

VI CONGRESSO DOS ADVOGADOS PORTUGUESES

5ª Secção: Advocacia e Comunicação Social

Tema: Publicidade e Comunicação Social

Comunicação apresentada por António Arnaut

O novo Estatuto da Ordem dos Advogados, aprovado pela Lei 15/2005, de 26 de Janeiro, alterou radicalmente o regime de **publicidade**. Alguns aspectos dessa alteração ferem a dignidade da advocacia e os profundos sentimentos da Classe.

A tradição forense portuguesa é avessa a todo o tipo de publicidade, sem prejuízo de permitir algumas formas de **informação**.

Com efeito, o artº 80º do anterior Estatuto, revisto em 2001, na senda do artº 571º do velho Estatuto Judiciário, de 1927, “vedava ao advogado toda a espécie de reclamo”, apenas permitindo a publicidade das tabuletas e de anúncios nos jornais com a simples menção do nome, endereço e horas de expediente, bem como, a título informativo, a indicação de graus académicos, da sociedade profissional e a menção a cargos exercidos na Ordem.

Esta norma visava assegurar a **dignidade** da Classe, distinguindo-a de uma qualquer actividade comercial ou industrial, pois enquanto estas transaccionam mercadorias, o advogado – o verdadeiro advogado que a Constituição considera “**elemento essencial à administração da justiça**” - vela pela honra, liberdade, fazenda e, às vezes, pela vida do seu constituinte.

Tal regime corresponde, aliás, ao sentimento dos advogados portugueses, como resulta de um recente **Inquérito** da Ordem: “a maioria dos inquiridos considera que, devido à especificidade da profissão, a publicidade em advocacia não deve ser feita nos mesmos padrões em que é utilizada por outros prestadores de serviços (62,5%), ou noutras actividades económicas” (70,3%) (1).

Reconhecemos, porém, que a **mediatização** da vida moderna impunha outra abertura. Foi nesse espírito que o nosso V Congresso (2000) aprovou uma resolução permitindo a chamada “publicidade informativa”, que incluía, designadamente, a identificação pessoal e curricular, matérias jurídicas de exercício preferencial, cargos exercidos na Ordem, colaboradores do escritório e línguas faladas, tudo no “rigoroso respeito dos deveres deontológicos.”

O Conselho Geral, em Parecer a que chamou “estruturante” de 17/01/2003, acolheu as sugestões do Congresso, considerando lícitos o uso da televisão e da Internet, desde que sejam observadas aquelas limitações deontológicas. De facto, aqueles meios correspondem hoje aos jornais de há 50 anos.

O artº 89 do actual Estatuto alargou aceitavelmente o campo informativo, mas **rompeu** afrontosamente com a nossa tradição no aspecto da publicidade, equiparando o advogado a mero figurante do mercado em que a vida se vai transformando. De facto, nos termos das alíneas h), i), j) e l) do nº 3 do artigo – que me dispenso de transcrever – é agora permitida a menção a assuntos profissionais em que tenha intervindo (os processos mediáticos e as grandes causas), a divulgação,

embora condicionada, do nome dos clientes (claro, os que lhe possam angariar fama), **a referência a cargos públicos ou privados exercidos**, à composição e estrutura do escritório e até a inclusão de **ilustrações**, como fazem certas empresas comerciais. Verdadeiramente, do que se trata é de **propaganda** e não de publicidade, pois esta, para ser digna deve ter, essencialmente, um **cunho informativo**, de carácter profissional, com vista a esclarecer os potenciais clientes e não de os aliciar.

Como se vê do cotejo entre o anterior e o actual regime, operou-se uma verdadeira **transfiguração** do paradigma do advogado(2). A parcimónia tradicional, própria de uma profissão que deve ser uma verdadeira **magistratura cívica**, foi agora subvertida por uma concepção mercantilista da advocacia, resultante da influência das grandes sociedades de advogados, cuja maioria de sócios nem, sequer, usa toga. Esta concepção já é visível em certos anúncios ou “notícias” de **órgãos da comunicação social**, especialmente em jornais de negócios, onde o advogado surge como mero empresário. Sempre entendi que a respeitabilidade da Classe e a sua **função ético-social** impunham um certo decoro, pois o advogado deve tornar-se conhecido e ser procurado pela sua competência e probidade e não pelo engodo de campanhas publicitárias ou por ter sido ministro, presidente de câmara ou gestor de uma grande empresa. Como já escrevi, este tipo de publicidade lesa a dignidade da advocacia e constitui mesmo, pelo seu carácter indutor e persuasivo, uma forma de **concorrência desleal** entre as grandes sociedades de advogados, cujos sócios têm currículo

político-empresarial e instalações de luxo, e a grande maioria dos Colegas, incluindo os jovens, que nunca foram deputados, ministros, presidentes ou gestores de companhias magestáticas, nem intervieram em processos mediáticos, mas exercem a advocacia modesta e honradamente.

Contra a nossa posição, partilhada pela generalidade dos Colegas, invoca-se o Código da Publicidade e o regime vigente em alguns países da União Europeia. O primeiro argumento só vale para quem ignora a eminente dignidade da função forense, constitucionalmente consagrada. O segundo argumento é falacioso porque a solução propugnada não põe em causa a “justa concorrência” com advogados da União. De facto, quando estes advoguem em Portugal têm de sujeitar-se às nossas regras (artº 199) e quando os portugueses advoguem em países que consideram a advocacia uma actividade meramente profissional, poderão aí publicitar os seus serviços.

Choca-me, particularmente, e creio que à generalidade dos Colegas, a possibilidade de o advogado poder divulgar, como se fosse um atributo profissional, a sua antiga condição de ministro, presidente de um Banco, de uma empresa, ou de uma autarquia.

A questão apresentada é de fácil opção, e consiste em saber se este Congresso considera a advocacia como uma **função ético-social**, uma profissão de “alta e escrupulosa probidade”, como lhe chama o decreto de 1926, que criou a Ordem, ou uma actividade que desceu ao nível mercantil, regulada pelo Código da Publicidade.

Aliás, o próprio artº 87 preceitua, no nº 4-a), de forma contraditória e paradoxal, que é **ilícita a publicidade de conteúdos persuasivos e de auto-engrandecimento**. Por isso, quem publicita a sua anterior condição de Ministro, de presidente de uma grande empresa, ou de advogado de uma multinacional, além de estar a auto-engrandecer-se, pretende, certamente, mostrar a sua capacidade de intervenção num certo sector, assim **induzindo ou podendo induzir**, a procura dos seus serviços por parte do cidadão que, justamente, tem interesses a defender nesse mesmo sector, por razões inteiramente alheias à competência profissional do advogado.

Conclusões:

1. As alterações introduzidas pelo actual Estatuto no regime da publicidade ferem a dignidade da advocacia e afrontam os profundos sentimentos da Classe e a tradição forense portuguesa.
2. Com efeito, o **alargamento desmesurado** do regime da publicidade permitido, designadamente, pelas alíneas h), i), j) e l) do nº 3 do artº 89, equipara a advocacia a uma qualquer actividade mercantil, como já se evidencia por **anúncios ou “notícias”** de certos órgãos da comunicação social.
3. É especialmente chocante que um advogado possa publicitar a sua antiga condição de ministro, ou de presidente de uma grande empresa ou autarquia, pois essa condição é **alheia** às qualidades que se exigem a um advogado como tal, e pode constituir, pelo seu

carácter indutor e persuasivo, uma forma de **concorrência desleal**, visto que a generalidade dos Colegas não têm currículo político-empresarial, nem interveio em causas mediáticas.

4. Aliás, o próprio artº 87º-4-a) considera **ilícita** a publicidade de conteúdos persuasivos ou de auto-engrandecimento.
5. O regime de publicidade deve ter em conta que advocacia é uma **função ético-social**, e que o advogado é um **elemento essencial** à administração da justiça, como resulta dos artºs 3º-d e 83 do [E.O.A.](#) e do artº 208 da Constituição da República.
6. Assim, devem ser **vedadas** ao advogado todas as formas de publicidade ou de informação, **designadamente na comunicação social**, com **conteúdos estranhos à sua condição de advogado**, e em especial, os referidos nas alíneas h) e i) do nº 3 do artº 87 do Estatuto.
7. Em consequência, o Congresso deve recomendar ao Bastonário que, nos termos do artº 39-1-e) do Estatuto, faça as diligências necessárias para a **urgente alteração legislativa das referidas normas**.

Coimbra, 26 de Outubro de 2005

António Arnaut (Ced. Prof. Nº 827 C)

(1)- [R.O.A.](#) “Inquérito aos Advogados Portugueses”, 2003.

(2)- Sirvo-me aqui de escritos meus sobre o assunto.