

Q&A

PUBLICIDADE na ADVOCACIA

ORADORES

Ricardo Sá Fernandes

Advogado

Jorge Bleck

Advogado

Joana Marques Batista

Advogada

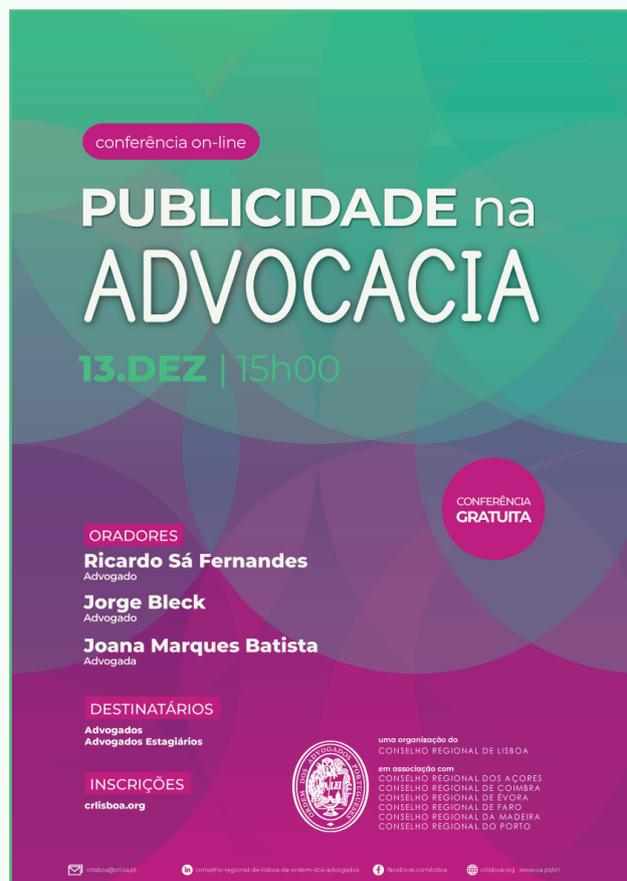


uma organização do
CONSELHO REGIONAL DE LISBOA

em associação com
CONSELHO REGIONAL DOS AÇORES
CONSELHO REGIONAL DE COIMBRA
CONSELHO REGIONAL DE ÉVORA
CONSELHO REGIONAL DE FARO
CONSELHO REGIONAL DA MADEIRA
CONSELHO REGIONAL DO PORTO

conferência on-line

PUBLICIDADE NA ADVOCACIA



VEJA NO
YOUTUBE



DIPLOMAS*

DECRETO-LEI N.º 84/84 (REVOGADO)

Diário da República n.º 64/1984, Série I de 1984-03-16, páginas 863 – 890

Procede à revisão da matéria constante do capítulo V «Do mandato judicial» do Estatuto Judiciário (no uso da autorização conferida ao Governo pela Lei n.º 1/84, de 15 de Fevereiro)

<https://dre.pt/dre/detalhe/decreto-lei/84-1984-661945>

DECRETO-LEI N.º 229/2004 (REVOGADO)

Diário da República n.º 288/2004, Série I-A de 2004-12-10, páginas 7040 – 7050

Aprova o Regime Jurídico das Sociedades de Advogados e revoga o Decreto-Lei n.º 513-Q/79, de 26 de Dezembro, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 237/2001, de 30 de Agosto

<https://dre.pt/dre/detalhe/decreto-lei/229-2004-213407>

Artigo 11.º (Correspondência e papel timbrado)

LEI N.º 15/2005 (REVOGADO)

Diário da República n.º 18/2005, Série I-A de 2005-01-26

Estatuto da Ordem dos Advogados

<https://dre.pt/dre/legislacao-consolidada/lei/2005-34555375>

Artigo 89.º (Informação e publicidade)

<https://dre.pt/dre/legislacao-consolidada/lei/2005-34555375-105334203>

DECRETO-LEI N.º 57/2008

Diário da República n.º 60/2008, Série I de 2008-03-26

Estabelece o regime aplicável às práticas comerciais desleais das empresas nas relações com os consumidores, ocorridas antes, durante ou após uma transacção comercial relativa a um bem ou serviço

<https://dre.pt/dre/legislacao-consolidada/decreto-lei/2008-34454075>

* A presente compilação resulta de uma seleção concebida pelo CRL, a qual não pretende ser exaustiva e não prescinde a consulta destes e de outros textos legais publicados em Diário da República, disponíveis em <https://dre.pt/>.

LEI N.º 2/2013

Diário da República n.º 7/2013, Série I de 2013-01-10, páginas 117 – 128

Estabelece o regime jurídico de criação, organização e funcionamento das associações públicas profissionais

<https://dre.pt/dre/detalhe/lei/2-2013-588802>

LEI N.º 145/2015

Diário da República n.º 176/2015, Série I de 2015-09-09

Estatuto da Ordem dos Advogados

<https://dre.pt/dre/legislacao-consolidada/lei/2015-105332944>

Artigo 46.º, n.º 1, al. bb) (Competência)

<https://dre.pt/dre/legislacao-consolidada/lei/2015-105332944-105333072>

Artigo 70.º, n.º 3 (Título profissional de advogado e advogado especialista)

<https://dre.pt/dre/legislacao-consolidada/lei/2015-105332944-105333706>

Artigo 94.º (Informação e publicidade)

<https://dre.pt/dre/legislacao-consolidada/lei/2015-105332944-105333733>

Adequação do EOA

Em conformidade com a Lei n.º 2/2013, de 10 de janeiro, que estabelece o regime jurídico de criação, organização e funcionamento das associações públicas profissionais, e revoga a Lei n.º 15/2005, de 26 de janeiro, e o Decreto-Lei n.º 229/2004, de 10 de dezembro

Questão controversa que está longe de ser consensual...

- Afincada salvaguarda dos valores deontológicos da profissão que regem esta classe profissional e,
- Os interesses dos prestadores de serviços jurídicos, no contexto atual.

- As opiniões divergem essencialmente entre os profissionais que exercem a profissão em prática individual, que defendem regras equilibradas e justas que façam valer o verdadeiro brilho profissional do advogado; e
- Aqueles que trabalham em estruturas organizadas como as sociedades de advogados, que defendem regras mais flexíveis e promotoras na publicidade aos escritórios.

❖ Anteriormente à Lei n.º 2/2013 de 10 de Janeiro - regime jurídico de criação, organização e funcionamento das associações públicas profissionais— o regime da publicidade a advogados estava previsto no artigo 89.º do EOA (anterior artigo 80.º)

- Desejo que este regime sofresse adaptações em consideração a entrada em vigor desta lei, no sentido de alargar o âmbito da publicidade às associações públicas de profissionais, e assim, existisse uma maior concorrência no seio destas tanto a nível nacional como europeu;

(Uma das conclusões aprovadas no VI Congresso dos Advogados Portugueses, no ano de 2005, foi a proposta de aprovação de um Regulamento de Publicidade com mecanismos de fiscalização preventiva e sucessiva da legalidade das formas de publicidade dos advogados, bem como de uma Comissão para a Publicidade subordinada ao Conselho Geral, com competências para fiscalizar a aplicação concreta das regras emergentes do, à data artigo 89.º do EOA.)

❖ No entanto, o novo EOA não foi de encontro a estes desejos e ambições, ficando aquém do expectável...

Argumentos como:

- a desigualdade de acesso a meios disponíveis de publicidade por razões financeiras, ou
- o facto de que nem sempre o serviço melhor publicitado é o mais vantajoso para o cliente,

Não estão presentes na lógica da actual norma.

Artigo 94.º do EOA

Informação e Publicidade

Artigo 94.º

Informação e publicidade

1 - Os advogados e as sociedades de advogados podem divulgar a sua atividade profissional de forma objetiva, verdadeira e digna, no rigoroso respeito dos deveres deontológicos, do segredo profissional e das normas legais sobre publicidade e concorrência.

2 - Entende-se, nomeadamente, por informação objetiva:

- a) A identificação pessoal, académica e curricular do advogado ou da sociedade de advogados;
- b) O número de cédula profissional ou do registo da sociedade de advogados;
- c) A morada do escritório principal e as moradas de escritórios noutras localidades;
- d) A denominação, o logótipo ou outro sinal distintivo do escritório;
- e) A indicação das áreas ou matérias jurídicas de exercício preferencial;
- f) A referência à especialização, nos termos admitidos no n.º 3 do artigo 70.º;
- g) Os cargos exercidos na Ordem dos Advogados;
- h) Os colaboradores profissionais integrados efetivamente no escritório do advogado;
- i) O telefone, o fax, o correio eletrónico e outros elementos de comunicações de que disponha;
- j) O horário de atendimento ao público;
- k) As línguas ou idiomas, falados ou escritos;
- l) A indicação do respetivo sítio na Internet;
- m) A colocação, no exterior do escritório, de uma placa ou tabuleta identificativa da sua existência.

3 - São, nomeadamente, atos lícitos de publicidade:

- a) A menção à área preferencial de atividade;
- b) A utilização de cartões onde se possa colocar informação objetiva;
- c) A colocação em listas telefónicas, de fax ou análogas da condição de advogado;
- d) A publicação de informações sobre alterações de morada, de telefone, de fax e de outros dados relativos ao escritório;
- e) A menção da condição de advogado, acompanhada de breve nota curricular, em anuários profissionais, nacionais ou estrangeiros;
- f) A promoção ou a intervenção em conferências ou colóquios;
- g) A publicação de brochuras ou de escritos, circulares e artigos periódicos sobre temas jurídicos em imprensa especializada ou não, podendo assinar com a indicação da sua condição de advogado e da organização profissional que integre;
- h) A menção a assuntos profissionais que integrem o currículo profissional do advogado e em que este tenha intervindo, não podendo ser feita referência ao nome do cliente, salvo, excepcionalmente, quando autorizado por este, se tal divulgação for considerada essencial para o exercício da profissão em determinada situação, mediante prévia deliberação do conselho geral;
- i) A referência, direta ou indireta, a qualquer cargo público ou privado ou relação de emprego que tenha exercido;
- j) A menção à composição e estrutura do escritório;
- k) A inclusão de fotografia, ilustrações e logótipos adotados.

4 - São, designadamente, atos ilícitos de publicidade:

- a) A colocação de conteúdos persuasivos, ideológicos, de autoengrandecimento e de comparação;
- b) A menção à qualidade do escritório;
- c) A prestação de informações erróneas ou enganosas;
- d) A promessa ou indução da produção de resultados;
- e) O uso de publicidade direta não solicitada;

5 - As disposições constantes dos números anteriores são aplicáveis ao exercício da advocacia quer a título individual quer às sociedades de advogados.

❖ Proposta:

- Elaboração de uma nova redação alternativa à atual, cuja fórmula legislativa deveria traduzir-se em ser mais simples, concisa e objetiva. Prevendo a necessidade de evolução e adaptação à realidade das regras existentes.

Esta nova redação deverá incorporar linhas orientadoras do que é ilícito ou ilícito em matéria de publicidade a advogados, no entanto, tendo sempre em consideração as duas realidades existentes na prática actual da advocacia:

- por um lado i) a prática individual, e
- por outro ii) a prática em estrutura organizada (sociedade de advogados ou advogado de empresa).

“Tratar igual o que é igual, e diferente o que é diferente.”

Muito Obrigada pela atenção dispensada!

Joana Marques Batista
Advogada

FICHA TÉCNICA

Título

Publicidade na Advocacia

Edição

Conselho Regional de Lisboa da Ordem dos Advogados

Rua dos Anjos, 79

1050-035 Lisboa

T. 21 312 98 50 E. crlisboa@crl.oa.pt

www.oa.pt/lisboa

Coordenação

João Massano

Centro de Publicações

Ana Dias

Marlene Teixeira de Carvalho

Colaboradores

Isabel Carmo

Susana Rebelo

Sofia Galvão