

## CONSELHO REGIONAL DO PORTO | ADVOCACIA

Parecer

Processo

Data do documento

Relator

36/PP/2021-P

18 de fevereiro de 2022

Helena Pedroso

### DESCRITORES

Publicidade > Placa > Câmara municipal

---

### SUMÁRIO

1- Para afixação de publicidade de advogados em “placas” ou “tabuletas” publicitárias, a alínea m) do n.º 2, do art.º 94.º, do E.O.A. apenas refere a possibilidade de colocar placas ou tabuletas identificativas da existência do escritório de advogado no exterior do mesmo.

2- O uso de “placa” ou “tabuleta” no exterior do escritório do advogado não constitui legalmente um ato de publicidade, pelo que não está sujeita ao pagamento de uma taxa a cobrar pelas Câmaras Municipais.

3- A possibilidade expressamente prevista na lei de publicitação do exercício da advocacia através de “placas” ou “tabuletas” está associada à identificação do local onde o advogado exerce a sua atividade para a sua localização pelos seus clientes, nada tando que ver com a publicidade da atividade mas sim com a informação da mesma.

4- O uso de “placas” luminosas está associado a publicidade da atividade comercial e de serviços, o que parece desviar-se do entendimento perfilhado nos pareceres do Conselho Geral com o n.º 37/PP/2008-G e n.º 41/PP/2012-G, assim como do preceito legal já mencionado – al. m) do n.º 2 do art.º 94 do E.O.A.

5- Ainda que contenha apenas a indicação do nome e contactos do Advogado, é bem possível o entendimento de que se está perante uma placa publicitária, carecendo a mesma de licenciamento e sujeita à aplicação de taxa de pela afixação de publicidade, nos termos do respetivo regulamento camarário.

## TEXTO INTEGRAL

## 1. Relatório

### I

A requerente, a Dr.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> U... M... V... C..., Advogada com cédula profissional ...p dirigiu pedido de esclarecimento ao Conselho de Deontologia do Porto da Ordem dos Advogados que foi remetido ao Conselho Regional por ter sido entendido que se trata de matéria da competência deste.

Vem, a requerente, solicitar esclarecimento quanto ao seguinte: “Estou com ideias em abrir escritório e acontece que a pensar na placa luminosa identificativa questionei-me se, dado esta não ter carácter publicitário, tenho obrigação de pagar alguma taxa à Câmara Municipal?”

### II

Estabelece a al. f), do nº 1, do artigo 54º do Estatuto da Ordem dos Advogados que compete ao Conselho Regional, no âmbito da sua área territorial, pronunciar-se sobre questões de carácter profissional.

Porém, a competência prevista na al. f) do art. 54º do EOA – que atribui aos Conselhos Regionais os poderes para a dita pronúncia – tem, necessariamente, de ser entendida e conciliada com a competência específica conferida, em áreas concretas, a outros órgãos. É o caso do poder disciplinar, e do de velar pelo cumprimento das normas de deontologia profissional, atribuído aos Conselhos de Deontologia, conforme estabelecido no art. 58.º

Uma tal consideração, com o respeito que é devido à estrutura orgânica e conseqüente repartição de funções e competências materiais para o seu exercício, determina, pois, que o Conselho Regional – no que importa à apreciação de assuntos referentes a deontologia ou ética profissional – apenas possa pronunciar-se, quanto a tais matérias, em termos de mera indicação, de resposta à consulta colocada. Precisamente por, neste âmbito, deter unicamente competência consultiva, e carecer, portanto, de competência decisória.

## 2. Enquadramento legal

A matéria que nos é colocada para apreciação é subsumível ao conceito de publicidade, sendo que o regime legal aplicável, encontra-se previsto nos seguintes diplomas:

1. Código da Publicidade
2. Estatuto da Ordem dos Advogados (EOA)
3. Lei das Associações Públicas Profissionais (LAAP)
4. Código de Deontologia dos Advogados Europeus

Vejamos, separadamente, o que cada um deles aporta para a apreciação do tema.

### 1. Do Código da Publicidade

O Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei 330/90, de 23/10, define a publicidade, no n.º 1 do seu artigo 3.º, como *“qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objectivo directo ou indirecto de: a) Promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços; b) Promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições.”*

No âmbito do referido diploma legal, e considerando os princípios que norteiam a publicidade, enunciados no respetivo artigo 6.º (princípios da licitude, identificabilidade, veracidade e respeito pelos direitos do consumidor), é proibida toda a publicidade que, por qualquer forma, não seja verdadeira, e que induza ou seja suscetível de induzir em erro os seus destinatários, independentemente de lhes causar qualquer prejuízo económico.

O Código da Publicidade assume, no presente caso, a natureza de norma geral.

### 2. Do Estatuto da Ordem dos Advogados

O Estatuto da Ordem dos Advogados<sup>[1]</sup> (“EOA”) é aplicável ao exercício da advocacia em Portugal, entendida como a prática dos atos passíveis de serem qualificados como atos próprios dos advogados, nos termos e para os efeitos do disposto na Lei n.º 49/2004, de 24 de agosto. A questão sob análise enquadra-se, sem sombra de dúvidas, neste domínio.

O EOA contém uma norma específica sobre a publicidade, plasmada no seu artigo 94.º. Esta norma reveste a natureza de norma especial, pelo que prevalecerá no confronto com as normas do Código de Publicidade.

Por corresponderem aos dispositivos com mais relevância para o caso, transcrever-se-ão de seguida, com carregados nossos, os n.ºs 1 a 3 do citado dispositivo:

***“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 tableta 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, excecionalmente, 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.”*

Por força do disposto no n.º 5 do artigo 94.º e do n.º 5 do artigo 213.º do EOA, as limitações à publicidade acima descritas aplicam-se, *mutatis mutandis*, às sociedades de advogados.

### **3. Da Lei das Associações Públicas Profissionais**

Sendo a Ordem dos Advogados uma associação pública profissional (cfr. artigo 1.º, n.º 1 do EOA), é-lhe aplicável a Lei n.º 2/2013 de 10/01, que estabelece o regime jurídico de criação, organização e funcionamento das associações públicas profissionais (doravante, “**LAAPP**”).

Entre outras disposições, a LAAPP contém normas que limitam o âmbito das proibições e limitações que os estatutos daquelas associações podem impor aos seus membros.

No que respeita à temática da publicidade, dispõem os n.ºs 1 e 2 do artigo 32.º que:

*1 - Sem prejuízo do disposto no artigo seguinte, não podem ser estabelecidas normas que imponham uma proibição absoluta de qualquer das modalidades de publicidade relativa a profissão organizada em associação pública profissional.*

*2 - Podem ser impostas restrições em matéria de publicidade quando essas restrições não sejam discriminatórias, sejam justificadas por razões imperiosas de interesse público, designadamente para assegurar o respeito pelo sigilo profissional, e estejam de acordo com critérios de proporcionalidade.*

Acrescenta o n.º 1 do respetivo artigo 33.º que:

*1 - No caso de **profissões que prossigam, na globalidade ou em alguns dos seus atos e atividades, missões específicas de interesse público**, ou no caso de profissões cuja globalidade de atos ou atividades tenha uma ligação direta e específica ao exercício de poderes de autoridade pública, **podem ser estabelecidos, nos respetivos estatutos, requisitos contrários ao disposto no n.º 7 do artigo 24.º, nos n.ºs 2 a 3 do artigo 26.º, no n.º 2 do artigo 28.º e no n.º 1 do artigo anterior, desde que se mostrem justificados e proporcionais, respetivamente, por razões imperiosas de interesse geral ligadas à prossecução da missão de interesse público em causa, ou ao exercício daqueles poderes de autoridade pública.***

Consideramos que a atual redação do artigo 94.º do EOA está em conformidade com os referidos preceitos.

#### **4. Do Código de Deontologia dos Advogados Europeus**

O Código de Deontologia dos Advogados Europeus (“**CDAE**”)[2] dispõe no seu artigo 2.6, sob a epígrafe “publicidade pessoal”, que:

*2.6.1 - O advogado pode informar o público dos serviços por si oferecidos, desde que tal informação seja verdadeira, objetiva, não induza em erro e respeite a obrigação de confidencialidade outros deveres deontológicos essenciais.*

*2.6.2 - É permitida a publicidade pessoal do advogado através de qualquer meio de comunicação, nomeadamente a imprensa, rádio, televisão, meios eletrónicos ou outros, na medida em que cumpra os requisitos definidos no artigo 2.6.1.*

Consta do memorando explicativo em anexo ao CDAE, o seguinte comentário ao artigo 2.6:

*O termo «publicidade pessoal» refere-se à publicidade das sociedades de advogados, assim como à de advogados por conta própria, e não à publicidade organizada pelas Ordens de Advogados no sentido de promover a classe. As regras relativas à publicidade pessoal pelos advogados variam consideravelmente entre os Estados-Membros. O artigo 2.6 deixa bem claro que não existem objeções de carácter substantivo relativamente à publicidade pessoal em atividades transfronteiriças. Contudo, os advogados estão sempre*

*sujeitos às proibições ou restrições impostas pelas regras profissionais dos seus Estado de Origem, e às regras do Estado de Acolhimento sempre que estas vinculem o advogado através da Diretiva 77/249/CEE («Livre Prestação de Serviços») ou da Diretiva 98/5/CE («Exercício Permanente»).*

Pese embora seja ostensiva a natureza mais permissiva do CDAE, este corpo legal não prevalece sobre as normas do EOA. Na verdade, o propósito daquele código é “*que, na medida do possível, as normas internas de cada Estado sejam interpretadas e aplicadas de uma forma harmonizada com as do presente Código*” (cfr. artigo 1.3.2).

Em súmula, o art.º 94.º do EOA estabelece o regime da informação e publicidade da actividade de Advogado.

O n.º 1 do artigo contém a regra geral relativa à publicitação da atividade de advogado e por seu turno, os n.ºs 2, 3, 4 do mesmo artigo fazem, respetivamente, uma enumeração exemplificativa do que deve entender-se por informação objetiva, atos lícitos de publicidade e atos ilícitos de publicidade.

No que toca à afixação de publicidade de advogados em “placas” ou “tabuletas” publicitárias, o E.O.A., apenas alude, na alínea m) do n.º 2, do art.º 94 .º a possibilidade de colocar placas ou tabuletas identificativas da existência do escritório de advogado no exterior do mesmo.

### **3. Apreciação**

Quanto às questões colocadas – a possibilidade de placa luminosa identificativa de escritório de advogado, e, não tendo a mesma, caracter publicitário, se há pagamento de alguma taxa à Câmara Municipal.

Fernando Sousa Magalhães, no Estatuto da Ordem dos Advogados, Anotado e Comentado, 14.ª Edição, Almedina, em anotação ao preceito legal, pág. 152, e no que à placas ou tabuletas diz respeito, refere que “*O uso da tabuleta no exterior do escritório do advogado não constitui legalmente um acto de publicidade, pelo que não está sujeita ao pagamento de uma taxa a cobrar pelas Câmaras Municipais. Ver nesse sentido a sentença proferida pelo Tribunal Administrativo e Fiscal de Loulé em processo de impugnação judicial, divulgada no portal da Ordem dos Advogados – [www.oa.pt/cd/Conteudos/Artigos](http://www.oa.pt/cd/Conteudos/Artigos)*”

É, aliás, esse o entendimento do parecer emitido por este Conselho Regional, Parecer n.º 44/PP/2014-P, conclui que “*Para a fixação de placa identificativa do Advogado no exterior do seu escritório não é necessário licenciamento, nem se verifica, por essa afixação, a sujeição a qualquer taxa pela afixação de publicidade.*”

No entanto, esta possibilidade expressamente prevista na lei de publicitação do exercício da advocacia

através de “placas” ou “tabletas” está, naturalmente, associada à identificação do local onde o advogado exerce a sua atividade para a sua localização pelos seus clientes, nada tendo que ver com a publicidade da atividade mas sim com a informação da mesma.

Como bem conclui o parecer do Conselho Geral n.º 41/PP/2012-G:

*“(…) A Advocacia não pode confundir-se com qualquer actividade comercial, tendo uma dignidade própria que lhe é conferida com o reconhecimento constitucional da sua essencialidade para a administração da justiça (art.º 208º da Constituição da República).*

*(…) O seu exercício não deve submeter-se a formas de publicitação de qualquer actividade comercial que ponham em causa a nobreza e dignidade da essencialidade da sua função. Cujo respeito é imposto pelo n.º 1 do art.º 89.º do E.O.A.*

Ou como bem refere o Parecer do Conselho Geral n.º 37/PP/2008-G:

*“Como profissão de interesse público que é, a Advocacia insere-se num plano em que não pode, nem deve, ser confundida com outras profissões. Tal posição advém do próprio papel do Advogado enquanto servidor da Justiça e defensor da verdade. A dignidade do Advogado deve estar acima de qualquer suspeita.*

*(…) São longínquas as raízes da procura da não comercialização da profissão. O receio da decadência da credibilidade da profissão susteve sempre a publicidade da Advocacia.*

*(…) Ora nesse sentido, se dirá que a publicidade vedada aos Advogados é a publicidade comercial, tipo propagandístico, com todos os artifícios geralmente utilizados para o chamamento massivo do público.*

*(…) A publicidade significa a actividade promocional de bens ou serviços junto dos destinatários da sua aquisição. Publicitar não é mais do que promover, directa ou indirectamente, serviços ou uma actividade económica.”*

Retomando a questão colocada, temos a ponderar, desde logo, que o uso de placas luminosas está associado a publicidade da atividade comercial e de serviços, o que parece desviar-se do entendimento perfilhado nos pareceres mencionados e do preceito legal já mencionado – al. m) do n.º 2 do art.º 94.

A placa luminosa será diferente de uma placa iluminada ou com iluminação e bem diferente poderá também ser o seu propósito.

E, neste caso, mesmo que contenha apenas a indicação dos nomes e contactos do Advogado, é bem possível que o entendimento seja o de que se está perante uma placa publicitária, carecendo a mesma de licenciamento, estando a mesma sujeita à aplicação de taxa pela afixação de publicidade, nos termos do respetivo regulamento camarário.

#### **4. Conclusões**

1- Para afixação de publicidade de advogados em “placas” ou “tabletas” publicitárias, a alínea m) do n.º

2, do art.º 94.º apenas refere a possibilidade de colocar “placas” ou “tabuletas” identificativas da existência do escritório de advogado no exterior do mesmo.

2- O uso da “placa” ou “tabuleta” no exterior do escritório do advogado não constitui legalmente um ato de publicidade, pelo que não está sujeita ao pagamento de uma taxa a cobrar pelas Câmaras Municipais.

3- A possibilidade expressamente prevista na lei de publicitação do exercício da advocacia através de “placas” ou “tabuletas” está associada à identificação do local onde o advogado exerce a sua atividade para a sua localização pelos seus clientes, nada tendo que ver com a publicidade da atividade mas sim com a informação da mesma.

4- O uso de placas luminosas está associado a publicidade da atividade comercial e de serviços, o que parece desviar-se do entendimento perfilhado nos pareceres do Conselho Geral com o n.º 37/PP/2008-G e n.º 41/PP/2012-G, assim como do preceito legal já mencionado – al. m) do n.º 2 do art.º 94 do E.O.A.

5-Ainda que contenha apenas a indicação do nome e contactos do Advogado, é bem possível o entendimento de que se está perante uma placa publicitária, carecendo a mesma de licenciamento e sujeita à aplicação de taxa de pela afixação de publicidade, nos termos do respetivo regulamento camarário.

Helena Pedroso

Joana Magina

[1] Aprovado pela Lei n.º 145/2015, de 09/09.

[2] Cuja tradução para português foi aprovada na Deliberação n.º 2511/2007, publicada no Diário da República n.º 249, Série II, de 27/12/2007.

**Fonte:** Direito em Dia