

OAB cria grupo para definir forma de atuação de advogados nas redes

O Conselho Federal da OAB instituiu recentemente um Comitê Regulador de Marketing Jurídico, cujo objetivo é pacificar e unificar a interpretação dos limites do marketing jurídico e da atuação de advogados e escritórios de advocacia nas redes sociais.

Reprodução



OAB instituiu comitê para definir limites de atuação de advogados nas redes sociais
Reprodução

O comitê é presidido pela secretária-geral adjunta da OAB Nacional, Milena Gama, e foi instituído pelo Provimento nº 205/2021 (artigo 9º), que dispõe sobre a publicidade e a informação da advocacia. Ele terá a função de acompanhar a evolução da regulação específica sobre marketing, publicidade e informação na advocacia. O grupo vai receber dúvidas por meio de um [canal de atendimento online](#).

"O trabalho do comitê terá como principal desafio propor o aperfeiçoamento e a regulamentação das normas internas da OAB à luz dos tempos atuais, em que as ferramentas de marketing, publicidade e informação se desenvolvem de forma cada vez mais célere. Por um lado, auxiliar na modernização da advocacia, e, por outro, manter a segurança jurídica, com limites e regras bem definidas", explica Milena.

Na vice-presidência, o grupo conta com o conselheiro federal Lúcio Flávio Siqueira de Paiva, de Goiás. Como secretário-geral, foi escolhido o presidente da seccional de Sergipe, Danniell Alves Costa. Integram o colegiado os conselheiros federais Thiago Diaz (MA), Juliana Bumachar (RJ), Greice Stocker (RS) e José Pinto Quezado (TO), além da presidente do Tribunal de Ética e Disciplina da OAB-SC, Luciane Mortari, e do presidente da Comissão Nacional da Advocacia Jovem, Lenilson Ferreira Pereira.

Discussão recorrente

O limite da atuação dos advogados nas redes sociais não é um tema novo, gerando discussão com frequência. Em novembro de 2021, por exemplo, a OAB editou o [Provimento 205/2021](#), que estabelece algumas regras sobre a atuação de causídicos.

O ponto mais [polêmico](#) da normativa é o veto a postagens classificadas como ostentação. Estabelece o



texto, em seu artigo 6º:

"Fica vedada em qualquer publicidade a ostentação de bens relativos ao exercício ou não da profissão, como uso de veículos, viagens, hospedagens e bens de consumo, bem como a menção à promessa de resultados ou a utilização de casos concretos para oferta de atuação profissional."

A medida foi objeto de muitas críticas por parte da comunidade jurídica e gerou um debate acerca da liberdade individual dos advogados e da liturgia que muitos enxergam como primordial para profissão.

De qualquer forma, conforme avança a digitalização e evoluem as redes sociais, torna-se cada vez mais necessário discutir a atuação de profissionais do Direito no ambiente virtual. Ao que tudo indica, a OAB está atenta a esse cenário, buscando conceber regras capazes de orientar esses profissionais no meio *online*.

Date Created

09/09/2022