publicidade, por meio de revistas, folhetos, jornais, boletins e qualquer outro tipo de imprensa escrita é permitida. Obviamente tal autorização esta contida no art. 3^o, inciso “c” § 3^o combinado com o art. 5^o, letra “b”⁵, do Provimento citado.

Assim, é dizer, desde que não impliquem em captação direta de clientes, com frases de cunho mercadológico, apelativas, induzidoras de vantagem que podem ser erroneamente interpretada, estará dentro dos limites éticos/disciplinares, portanto permitidos. Mister se diga, que o que se esta buscando com este permissivo é a ideia de comunicar algo do interesse do cliente, como endereços novos, eventuais parcerias com outro profissional, abertura de filiais e ou novas áreas de atuação.

Na mesma linha de interesse da Consulta, igualmente agasalhada pelo citado provimento, esta a participação em press-

³ Art. 3^o. São meios lícitos de publicidade da advocacia:

§ 2^o. As malas-diretas e os cartões de apresentação só podem ser fornecidos a colegas, clientes ou a pessoas que os solicitem ou os autorizem previamente.

§ 3^o. Os anúncios de publicidade de serviços de advocacia devem sempre indicar o nome do advogado ou da sociedade de advogados com o respectivo número de inscrição ou de registro; devem, também, ser redigidos em português ou, se em outro idioma, fazer-se acompanhar da respectiva tradução.

⁴ c) o anúncio do escritório em listas de telefone e análogas;

§ 3^o. Os anúncios de publicidade de serviços de advocacia devem sempre indicar o nome do advogado ou da sociedade de advogados com o respectivo número de inscrição ou de registro; devem, também, ser redigidos em português ou, se em outro idioma, fazer-se acompanhar da respectiva tradução.

⁵ Art. 5^o. São admitidos como veículos de informação publicitária da advocacia:

b) revistas, folhetos, jornais, boletins e qualquer outro tipo de imprensa escrita;



TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

releases, prevista e recomendada sua moderação pelo art. 7^o do Provimento e 32⁷ do CED, recomendando que o faça preservando qualquer menção à causa sobre seu patrocínio, moderando eventuais críticas, privilegiando a elegância e o trato com terceiros e colegas. De se notar que a recomendação é para que se evite a aparição continuada na mídia (art.33⁸ e incisos do CED), ainda que seja feita apenas no intuito informacional.

São vetadas a veiculação por rádio e tv ou qualquer outra forma televisiva(art. 6^o do Provimento 94/00) e (art. 4^o letras “a” e “l”¹⁰) a citação da denominação “fantasia do escritório”, referências a valores de serviços, envio de correspondência à coletividade, outdoors, fazer referência a tamanho, qualidade e estrutura da sede

⁶ Art. 7^o. A participação do advogado em programas de rádio, de televisão e de qualquer outro meio de comunicação, inclusive eletrônica, deve limitar-se a entrevistas ou a exposições sobre assuntos jurídicos de interesse geral, visando a objetivos exclusivamente ilustrativos, educacionais e instrutivos para esclarecimento dos destinatários.

⁷ Art. 32. O advogado que eventualmente participar de programa de televisão ou de rádio, de entrevista na imprensa, de reportagem televisada ou de qualquer outro meio, para manifestação profissional, deve visar a objetivos exclusivamente ilustrativos, educacionais e instrutivos, sem propósito de promoção pessoal ou profissional, vedados pronunciamentos sobre métodos de trabalho usados por seus colegas de profissão.

⁸ Art. 33. O advogado deve abster-se de:

- I - responder com habitualidade consulta sobre matéria jurídica, nos meios de comunicação social, com intuito de promover-se profissionalmente;
- II - debater, em qualquer veículo de divulgação, causa sob seu patrocínio ou patrocínio de colega;
- III - abordar tema de modo a comprometer a dignidade da profissão e da instituição que o congrega;
- IV - divulgar ou deixar que seja divulgada a lista de clientes e demandas;
- V - insinuar-se para reportagens e declarações públicas.

⁹ Art. 6^o. Não são admitidos como veículos de publicidade da advocacia:

- a) rádio e televisão;

¹⁰ Art. 4^o. Não são permitidos ao advogado em qualquer publicidade relativa à advocacia:

- a) menção a clientes ou a assuntos profissionais e a demandas sob seu patrocínio;
- l) utilização de meios promocionais típicos de atividade mercantil.





TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

profissional, fotografias, logomarcas, símbolos oficiais, figuras e desenhos. Por outro lado, permite a normativa, anúncios discretos e moderados, exclusivamente informativos, placa discreta no escritório, correspondências, comunicados, boletim informativo e comunicação em geral como previne os arts. 1º e 2º¹¹ do citado Provimento.

Ainda no que pertine a anúncios veiculados em rádio e TV, ferem o Código de Ética e o EAOAB e, principalmente, a dignidade da classe (CED, arts. 28¹², 31, §2º¹³, e 32¹⁴ e EAOAB e o Provimento

¹¹ Art. 1º. É permitida a publicidade informativa do advogado e da sociedade de advogados, contanto que se limite a levar ao conhecimento do público em geral, ou da clientela, em particular, dados objetivos e verdadeiros a respeito dos serviços de advocacia que se propõe a prestar, observadas as normas do Código de Ética e Disciplina e as deste Provimento.

Art. 2º. Entende-se por publicidade informativa:

- a) a identificação pessoal e curricular do advogado ou da sociedade de advogados;
- b) o número da inscrição do advogado ou do registro da sociedade;
- c) o endereço do escritório principal e das filiais, telefones, fax e endereços eletrônicos;
- d) as áreas ou matérias jurídicas de exercício preferencial;
- e) o diploma de bacharel em direito, títulos acadêmicos e qualificações profissionais obtidos em estabelecimentos reconhecidos, relativos à profissão de advogado (art. 29, §§ 1º e 2º, do Código de Ética e Disciplina);
- f) a indicação das associações culturais e científicas de que faça parte o advogado ou a sociedade de advogados;
- g) os nomes dos advogados integrados ao escritório;
- h) o horário de atendimento ao público;
- i) os idiomas falados ou escritos.

¹² Art. 28. O advogado pode anunciar os seus serviços profissionais, individual ou coletivamente, com discrição e moderação, para finalidade exclusivamente informativa, vedada a divulgação em conjunto com outra atividade.

¹³ Art. 31. O anúncio não deve conter fotografias, ilustrações, cores, figuras, desenhos, logotipos, marcas ou símbolos incompatíveis com a sobriedade da advocacia, sendo proibido o uso dos símbolos oficiais e dos que sejam utilizados pela Ordem dos Advogados do Brasil.

§2º Considera-se imoderado o anúncio profissional do advogado mediante remessa de correspondência a uma coletividade, salvo para comunicar a clientes e colegas a instalação ou mudança de endereço, a indicação expressa do seu nome e escritório em partes externas de veículo, ou a inserção de seu nome em anúncio relativo a outras atividades não advocatícias, faça delas parte ou não.

¹⁴ Art. 32. O advogado que eventualmente participar de programa de televisão ou de rádio, de entrevista na imprensa, de reportagem televisionada ou de qualquer outro meio, para manifestação profissional, deve visar a objetivos exclusivamente ilustrativos, educacionais e instrutivos, sem propósito de promoção pessoal ou profissional, vedados pronunciamentos sobre métodos de trabalho usados por seus colegas de profissão.

TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

como citado). Ao tomar conhecimento, o presidente da subseção tem o dever de atuação imediata para chamar atenção do responsável e instaurar procedimento administrativo competente na forma do art. 48¹⁵ do CED. Fatos dessa natureza caracterizam captação de clientela e, quando verificados devem ser imediatamente coibidos, ante a clareza dos comandos normativos próprios.

A utilização de recursos ou artifícios visuais em papéis de petição, impressos e cartões do advogado, escritório de advocacia ou sociedade não devem guardar semelhança com anúncios de propaganda, por incompatíveis com a discrição, moderação e sobriedade, três conceitos éticos que regem a publicidade dos advogados e que devem caracterizar o exercício da advocacia. Seja no referente à publicidade, seja na apresentação dos papéis, documentos e cartões de visita, considerada igualmente formas diversas de o advogado anunciar; recomenda-se aos advogados e escritórios de advocacia que adéquem a apresentação de seus impressos aos parâmetros do Código de Ética e Disciplina (arts.

Parágrafo único. Quando convidado para manifestação pública, por qualquer modo e forma, visando ao esclarecimento de tema jurídico de interesse geral, deve o advogado evitar insinuações a promoção pessoal ou profissional, bem como o debate de caráter sensacionalista.

¹⁵ Art. 48. Sempre que tenha conhecimento de transgressão das normas deste Código, do Estatuto, do Regulamento Geral e dos Provimentos, o Presidente do Conselho Seccional, da Subseção, ou do Tribunal de Ética e Disciplina deve chamar a atenção do responsável para o dispositivo violado, sem prejuízo da instauração do competente procedimento para apuração das infrações e aplicação das penalidades cominadas.



TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

28¹², 30¹⁶ e 31¹³) e do Provimento 94/00 art. 3º letra "a" e § 1º¹⁷, do Conselho Federal"

Não destoam a prática defesa da utilização da mala direta, panfletagem, encartes de jornais, anuários, catálogos ou de qualquer outro tipo de correspondência, cujo objetivo seja a captação de clientela. O Provimento 94/00, art. 3º, § 2º³, estabelece que os impressos possam ser distribuídos para clientes e colegas desde que para isto estejam por estes autorizados.

Na abrangência do quanto se insere da Consulta, estão meios como internet e, nele se infere o Facebook e o Youtube, cuja previsão permissiva esta incorporada no seio do art. 5º¹⁸ e incisos que, obrigatoriamente remete ao limite constante dos arts. 1º e 2º¹¹ que necessitam da combinação com o art. 3º em seus incisos "f" e §§ 1º e 3º¹⁹ e não menos que o respeito aos arts. 28²⁰, 30²¹ e 31²² do CED.

¹⁶ Art. 30. O anúncio sob a forma de placas, na sede profissional ou na residência do advogado, deve observar discrição quanto ao conteúdo, forma e dimensões, sem qualquer aspecto mercantilista, vedada a utilização de "outdoor" ou equivalente.

¹⁷ Art. 3º. São meios lícitos de publicidade da advocacia:

a) a utilização de cartões de visita e de apresentação do escritório, contendo, exclusivamente, informações objetivas;
§ 1º. A publicidade deve ser realizada com discrição e moderação, observado o disposto nos arts. 28, 30 e 31 do Código de Ética e Disciplina.

¹⁸ Art. 5º. São admitidos como veículos de informação publicitária da advocacia:

a) Internet, fax, correio eletrônico e outros meios de comunicação semelhantes;
b) revistas, folhetos, jornais, boletins e qualquer outro tipo de imprensa escrita;
c) placa de identificação do escritório;
d) papéis de petições, de recados e de cartas, envelopes e pastas.

Parágrafo único. As páginas mantidas nos meios eletrônicos de comunicação podem fornecer informações a respeito de eventos, de conferências e outras de conteúdo jurídico, úteis à orientação geral, contanto que estas últimas não envolvam casos concretos nem mencionem clientes.

¹⁹ Art. 3º. São meios lícitos de publicidade da advocacia:





TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

No que toca aos casos de Consultorias, Empresas de Revisão de Contratos e Sindicatos, tenho para mim Sr. Presidente, tratar-se de nítido caso de captação de clientela por interposta pessoa. É forma imoderada de se alcançar mercado onde se associa o Advogado a outra atividade, pois na maioria dos casos, estes colegas não pertencem a seus quadros funcionais, sendo terceirizados interessados que se compõe a um propósito único de captação e cooptação de clientela. Tais restrições estão estampadas no art. 4º, letras "e" e "f"²³ que, obrigatoriamente reclamam a aplicação do art. 34 incisos III e IV²⁴, e art. 1º § 3º²⁵, do

f) a divulgação das informações objetivas, relativas ao advogado ou à sociedade de advogados, com modicidade, nos meios de comunicação escrita e eletrônica.

§ 1º. A publicidade deve ser realizada com discrição e moderação, observado o disposto nos arts. 28, 30 e 31 do Código de Ética e Disciplina.

§ 3º. Os anúncios de publicidade de serviços de advocacia devem sempre indicar o nome do advogado ou da sociedade de advogados com o respectivo número de inscrição ou de registro; devem, também, ser redigidos em português ou, se em outro idioma, fazer-se acompanhar da respectiva tradução.

²⁰ Art. 28. O advogado pode anunciar os seus serviços profissionais, individual ou coletivamente, com discrição e moderação, para finalidade exclusivamente informativa, vedada a divulgação em conjunto com outra atividade.

²¹ Art. 30. O anúncio sob a forma de placas, na sede profissional ou na residência do advogado, deve observar discrição quanto ao conteúdo, forma e dimensões, sem qualquer aspecto mercantilista, vedada a utilização de "outdoor" ou equivalente.

²² Art. 31. O anúncio não deve conter fotografias, ilustrações, cores, figuras, desenhos, logotipos, marcas ou símbolos incompatíveis com a sobriedade da advocacia, sendo proibido o uso dos símbolos oficiais e dos que sejam utilizados pela Ordem dos Advogados do Brasil.

²³ Art. 4º. Não são permitidos ao advogado em qualquer publicidade relativa à advocacia:

e) oferta de serviços em relação a casos concretos e qualquer convocação para postulação de interesses nas vias judiciais ou administrativas;

f) veiculação do exercício da advocacia em conjunto com outra atividade;

²⁴ Art. 34. Constitui infração disciplinar:

III – valer-se de agenciador de causas, mediante participação nos honorários a receber;

IV – angariar ou captar causas, com ou sem a intervenção de terceiros;

²⁵ Art. 1º São atividades privativas de advocacia:

§ 3º É vedada a divulgação de advocacia em conjunto com outra atividade



TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

EAOAB, além do apoio emprestado pelo CED em seus arts. 5º; 7º²⁶ e 28º²⁷. Nobres Colegas, adito a este raciocínio, também, o fato de que tais instituições não poderão anunciar referidos serviços jurídicos sem ferir a Lei 8.906/94 art. 1º²⁸ incisos e parágrafos e, pelo art. 47º²⁹ da LCP pelo exercício ilegal da profissão combinado com o art. 205º³⁰ do CP, mesmo porque não formadas exclusivamente por Advogados.

Senhor Presidente, Meus Pares.

É meu entendimento, S.M.J., que - Serviço jurídico é prestado aos clientes pelo Profissional quando procurado diretamente, vindo através de seu escritório "jurídico" pessoal ou

²⁶ Art. 5º O exercício da advocacia é incompatível com qualquer procedimento de mercantilização.

Art. 7º É vedado o oferecimento de serviços profissionais que impliquem, direta ou indiretamente, inculcação ou captação de clientela.

²⁷ Art. 28. O advogado pode anunciar os seus serviços profissionais, individual ou coletivamente, com discrição e moderação, para finalidade exclusivamente informativa, vedada a divulgação em conjunto com outra atividade.

²⁸ Art. 1º São atividades privativas de advocacia:

I – a postulação a qualquer órgão do Poder Judiciário e aos juizados especiais;2

II – as atividades de consultoria, assessoria e direção jurídicas.

§ 1º Não se inclui na atividade privativa de advocacia a impetração de *habeas corpus* em qualquer instância ou tribunal.

§ 2º Os atos e contratos constitutivos de pessoas jurídicas, sob pena de nulidade, só podem ser admitidos a registro, nos órgãos competentes, quando visados por advogados.3

§ 3º É vedada a divulgação de advocacia em conjunto com outra atividade.

²⁹ Art. 47. Exercer profissão ou atividade econômica ou anunciar que a exerce, sem preencher as condições a que por lei está subordinado o seu exercício: Pena – Prisão simples, de quinze dias a três meses, ou multa, de quinhentos mil réis a cinco contos de réis.

³⁰ Art. 205 - Exercer atividade, de que está impedido por decisão administrativa:
Pena - detenção, de três meses a dois anos, ou multa.

TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

no qual trabalhe com vínculo ou como associado. **NUNCA**, prestados pelo profissional a cliente de empresas de assessoria ou consultoria, que na maioria das vezes não possui corpo jurídico e, ainda que tivessem, estes profissionais estão vinculados a esta, para atuarem em interesses que a vincule como empregador, nunca a clientes destas, pois aí reside meu entendimento de que, ao prestar serviços a clientes das consultorias ou assessorias, o fazem sob o manto da captação por interposta pessoa (a jurídica), evidentemente caracterizando a falta ética disciplinar.

Vou além, um pouquinho adiante. Entendo que tais empresas de consultoria, sindicatos, assessoria jurídica para cálculos e congêneres, na forma da consulta, não são em sua expressiva maioria, compostas só por advogados, e ainda que fosse não atendem ao que comanda o normativo e provimento, assim não são sociedade de advogados e pela característica de sua formação societária, associados ou empregados atuantes em suas atividades e objeto social (que não é o da advocacia), não podem praticar atos privativos da advocacia. Ainda que fossem formadas exclusivamente por Advogados, estas empresas ou sindicatos etc..., não formam uma empresa de atividade jurídica, obviamente estariam impedidas do registro nesta Casa, dada a vedação “Estatutária” ao exercício da advocacia em conjunto com outras profissões, ou mesmo com fins diversos da advocacia³¹.

³¹ PROVIMENTO N°. 66/88

Art. 1º - A advocacia compreende, além da representação, em qualquer Juízo, Tribunal ou repartição, o procuratório extrajudicial, assim como os trabalhos jurídicos de Consultoria e Assessoria e as funções de Diretoria Jurídica.





TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

Estas empresas Senhor Presidente, as de consultoria, assessoria, sindicatos ou prestadoras de serviços, não têm o objeto da prestação exclusiva no foco da advocacia ou da assessoria jurídica, o que lhes veta a realização de “CONTRATOS DE HONORÁRIOS ADVOCATÍCIOS” com os seus clientes, ou mesmo os dissimulados como o fazem.

Por esta razão, tenho para mim, que os seus Advogados, empregados ou associados, pertencentes aos seus departamentos jurídicos, somente poderão praticar a defesa dos interesses diretos destas empresas e, em nenhum momento, em benefício dos clientes delas. Isto não limita a que estas empresas contratem Advogados, contudo estes profissionais estarão vinculados à prestação de serviços exclusivamente aos interesses de seus contratantes.

Vejam os meus Pares, que o Advogado tem responsabilidade profissional circunscrita aos seus atos, em especial nos processos onde atuarem em decorrência da procuração que recebem diretamente de seus clientes. Não podendo ditas empresas praticar atos privativos de Advogados, esta responsabilidade é do Advogado e não das empresas. Com

Art. 4º - É vedado aos advogados prestar serviços de assessoria e consultoria jurídica para terceiros, através de sociedades de prestação de serviços, inclusive de cobrança de títulos ou atividades financeiras de qualquer espécie, se essas entidades não puderem ser inscritas na Ordem dos Advogados do Brasil.



TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

isto é dizer que os Advogados sócios, associados ou empregados que patrocinam causas desses clientes, permitem o uso de seu trabalho e de suas prerrogativas para o exercício ilegal da profissão por parte da empresa³² (Provimento 69/89), que não é nem pode, ser registrada na Ordem, assim obviam a viabilidade desta repugnante “máquina” de inculcação, angariação e concorrência desleal a exemplo informações sobre demandas que podem ser propostas, “recálculos de juros” objetivando revisionais, ao tempo que, também, passam a acobertar a prática da mercantilização por algum eventual Advogado interessado no sistema de captação de causas e clientes, sem que lhes tenha a cobrança moral com a aplicação do direito a nobreza da profissão e o respeito ao cliente que, em inúmeras vezes fica ao desamparo e à mercê da ganância tão prejudicial à sociedade e à Classe.

Entretanto, Meus Pares, dada à dinamicidade do Direito e do mercado, percebe-se que as leis com o tempo mudam e esta que envolve nossa Profissão também precisa mudar, assim que revejo minhas orientações anteriores para responder, com esta estrutura a consulta de S. Excia. o Dr. Cassio Lisandro Telles, que ocupa a Vice Presidência desta OAB/PR.

³² PROVIMENTO N.º. 69/89

Art. 2º - Prática infração disciplinar o advogado, estagiário ou provisionado que, na condição de sócio, empregado ou autônomo facilita, de algum modo, o exercício de atividade privativa da profissão por sociedade que não preencha os requisitos para obtenção do registro na Ordem dos Advogados (Lei n. 4.215, art. 103, ns. II e III).



TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

Diante do exposto, por se verificar a compatibilidade entre a via eleita pelo Consulente e o artigo 49 do CED/OAB, entendo que a Consulta formulada merece ser conhecida e respondida.

Com a vênia dos M.D. Pares, é como respondo à Consulta como foi apresentada e submeto a Douta avaliação da Turma. *M*

É como voto.

Curitiba, 31 de Julho de 2013.

Fábio Ciuffi
Fábio Ciuffi.
Relator.