

Marketing **JURÍDICO:** ORIENTAÇÕES PROFISSIONAIS



INTEGRAR
FORTALECER
CONECTAR



COMITÊ
DE MARKETING

COMISSÃO DE
FISCALIZAÇÃO DA
ATIVIDADE PROFISSIONAL
DA ADVOCACIA



INTRODUÇÃO:

Bem-vindo(a) à cartilha de marketing jurídico da OAB/SE, aqui mostraremos estratégias eficazes para promover os serviços jurídicos de maneira ética e impactante. Com a estratégia certa de marketing jurídico, os escritórios conseguem fornecer informações relevantes e úteis e, com isso, conseguem construir uma conexão genuína com a audiência, resultando em um engajamento mais duradouro e propulsor.

Vamos começar a jornada para elevar a visibilidade e reputação do seu escritório de advocacia?

PRINCIPAIS CONCEITOS

- **Publicidade:** o principal objetivo é aumentar a visibilidade e atrair clientes de forma indireta.
- **Propaganda:** similar à publicidade, a propaganda envolve a promoção ativa dos serviços jurídicos, mas pode ser mais abrangente, incluindo técnicas persuasivas e emocionais para influenciar a percepção do público sobre o escritório.
- **Marketing de Conteúdo:** é na estratégia de marketing que se concentram na criação, publicação e distribuição de conteúdos valiosos e relevantes para atrair, envolver e reter uma audiência específica. No contexto do marketing jurídico, isso pode incluir a produção de artigos, blogs, vídeos, infográficos e outros materiais informativos que, não apenas promovem os serviços do escritório de advocacia, mas também oferecem valor ao público-alvo ao abordar suas dúvidas, preocupações e necessidades jurídicas.

A proibição da propaganda ativa busca preservar a dignidade da profissão, evitando práticas que possam comprometer a seriedade e a imparcialidade do advogado. A OAB entende que a busca desenfreada por clientes, por meio de estratégias publicitárias agressivas, pode prejudicar a confiança pública no sistema legal e comprometer a qualidade do serviço prestado.

ITENS:



REALIZAÇÃO DE ANÚNCIOS VIA PLATAFORMAS DIGITAIS: é plenamente possível patrocinar anúncios dos conteúdos informativos através das mídias sociais por meio do tráfego pago, a exemplo: google, facebook, linkedin, tiktok, twitter, entre outros.



DIRECIONAMENTO PARA O WHATSAPP: não há, no ordenamento jurídico, qualquer proibição para o uso desta ferramenta em perfis digitais, desde que não contenha conteúdos com títulos tendenciosos e persuasivos, a exemplo: "me contrate", "fale comigo agora mesmo", "eu posso resolver seu problema aqui". **Ao invés desses títulos troque por:** "para mais informações, contate um(a) advogado(a)", "nossos contatos", "como nos encontrar"



USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: algumas maneiras de usar na prática jurídica são:

- 1. Pesquisa Jurídica Avançada:** utilize plataformas de pesquisas jurídicas baseadas em IA para analisar vastas bases de dados legais, identificar precedentes relevantes e agilizar o processo de pesquisa.
- 2. Análise Contratual Automatizada:** implemente ferramentas de IA para analisar contratos, extrair informações importantes, identificar riscos e garantir conformidade, economizando tempo e reduzindo erros.
- 3. Chatbots Jurídicos:** integre chatbots com IA em seu site para fornecer respostas rápidas a perguntas frequentes, agendar consultas e direcionar clientes para informações relevantes.
- 4. Automatização de Documentos:** utilize sistemas de automação baseados em IA para criar, revisar e gerenciar documentos legais de maneira eficiente, garantindo consistência e precisão.
- 5. Gerenciamento de Processos:** adote soluções de IA para otimizar o gerenciamento de processos legais, rastreando prazos, automatizando tarefas rotineiras e melhorando a eficiência operacional.
- 6. Segurança da Informação:** utilize ferramentas de IA para aprimorar a segurança de dados, identificando padrões incomuns que possam indicar possíveis violações de segurança. Ao incorporar a IA, é essencial garantir que os advogados compreendam, plenamente, o funcionamento dessas ferramentas, que estejam em conformidade com regulamentações éticas e legais e que mantenham a supervisão humana, quando necessário. O uso da IA deve ser um complemento ao julgamento humano, não um substituto.





● **REDES SOCIAIS PARA A ADVOCACIA:** as redes sociais podem ser uma ferramenta poderosa para advogados(as) construírem presença online, compartilharem informações relevantes e interajam com clientes em potencial. Aqui estão algumas diretrizes sobre como usar redes sociais na advocacia:

- 1. Escolha plataformas relevantes:** identifique as redes sociais mais apropriadas para sua prática de acordo com o seu público alvo (persona).
- 2. Perfil Profissional:** mantenha perfis profissionais, destacando sua experiência, áreas de especialização e informações de contato. Use uma foto profissional e uma biografia concisa.
- 3. Conteúdo Educacional:** compartilhe conteúdo educacional relevante sobre questões jurídicas, mudanças na legislação e dicas práticas. Demonstre sua expertise, mas evite oferecer aconselhamento jurídico específico nas redes sociais.
- 4. Engajamento com a Comunidade:** responda a perguntas, participe de discussões relevantes e demonstre interesse na comunidade. Isso constrói credibilidade e fortalece relacionamentos.
- 5. Uso de Mídias Visuais:** utilize imagens, infográficos e vídeos de maneira adequada para tornar seu conteúdo mais atraente e compartilhável.
- 6. Divulgação de Conquistas Profissionais:** compartilhe conquistas profissionais, como palestras, artigos publicados ou participações em eventos, para reforçar sua autoridade na área.
- 7. Respeito às Normas Éticas:** esteja ciente das normas éticas da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) ao usar redes sociais. Evite promessas exageradas, publicidade inadequada ou captação indevida de clientela.



COMO PODE SER FEITA A PUBLICIDADE NA ADVOCACIA:

DE ACORDO COM O PROVIMENTO 205/2021 DA OAB

- 1.** O conteúdo deve ser usado sempre com caráter informativo;
- 2.** Imagens/vídeos pessoais em locais e repartições públicas, incluindo audiências e sustentações orais (resguardadas as partes), bem como das atividades do advogado, desde que preservadas a discrição e sobriedade, resguardando também o sigilo quanto a qualificação do cliente, como nome, cpf, e tudo que seja referente a dados pessoais, em respeito a LGPD;
- 3.** O(A) advogado(a) pode fazer participação em vídeos ao vivo ou gravado na internet, nas redes sociais, em debates ou palestras virtuais;
- 4.** Check-in (geolocalização) é permitido;
- 5.** Por se equiparem ao e-mail (o qual tem permitida sua divulgação na publicidade, conforme o Código de Ética e Disciplina) é possível a divulgação de todos os dados de contato e meios de comunicação do escritório ou do(a) advogado(a), inclusive os endereços dos sites, das redes sociais e os aplicativos de mensagens instantâneas, podendo, ainda, também constar o logotipo, desde que em caráter informativo, respeitando sempre os critérios de sobriedade e discrição;
- 6.** É permitido o uso de publicidade profissional com uso de anúncios pagos ou não, devendo ser observados os meios de comunicação não vedados por meio do art. 40 do Código de Ética e Disciplina da OAB;
- 7.** É permitido o patrocínio e o impulsionamento nas redes sociais, desde que não se trate de publicidade contendo oferta de serviços jurídicos;
- 8.** Pode ser feita a divulgação de conteúdos, palestras e artigos;
- 9.** O advogado pode divulgar a localização e horário de funcionamento do seu escritório, evitando falar de dimensão e tamanho;
- 10.** Pode criar sites e blogs jurídicos para fornecer conteúdos educacionais e informativos aos público.

O QUE É PROIBIDO/VEDADO NO MARKETING JURÍDICO:

- 1.** Não é permitida a periodicidade do advogado em quadros de rádio, televisão ou similares
- 2.** Não é permitido oferecer serviços via e-mail, WhatsApp, grupos de compras como: "facebrick", "OLX", marketplace, ou qualquer outro assemelhado;
- 3.** É vedado o pagamento, patrocínio ou efetivação de qualquer outra despesa para viabilizar anúncios ou aparição em publicações como contrapartida de premiação ou ranqueamento." Previsão estabelecida no Anexo ao Provimento nº 205/2021
- 4.** Direcionar a oferta de serviços e causas determinadas; Sob nenhuma hipótese o advogado ou escritório deve prometer resultados aos clientes como meio de captar clientela, bem como utilizar-se de casos concretos para oferta de atuação profissional, haja vista a advocacia tratar-se de atividade meio e não de atividade fim;
- 5.** Não é permitida a publicidade em locais de utilização pública, como em clubes esportivos, nem em uniformes esportivos; Não é permitida a publicidade em paredes de edifícios, outdoors, painéis luminosos ou formas assemelhadas de publicidade;
- 6.** Vedado também a distribuição de brindes, cartões de visita, material impresso e digital, apresentações dos serviços ou afins de maneira indiscriminada em locais públicos, presenciais ou virtuais, a exemplo de recepções de consultórios e empresas.
- 7.** Não é permitida a utilização de "dizeres próprios de atividade comercial", a exemplo de frases como: "Consulte-nos hoje mesmo!", "Promoção", e outras do gênero;
- 8.** O(a) advogado(a) não pode fazer o uso de expressões que induzam ou chamem as pessoas para contratarem seus serviços, tais como: "Faça o contrato e saiba como podemos te ajudar", "O único escritório especializado", "Esperamos seu contato", etc;
- 9.** Não é permitida a publicação da relação de clientes do (a) advogado(a)/escritório, seja em sites, redes sociais ou outros meios de comunicação;
- 10.** O(A) advogado(a) NÃO pode publicar ou solicitar que se publique depoimentos de clientes em abas, publicação, destaque próprio em sites e/ou redes sociais. Mas caso a publicação seja feita pelo cliente de maneira espontânea em seu próprio perfil, "marcando" o(a) advogado(a), este(a) pode compartilhar o texto, resguardando a origem;

11. É vedado referência ou menção a decisões judiciais, despachos e/ou resultados de qualquer natureza obtidos em procedimentos que o(a) advogado(a) patrocina ou participa de alguma forma, independentemente de estar oculto o nome das partes, ressalvada a hipótese de evento coberto pela mídia, quando deverá haver descrição;

12. Não é permitida a veiculação de publicidade em conjunto com outra atividade.

13. Não é permitido divulgar o preço dos serviços, formas de pagamento ou fazer referência direta ou indireta a valores de honorários; Não é permitido ofertar consultas gratuitas.

14. Está vedado na publicidade ativa, qualquer informação relativa à dimensão, qualidade ou estrutura física do escritório de advocacia;

15. Não pode ser feita divulgação de informações que possam induzir ao erro, ou causar danos a clientes ou à sociedade;

16. Está vedado o anúncio de especialidade que o(a) advogado(a) não possui;

17. Não é permitida a utilização de nomes de fantasia;

18. É vedado a utilização de logomarca e símbolos oficiais da OAB, pois seu uso é privativo da Ordem dos Advogados do Brasil (Conselho Federal, Seccionais e Subseções);

Certo x Errado

VEJA EXEMPLOS DO QUE FAZER E NÃO FAZER:



oabsergipe: A necessidade de assessoria jurídica para sua empresa envolve avaliar vários aspectos, mas, se nos últimos meses houve crescimento ou mudanças na estrutura de sua empresa, novos contratos, demissões de funcionários, novas contratações, pagamento de impostos e tributos e/ou ameaça de possível processo judicial, há uma grande probabilidade de sua empresa estar precisando de assessoria jurídica.

A assessoria jurídica, através de uma equipe multidisciplinar, com a presença de advogados experts na área, pode prevenir riscos.

Na dúvida, melhor procurar um advogado e saber mais!

oabsergipe: Através da nossa equipe de experts jurídicos, podemos solucionar os mais variados conflitos. Se você quiser elaborar ou revisar contratos, reduzir a carga tributária/trabalhista e obter orientação jurídica para prevenir os riscos de sua empresa, basta nos contatar que iremos te atender!

Nesse daqui há presença clara de mercantilização da profissão e oferecimento direto de serviços jurídicos.

Proibições, estas, que estão previstas nos artigos 3º e 4º do provimento 205/2021 da OAB

Certo x Errado

VEJA EXEMPLOS DO QUE FAZER E NÃO FAZER:



oabsergipe: Para quem estiver chegando, seja bem-vindo! Um breve resumo de quem eu sou e alguns pontos sobre mim.

Quais outras características sobre mim você sentiu falta no post? Fala aqui nos comentários ↓

oabsergipe: Para quem estiver chegando, seja bem-vindo! Um pequeno resumo de quem eu sou, das minhas qualidades e um destaque sobre pontos importantes sobre mim.

Tenha certeza que essa advogada tem tudo para solucionar o seu conflito com o melhor preço! Fale comigo no direct ➡

Com base no provimento 205/2021, o que estaria errado no post e na legenda? Há muitos equívocos nesse exemplo e para melhor te direcionar, nós podemos observar, por exemplo, o descumprimento ao artigo 3º, caput (mercantilização da profissão - "fale comigo hoje mesmo"), ao inciso I (referência indireta a valores de honorários - "melhor preço") e inciso IV (oração de persuasão e expressões de engrandecimento - "a melhor da turma", "conhecida por ser a melhor advogada"), bem como ao artigo 6º, caput e parágrafo único (informação sobre tamanho/dimensão do escritório, com ostentação - "70m2 em area nobre")

DESTAQUE COM PONTOS IMPORTANTES NA HORA DA PUBLICIDADE

- 1. MODERAÇÃO:** a publicidade deve ser moderada e discreta, evitando caráter mercantilista, sensacionalista ou que possa comprometer a dignidade da profissão.
- 2. INFORMAÇÃO OBJETIVA:** os anúncios devem conter informações objetivas sobre o advogado ou escritório, como nome, número de inscrição na OAB, especializações, e endereço profissional.
- 3. VEDAÇÃO DE CAPTAÇÃO INDEVIDA DE CLIENTELA:** a publicidade não pode caracterizar captação indevida de clientela, sendo proibido oferecer serviços de forma insistente, impertinente ou por meio de intermediários.
- 4. USO RESPONSÁVEL DE LINGUAGEM E MEIOS:** a publicidade deve empregar linguagem sóbria e não permitir o uso de meios que, mesmo autorizados, possam comprometer a dignidade da profissão. Portanto, embora a publicidade digital seja permitida, é crucial que os advogados estejam cientes e cumpram normas éticas estabelecidas pela OAB, para garantir práticas éticas e responsáveis.

MOMENTO DE AGIR



Não se limite ao conhecimento teórico; transforme-o em ação. Aplique os valiosos ensinamentos desta cartilha de marketing para alcançar resultados reais e impulsionar o sucesso da sua advocacia.



Ah... e o que fazer se alguém publicar conteúdo vedado/proibido? 🙄

Você deve comunicar a OAB/SE para que sejam verificadas as condutas praticadas e adotadas as providências cabíveis.

Quando da comunicação, é necessário informar os dados referentes à irregularidade, o local em que pode ser localizada, bem como fotos e/ou 'prints' da publicidade.

O encaminhamento deve ocorrer, preferencialmente, através do e-mail da ouvidoria: **ouvidoria@oabsergipe.org.br**.

Diretoria da OAB Sergipe

Diretoria do Comitê de Marketing

**Diretoria da Comissão de Fiscalização da
Atividade Profissional da Advocacia em
Sergipe - CFAPA/SE**