



Ranking dos maiores não é boa propaganda nem para líderes

Há uns quarenta anos, pressionado por dificuldades financeiras atinentes àqueles advogados que não tinham tradição de família, renda pessoal advinda de bom casamento ou herança adequada, certo recém-formado sonhou com a implantação de escritório montado no último andar de prédio de luxo. Sobre a cobertura, ainda imerso na fantasia dos devaneios, o noviço viu um luminoso. Tratava-se de um círculo formado por lâmpadas fluorescentes. Dentro, piscando a intervalos exatos, havia quatro propagandas: *Desquites, Inventários, Falências, Concordatas*. No centro, a efígie de um felino portentoso, a bocarra aberta, parecendo rugir como o “leão da Metro”. Abaixo da fera, a expressão convidativa: “Ao Leão Forense”.

Vem isso a propósito do “ranking” marcando as posições de grandes escritórios de advocacia da América Latina, um deles com mais de trezentos profissionais. Alguns daqueles escritórios, segundo o noticiário, teriam ligação com instituições estrangeiras. É boa e é ruim tal divulgação. O aspecto positivo diz com a capacidade de advogados brasileiros se reunirem em grandes empresas. O aspecto negativo se relaciona à divulgação de tal fato feita por instituto cuja respeitabilidade é pouco conhecida.

De outra parte, o estatuto da advocacia proíbe a captação de clientela, mantendo-se o advogado, nas circunstâncias, com atrativos resultantes da divulgação espontânea de sua capacidade profissional, quer pelo êxito no enfrentamento das causas, quer pela atenção que presta a um ou outro cliente. Nessa medida, o “ranking” divulgado no “Consultor Jurídico” gera resistência de alguns e relutância de outros, os primeiros porque criticam eventual conduta antiética dos beneficiados, os últimos por se colocarem num composto de timidez que lhes impede a concorrência.

O acidente publicitário visado gera raciocínios curiosos. Realmente, aquele profissional desprovido de meios de se fazer conhecido fica imerso em santa ira. Paralelamente, há aqueles que se regem por estrita obediência à legislação vigente, censurando, então, hipotéticos infratores. O fenômeno consistente na artificial divulgação de qualidades profissionais já é velho na medicina.

Há, na arte médica, setores muito visados pela “mídia contratada”. A cirurgia estética, por exemplo, se esmera, com severo combate dos Conselhos de Medicina, na demonstração da habilidade com que o profissional faz a tessitura de mamas ou narizes, pontificando, ao lado, imagens das beneficiadas. Vêm-se os médicos, nas circunstâncias, sob competição desabrida insuflada por empresariado leigo, pois as grandes empresas hospitalares dificilmente têm padrões estritamente científicos.

A advocacia obedece, no Brasil, a uma certa dose de pudor, mas há venenosa insuflação dos mesmos elementos que suportam profissões outras. Nesse sentido, o Estatuto da Advocacia precisa ser protegido com imensa dose de vigilância, impedindo-se, então, extravagâncias inaceitáveis. É certo que nos Estados Unidos da América do Norte a propaganda dos méritos de advogados, agindo estes individual ou coletivamente, é liberada. Daí, com certeza, advém o espírito imitativo dos brasileiros. A OAB, na contingência, tem restado numa posição muito discreta.

Já existem escritórios de advocacia às dezenas misturados com empresas de contabilidade, administração e corretagem de imóveis e compostos pouco homogêneos. A divulgação da lista de grandes escritórios



não seria, quiçá, boa propaganda para os mesmos, porque o advogado exerce, tradicionalmente, atividade quase artesanal, com relevo para as defesas criminais. No meio disso tudo, resta a preocupação sobre o número excessivo de advogados dentro de uma empresa ligada à defesa dos direitos de terceiros, envolvendo-se, nisso, a infiltração possível de capitais estrangeiros.

Já se tem falado na possibilidade de manutenção, nesses escritórios, de consultores versados na legislação européia, com predominância da Alemanha, França e Itália, não se mencionando, por óbvio, os americanos do norte. Consta que a Ordem dos Advogados do Brasil tem examinado tal consultoria sem grande antipatia, não se examinando, porque não incluída no contexto, a atividade daqueles profissionais vindos de países que admitem a reciprocidade.

O assunto precisa ser tratado com muito cuidado, na medida em que potentes instituições estrangeiras, interessadas na apropriação de lucros enquanto entrelaçados em problemas além-fronteiras, podem entusiasmar-se, tornando-se sócias ocultas dos nacionais e injetando capital adequado à manutenção de caríssimas estruturas.

Date Created

20/07/2004