



Poder Judiciário
Justiça Federal
Seção Judiciária do Rio de Janeiro
2ª Vara Federal do Rio de Janeiro

Processo nº 0071882-23.2018.4.02.5101 (2018.51.01.071882-7)

JFRJ
Fls 156

CONCLUSÃO

Nesta data, faço estes autos conclusos ao
MM. Sr. Dr. Juiz da 2ª Vara Federal do Rio de Janeiro

Rio de Janeiro, 06 de agosto de 2018.

Processo nº 0071882-23.2018.4.02.5101 (2018.51.01.071882-7)

SENTENÇA A

Trata-se de ação civil pública proposta pela **ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL – SEÇÃO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO** em face de **FREIRE & SOUZA ADVOGADOS ASSOCIADOS** objetivando que a ré se *abstenha de praticar qualquer ato de anúncio, de publicidade ou de divulgação de oferta de serviços jurídicos consistentes na angariação ou captação de clientela*. Relata que a ré vem se utilizando de mala direta para divulgar seus serviços, oferecendo assessoria jurídica de forma incompatível com o Código de Ética da OAB, porquanto estimula o litígio e ainda cobra 30% a título de honorários advocatícios. Afirma que os serviços oferecidos pelo réu caracterizam típica mercantilização do exercício da advocacia, pois o direito dos aposentados já foi reconhecido pelo STF e pelo próprio INSS, que vem implantando administrativamente os benefícios. Aduz que ao divulgar amplamente os serviços prestados, a ré viola diversas normas contidas na Lei 8.906/1994 e no Código de Ética e Disciplina da OAB, caracterizando típica mercantilização do exercício da advocacia, publicidade irregular e captação de clientela. As custas não foram recolhidas, ante o disposto no art. 4º, IV, da Lei n. 9.289/96.

Manifestação do MPF às fls. 82/83.

Contestação às fls. 86/88. Juntou documentos às fls. 89/133.

O MPF opinou pela procedência do pedido às fls. 138/145.

Réplica às fls. 149/155.

Não foram requeridas mais provas.

É o relatório. Decido.

Em preliminar de contestação a ré alega que não pretende litigar e que não tem interesse em produzir provas, bem como que em 12/06/2018 entrou em contato com a empresa Digimark Rio Marketing Direto Ltda. solicitando que não realizasse mais postagens referentes à publicidade dos serviços jurídicos prestados. Entretanto, em que pese a ré ter confessado a conduta praticada, não há provas que demonstrem o efetivo contato com a

empresa Digimark Rio Marketing Direto Ltda. solicitando o cancelamento do serviço de mala direta.

A controvérsia reside em saber se os anúncios, de publicidade ou de divulgação de oferta de serviços, constantes nas correspondências enviadas pelo Escritório Freire e Souza Advogados Associados, notadamente aquelas relacionadas à prestação de serviços jurídicos, representam angariação ou captação de clientes promovida em desacordo com o ordenamento jurídico (fls. 26/27 e 50).

JFRJ
Fls 157

A Constituição Federal, em seu art. 5º, inciso XIII, assegura o livre exercício de atividade profissional, nos seguintes termos: *é livre o exercício de qualquer trabalho, ofício ou profissão, atendidas as qualificações profissionais que a lei estabelecer.*

Assim, o exercício da advocacia sujeita-se às prerrogativas e sujeições estabelecidas na Lei 8.906/1994, competindo a fiscalização correlata à OAB.

As normas aplicáveis ao caso são as seguintes:

Código de Ética e Disciplina da OAB

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.

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.

Art. 40. Os meios utilizados para a publicidade profissional não de ser compatíveis com a diretriz estabelecida no artigo anterior, sendo vedados:

(...)

VI - a utilização de mala direta, a distribuição de panfletos ou formas assemelhadas de publicidade, com o intuito de captação de clientela.

(...)

Lei 8906/94

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;

(...)

XIII - fazer publicar na imprensa, desnecessária e habitualmente, alegações forenses ou relativas a causas pendentes;

JFRJ
Fls 158

Provimento nº 94/2000 do Conselho Federal da OAB:

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

(...)

§ 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.

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;

(...)

h) informações errôneas ou enganosas;

i) promessa de resultados ou indução do resultado com dispensa de pagamento de honorários;

(...)

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

a) rádio e televisão;

b) painéis de propaganda, anúncios luminosos e quaisquer outros meios de publicidade em vias públicas;

c) cartas circulares e panfletos distribuídos ao público;

d) oferta de serviços mediante intermediários. (grifei)

De acordo com a legislação aplicável ao caso, qualquer anúncio relativo a serviço de advocacia deve guardar discrição e ser formulado sem exageros. Assim, o modo de divulgação dos serviços (mala direta) praticado pela ré caracteriza a típica mercantilização do exercício da advocacia. É de se considerar ainda que o referido anúncio (fls. 26/27) não possui apenas finalidade informativa, mas o objetivo de captar clientes, o que representa afronta à norma legal. No mesmo sentido:

APELAÇÃO. ADMINISTRATIVO. ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL - RJ. PUBLICIDADE E CAPTAÇÃO DE CLIENTELA. ESTATUTO DA OAB. CÓDIGO DE ÉTICA E DISCIPLINA DA OAB. PUBLICAÇÃO OSTENSIVA DE SERVIÇOS PRIVATIVOS DE ADVOGADO. NEGADO PROVIMENTO AO RECURSO. 1. Trata-se de ação civil pública ajuizada pela OAB/RJ em face da PROTESTE - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DEFESA DO CONSUMIDOR, objetivando que a Ré seja compelida a abster-se de praticar qualquer ato de anúncio, publicidade ou de divulgação de oferta de serviços consistentes na angariação ou captação de clientela. 2. Nos termos do artigo 16, § 3º da Lei nº 8.906/94, não é permitido que uma associação lavrada no registro civil de pessoas jurídicas e que exerce atividades estranhas à da advocacia, pratique atos privativos de advogado. **3. Da análise dos autos, verifica-se que a apelante realiza a divulgação de serviços advocatícios, inclusive de consultoria jurídica, em caráter individualizado, não obstante a ausência de registro na OAB/RJ na condição de sociedade, de forma mercantilista, realizando a captação de clientela, inclusive com estipulação de valores de indenização em anúncios, em total afronta às disposições contidas no artigo 34, inciso IV, da Lei nº 8.906/94, artigos 5º e 7º do Código de Ética e Disciplina, e artigos 1º, 3º, 4º e 6º, do Provimento nº 94/2000, do Conselho Federal da OAB.** 4. A conduta da apelante revela-se absolutamente infratora, não só dos dispositivos legais mencionados, mas atinge, igualmente, a moralidade e dignidade da profissão de advogado, violando os dispositivos do Código de Ética e Disciplina da OAB, bem como da Lei nº 8.906/94. 5. Apelação desprovida. (TRF2, AC 00924892820164025101, 5ª Turma, Rel. ALUISIO GONÇALVES DE CASTRO MENDES, 06/04/2018)

AÇÃO CIVIL PÚBLICA - ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA - PUBLICIDADE IRREGULAR EM LOGRADOUROS PÚBLICOS - USO INDEVIDO DE NOME DO INSS PARA CAPTAÇÃO DE CLIENTELA - EVENTO DANOSO - OBRIGAÇÃO DE REPARAR E INDENIZAR 1) A publicidade de Escritório de Advocacia em logradouros públicos da Baixada Fluminense que, fazendo uso do nome do INSS, ilude a população de que, ao contatar o telefone lá mencionado, do respectivo Escritório de Advocacia, poderá obter benefícios ou serviços previdenciários com facilidade ou vantagem, viola o artigo 37, §1º, do Código de Defesa do Consumidor, que veda a propaganda enganosa, o artigo 3º, §1º do Provimento nº 94/2000 da Ordem dos Advogados do Brasil - OAB, que estabelece que a publicidade dos serviços do advogado devem ser realizadas com discrição e moderação e seus anúncios devem indicar sempre o nome do advogado e do Escritório de Advocacia, com o respectivo número de inscrição, conforme exigência determinada no respectivo §3º. **2) A convocação para postular interesses, nas vias judiciais e administrativas, com vinculação de resultados contraria o disposto no artigo 4º, alíneas •e- e •i-, e no artigo 6º, alínea •b-, do Provimento nº 94/2000 da Ordem dos Advogados do Brasil.** 3) O uso indevido do nome da Autarquia viola o disposto no artigo 124, IV da Lei de Propriedade Industrial, segundo o qual é proibido o registro como marca de designação ou sigla de entidade ou órgão público, quando não requerido o registro pela própria entidade ou órgão público, sendo vedada a sua utilização por terceiros. 4) O

uso indevido do nome da Autarquia em propaganda irregular de cunho comercial, no intuito de captar clientes e, com isso, obter proveito em decorrência do ato ilícito impõe a obrigação de reparar e indenizar o dano à Autarquia Previdenciária. A possibilidade de indenização da pessoa jurídica é reconhecida pela Súmula nº 227 do Superior Tribunal de Justiça que prescreve que A pessoa jurídica pode sofrer dano moral-, e a responsabilidade, de natureza objetiva, pressupõe apenas a demonstração da ocorrência do evento danoso, prescindindo da prova do prejuízo. 5) A indenização fixada com base em paradigma do Superior Tribunal de Justiça que estabelece o valor da indenização por dano moral pela publicação de notícia inverídica em R\$22.500,00 e dobra o respectivo valor em razão da adoção do critério da maior abrangência da propaganda veiculada e, bem assim, das condições sociais dos jurisdicionados da Baixada Fluminense, que os tornam mais vulneráveis à potencialidade lesiva da prática enganosa, está dotada de razoabilidade e proporcionalidade. 6) Apelação desprovida.(TRF2, AC 00024466220094025110, CARMEN SILVIA LIMA DE ARRUDA, 10/05/2012)(Grifei)

Descabido ainda o argumento trazido pela demandada com suporte no alegado fato de o INSS não vir revisando administrativamente os benefícios dos aposentados (fl. 87). Independentemente da veracidade do afirmado, as diversas condutas praticadas pela ré que afrontam inúmeros dispositivos do Código de ética e Disciplina e do Estatuto da OAB permanecem reprováveis.

Procede, assim, o pedido inaugural.

Ante o exposto, **JULGO PROCEDENTE** o pedido para determinar que a ré se abstenha de praticar qualquer ato de anúncio, de publicidade ou de divulgação de oferta de serviços jurídicos consistentes na angariação ou captação de clientela, sob pena de multa de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) para cada ato que vier a ser praticado em descumprimento à determinação judicial, nos termos da fundamentação supra.

Tal medida deve ser cumprida em regime de ANTECIPAÇÃO DE TUTELA. Intimem-se com urgência.

Sem custas e honorários, por força do art. 18 da Lei nº 7.347/85. Dê-se ciência ao Ministério Público Federal. P.R.I.

Rio de Janeiro, 16 de agosto de 2018.

MAURO LUIS ROCHA LOPES
Juiz Federal Titular

(rxd)