



Conselho Federal da OAB vai rever regras de publicidade de escritórios

O Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil quer rever as regras de publicidade para advocacia. A autarquia pretende reformar o Código de Ética da categoria ainda este ano, e um dos principais temas do novo texto são mudanças nas regras sobre a autopromoção de escritórios, hoje permitida mas com ressalvas contundentes.

Segundo o presidente do Conselho Federal da OAB, **Marcus Vinícius Furtado Coêlho**, a ideia é discutir com o advogado que direção seguir, se a publicidade deve ser ainda mais restrita ou deve ser liberada, ou rediscutir a questão a respeito da propaganda que ofende a dignidade da advocacia. Marcus Vinícius explica que muita coisa mudou desde que a regra hoje em vigor, o Provimento 94, foi aprovada, em 2000. O exemplo mais sensível é o crescimento das redes sociais.

Hoje, pelo Provimento 94/2000, os advogados podem fazer propaganda informativa, mas nunca a de divulgar o trabalho do escritório. Podem dar entrevistas e participar de programas de televisão e debates, desde que falem sobre "assuntos jurídicos de interesse geral".

O projeto de reforma do Código de Ética da Advocacia foi elaborado por uma comissão criada por conselheiros federais da OAB. O texto ainda não foi divulgado, mas em março será posto em consulta pública para que os advogados deem suas opiniões. O Conselho Federal quer saber o que a classe acha das novas regras, especialmente as de publicidade. Enquanto isso, na OAB de Pernambuco, regra que trata da publicidade de escritórios e da relação de advogados com jornalistas está em vigor desde novembro de 2013. É a [Resolução 8/2013](#), que regulamenta a "publicidade, propaganda e a informação da advocacia".

Mas se a OAB pretende atualizar suas regras a respeito da divulgação dos trabalhos dos advogados, a seccional pernambucana mostrou que o caminho parece ser restringir. A partir do artigo 7º da Resolução 8 da OAB-PE cria punições para o advogado que "analisar casos concretos", "responder, com frequência, a consultas sobre matéria jurídica por qualquer meio de comunicação", "debater causa sob seu patrocínio ou sob patrocínio de outro advogado" e "comportar-se de modo a realizar promoção pessoal".

Segundo o presidente da seccional, **Pedro Henrique Reynaldo Alves**, a intenção é impedir que os novos advogados, que chegam em cada vez maior número à profissão, usem de práticas desleais de concorrência. "Não é hipocrisia da OAB em não reconhecer a existência de uma mercado, mas existe o serviço jurídico, que é público e não pode ser confundido com a mercancia comum, como se fosse comprar carne no açougue", afirma.



“Queremos inibir a figura do ‘jabá’, do advogado que paga uma mesada a um blogueiro no interior para divulgar suas atividades”, diz. “E não só o ‘jabá’, mas todas as formas de concorrência desleal, como o caso do advogado que tem um compadre jornalista e usa desse caminho para falar em reportagens jornalísticas. Essa pessoa tem uma exposição desleal em relação aos demais advogados.”

**Texto alterado às 11h30 da terça-feira (18/2).*

Date Created

18/02/2014