Como advogados podem tirar proveito de um perfil profissional online

De Chicago, especial para a **Consultor Jurídico**

Começou nesta quinta-feira (25/3), em Chicago, a conferência *ABA Techshow 2010*, organizada pela *American Bar Association*, maior entidade de classe da área jurídica no mundo. O objetivo desse encontro é discutir o uso da tecnologia aplicada à prática profissional da área jurídica.

O evento está na sua 24ª edição e este ano conta com a participação de 1.200 pessoas de diferentes países. O tema central do encontro é *O uso das tecnologias para aprimorar sua prática na advocacia*. Nos três dias de evento acontecerão 58 palestras com a participação de 59 palestrantes e mais de 50 expositores.

A tônica do primeiro dia de debates foram as redes sociais e seu uso corporativo. Mais do que redes para se interagir socialmente e fazer amigos, as redes sociais hoje devem ser usadas para o *networking*, para divulgar a área de atuação e atrair clientes. Entre as palestras do programa estavam *Como criar a sua presença online* e *Como gerenciar sua marca na internet*.

A primeira palestra do dia foi ministrada pelas autoras do livro recém lançado *Social Media for Lawyers* Nicole Black e Carolyn Elefant. As autoras falaram sobre como criar um perfil e como os escritórios de advocacia podem interagir nas principais redes sociais existentes.

As Redes Sociais são sites de relacionamento que estão sendo utilizadas nos Estados Unidos para expandir o *networking* profissional, ao contrário do que acontece no Brasil, onde em regra a idéia de rede social está associado ao perfil mais jovem que utiliza o Orkut para interagir online. É necessário que cada profissional que pense em marcar presença online nas redes sociais crie metas e execute esta idéia com uma determinada estratégia, pois caso contrário haverá um desperdício de tempo.

Um dado oferece uma idéia da popularidade atual das Redes Sociais: no primeiro semestre de 2010, foi o conteúdo que atraiu maior tráfico de acessos na internet, ultrapassando a pornografia que vinha sendo a líder de audiência durante vários anos. Nos Estados Unidos, as Redes Sociais de maior destaque são *Facebook, Linkedin e Twitter*. São sites onde acontece muita troca de informações e interatividade.

Em regra, o *Linkedin* está sendo utilizado para os advogados divulgarem as suas áreas de atuação profissional, o *Facebook* para comunicar quais são as suas atividades pessoais e profissionais desempenhadas no momento, enquanto que o *Twitter* tem o objetivo de divulgar assuntos relacionados a pensamentos, idéias e conteúdos interessantes que podem ser úteis a terceiros.

O *Blog* também pode ser considerado uma forma de mídia social online, pois vem se tornando uma ferramenta de *networking*, embora nem sempre com a mesma intensidade de trocas de informação que as Redes Sociais.

Outros tipos de sites de Redes Sociais que estão em expansão nos Estados Unidos são serviços onde os advogados recebem referências de seus clientes sobre o perfil do seu desempenho profissional. É o caso

2023 - www.conjur.com.br - Todos os direitos reservados.

do *Avvo*, *RocketLawyer*, *Yelp* e *Justia*.

Não existe ainda nas seccionais das Bar Associations dos estados americanos uma legislação sobre a ética em relação a publicação deste tipo de conteúdo, em decorrência da dificuldade de monitorar o conteúdo que está sendo publicado online.

É inegável que estamos vivendo em um novo cenário onde a referência publicada online tem um valor inestimável para formar o convencimento do público sobre o perfil de um profissional.

No *Twitter*, as palestrantes alertaram para a facilidade desta ferramenta para atrair mídia. Advertiram também que os usuários devem estar atentos para não tratar no microblog de assuntos apenas locais quando têm clientes em várias regiões do país. Sobre o *Facebook*, foi destacada sua função mais social do que profissional em relação a outras redes sociais como o *Linkedin*.

No *Linkedin*, foi destacada a função de criação de grupos sobre um tema específico como forma de disseminar a informação, sejam elas áreas de atuação profissional, divulgação de eventos, etc. Outro destaque do *Linkedin* é o *apps* para *smartphones* que têm uma interface mais fácil que a web.

Além disso, foi abordada a forma de distribuir conteúdo de modo transparente para vários lugares e como monitorar e gerenciar sua reputação online. "Seus clientes já existentes serão mais informados, e os seus potenciais clientes serão mais impressionados. Segundo a palestrante Nicole Black, "se os seus clientes já estao falando sobre você online, não seria interessante saber o que os seus clientes estão falando sobre voce?".

No Brasil as redes sociais gozam de enorme interesse, embora a maioria dos conteúdos publicados até agora, não tenha despertado o interesse para utilização como uma fantástica ferramenta de *networking* profissional. Eperamos que não exista uma regulamentação ética sobre este tema. O único instrumento legal que trata deste assunto é o Provimento 94 do Conselho Federal da OAB, que regulamenta as atividades profissionais online.

Esperamos que a OAB não censure os advogados que se sentirem estimulados para criar uma presença online, de modo a limitar ou proibir a expansão da presença dos advogados nas mídias sociais.

Date Created
26/03/2010

2023 - www.conjur.com.br - Todos os direitos reservados.