



Projeto de provimento apenas regulamenta normas

A notícia de que o Conselho Federal da OAB está em vias de aprovar um novo provimento acerca da publicidade do advogado, em substituição ao Provimento nº 75/92, pode ter causado em muitos a expectativa de que grandes transformações ocorreriam. Contudo, uma leitura mais atenta do projeto do provimento pode decepcionar os espíritos mais liberais.

Com efeito, o fito do novo provimento não é inovar em matéria de publicidade, mas apenas regulamentar o que o Código de Ética e Disciplina já prescreve sobre o assunto. As alterações trazidas pelo projeto de provimento apenas esclarecem pontos antes obscuros e adaptam a legislação a situações atuais não abordadas pelo Provimento nº 75/92, nem pelo Código de Ética.

É o caso do anúncio via Internet. Basta lembrar que esta só se tornou acessível ao grande público a partir de 1995, quando foi permitido que empresas provedoras comercializassem o seu acesso. A este tempo, o Código de Ética mal tinha entrado em vigor e não se referia à publicidade por meios eletrônicos. O novo provimento traz expressamente a possibilidade de se veicular anúncio via Internet, mas não se pode fazer referências a casos concretos, nem mencionar nomes de clientes. Isto não configura nenhuma novidade, pois já havia decisões dos Tribunais de Ética e Disciplina neste sentido.

O mesmo ocorre com o uso de mala-direta, autorizado pelo futuro provimento quando dirigida a colegas, clientes ou a pessoas que solicitem ou autorizem seu envio, pois este já era o entendimento dos Tribunais de Ética. Estende-se ao e-mail e ao fax os preceitos concernentes à mala-direta.

A grande inovação referente aos meios de divulgação foi a autorização expressa de publicidade em listas telefônicas e anuários profissionais. Quanto aos demais meios nenhuma novidade: é permitido a publicidade na imprensa escrita, em placas, desde que no local de trabalho, e nos papéis de uso profissional. Em contrapartida é proibido o anúncio em televisão, rádio e, analogicamente, mensagem em bips e celulares.

Em relação ao conteúdo do anúncio advocatício, a principal alteração contida no projeto de provimento é a possibilidade de se mencionar o currículo do advogado, os idiomas falados ou escritos (assim como ocorre na Espanha) e os cargos exercidos na OAB ou em outras entidades de classe (preceito também permitido em legislações alienígenas).

Destarte, pode-se observar que a essência da publicidade da advocacia mantém-se intacta, a despeito das alterações propostas no referido projeto de lei. Muitos, certamente, desejavam mudanças radicais, todavia é de se indagar se a alteração para um modelo publicitário mais liberal seria benéfico para a advocacia e para a sociedade.

Date Created

31/08/2000