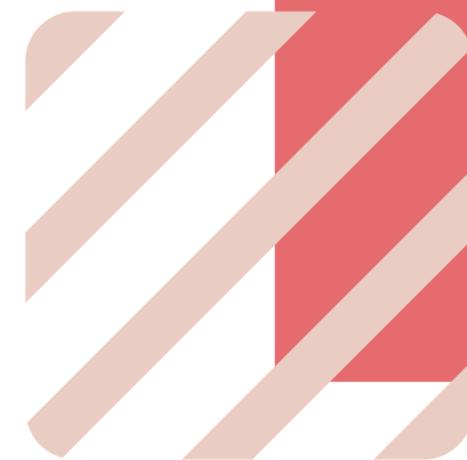
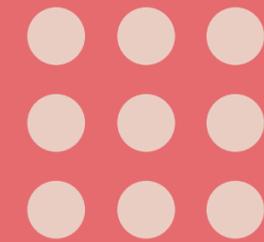


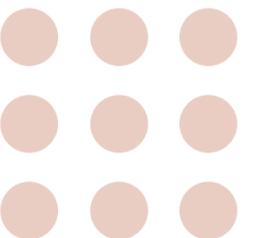
O NOVO MARKETING JURÍDICO

À LUZ DO PROVIMENTO 205/2021 DA OAB



O que você verá nessa aula?

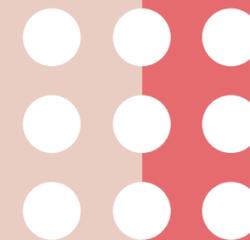
1. O que é Marketing Jurídico
2. A importância do Marketing
3. Diplomas legais
4. Avanços gerais
5. Vedações
7. Oportunidades



O que é Marketing Jurídico?

ART. 2º

ESPECIALIZAÇÃO DO MARKETING DESTINADA AOS PROFISSIONAIS DA ÁREA JURÍDICA, CONSISTENTE NA UTILIZAÇÃO DE ESTRATÉGIAS PLANEJADAS PARA ALCANÇAR OBJETIVOS DO EXERCÍCIO DA ADVOCACIA.



Por que fazer Marketing Jurídico?

Realidade do mercado jurídico no Brasil...

1.300.000,00 advogados em 2021!

Previsão até 2023 = 2 MILHÕES!

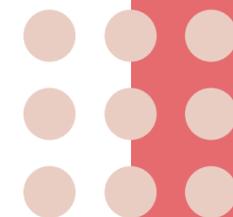


VOCÊ SABIA?

165 BRASILEIROS

PARA CADA ADVOGADO REGISTRADO NA OAB.





**DIFERENCIAÇÃO É A
CHAVE!**



Diplomas Reguladores

- Estatuto da OAB - Lei Federal nº 8.906/94
- Código de Ética e Disciplina - Resolução nº 02/2015
- Provimento nº 205/2021

ATENÇÃO: Havendo conflito entre norma do CED e do Provimento, qual prevalece? O CED.

Avanços Gerais

- Conceitos mais claros, determinados e objetivos
- Expectativa de menos contradição entre as Seccionais
- Previsão de Comitê Regulador para dar suporte ao CFOAB: atualizações e eventuais conflitos de entendimentos.

Publicidade Ativa

Divulgação capaz de atingir número indeterminado de pessoas, mesmo que não tenham buscado informações acerca do anunciante ou temas anunciados (inciso VI do art. 2º).

Exemplos:

Publicações impulsionadas/patrocinadas nas redes sociais que atinjam não seguidores do perfil; anúncios com publicidade profissional ou de conteúdos jurídicos em jornais, revistas ou assemelhados não especializados no universo jurídico; anúncios em catálogos profissionais que possuam divulgação de outros tipos de serviços além do jurídico; banners patrocinados no Google Ads com veiculação em sites, blogs, páginas de notícias ou apps parceiros do Google e etc.

Publicidade Passiva

Divulgação capaz de atingir somente público certo que tenha buscado informações acerca do anunciante ou dos temas anunciados, bem como por aqueles que concordem previamente com o recebimento do anúncio (inciso VII do art. 2º).

Exemplos:

Sites institucionais; perfis nas redes sociais; posts nas redes sociais não impulsionados ou impulsionados para seguidores do perfil; anúncios em catálogos jurídicos, anuários jurídicos, revistas ou blogs especializados no mercado jurídico; newsletters e boletins enviados a clientes, contatos do escritório e demais inscritos para o seu recebimento; anúncios na rede de pesquisas do Google, sites e aplicativos parceiros e anúncios de sugestão de vídeos no Youtube a partir de pesquisas de palavras-chave definidas em campanhas do Google Ads;

Publicidade Passiva

Divulgação capaz de atingir somente público certo que tenha buscado informações acerca do anunciante ou dos temas anunciados, bem como por aqueles que concordem previamente com o recebimento do anúncio (inciso VII do art. 2º).

Exemplos:

Lives e palestras sobre conteúdos jurídicos; portfólio de serviços do escritório entregue a todos os participantes de uma palestra presencial ou virtual ministrada por um advogado da banca; lista de transmissão do whatsapp para clientes e público determinado; envio de mailing para lista de e-mails cadastrados pelo site; mídia indoor na TV da recepção do escritório e etc.

Tendências do IG, como fica?

Selo de Monetização de Lives

Se for para o público jurídico - exceção do art.4º, parágrafo 4º: **PODE.**

"Quando se tratar de venda de bens e eventos (livros, cursos, seminários ou congressos), cujo público-alvo sejam advogados(as), estagiários(as) ou estudantes de direito, poderá ser utilizada a publicidade ativa, observadas as limitações do caput deste artigo."

Close Friends

Mesma regra acima.

Outros Públicos

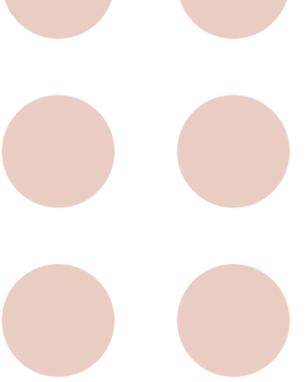
Não. Mercantilização.

Marketing de Conteúdo

Estrategia que utiliza a criação e divulgação de conteúdos jurídicos, disponibilizados por meio de ferramentas de comunicação (inciso II do art. 2º).

Publicidade Profissional

Meio utilizado para tornar pública informações atinentes ao exercício da profissão, bem como do perfil profissional ou do escritório (inciso IV do art. 2º).



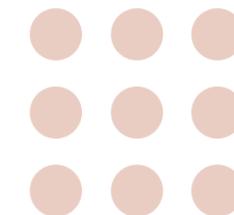


Art. 3º - Publicidade Profissional

Deve ter caráter meramente **informativo**, primas pela **discrição** e **sobriedade**.

Divulgação do perfil profissional ou do escritório, sem **ostentação**.

O que é ostentação?





NÃO PODE!

Art. 3º, incisos, I a V



DIVULGAR

Valor de honorários, forma de pagamento, gratuidade, descontos, etc.



DIVULGAR

Informações que possam induzir á erro ou causa danos.



ANUNCIAR

Especialidades para as quais não possua título certificado ou notória especialização.

EXPRESSÕES PERSUASIVAS, DE AUTOENGRANDECIMENTO OU DE COMPARAÇÃO



EXPRESSÕES PERSUASIVAS



AUTOENGRANDECIMENTO

Não trago a pesso amada em 7 dias, mas na pensão eu dou um jeito!

EXPRESSÃO PERSUASIVA

Caso NW:

Autoengrandecimento ou não?

Denúncia realizada pelo CFOAB em face do escritório NW Advogados e do seu fundador Nelsón Wilians.

- Captação indevida de clientela;
- Publicidade irregular;
- Violação ao art. 34, XIII do Estatuto da OAB.



Proc. 49.0000.2021.005532-2

O que o CFOAB entendeu?

- Propósito **mercantilista** nas estratégias de marketing utilizadas com o objetivo de conectar a marca NW ao íntimo do leitor, bem como torná-la **superior** às outras marcas do mesmo ramo.

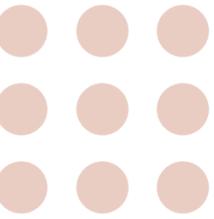
Art. 34. Constitui infração disciplinar: (...)

XIII - fazer publicar na imprensa, desnecessária e habitualmente, alegações forenses ou relativas a causas pendentes.



Proc. 49.00000.2021.005532-2

Também não pode:



Distribuição de brindes, cartões de visita, material impresso e digital, apresentações dos serviços ou afins de maneira **indiscriminada** em **locais públicos**, presenciais ou dos serviços, **salvo em eventos de interesse jurídico**.

Exemplos:

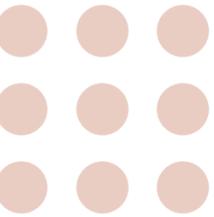
- Fenalaw
- Feiras/eventos em que haja algum painel (palestra) com conteúdo jurídico.

Patrocínio de eventos.

Art. 45 do CED: São admissíveis como forma de publicidade o patrocínio de eventos ou publicações de caráter científico ou cultural, assim como a divulgação de boletins, por meio físico ou eletrônico, sobre matéria cultural de interesse dos advogados, desde que sua circulação fique adstrita a clientes e a interessados do meio jurídico.

PUBLICIDADE - PATROCÍNIO DE EVENTO CULTURAL - FINALIDADE ASSISTENCIAL - ARRECADAÇÃO DE BENS MATERIAIS - EXERCÍCIO DE CIDADANIA - COMPATIBILIDADE COM O EXERCÍCIO DA ADVOCACIA - ARTIGO 45 DO CED - NECESSÁRIA OBSERVÂNCIA AOS LIMITES ÉTICOS ÍNSITOS À PUBLICIDADE PROFISSIONAL. O patrocínio de evento é modalidade de publicidade expressamente autorizada pelo o artigo 45 do Código de Ética e Disciplina da OAB. Aplicam-se ao patrocínio, portanto, os mesmos parâmetros do CED e do Provimento nº 94/2000 impostos à publicidade profissional. O patrocínio pode ser promovido tanto pelo advogado em nome próprio, quanto pela sociedade de advogados, individual ou coletivamente, congregando profissionais de outras áreas. O meio, físico ou digital, onde o evento é realizado não interfere na viabilidade do patrocínio, mas pode demandar ajustes ou adequações para conferir moderação e discrição ao patrocínio. Proporcionalidade necessária. É autorizada a divulgação do nome do advogado patrocinador ou a exposição do logotipo de seu escritório, contanto que essa divulgação mantenha caráter meramente informativo e prime pela discrição e sobriedade, não configure captação indevida de clientela ou mercantilização da profissão e não incida nas vedações impostas pelo art. 40 do CED. Precedentes. Proc. E-5.455/2020 - v.u., em 11/11/2020, do parecer e ementa da Rel. Dra. CRISTIANA CORRÊA CONDE FALDINI, Rev. Dr. FÁBIO TEIXEIRA OZI - Presidente Dr. GUILHERME MARTINS MALUFE.

Art. 4º



Pode fazer publicidade ativa na publicidade profissional? Pode.
E na publicidade de marketing de conteúdo? Também.

ATENÇÃO!

- Não pode estar inculcada a mercantilização, a captação de clientela ou o emprego excessivo de recursos financeiros.

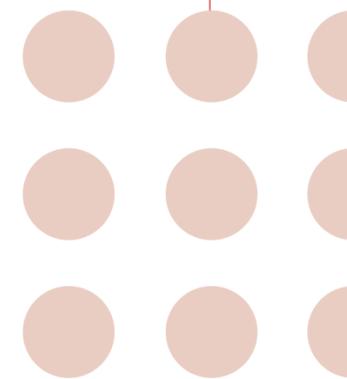
Vedações art. 40 do CED:

- rádio, cinema e televisão;
- uso de outdoors, painéis luminosos ou formas assemelhadas de publicidade;
- inscrições em muros, paredes, veículos, elevadores ou em qualquer espaço público;
- divulgação de serviços de advocacia juntamente com a de outras atividades ou a indicação de vínculos entre uns e outras;
- fornecimento de dados de contato, como endereço e telefone, em colunas ou artigos literários, culturais, acadêmicos ou jurídicos, publicados na imprensa, bem assim quando de eventual participação em programas de rádio ou televisão, ou em veiculação de matérias pela internet, **sendo permitida a referência a e-mail;**
- mala direta, distribuir panfletos ou formas assemelhadas, com o intuito de captação de clientela.

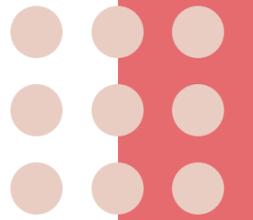


PARÁGRAFO 3º

Para os fins do previsto no inciso V do art. 40 do CED, equiparam-se ao e-mail, todos os dados de contato e meios de comunicação do escritório ou advogado(a), inclusive os endereços dos sites, das redes sociais e os aplicativos de mensagens instantâneas, podendo também constar o logotipo, desde que em caráter informativo, respeitados os critérios de sobriedade e discrição.



Decisão TED OAB-GO.



Proibição de propaganda da advocacia em TVs instaladas em elevadores, salas de espera e halls de edifícios comerciais.

Violação ao art. 40, incisos II e III do CED.

Parágrafo 2º - Novidade

Permitida a divulgação de imagens, vídeo ou áudio contendo atuação profissional, inclusive em audiências e sustentações orais, em processos judiciais ou administrativos, não alcançados por segredo de justiça.

Não pode:

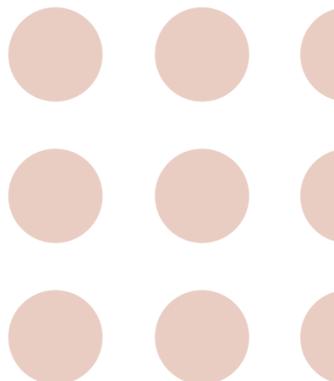
- Referência ou menção a decisões judiciais e;
- Resultados de processos.



EXCEÇÃO À MERCANTILIZAÇÃO



Parágrafo 4º: Permite a venda de bens e serviços cujo público-alvo sejam advogados, estagiários ou estudantes de direito, podendo ser utilizada a publicidade ativa.

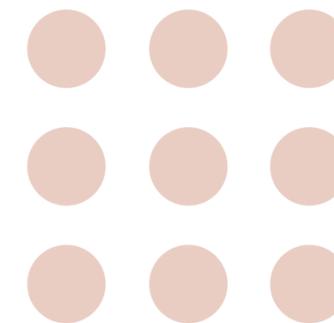




VEDAÇÃO AO PAGAMENTO PARA APARECER EM RANKINGS.

Art. 5º, parágrafo 1º.

"É vedado o pagamento, patrocínio ou efetivação de qualquer outra despesa para viabilizar aparição em rankings, prêmios ou qualquer tipo de recebimento de honorarias em eventos ou publicações, em qualquer mídia, que vise destacar ou eleger profissionais como detentores de destaque."

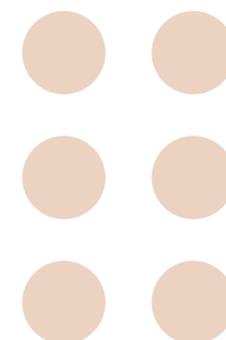




RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA DOS SÓCIOS ADMINISTRADORES

Art. 1º, parágrafo 1º.

"As informações veiculadas deverão ser objetivas e verdadeiras e são de exclusiva responsabilidade das pessoas físicas identificadas e, quando envolver pessoa jurídica, dos sócios administradores da sociedade de advocacia que responderão pelos excessos perante a Ordem dos Advogados do Brasil, sem excluir a participação de outros inscritos que tenham concorrido."



DEPOIMENTOS DE CLIENTES



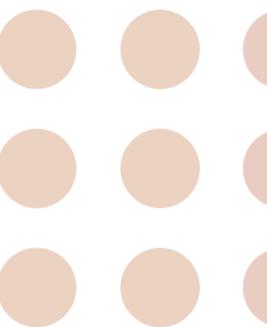
“INTERNET – LISTA E DEPOIMENTO DE CLIENTES – VEDAÇÃO. Em princípio não existe violação ética ao advogado ou sociedade de advogados que cria um site para divulgação do seu escritório, através da Internet, desde que em consonância com os arts. 28 e 31 do CED, 58, V, do EAOAB e Provimento n. 94/2000 do Conselho Federal da OAB. É vedada, no entanto, aos advogados e às sociedades de advogados, a divulgação de informações ou serviços suscetíveis de implicar, direta ou indiretamente, captação de causa ou de clientes, entre as quais se destaca, por força do disposto no artigo 33 do CED, e artigo 4º, letra “A”, do Provimento 94/2000, a divulgação da lista de clientes e **seus depoimentos**.



**CLIENTE ME
MENCIONOU NAS
REDES SOCIAIS.**

POSSO REPOSTAR?

Não!





BLOGUEIRAS, INFLUENCERS, MENTORES JURÍDICOS E PROFESSORES E ETC.

Art. 7º : Considerando que é indispensável a preservação do prestígio da advocacia, as normas estabelecidas neste provimento também se aplicam à divulgação de conteúdos que, apesar de não se relacionarem ao exercício da advocacia, possam atingir a reputação da classe à qual o profissional pertence.



OUTRAS VEDAÇÕES

- **Na publicidade ativa**

Divulgar dimensões, qualidades e estrutura física do escritório.

- **Em qualquer publicidade**

Ostentar bens relativos ao exercício ou não da profissão.

- **Em qualquer publicidade**

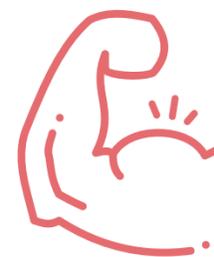
Prometer resultados ou utilizar casos concretos para oferecer atuação profissional.

- **Vinculação da advocacia com outros serviços**

Oportunidades



Aumentar a visibilidade da sua marca pessoal ou jurídica.



Fortalecer a reputação da marca.



Destacar-se da concorrência.



Aumentar a rentabilidade financeira por meio da atração de novos clientes e oportunidades de negócios.



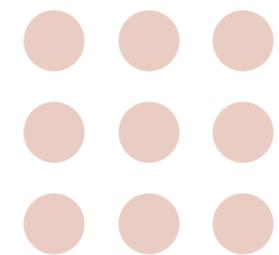
Melhorar o relacionamento com clientes.

**Continue seus
estudos!**

FORMAÇÃO

Marketing Jurídico &

Gestão de Negócios para Advogadas





UM PRESENTE PRA VOCÊ!

FORMAÇÃO

Marketing Jurídico &

Gestão de Negócios para Advogadas

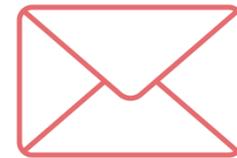
R\$100,00 DE DESCONTO



Lisandra Thomé



<https://innovajuris.com.br>



lisandra.thome@innovajuris.com.br



@lisandrathome



Lisandra Thomé



Lisandra Thomé - Innova Juris