



PODER JUDICIÁRIO
JUSTIÇA FEDERAL
Seção Judiciária do Distrito Federal
14ª Vara Federal Cível da SJDF

PROCESSO: 1034350-16.2020.4.01.3400 CLASSE:
MANDADO DE SEGURANÇA CÍVEL (120)
IMPETRANTE: [REDACTED]
IMPETRADO: PRESIDENTE DA OAB-DF, ORDEM
DOS ADVOGADOS DO BRASIL SEÇÃO DISTRITO
FEDERAL

Sentença Tipo “A”

I – Relatório

Cuida-se de **mandado de segurança**, com pedido de liminar, impetrado por [REDACTED], contra ato atribuído ao **Presidente do Tribunal de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil – Seccional do Distrito Federal**, ao **Vice-Presidente da 8ª Turma do TED-OAB/DF** e ao **Relator da Decisão** ora combatida, objetivando que o impetrante possa utilizar a ferramenta Google Ads (apenas pelas “Redes de Pesquisa”, padronizadas, simples e sóbrias, com a utilização de anúncios no Google, indicando somente o nome do advogado, a especialidade, o telefone, uma descrição curta e concisa e o site do advogado), como meio de formação da sua carteira de clientes, conforme lhe asseguram os arts. 1º, inciso IV; 5º, inciso XIII; e 6º da Constituição Federal de 1988, e as disposições da Lei n. 1.533/51.

Aduz, em síntese, ser advogado inscrito na OAB/DF desde 02.03.2020, poucos dias antes do fechamento do comércio pelo Governo do Distrito Federal e do estabelecimento do Regime de Plantão Extraordinário, no âmbito do Poder Judiciário, motivados pela pandemia do Covid-19. Afirma que, diante de tal cenário, ficou impedido de advogar pelo período de 2 (dois) meses, oportunidade em que se inscreveu em curso online de publicidade na advocacia, para a utilização da ferramenta Google Ads, “*como forma de publicar o seu contato para uma possível obtenção de clientela, por meio da internet*”.

Alega, contudo, que o TED-OAB/DF manifestou-se pela proibição de qualquer tipo de publicação no Google Ads, o que entende prejudicar a possibilidade de conquista de clientela pelos mais jovens e necessitados advogados e não ser consentâneo com a evolução tecnológica da atualidade.

Inicial instruída com documentos.

A análise do pedido liminar foi postergada por meio do despacho de fls. 75, tendo este Juízo deferido a gratuidade judiciária requerida.



A OAB/DF apresentou informações às fls. 85-130, impugnando a concessão dos benefícios da assistência judiciária gratuita ao impetrante e suscitando sua ilegitimidade ativa *ad causam*, bem como a inexistência de direito líquido e certo. No mérito, defende a legitimidade do ato ora questionado.

O Ministério Público Federal informou a ausência de interesse para sua intervenção (fls. 134-135).

É o relatório. **Decido.**

II – Fundamentação

Inicialmente, **rejeito** a impugnação à concessão dos benefícios da assistência judiciária gratuita ao impetrante, formulada pela parte impetrada, ante a ausência de qualquer elemento probatório que pudesse ser hábil à desconstituição da presunção de veracidade de que goza a declaração de hipossuficiência que instrui a peça de ingresso.

Rejeito, também, a preliminar de ilegitimidade ativa, tendo em vista que a pretensão de mérito vertida neste *writ* diz respeito à concessão de ordem para que o impetrante possa utilizar-se da ferramenta Google Ads, nos moldes indicados na exordial, como meio de formação da sua carteira de clientes, não havendo, pois, que se falar em pretensão de direito alheio em nome próprio, como pretende fazer crer a impetrada. De mais a mais, não se pode perder de vista que o Juiz, ao interpretar o pedido, deve considerar o conjunto da postulação (art. 322, § 2º, do Código de Processo Civil), o qual revela tratar-se, em última análise, de pretensão individualmente formulada.

Noutro passo, verifica-se que a alegação de ausência de direito líquido e certo, da maneira como foi formulada pela parte impetrada, confunde-se com o mérito da impetração, razão pela qual a **rejeito**, na condição de preliminar.

Passo ao exame do mérito.

O Estatuto da Advocacia e da Ordem dos Advogados do Brasil (Lei n. 8.906/94), ao tratar da ética do advogado, assim dispõe:

Art. 33. O advogado obriga-se a cumprir rigorosamente os deveres consignados no Código de Ética e Disciplina.

Parágrafo único. **O Código de Ética e Disciplina regula** os deveres do advogado para com a comunidade, o cliente, o outro profissional e, ainda, **a publicidade**, a recusa do patrocínio, o dever de assistência jurídica, o dever geral de urbanidade e os respectivos procedimentos disciplinares.

Nesse jaez, ao editar o Código de Ética e Disciplina da OAB, o Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil, no âmbito da competência que lhe fora atribuída pelo art. 54, V, da Lei n. 8.906/94, fixou, entre outras, a seguinte regra deontológica fundamental pertinente ao exercício da advocacia:

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

Noutro passo, a temática pertinente à publicidade na advocacia foi abordada nos arts. 28 e seguintes do Código de Ética, a saber:

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.



Art. 29. O anúncio deve mencionar o nome completo do advogado e o número da inscrição na OAB, podendo fazer referência a títulos ou qualificações profissionais, especialização técnico-científica e associações culturais e científicas, endereços, horário do expediente e meios de comunicação, vedadas a sua veiculação pelo rádio e televisão e a denominação de fantasia.

§ 1º Títulos ou qualificações profissionais são os relativos à profissão de advogado, conferidos por universidades ou instituições de ensino superior, reconhecidas.

§ 2º Especialidades são os ramos do Direito, assim entendidos pelos doutrinadores ou legalmente reconhecidos.

§ 3º Correspondências, comunicados e publicações, versando sobre constituição, colaboração, composição e qualificação de componentes de escritório e especificação de especialidades profissionais, bem como boletins informativos e comentários sobre legislação, somente podem ser fornecidos a colegas, clientes, ou pessoas que os solicitem ou os autorizem previamente.

§ 4º O anúncio de advogado não deve mencionar, direta ou indiretamente, qualquer cargo, função pública ou relação de emprego e patrocínio que tenha exercido, passível de captar clientela.

§ 5º O uso das expressões “escritório de advocacia” ou “sociedade de advogados” deve estar acompanhado da indicação de número de registro na OAB ou do nome e do número de inscrição dos advogados que o integrem.

§ 6º O anúncio, no Brasil, deve adotar o idioma português, e, quando em idioma estrangeiro, deve estar acompanhado da respectiva tradução.

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

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.

§ 1º São vedadas referências a valores dos serviços, tabelas, gratuidade ou forma de pagamento, termos ou expressões que possam iludir ou confundir o público, informações de serviços jurídicos suscetíveis de implicar, direta ou indiretamente, captação de causa ou clientes, bem como menção ao tamanho, qualidade e estrutura da sede profissional.

§ 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.

Traçado esse panorama, há de se destacar que, de fato, o arcabouço normativo editado em décadas passadas não acompanha, necessariamente, a evolução tecnológica e das comunicações dos tempos hodiernos, notoriamente ampliada no contexto da pandemia do novo coronavírus.

Contudo, e no que importa ao caso em discussão neste *mandamus*, não é menos verdade que **a falta ou inexistência, no Código de Ética e Disciplina da OAB, 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** (art. 47 do referido *codex*).

A propósito, os arts. 49 e 50 do Código de Ética e Disciplina da OAB definem as competências do Tribunal de Ética e Disciplina, *verbis*:

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.

Parágrafo único. O Tribunal reunir-se-á mensalmente ou em menor período, se necessário, e todas as sessões serão plenárias.



Art. 50. Compete também ao Tribunal de Ética e Disciplina:

- I – instaurar, de ofício, processo competente sobre ato ou matéria que considere passível de configurar, em tese, infração a princípio ou norma de ética profissional;
- II – organizar, promover e desenvolver cursos, palestras, seminários e discussões a respeito de ética profissional, inclusive junto aos Cursos Jurídicos, visando à formação da consciência dos futuros profissionais para os problemas fundamentais da ética;
- III – expedir provisões ou resoluções sobre o modo de proceder em casos previstos nos regulamentos ecostumes do foro;

IV – mediar e conciliar nas questões que envolvam:

- a) dúvidas e pendências entre advogados;
- b) partilha de honorários contratados em conjunto ou mediante substabelecimento, ou decorrente desucumbência;
- c) controvérsias surgidas quando da dissolução de sociedade de advogados.

Vê-se, portanto, que eventual lacuna normativa acerca de definições e orientações pertinentes à ética profissional deve ser submetida, na forma de consulta, à apreciação do TED, órgão competente (além do Conselho Federal) para responder às consultas em tese formuladas.

No caso concreto, verifica-se que, diante da ausência de regulamentação e de orientações acerca da possibilidade de utilização dos serviços de texto, anúncios gráficos, de vídeos e de aplicativos da plataforma Google Ads, submeteu-se à apreciação do TED-OAB/DF a Consulta n. 43697/2019, a qual fora analisada conjuntamente com a Consulta n. 42384/2019, em razão da coincidência temática.

No bojo da referida Consulta, o Relator Sérgio Bomfin Peres (ora impetrado), proferiu o Parecer de fls. 18-35 (ID 259595410), atualmente em vigor no âmbito da Seccional do Distrito Federal, posicionando-se contrariamente à pretensão dos consulentes, nos seguintes termos:

... *Ab initio* registra-se que a temática publicidade na advocacia é disciplinada no Código de Ética da Ordem dos Advogados do Brasil, no Capítulo VIII, arts. 39 a 47.

Nessa toada, mister salientar a diferença entre **propaganda** e **publicidade**. A **primeira** está voltada para ideia de **comércio**, oferecimento de produtos, e visa alcançar público maior, em busca de lucros com a venda dos artigos oferecidos. A **publicidade** é uma **informação** mais **discreta**, sem ostentação, para público menor e direto.

A par disso, importa mencionar que o Código de Ética da OAB trouxe apenas a terminologia da **publicidade**, sendo silente quanto à propaganda.

Pois bem. O advogado e o escritório de advocacia não vendem produtos. Ao contrário, prestam serviços qualificados e especializados na luta pela justiça, ou seja, incompatível com a atividade mercante. Dessa forma, a publicidade não pode visar à captação de clientela e não deve ter viés mercantilista.

Nesta vertente, o Superior Tribunal de Justiça-STJ consolidou entendimento afirmando que não se aplica o Código de Defesa do Consumidor nas relações cliente x advogado. Isso ficou consignado no julgamento do REsp nº 532.377/RJ, quando se reconheceu que “não há relação de consumo nos serviços prestados por advogados, seja por incidência de norma específica, no caso a lei 8.906/94, seja por não ser atividade fornecida no mercado de consumo”.

Não resta dúvida de que estamos diante de um assunto perplexo de inquietudes quanto seu entendimento, pois transborda subjetividade e dificilmente encontrará consenso unânime.

Veja, o tema em debate se encontra sem um posicionamento pacífico nos Tribunais de Ética das Seccionais de nossa Federação, porém há a nítida prevalência do entendimento de que não cabe o uso pelos advogados e seus escritórios de posts patrocinados em redes sociais. A polêmica e o desalinhamento de decisões é uma realidade que ainda não foi solucionada pelo Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil.



(...)

A OAB de Pernambuco, por intermédio de seu Tribunal de Ética, deliberou por proibir o artifício de patrocinar páginas de escritórios ou perfis profissionais dos advogados e advogadas pernambucanos sob o argumento de que o patrocínio de uma publicação na web exige aplicação financeira para destacar um produto ou serviço. Ou seja, quanto mais dinheiro se investe, mais pessoas terão acesso ao conteúdo da página patrocinada.

Diante disto, o Conselho Pleno do TED entendeu que esta prática acaba por forçar o cidadão a receber um conteúdo do qual não procurou espontaneamente, além de apresentar clara desvantagem de um jovem advogado no início da caminhada profissional, por exemplo, se comparado a escritórios inseridos no mercado há muito tempo.

(...)

Não obstante a modernidade que nos ronda, certo é que a atual posição à respeito do tema na Ordem dos Advogados do Brasil é conservadora, o que nos leva a crer ser o melhor entendimento, por hora, a vinculação à essa frente até que sejam amadurecidas e deliberadas eventuais modificações pelo CFOAB, para futuras discussões neste respeitável Tribunal de Ética e Disciplina da OAB/DF.

Forçoso invocar ainda para a presente consulta - que busca ser clara e transparente - transcrições dos arts. 1º. ao 7º. do Provimento 94/2000 do CFOAB, que informam a posição do nosso Conselho Federal e que s.m.j deve ser perseguida pela OAB/DF, abaixo:

(...)

Passando ao comando das indagações taxativas presente na consulta do Colega Bayma, assim delibero, pontualmente:

a) Possibilidade de utilização dos serviços de texto, anúncios gráficos, de vídeos e de aplicativos da plataforma “Google Adds”:

Em primeiro plano, abre-se um parêntese para se esclarecer o que seja google adds. Google Adds, antes conhecido como Google AdWords, é o principal serviço de publicidade da Google e principal fonte de receita desta empresa. Nesta ferramenta o advogado pode configurar e escolher todas as informações acerca dos objetivos de marketing, mediante pagamento. Trata-se de um gestor de campanhas de links pagos pertencente ao google, ou seja, há de pano de fundo também a questão do poder aquisitivo.

Sobre o cerne da questão, sigo numa linha de pensamento voltada para o caráter informativo do tema postado, primando pela sobriedade e discrição, concluindo-se assim por não se permitir, portanto, o oferecimento de teses, serviços e nem insinuações para tanto nas divulgações nas redes sociais e em outros meios de comunicação. Esmiuçando, podemos enumerar que qualquer notícia veiculada, até mesmo uma vitória do advogado ou escritório de advocacia, necessita vir sob o manto da sobriedade, postura compatível com a profissão, não podendo existir em nenhuma hipótese o sensacionalismo, o caráter exclamativo da publicação de uma causa de sucesso. Para um melhor parâmetro apresento como exemplo de uma postagem possível a seguinte: “o escritório obteve vitória em causa complexa que tinha em seu mérito questão relacionada à cobrança da cofins...” se utilizando sempre dessa vertente exclusiva da informação.

Numa questão de bom senso, o Advogado precisa reter em suas externalizações o caráter da discrição e da sobriedade. Assim, tomando-se por base as posturas ora descritas, e a primeira resposta acima inicialmente ofertada para os posts patrocinados ou anúncios patrocinados, e primando pela coerência, **conclui-se pela não permissão de postagens nesta ferramenta do google, pois a mesma se assemelha aos impulsos patrocinados no instagram, facebook e outras redes, como exhaustivamente demonstrado...**

Diante de tal cenário, não se vislumbra qualquer ilegalidade ou abuso de poder que tenha emanado das autoridades impetradas, as quais, na condição de integrantes do Tribunal de Ética e Disciplina da OAB/DF, apenas atuaram no cumprimento do seu mister legal, de responder às consultas que lhe são formuladas, a fim de traçar orientações sobre a ética profissional, suprimindo lacunas normativas.



É pertinente assinalar que os atos administrativos estão amparados pela presunção de legalidade e legitimidade, incluindo aqueles praticados pela OAB, a qual somente pode ser infirmada mediante prova inequívoca em sentido contrário – o que, como visto, não ocorreu *in casu*.

Destarte, não compete ao Poder Judiciário imiscuir-se nas razões de mérito do ato ora vergastado, em substituição à atuação do órgão competente, sob pena de violação ao comezinho princípio da separação de poderes. Nesse sentido, *mutatis mutandis*:

ADMINISTRATIVO E PROCESSUAL CIVIL. ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL (OAB). PROCEDIMENTO ÉTICO-DISCIPLINAR. SUSPENSÃO DO EXERCÍCIO PROFISSIONAL. PRESTAÇÃO DE CONTAS. (IN)EXISTÊNCIA DE ILEGALIDADE. - Ainda que a ré tenha encaminhado a notificação do despacho ao endereço antigo do autor, não há nulidade a ser reconhecida, porquanto claramente tal fato não causou qualquer prejuízo à defesa do autor, que prontamente respondeu a solicitação à autoridade profissional. - **A atuação do Poder Judiciário se circunscreve ao campo da regularidade do procedimento e à legalidade do ato administrativo disciplinar, sendo-lhe defesa qualquer incursão no mérito administrativo. - No caso dos autos, não foram constados vícios formais que comprometessem a legitimidade do procedimento administrativo, levado à cabo pelo Tribunal de**
Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil. (TRF4, AC 5018913-94.2018.4.04.7200, Relatora Vivian Josete Pantaleão Caminha, Quarta Turma, juntado aos autos em 05.06.2020) (g.n.)

ADMINISTRATIVO. MANDADO DE SEGURANÇA. DENEGACÃO NA ORIGEM. APELAÇÃO. PROCESSO ÉTICO-DISCIPLINAR. ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL-SP. CONTROLE PELO PODER JUDICIÁRIO. ADSTRIÇÃO À LEGALIDADE. AUSÊNCIA DE VÍCIOS. SENTENÇA MANTIDA. - O poder disciplinar emana da necessidade de se assegurar a efetividade do princípio constitucional da eficiência, ao qual a Administração Pública está vinculada para fins de aperfeiçoamento do serviço público e das atividades, ofícios e profissões, especialmente daquelas submetidas ao controle de capacidade técnica dos profissionais. - O controle judicial que porventura sobrevenha ao processo administrativo disciplinar não implica invasão à independência e à separação dos Poderes, mas, isto sim, centra-se na averiguação da legalidade das medidas adotadas e conformidade em geral com o direito. Precedentes. - **Espécie de controle judicial sobre atos administrativos que, ademais, sofre maior restrição quando desenvolvida no âmbito do mandado de segurança, cuja instrução processual não admite dilação probatória, devendo a apontada violação a direito líquido e certo ser demonstrada de plano ou mediante prova pré-constituída.** - No caso, a controvérsia cinge-se na verificação da regularidade do Processo ÉticoDisciplinar 5255/2000, instaurado no âmbito do Tribunal de Ética e Disciplina III da Ordem dos Advogados do Brasil (São Paulo), figurando como representado o Advogado ora impetrante e recorrente, pela qual lhe foi aplicada pena de suspensão do exercício profissional por trinta dias. - O poder de punir disciplinarmente os inscritos na OAB compete exclusivamente ao Conselho Seccional em cuja base territorial tenha ocorrido a infração, salvo se a falta for cometida perante o Conselho Federal (art. 70 da Lei 8.906/94 - EAOAB). Logo, incontroverso que as infrações disciplinares imputadas ao recorrente ocorreram no exercício da advocacia que exerceu no Estado de São Paulo, não há falar-se em incompetência da Autoridade Administrativa para resolução da causa. - Descabido o argumento de ilegalidade na decretação da revelia, eis que o Tribunal de Ética empreendeu exaustivas tentativas de notificação do impetrante nos endereços que ele mesmo declarou à OAB. Caso houvesse mudança de domicílio, cabia ao recorrente informar, conforme previsões dos artigos 164, § 2º, do RIOAB/SP e 238, parágrafo único, do CPC, este de aplicação subsidiária. - A despeito da alegação de que o Processo Administrativo em baila se ressentiria de adequada instrução, tem-se que o impetrante deixou de especificar, com clareza, qual seria essa deficiência e, sendo assim, não se desincumbiu de seu ônus probatório (art. 333, I, CPC/73). - **Inexistentes quaisquer ilegalidades nesse Processo Ético-Disciplinar e, tendo a Autoridade Impetrada concluído, mediante decisão fundamentada, pela ocorrência de infração profissional consubstanciada em indevida apropriação de valores pertencentes a cliente sem prestação de contas (art. 34, XX e XXI do EAOAB), aplicando a sanção correspondente,**



Em vista de tais razões, a denegação da segurança é medida que se impõe.

III – Dispositivo

Ante o exposto, **denego a segurança**, extinguindo o feito, com resolução do mérito (art. 487, I, do CPC).

Custas *ex lege*.

Sem honorários advocatícios (art. 25 da Lei n. 12.016/09).

Intimem-se. Oportunamente, arquivem-se.

Brasília-DF, *data da assinatura*.

Assinado eletronicamente pelo Juiz

