

Posturas Proibidas Pelo Código de Ética da OAB

O artigo 42 do CED estipula claramente quais as vedações ao profissional da advocacia:

Art. 42. É vedado ao advogado:

- I – responder com habitualidade a consulta sobre matéria jurídica, nos meios de comunicação social;
- II – debater, em qualquer meio de comunicação, causa sob o patrocínio de outro advogado;
- III – abordar tema de modo a comprometer a dignidade da profissão e da instituição que o congrega;
- IV – divulgar ou deixar que sejam divulgadas listas de clientes e demandas;
- V – insinuar-se para reportagens e declarações públicas.

Cartões de Apresentação

O artigo 44 do CED da OAB explana sobre os cartões de apresentação dos profissionais da advocacia.

Art. 44. Na publicidade profissional que promover ou nos cartões e material de escritório de que se utilizar, o advogado fará constar seu nome, nome social ou o da sociedade de advogados, o número ou os números de inscrição na OAB.

§ 1º Poderão ser referidos apenas os títulos acadêmicos do advogado e as distinções honoríficas relacionadas à vida profissional, bem como as instituições jurídicas de que faça parte, e as especialidades a que se dedicar, o endereço, e-mail, site, página eletrônica, QR code, logotipo e a fotografia do escritório, o horário de atendimento e os idiomas em que o cliente poderá ser atendido.

§ 2º É vedada a inclusão de fotografias pessoais ou de terceiros nos cartões de visitas do advogado, bem como menção a qualquer emprego, cargo ou função ocupado, atual ou pretérito, em qualquer órgão ou instituição, salvo o de professor universitário.

Os cartões de apresentação são permitidos e podem conter o nome, o número da OAB, os títulos e informações sobre o escritório. Contudo, é proibido incluir fotos pessoais, de terceiros ou de órgãos de justiça. Além disso, com exceção dos professores universitários, é vedado mencionar no cartão de visita o emprego, o cargo ou a função que exerce.

É importante ressaltar que os cartões de visita são permitidos, mas os panfletos são vedados!

Redes Sociais e Tráfego

Nas redes sociais, com destaque para o Instagram, há o tráfego, ou o crescimento e engajamento de determinado usuário. Há dois tipos de tráfego:

1. **Orgânico:** Os seguidores se fidelizam por se identificarem com o conteúdo, sem que haja um patrocínio por parte do dono da rede social.
2. **Pago:** O dono da rede social patrocina as postagens para impulsionar o engajamento da rede social.

Para a classe da advocacia, o tráfego pago deve ser utilizado com **moderação**. Pode ser utilizado preferencialmente em postagens de caráter informativo, mas deve ser evitado para autopromoção do profissional.

As redes sociais de caráter mais informal, como o Tik Tok, também devem ser utilizadas com cuidado, para não descaracterizarem o caráter de sobriedade exigido no artigo 39 do CED.