

WORKBOOK
PUBLICIDADE
NA ADVOCACIA:
INFORMAÇÕES SOBRE O
MARKETING JURÍDICO
DIGITAL.

Agosto, 2022



Comissão de Fiscalização da
Atividade Profissional da Advocacia

Comissão de
Marketing Jurídico

SUMÁRIO

- 04** **PALAVRA DA PRESIDENTE DA
COMISSÃO DE MARKETING
JURÍDICO DA OAB/MG**
- 06** **PALAVRA DO PRESIDENTE DA
COMISSÃO DE FISCALIZAÇÃO
DA ATIVIDADE PROFISSIONAL
DA ADVOCACIA**
- 07** **INTRODUÇÃO**
- 09** **CONCEITOS E PRINCÍPIOS DA
PUBLICIDADE NA ADVOCACIA**
- 11** **PROVIMENTO 205/2021 DO
CONSELHO FEDERAL DA OAB**
- 14** **EXEMPLOS PRÁTICOS DE
PUBLICIDADE PERMITIDA NO
DIGITAL**



15	O QUE É VEDADO?
17	EXEMPLOS DE PUBLICAÇÕES
19	DENÚNCIAS E PROCEDIMENTOS
21	DISPOSIÇÕES FINAIS
23	DIRETORIA DA OAB/MG
24	AUTORES
25	REFERÊNCIAS

PALAVRA DA PRESIDENTE DA COMISSÃO DE MARKETING JURÍDICO DA OAB/MG

Dra. Natália Araújo

O termo Marketing Jurídico é relativamente novo na realidade da classe da advocacia, isso por que, até o advento do Provimento nº 205/2021, o que se visualizava no mercado eram práticas que geravam insegurança e questionamentos sobre a sua aplicação. Resultado de disposições que não acompanharam a modernização tecnológica e os avanços mercadológicos.

Ao final de 2021, pudemos acessar um novo dispositivo que encarregou de trazer mudanças significativas, como: a conceituação de termos relacionados à publicidade jurídica e ao marketing jurídico e sua aplicação em relações presenciais e on-line. Assegurando, assim, um sucinto aparato de ferramentas no marketing para aperfeiçoar o exercício da profissão na advocacia.

Atualmente, para a prospecção de clientes, o reconhecimento como autoridade, a divulgação da atividade profissional, a realização de networking e parcerias estratégicas, bem como, diversos outros objetivos almejados, a classe da advocacia pode se assegurar da permissibilidade de utilização de algumas ferramentas no online e no offline, mas também se precaver para não infringir qualquer norma ética profissional com eventual uso de práticas mercantis.

Para isso, é necessário o conhecimento, para tornar pública a informação sobre as nuances relativas à publicidade profissional e o marketing jurídico, como ferramenta indispensável nos dias atuais.

No início desta gestão (2022/2024) a Ordem dos Advogados do Brasil Seção Minas Gerais já se mostrou e provou aberta ao diálogo, ao apoio a essa pauta e a promoção de iniciativas educacionais com o objetivo de orientar e salvaguardar os profissionais da classe sob esse assunto.

Por fim, a Comissão Estadual de Marketing Jurídico estará sempre à disposição para cumprir esse escopo.

PALAVRA DO PRESIDENTE DA COMISSÃO DE FISCALIZAÇÃO DA ATIVIDADE PROFISSIONAL DA ADVOCACIA DA OAB/MG

Dr. Alexandre Costa

A Comissão Estadual de Fiscalização da Atividade Profissional da Advocacia, carinhosamente abreviada pela diretoria da sua gestão 2022/2024 de FAPA, foi criada pelo Provimento nº 205, do Conselho Federal da OAB, em seu artigo 10.

Nesse contexto, a atual gestão preza por dois pilares primordiais: a educação e a fiscalização.

A educação, como ferramenta preventiva para melhor compreensão dos profissionais sobre o assunto da publicidade da advocacia, como forma de desmistificar, informar e esclarecer o que é o chamado marketing jurídico e as nuances desse assunto vivenciados na prática, cuja descrição, moderação e sobriedade decorrentes da profissão, é permitida, nos termos da norma vigente.

A fiscalização, como meio de coibir as práticas violadoras das disposições previstas no Provimento nº 205, do Conselho Federal da OAB e demais normas correlatas à profissão.

Assim, a Ordem dos Advogados do Brasil Seção Minas Gerais busca, com essa iniciativa, levar ao conhecimento amplo de seus membros os conceitos da publicidade, propaganda e informação na advocacia, bem como as últimas atualizações e atuações.

INTRODUÇÃO

Inicialmente é imprescindível destacar que muitos colegas têm a visão equivocada de que realizar publicidade na advocacia, principalmente no meio digital, é inviável. E pelo desconhecimento, os profissionais que exercem a atividade na advocacia, não se utilizam das ferramentas atuais e úteis para a profissão.

É preciso entender que o mercado mudou. Na atualidade, as ferramentas digitais fazem diferença para quem deseja uma colocação no mercado e/ou necessitam divulgar a atividade profissional.

É inimaginável pensar que se pode viver sem uma conexão à internet nos dias atuais. Com o crescimento dos meios tecnológicos, além de novas demandas que se desencadeiam na esfera virtual, a advocacia além de expandir suas atividades para outros Estados a um clique de distância e com o uso do Processo Judicial Eletrônico e outros sistemas vinculados aos Tribunais, também pode exercer o chamado Marketing Jurídico Digital.

A Comissão Estadual de Marketing Jurídico e a Comissão Estadual de Fiscalização da Atividade Profissional da Advocacia, ambas da Ordem dos Advogados do Brasil seção Minas Gerais, apresenta à Advocacia Mineira este Workbook.

O objetivo primordial é reforçar os conceitos de publicidade realizados no ambiente digital, esclarecer o que é o Marketing Jurídico e o que é permitido e vedado aos advogados, advogadas, estagiários e estagiárias de direito regularmente inscritos nos quadros da Ordem, em conformidade com o Código de Ética e Disciplina, Regulamento Geral, o Estatuto da Advocacia e o Provimento nº 205/2021 do Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil.

A criação deste material foi idealizada de modo a promover a informação e orientação para a prática de estratégias e ações na publicidade jurídica no trabalho de todos os profissionais da nossa classe.

CONCEITOS E PRINCÍPIOS

DA PUBLICIDADE NA ADVOCACIA

O Estatuto da Advocacia já estabeleceu que a publicidade no exercício profissional será regulada pelo Código de Ética e Disciplina da OAB (CED).

Publicidade e Propaganda possuem conceitos distintos. Enquanto a publicidade, conforme sugere o próprio nome, serve para tornar algo público, a propaganda tem como objetivo a divulgação de produto ou serviço que objetiva o seu consumo e aquisição através de práticas mercantis.

A título de exemplo, os outdoors, faixas, banner ou a chamada propaganda volante, perpetrada através de veículos de som, quando utilizadas para a divulgação da atividade de advocacia, configuram infração ética disciplinar, considerando o viés comercial.

Conforme determina o artigo 28 do Código de Ética e Disciplina da OAB, apenas a PUBLICIDADE é permitida no exercício da profissão.

Para dar um tratamento mais específico sobre o assunto, como a matéria exige, em 2021 passou a vigorar em todo o ordenamento jurídico brasileiro o Provimento nº 205 do Conselho Federal da OAB, que em seu bojo, conceitua a publicidade como “meio pelo qual se tornam públicas as informações a respeito de pessoas, ideias, serviços ou produtos, utilizando os meios de comunicação disponíveis, desde que não vedados pelo Código de Ética e Disciplina da Advocacia”.

Nesse mesmo dispositivo, há o tratamento do Marketing Jurídico, conceituado como “Especialização do marketing destinada aos profissionais da área jurídica, consistente na utilização de estratégias planejadas para alcançar objetivos do exercício da advocacia”.

Em linhas gerais, a publicidade serve para tornar público e o marketing é a soma das estratégias usadas para que o primeiro objetivo se concretize.

PROVIMENTO Nº 205/2021

DO CONSELHO FEDERAL DA OAB

Antes de abordar o Provimento nº 205/2021 do Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil, para melhor compreensão é importante trazer uma contextualização do que era previsto no Provimento nº 94/2000, revogado pelo atual Provimento.

Desta forma, é possível reforçar a influência do digital sob a atuação profissional, que fomentou a atualização de um dispositivo regulador, com uma abordagem um pouco mais moderna, atual e condizente à realidade do mercado.

Até a vigência do Provimento nº 94/2000, havia a previsão apenas da publicidade informativa, como meio de se “levar ao conhecimento do público em geral, ou da clientela, em particular, dados objetivos e verdadeiros a respeito dos serviços de advocacia”.

Na época, o meio de chegar ao público seria perpetrado através do currículo profissional, placa identificativa, cartão de visita, listas telefônicas, malas-diretas e de modo bem discreto, havia a previsão da internet.

Com o vigor do Provimento nº 205/2021, o digital passou a ocupar um espaço considerável nas disposições normativas que regem a atividade profissional da advocacia.

Veja o quadro comparativo:

FORMAS DE PUBLICIDADE PERMITIDAS	PROVIMENTO Nº 94/2000	PROVIMENTO Nº 205/2021
Marketing Jurídico		X
Marketing de Conteúdo Jurídico		X
Publicidade Ativa		X
Publicidade Passiva	X	X
Anúncios		X
Redes Sociais		X
Venda de bens e eventos		X

FORMAS DE PUBLICIDADE PERMITIDAS	PROVIMENTO Nº 94/2000	PROVIMENTO Nº 205/2021
Vídeos, debates, palestras virtuais e lives		X
Chatbot		X
Internet	X	X
Publicidade Informativa	X	X

Relevante se faz registrar, que o Provimento nº 205/2021, resulta de uma complexa e delicada discussão sobre a publicidade profissional, que restou publicado no Diário Eletrônico da OAB em 15 de julho de 2021 e traz em seu bojo, a composição de 13 (treze) artigos e o anexo único, com mudanças significativas, visando assegurar um aparato de ferramentas, consideravelmente razoáveis, de publicidade para aperfeiçoar o exercício da profissão na advocacia.

Nos tópicos a seguir, serão apresentados exemplos práticos do que é permitido e do que é vedado na divulgação digital da atividade profissional.

EXEMPLOS PRÁTICOS

DE PUBLICIDADE PERMITIDA NO DIGITAL



REDE SOCIAL



SITES E BLOGS



PODCAST



IDENTIDADE
VISUAL



ANÚNCIOS



CHATBOT



VÍDEOS, DEBATES
E PALESTRAS
VIRTUAIS



VENDA DE
BENS E
EVENTOS

O QUE É VEDADO?



EXPRESSÕES DE AÇÃO

Como: "consulte-nos hoje mesmo!", "em caso de dúvidas envie um direct", "reduza o valor de seu financiamento", etc.



HONORÁRIOS

Divulgação de preço dos serviços e oferta pública de atuação ou consultoria gratuitas.



ATIVIDADE DIVERSA

Veiculação de publicidade em conjunto ou vinculação com outra atividade.



SIGILO PROFISSIONAL

Referência ou menção a decisões judiciais e resultados de qualquer natureza obtidos em procedimentos que patrocina ou participa de alguma forma.



DESTAQUE PATROCINADO

Pagamento, patrocínio ou custeio de despesa para aparecer em rankings, prêmios ou receber honrarias.



PRÁTICAS MERCANTIS

Uso de propagandas comuns no mercado, como veículo de som, faixas, outdoors, plotagem de veículos, etc.



OSTENTAÇÃO PARA CAPTAÇÃO

Informar as dimensões, qualidades ou estrutura física do escritório, uso de veículos, viagens, hospedagens e bens, para oferta de atuação profissional.



PROMESSA DE RESULTADO

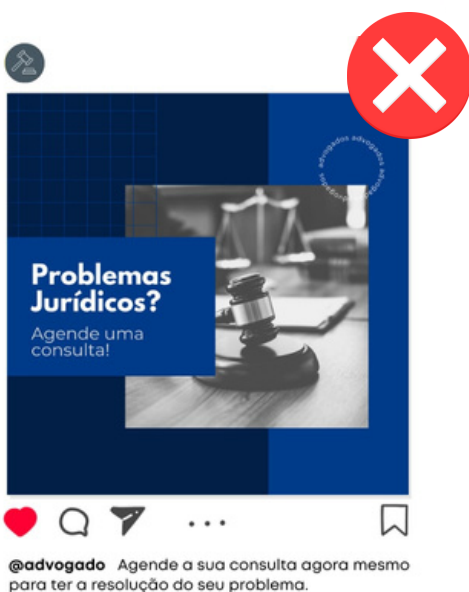
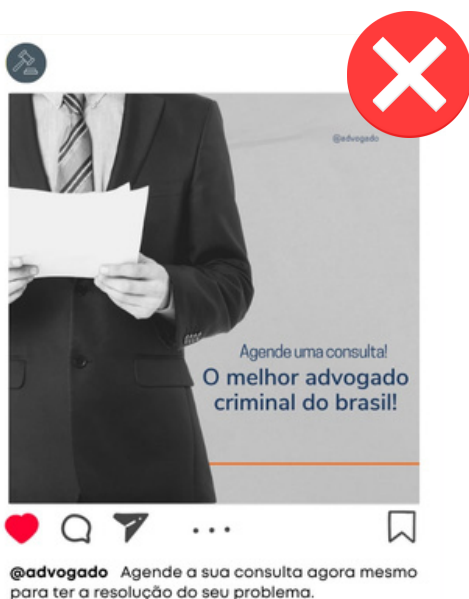
Promessa de resultados ou a utilização de casos concretos para oferta de atuação profissional.

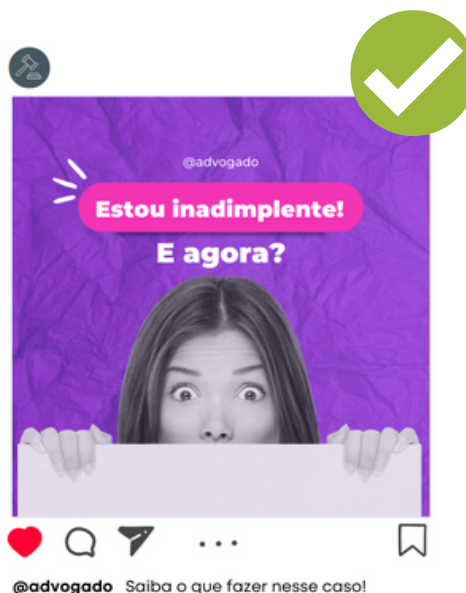


RESPOSTAS EM MASSA

Utilização de aplicativos de forma indiscriminada para responder automaticamente consultas jurídicas.

EXEMPLOS DE PUBLICAÇÕES





DENÚNCIAS E PROCEDIMENTOS

Em caso de identificação de eventual irregularidade da atividade profissional em meio digital, conforme discriminado neste Workbook, as denúncias deverão ser feitas no endereço eletrônico fiscalizacao@oabmg.org.br ou outro canal a ser informado pela FAPA para as providências necessárias.

A FAPA avaliará a denúncia e em caso de inconformidade com a norma vigente notificará o profissional e/ou estagiário para assinatura de Termo de Ajustamento de Conduta (TAC).

Após o cumprimento do TAC, o profissional reincidente será encaminhado diretamente para o Tribunal de Ética e Disciplina da OAB/MG para as providências cabíveis.

Nos casos envolvendo propaganda enganosa, o caso será também encaminhado ao Procon ou Ministério Público de Defesa do Consumidor para os procedimentos correspondentes à defesa do consumidor e da coletividade.

As denúncias, quando realizadas, serão recebidas e tratadas de forma anônima. De igual forma, o procedimento a ser apurado pela FAPA e Termo de Ajustamento de Conduta será firmado em sigilo para preservação da identidade dos profissionais.

Nas situações de exercício ilegal da atividade profissional da advocacia, os envolvidos serão denunciados para o Ministério Público e Delegacia de Polícia correspondente para instauração de procedimento criminal.

DISPOSIÇÕES FINAIS

Instituído no ordenamento jurídico brasileiro em 2021, o Provimento 205 do Conselho Federal da OAB inovou e trouxe clareza ao que é vedado e permitido aos advogados, advogadas, estagiários e estagiárias de direito no que se refere à publicidade no ambiente virtual.

Em seu bojo, permitiu o Marketing Jurídico desde que realizado de forma coerente e em respeito aos preceitos legais éticos que se espera do profissional, cujas limitações já eram impostas pelo Estatuto da Advocacia, Regulamento Geral e Código de Ética e Disciplina da OAB.

O presente Workbook esclareceu que entende-se por publicidade profissional sóbria, discreta e informativa a divulgação que, sem ostentação, torna público o perfil profissional e as informações atinentes ao exercício profissional da advocacia, conforme estabelecido pelo § 1º, do art. 44, do Código de Ética e Disciplina, sem incitar diretamente ao litígio judicial, administrativo ou à contratação de serviços, sendo vedada a promoção pessoal.

Conclui-se, assim, que a educação digital é uma necessidade da geração hiperconectada e também da advocacia que além de compor a sociedade, é a classe que defende os seus direitos.

O que significa dizer que a publicidade não é vedada ao profissional, mas deve ser realizada nos termos da norma vigente. Se publicidade é tornar algo público, que saibamos, em primeiro lugar, dar publicidade do nosso trabalho de forma adequada, ética e coerente com a legislação que institui e rege a nossa profissão.

DIRETORIA OAB/MG 2022/2024

Presidente:

SÉRGIO RODRIGUES LEONARDO

Vice-Presidente:

ÂNGELA PARREIRA DE OLIVEIRA BOTELHO

Secretário Geral:

SANDERS ALVES AUGUSTO

Secretário Geral Adjunto:

CÁSSIA MARIZE HATEM GUIMARÃES

Tesoureiro:

FABRÍCIO SOUZA CRUZ ALMEIDA

Tesoureiro Adjunto:

MARCO ANTÔNIO OLIVEIRA FREITAS

Diretores Institucionais:

RÔMULO BRASIL DE AVELAR CAMPOS

WAGNER ANTÔNIO POLICENI PARROT

Diretor de Apoio as Subseções:

ÁLVARO GUILHERME RIBEIRO MATOS

Diretor de Prerrogativas:

ÉRCIO QUARESMA FIRPE

Diretoria de Interiorização:

BERNARDO CARVALHO BRANT MAIA

MARCIO FACCHINI GARCIA

RODRIGO CARVALHO FERNANDES MARTINS RIBEIRO

Diretor de Inclusão:

WILLIAM DOS SANTOS

AUTORES



ALEXANDRE COSTA

Conselheiro Seccional da OAB/MG, Coordenador de Direito Minerário da ESA da OAB/MG, Presidente da comissão de Fiscalização da Atividade Profissional da Advocacia da OAB/MG, ex-Presidente da comissão estadual OAB vai à escola, professor universitário.



INGRID CASTOR

Vice-Presidente da Comissão Estadual de Marketing Jurídico e Membro das Comissões Estaduais Direito na Escola, Fiscalização da Atividade Profissional da Advocacia e Mulher Advogada da OAB/MG. Especialista em Direito Civil Aplicado e Docência com Ênfase em Educação Jurídica. Advogada e Professora.



NATÁLIA ARAÚJO

Presidente da Comissão de Marketing Jurídico na OAB/MG. Vice Presidente da Comissão de Fiscalização da Atividade Profissional da Advocacia na OAB/MG. Diretora de Marketing da Comissão Direito na Escola na OAB/MG. Advogada e Professora.

REFERÊNCIAS

Estatuto da Advocacia e a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), Lei nº 8.906, de 04 de julho de 1.994.

Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8906.htm.

Acesso em 22 de junho de 2022.

Provimento nº 205/2021. Dispõe sobre a publicidade e a informação da advocacia. Disponível em:

<https://www.oab.org.br/leisnormas/legislacao/provimentos/205-2021>. Acesso em 18 de julho de 2022.

Provimento nº 94/2000. Dispõe sobre a publicidade, a propaganda e a informação da advocacia. (REVOGADO pelo Provimento 205/2021). Disponível em:

<https://www.oab.org.br/leisnormas/legislacao/provimentos/94-2000>. Acesso em 18 de julho de 2022.

Resolução nº 02/2015. Aprova o Código de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil – OAB.. Disponível em:

<https://www.oabmg.org.br/areas/institucional/doc/CodEticaDisciplina.pdf>. Acesso em 18 de julho de 2022



Comissão de Fiscalização da
Atividade Profissional da Advocacia

Comissão de
Marketing Jurídico