



Evento da OAB-SP discutirá ética e marketing jurídico

22/11/2004

O limite para a divulgação do trabalho do advogado, sem que seja desrespeitado o Código de Ética do Direito, irá nortear a palestra do presidente do Tribunal de Ética e Disciplina da seccional de São Paulo da Ordem dos Advogados do Brasil, **Braz Martins Neto**. A exposição, intitulada “Ética: publicidade e marketing de serviços jurídicos – nova abordagem”, faz parte do XIX Encontro de presidentes da OAB – 2004, de 26 a 28 de novembro, em Atibaia, interior de São Paulo.

O evento contará com a participação dos presidentes do Supremo Tribunal Federal Nelson Jobim e do Superior Tribunal de Justiça Edson Vidigal. O tema deste ano será “Os 10 anos do Estatuto da Advocacia e da OAB – avanços e retrocessos”. O dispositivo foi sancionado em 1994 pelo então presidente Itamar Franco.

Em sua palestra, Martins Neto tratará da relação dos advogados com os meios de comunicação, como os sites, onde têm a chance de divulgar seu trabalho. O palestrante defende que o advogado não pode procurar um veículo para divulgar um caso ou expor o cliente, com o objetivo de atrair mais trabalho para o escritório. Mas, segundo ele, não serão apontadas soluções. O objetivo é debater o tema para que se crie um consenso sobre a questão.

Braz Neto pretende provocar uma nova reflexão sobre o assunto já que “tivemos uma evolução nos meios de comunicação, em especial pela propagação dos novos veículos, como os sites jurídicos”. Segundo ele, a Constituição Federal veda a publicidade do advogado. “Ele pode ter cartão de visitas, placa em frente ao escritório, nome na lista telefônica. Mas não pode haver evidência de que eles são voltados exclusivamente para a captação de clientela”, diz.

Ainda para ele, o advogado só pode divulgar um caso ou uma tese à imprensa se for por ela procurado e tiver expressa autorização da parte envolvida. O advogado só pode procurar a imprensa com o objetivo de defender a imagem de seu cliente, “na medida em que a relação advogado/cliente é de confiança”.

A intenção da palestra é provocar a reflexão entre os advogados sobre eventuais alterações que possam adequar a lei à nova realidade, haja vista que os escritórios cresceram e se tornaram grandes firmas, “e precisam sempre de mais trabalho”. Quer-se, de acordo com Martins Neto, avaliar o que se pode fazer no “sentido de ajustar a rigidez da lei e criar uma situação em que possa divulgar sua atividade sem ferir os princípios éticos”.

Estarão presentes no encontro 216 presidentes de subseções, 60 conselheiros efetivos e 30 conselheiros do Pleno.

Fonte: https://conjur.jumps.com.br/2004-nov-22/evento_oab-sp_discutira_etica_marketing_juridico/