



Tribunal de Ética e Disciplina

Consulta nº 133562018-0. Consultente: Amaro Bandeira de Araújo Júnior OAB/RN 8.602. Relator: Juiz José Hédison Carvalho de Aquino

ACÓRDÃO: Exercício da Advocacia. Implantação em Shopping Centers. Vedação Ética. Estação de Metrô – Impossibilidade. Galerias Comerciais. Possibilidade. A profissão advocatícia se reveste de características não mercantis. Está fundada na discrição, na publicidade moderada, no sigilo e na confiança recíproca entre advogado e cliente. Os “shopping centers” são ambientes eminentemente de natureza mercantil com grande fluxo de pessoas, não se prestando à instalação de escritórios de advocacia por não guardarem convenientemente a discrição na publicidade (art.28 do CED) o resguardo da privacidade profissional e pela evidência da captação direta de clientela ou causas (art. 34, IV do Estatuto da OAB; art. 7º, CED), justamente por conta de acesso privilegiado a clientela cativa, com interferência na distribuição natural dos serviços, em prejuízo a outros advogados da mesma localidade. As áreas em estações de metrô, assim como acontece com shopping centers, supermercados, farmácias, aeroportos, são locais de convivência física incompatível com escritórios de advocacia, porque se prestam à prática do comércio e atividades afins, de natureza mercantil. Além disso, não se mostram ambiente adequado para guardar convenientemente a discrição na publicidade (art. 28 CED) e o resguardo da privacidade profissional podem ser propícios à banalização da profissão e o desprestígio da classe (arts. 31, EOAB e art. 2º, § único, I do CED). Galerias comerciais podem ser instalados – implantados – escritórios de advocacia, desde que observados os estritos delineamentos e limites éticos e, ainda, os princípios básicos da não mercantilização da profissão, da não captação indevida de clientela, da discrição, do sigilo profissional, da publicidade moderada, da confiança entre advogado e cliente e da inviolabilidade de seu escritório. Conhecimento, Natal, 07 de agosto de 2020. Voto majoritário do parecer e ementa do rel. Dr. José Hédison Carvalho de Aquino, vencido Dra. Risomar Lima, e parcialmente vencido os Drs. revisor Dr. Pedro Avelino Neto e Anselmo Cortez, fazendo destaque quanto às galerias comerciais. Dr. Luís Gustavo Alves Smith, Presidente.

RELATÓRIO:

Trata-se de consulta formulada pelo Dr. Amaro Bandeira de Araújo Júnior- OAB/RN 8602, datada de 19/11/2018, com a seguinte indagação:

"a) *Viola o Código de Ética da OAB a implantação de escritório de advocacia em lojas de shoppings centers?*".

Por ocasião da sessão do pleno do TED em 24/07/2020 o processo foi retirado de pauta para melhor análise face à relevância do tema para a advocacia.

É sucinto o relatório.

VOTO:

Nos termos do art. 54 do Regimento Interno do Tribunal de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil - Rio Grande do Norte vieram-me os autos para responder.

A pretensão do consulente:

Busca o consulente uma interpretação sobre a possibilidade de implantação de escritório de advocacia em lojas de shoppings centers à luz da temática dos princípios da não mercantilização, do sigilo profissional e da discrição da publicidade ao ponto de caracterizar conduta vedada.

Fundamentação:

Nos termos do art. 71. do EAOAB, compete aos Tribunais de Ética e Disciplina:

[..]

II - Responder a consultas formuladas, em tese, sobre matéria ético-disciplinar;

[..]

A matéria se mostra relevante para o exercício da advocacia devendo merecer resposta embasando-me no disposto na parte final do art. 52 do Regimento Interno do Tribunal de Ética e Disciplina da OAB/RN adiante transcrito.

"Art.52. As consultas somente podem ter por objeto questões em tese, que versem sobre a ética profissional do advogado, em caso de omissão do respectivo código, e sejam relevantes para o exercício da advocacia ou dela advenham".

É fato incontroverso que o exercício da advocacia não se presta a atividade mercantilistas devendo o advogado primar pela discrição e sobriedade. Não há dúvidas de que a implantação de um escritório de advocacia em áreas de grande circulação de pessoas a exemplo de shopping centers fere os princípios insculpidos nos arts. 7º e 31 do Estatuto da OAB, incisos III e VIII, § único do art. 2º e art. 5º do CED, arts. 28, 30, 31, §1º c/c §2º do mesmo diploma, pois é dever do advogado, no exercício da advocacia, ter por princípios básicos a não mercantilização da profissão. A não captação indevida de clientela, a discrição, o sigilo profissional, a publicidade moderada, a confiança entre advogados e cliente e a inviolabilidade de seu escritório.

Ademais a instalação do escritório em área de grande circulação de pessoas em ambiente conjunto a outras atividades de cunho eminentemente comercial induz a mercantilização da advocacia e à captação indevida de clientes.

Nesse sentido é o entendimento da Seccional de São Paulo:

“Escritório de Advocacia – Instalação em Shopping Center – Vedação Ética. O exercício da advocacia tem por princípios básicos a não mercantilização da profissão, a não captação indevida de clientela, a discrição, o sigilo profissional, a publicidade moderada, a confiança

entre advogado e cliente e a inviolabilidade de seu escritório. Tais princípios estão insculpidos nos arts, 7º e 31 do Estatuto da OAB, incisos III e VIII, § único do art. 2º e art. 5º do CED, arts. 28, 30, 31, §1º c/c §2º do mesmo Código e resoluções 13/97 e 02/92, art.3º ambas deste sodalício. O respeito a esses princípio é que deve nortear a escolha do local de atuação do advogado diante de tais princípios a instalação de escritório de advocacia em shopping centers ou malls não é possível, vez que é clara e indiscutível a captação indevida e direta de clientela e a concorrência desleal em razão do grande fluxo de pessoas, atraídas pelas lojas de grifes, pela praça de alimentação, pelos entretenimentos próprios do local, tais como cinemas. A mercantilização da advocacia estaria caracterizada, vez que todas as unidades do shopping tem por objetivo único e exclusivo a alta vendagem de mercadorias e prestação de serviços diversos com forte apelo propagandístico. O princípio do sigilo profissional seria desrespeitado, assim como a inviolabilidade do escritório, uma vez que o locador, além de receber uma porcentagem sobre o faturamento, tem o direito de acesso à contabilidade dos lojistas, apondo em risco a segurança dos dados e das informações confidenciais dos clientes. A discricção e a publicidade moderada não seriam cumpridas considerando a obrigação de participar de campanhas publicitárias e diversas outras interferências na autonomia de vontade do locatário. Precedentes. Proc E-5.226/2019 – V.U., em 18/09/2019 do parecer e ementa da Relatora – Dra. Cristiana Corrêa Conde Faldini, revisora – Dra. Camila Kuhl Pintareli, Presidente Dr. Guilherme Martins Malufe”.

Como dissemos antes, ante a relevância do tema nos leva a perquirir, também, da eventual possibilidade de instalação – implantação – de escritório de advocacia em áreas de subsolo de shopping centers; estação de metrô; galerias comerciais, etc.

É cediço que os shoppings centers se diferem das lojas comerciais de rua, na medida em que possuem uma administração centralizada, em que os interesses coletivos são privilegiados em relação àqueles individuais, já que se trata de empreendimento que consiste em um todo e com características eminentemente mercantis.

Nesse contexto, embora sejamos sabedores da possibilidade de menor fluxo de pessoas em áreas de subsolo de shopping center não se mostra crível a retirada da característica do empreendimento relativo ao shopping center, razão pela qual, também, não é possível o escritório de advocacia localizar-se em shopping center ainda que o local se mostre com aparência de menor fluxo de clientes.

A possibilidade de instalação de escritório de advocacia em estação de metrô, também encontra óbice de ordem ética. É que tal ambiente é um misto de grande fluxo de pessoas e comercial, não se mostrando razoável tal possibilidade, uma vez que se faz necessário observar os princípios da não mercantilização da profissão, evitando-se a captação indevida de clientela, resguardando a discricção na publicidade e o sigilo profissional.

O tema já foi abordado pelo Tribunal de Ética de Ordem dos Advogados de São Paulo, com a seguinte ementa:

“Escritório de Advocacia – Instalação em Áreas Existentes em Estações do Metrô – Impossibilidade – Vedação Ética. Por mais nobre que seja a motivação do advogado, chega a ser até intuitiva a percepção de que a instalação de escritório nas dependências do metrô tem como finalidade primeira potencializar, ao grau máximo, a exposição, mediante

aproveitamento do enorme fluxo diário de pessoas que circulam nas estações, o que implica, direta ou indiretamente inculca ou captação de clientela ou causas (art. 34, IV do Estatuto da OAB; art. 7º, CED), justamente por conta de acesso privilegiado a clientela cativa com interferência na distribuição natural dos serviços, em prejuízo a outros advogados da mesma localidade. As áreas em estações de metrô, assim como acontece com shopping centers, supermercados, farmácias, aeroportos, são locais de convivência física incompatível com escritórios de advocacia, porque se prestam à prática do comércio e atividades afins, de natureza mercantil. Além disso, não se mostram ambiente adequado para guardar convenientemente a discricção na publicidade (art. 28 CED) e o resguardo da privacidade profissional, mas são propícios à banalização da profissão e o desprestígio da classe (arts. 31, EAOAB e art. 2º, § único, inciso I do CED). Proc.. E-4.346/2014 – V.U., em 20/02/2014, do parecer e emendar do rel. Dr. Sérgio Kehdi Fagundes – Rev. Dr. Luiz Antônio Gambelli – Presidente em exercício Dr. Cláudio Felipe Zalaf”.

Já quanto à instalação – implantação – de escritório de advocacia em galerias comerciais, entendemos ser possível, observados limites éticos, os quais se apresentam delineados em brilhante voto no TED da OAB/SP, no proc. E-2.609/02, proc. E-4.036/2011. V.U., em 20/10/2011, com o parecer e emendar da rel. Dra. Maria Nicolau Rodrigues, que os define:

“Exercício profissional – Escritório de Advocacia instalado em galeria comercial – Possibilidade – Limites Éticos. *O exercício da advocacia tem por princípios básicos a não mercantilização da profissão, a não captação indevida de clientela, a discricção, o sigilo profissional, a publicidade moderada, a confiança entre advogado e cliente e a inviolabilidade de seu escritório. Tais princípios estão insculpidos nos arts. 7º e 31 do EAOAB, incisos III e VIII, § único do art. 2º e art. 5º do CED, arts. 28, 30, 31, § 1º c/c §2º do mesmo código e resoluções 13/97 e 02/92, art. 3º ambas deste sodalício. O respeito a esses princípios é que deve nortear a escolha do local de atuação do advogado, ou seja, o seu escritório ou o local de instalação da sociedade de advogados devendo conservar a independência funcional, ou seja, manter as salas, a recepção e telefones independentes de quaisquer outras atividades que possam ser exercidas na vizinhança, ainda que a entrada ao prédio de instalação seja comum, porém, o acesso efetivo ao escritório deve ser absolutamente independente. A sala de espera não poderá ser de uso comum, a fim de se evitar a captação indevida de clientes. A placa indicativa do escritório deve constar apenas na porta deste e observar os estritos ditames contidos no art. 30 do CED e no art. 3º da resolução 02/92. Por fim, é de se considerar que a advocacia não pode ser exercida no mesmo local e em conjunto com qualquer profissão não advocatícia, seja pelo mesmo advogado, seja por terceiros profissionais liberais, sob pena de incorrer em infração à ética por captação de causas e clientela, concorrência desleal, violação de arquivos e quebra do sigilo profissional, assim sendo, a instalação de sociedade advocatícia em galeria comercial é possível, desde que não haja contrariedade aos princípios éticos aqui mencionados. Precedentes: proc. E-2.609/02, proc. E-4.036/2011. V.U., em 20/10/2011, do parecer e emenda da rel. Dra. Célia Maria Nicolau Rodrigues, com declaração de voto convergente do julgador Dr. Luiz Antonio Gambelli – Rev. Dr. Guilherme Florindo Figueiredo, Presidente Dr. Carlos José Santos da Silva”.*

É de bom alvitre lembrar que a advocacia não pode ser exercida no mesmo local e em conjunto com qualquer profissão não advocatícia, seja pelo mesmo advogado seja por terceiros profissionais liberais, sob pena de incorrer em infração à ética por captação de causas e clientela, concorrência desleal, violação de arquivos e quebra do sigilo profissional.

Nesse contexto, parece-me que não se coaduna com todos os princípios e deveres acima expostos à instalação de escritório de advocacia em shopping centers, empreendimento de características eminentemente mercantis voltado ao grande e indefinido público incompatível com a discricção da publicidade e no qual a captação de cliente é o objeto principal do empreendimento.

Por todo exposto, entendo que viola o Código de Ética da OAB, a implantação de escritório de advocacia em lojas de shoppings centers, assim como, também em áreas subjacentes a exemplo do subsolo e, ainda, em estações de metrô vislumbrando da possibilidade de instalação – implantação – de escritório de advocacia em galerias comerciais, desde que observados os estritos delineamentos e limites éticos e os princípios básicos da não mercantilização da profissão, da não captação indevida de clientela, da discricção, do sigilo profissional, da publicidade moderada, da confiança entre advogado e cliente e da inviolabilidade de seu escritório.

Ante o exposto, conheço da consulta em face da relevância para o exercício da advocacia, respondendo-a que viola o Código de Ética da OAB a implantação de escritório de advocacia em lojas de shopping centers mesmo que em áreas subjacentes, a exemplo do subsolo, assim como em estações de metrô vislumbrando da possibilidade de instalação – implantação – de escritório de advocacia em galerias comerciais desde que observados os estritos delineamentos e limites éticos e os princípios básicos da não mercantilização da profissão, da não captação indevida de clientela, da discricção, do sigilo profissional, da publicidade moderada, da confiança entre advogado e cliente e da inviolabilidade de seu escritório.