

Itallo Leite: Um novo olhar para a publicidade na advocacia

A Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) está revisando a regulamentação sobre a publicidade na advocacia. O trabalho é fruto de uma consulta pública entre os profissionais que atuam na área e da provocação da própria categoria, que busca ampliar seus canais de comunicação de forma segura e eficaz.



Passar por processos revisionais e de atualização é natural

dentro das áreas de conhecimento que tratam de relações humanas e sociais, como o Direito. A sociedade é uma organização dinâmica, em constante mudança para proporcionar melhor qualidade de vida às pessoas que a compõem e a advocacia precisa acompanhar essas transformações.

Não é de hoje que a comunicação passa por uma modernização, eliminando barreiras físicas e garantindo o contato virtual de forma instantânea e universal. Enquanto isso, as diretrizes que regem a publicidade para os advogados estão defasadas com relação às formas de se relacionar.

Os novos canais e meios existentes proporcionaram uma revolução na comunicação entre advogados, sociedade e clientes e a melhor forma de prevenir a mercantilização dos serviços jurídicos é justamente normatizar o que pode e o que não deve ser feito. É importante definir regras claras e objetivas para que todos possam utilizar com tranquilidade os meios digitais.

Esse processo de atualização está há algum tempo em pauta na OAB e a pandemia acabou acelerando a virtualização e a digitalização da advocacia. Estar nas redes sociais e na grande rede é indispensável para os profissionais que buscam estabelecer um diálogo com clientes e sociedade e isso é importante do ponto de vista informacional.

Ao propor pautas legais, o advogado contribui para a formação cidadã das pessoas, conscientizando sobre direitos e saberes. Agora, em hipótese alguma a comunicação deve ser utilizada para vender e banalizar o serviço jurídico, é preciso afastar a possibilidade de precificação e depreciação da advocacia, e isso se faz por meio de regulamentação.



O objetivo deve ser garantir mais segurança jurídica por meio de estabelecimento de conceitos concretos e viabilizar, inclusive, o impulsionamento de conteúdos, desde que não ofereçam serviços. Feito isso, precisamos partir para a segunda etapa, que é fiscalizar.

Precisamos encontrar formas de exigir o cumprimento das regras e punir os abusos cometidos. Só assim teremos um ambiente virtual saudável e produtivo, com informações relevantes para a sociedade e respeitoso para os advogados e advogadas. A chamada jovem advocacia está ansiosa para adentrar de forma segura nesse universo, com propriedade para falar sobre os temas tão relevantes para todos.

O mundo muda, as pessoas mudam, a comunicação e a advocacia também precisam mudar.

Date Created

27/05/2021