



## Tribunal de Ética e Disciplina

Consulta nº 40332019-0. Consultante: Edner Roberto de Souza Silva OAB/RN 13.230. Relator: Juiz Revisor José Hédison Carvalho de Aquino.

**ACÓRDÃO: Exercício da advocacia - Publicidade. Internet. Impulsioneamento patrocinado. Impedimento - Interesse e relevância para a advocacia. Conhecimento.** De acordo com o preconizado nos artigos 71, II do novo Código de Ética e Disciplina e, no artigo 52 do Regimento Interno da Seccional da OAB do Estatuto do Rio Grande do Norte, compete ao Tribunal de Ética tão somente a resposta de consultas formuladas em tese sobre a ética profissional do advogado. A consulta formulada apresenta situação real de interesse e relevância para a advocacia, razão pela qual deve ser conhecida. Anotando o impedimento para a realização de publicidade pela advocacia por meio de impulsioneamento patrocinado. Natal, 24 de julho de 2020. Relator do parecer e ementa Dr. Pedro Avelino Neto. Revisor Dr. José Hédison Carvalho de Aquino. Dr. Luís Gustavo Alves Smith, Presidente.

### RELATÓRIO:

Trata-se de consulta formulada pelo Dr. Edner Roberto de Souza Silva - oab/rn 13.230, datada de 25/03/2019, com a seguinte indagação:

*"Gostaria de saber a posição da Seccional do RN, se na utilização das mídias sociais, posso fazer impulsioneamentos patrocinados. Pelo que pude observar em Seccinaus como São Paulo é permitido, não é caracterizado como mercantilização.*

*Entendimento TED São Paulo: E - 4.176/2012 - Publicidade - Facebook - Criação de página por escritório de advocacia - Possibilidade - Observância de parâmetros éticos. A presença de escritória de advocacia na rede social Facebook é permitida tanto por meio da criação de "páginas" e como de "conteúdos patrocinados". A "página" do Facebook assemelha-se ao web site convencional acrescido do envio de informações, tal como ocorre com as malas diretas. Os usuários apenas recebem informações das "páginas" com as quais estabelecerem vínculo por meio do botão "curtir", de modo que o acesso e o envio de informações decorrem da iniciativa do próprio usuário e não do advogado. Não viola a ética a criação de página no Facebook por escritório de advocacia, desde que seu conteúdo se limite à divulgação de informações objetivas relativas aos advogados e à sociedade de advogados, sempre com discrição e moderação, para finalidade exclusivamente informativa e ilustrativa. Da mesma forma, não viola a ética a contratação por escritório de advocacia de "conteúdo patrocinado" que consiste na contratação do Facebook para exibir publicidade da sociedade de advogados aos usuários. Esse tipo de publicidade apenas indica ao interessado o caminho eletrônico para página do Facebook do próprio escritório de advocacia*

*ou seu web site externo. Inteligência do provimento nº 94/2000 do Conselho Federal da OAB. Prec. E-3.716/2008; E-4.013/2011 e E-4.108/2012. V.U em 18/10/2012 - parecer e ementa do relator Dr. Flávio Pereira Lima - Revisor Dra. Mary Grun - Presidente Dr. Carlos José Santos da Silva. Desde já, agradeço a atenção e aguardo retorno. Edner Roberto de Sousa de Silva OAB/RN 13.230?"*

É o sucinto 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 um pronunciamento do TED a respeito da regra sobre publicidade nas redes sociais, fazendo impulsionamentos patrocinados.

Muito embora as abordagens colacionadas pelo consulente não signifiquem temas em tese, não se pode olvidar da necessidade de um pronunciamento do Tribunal de Ética e Disciplina, uma vez que a matéria possui conotação relevante e do interesse do exercício da advocacia, notadamente, quando se discute o tema a nível do conselho federal, qual seja a publicidade da advocacia nas redes sociais.

#### *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, evidentemente, deve ser recepcionada com consulta, uma vez que se tratar de questão de relevante interesse ao exercício da advocacia, conforme dispõe o regimento interno do tribunal de ética e disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil - Rio Grande do Norte em seu art. 52, informa que:

*"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".*

O nobre juiz relator Dr. Pedro Avelino Neto, em seu parecer esmiuçou todos os meandros inerentes à matéria em comento e, ao final, transcrevo suas conclusões:

*"Assim sendo diante do exposto acreditamos que a utilização da internet para divulgação da atividade profissional do advogado deve ser meramente informativa obedecendo a discricção, moderação, dignidade, moral, veracidade e ética que a atividade impõe ao causídico.*

*Portanto, as normas vigentes são plenamente aplicáveis salientando que no caso concreto o advogado deve ao disponibilizar na internet uma home-page observando as vedações julgadas pelos Tribunais de Ética das Seccionais elencadas preconizada na legislação em vigor como forma de evitar sanções disciplinares que levem a macular sua atividade profissional.*

*Dentro deste diapasão, mesmo alguns TED, como é o caso de São Paulo, ainda assim, preferimos seguir a orientação do Conselho Federal, que leve sempre em consideração que a publicidade deve ser dotado de cunho informativo e que deve sempre ter linguagem moderada e com descrição, não sendo permitido o impulsionamento patrocinado, pelo menos na atual circunstância é como deve ser respondida a mencionada consulta".*

Ante o exposto, adoto integralmente o voto do nobre juiz relator, e, em revisão, conheço da consulta para responder anotando o impedimento à realização de publicidade profissional, no exercício da advocacia, mediante o impulsionamento patrocinado.