

GUIA COMPLETO

MARKETING JURÍDICO PARA ESCRITÓRIOS DE ADVOCACIA

Provimento 205/2021 da
OAB: a publicidade e a
informação da advocacia.

**DEZEMBRO
2022**

 @hasta.mkt

 hastamkt

 hasta-marketing



PROVIMENTO 205 2021

O que é?

Documento que dispõe sobre a publicidade e a informação na advocacia, publicado no Diário Eletrônico da Ordem dos Advogados do Brasil em julho de 2021. O texto substitui o Provimento 94/2000, que, por mais de 20 anos, regulamentou as práticas relacionadas à publicidade na área jurídica.

A principal alteração

As principais mudanças estão relacionadas ao impulsionamento de conteúdos, classificado pelo conselho como “publicidade ativa”. Além disso, a resolução busca definir conceitos dentro do escopo do Marketing Jurídico, com a finalidade de reduzir seu campo de interpretação e evitar possíveis transgressões. Trata-se da segunda atualização Código de Ética da OAB nas regras de Publicidade desde que está em vigor. o Código possui 66 artigos que estão organizados em duas grandes seções: Ética do Advogado e Processo Disciplinar.

As novas permissões

O Provimento 205/2021 chama a publicidade na advocacia de “marketing jurídico”. Sendo assim, o termo é estabelecido, porém, não há diferença na sua essência. Assim como já era determinado, o marketing jurídico “deve ser exercido de forma compatível com os preceitos éticos e respeitadas as limitações impostas pelo Estatuto da Advocacia, Regulamento Geral, Código de Ética e Disciplina” e pelo provimento. O documento indica as pessoas físicas ou jurídicas como responsáveis pelas informações que são veiculadas, devendo responder à OAB pelos possíveis excessos.

ADVOGADOS NA INTERNET

O QUE MUDA COM AS NOVAS REGRAS?



O artigo 46 do Código de Ética e Disciplina já permitia a utilização da internet como meio de levar a publicidade ao cliente, mas a discussão das novas regras de publicidade na advocacia reforçam a importância do Marketing Jurídico. Seja para advogados que já atuam no mercado, para iniciantes, ou aqueles que pretendem abrir um escritório de advocacia, a presença no mundo digital se torna indispensável para se relacionar com o público-alvo e reforçar a autoridade do advogado em sua área de atuação.

MARKETING JURÍDICO

Especialização do marketing destinada aos profissionais da área jurídica, consistente na utilização de estratégias planejadas para alcançar objetivos do exercício da advocacia

MARKETING DE CONTEÚDOS JURÍDICOS

Estratégia de marketing que se utiliza da criação e da divulgação de conteúdos jurídicos, disponibilizados por meio de ferramentas de comunicação, voltada para informar o público e para a consolidação profissional do(a) advogado(a) ou escritório de advocacia

PUBLICIDADE

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.

PUBLICIDADE PROFISSIONAL

Meio utilizado para tornar pública as informações atinentes ao exercício profissional, bem como os dados do perfil da pessoa física ou jurídica inscrita na Ordem dos Advogados do Brasil, utilizando os meios de comunicação disponíveis, desde que não vedados pelo Código de Ética e Disciplina da Advocacia.

PUBLICIDADE DE CONTEÚDOS JURÍDICOS

Divulgação destinada a levar ao conhecimento do público conteúdos jurídicos.

PUBLICIDADE ATIVA

Divulgação capaz de atingir número indeterminado de pessoas, mesmo que elas não tenham buscado informações acerca do anunciante ou dos temas anunciados.

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.

CAPTAÇÃO DE CLIENTELA

Para fins deste provimento, é a utilização de mecanismos de marketing que, de forma ativa, independentemente do resultado obtido, se destinam a angariar clientes pela indução à contratação dos serviços ou estímulo do litígio, sem prejuízo do estabelecido no Código de Ética e Disciplina e regimentos próprios.

O Provimento estabelece os critérios específicos sobre a publicidade e informação da advocacia. Confira as especificações do anexo único do provimento 205/2021.



ANUÁRIOS

Somente é possível a participação em publicações que indiquem, de forma clara e precisa, qual a metodologia e os critérios de pesquisa ou de análise que justifiquem a inclusão de determinado escritório de advocacia ou advogado(a) na publicação, ou ainda que indiquem que se trata de mera compilação de escritórios ou advogados(as). É vedado o pagamento, patrocínio ou efetivação de qualquer outra despesa para viabilizar anúncios ou aparição em publicações como contrapartida de premiação ou ranqueamento.



APLICATIVOS

Não é admitida a utilização de aplicativos de forma indiscriminada para responder automaticamente consultas jurídicas a não clientes por suprimir a imagem, o poder decisório e as responsabilidades do profissional, representando mercantilização dos serviços jurídicos.



PALAVRA-CHAVE

Permitida a utilização de ferramentas de aquisição de palavra-chave quando responsivo a uma busca iniciada pelo potencial cliente e desde que as palavras selecionadas estejam em consonância com ditames éticos. Proibido o uso de anúncios ostensivos em plataformas de vídeo.



CARTÃO DE VISITAS

Deve conter nome ou nome social do(a) advogado(a) e o número da inscrição na OAB e o nome da sociedade, se integrante de sociedade. Pode conter número de telefone, endereço físico/eletrônico, QRCode que permita acesso aos dados/site. Pode ser físico e eletrônico.



CHATBOT

Permitida a utilização para o fim de facilitar a comunicação ou melhorar a prestação de serviços jurídicos, não podendo afastar a personalidade da prestação do serviço jurídico, nem suprimir a imagem, o poder decisório e as responsabilidades do profissional. É possível, por exemplo, a utilização no site para responder as primeiras dúvidas de um potencial cliente ou para encaminhar as primeiras informações sobre a atuação do escritório. Ou ainda, como uma solução para coletar dados, informações ou documentos.



CORRESPONDÊNCIAS

O envio de cartas e comunicações a uma coletividade ("mala direta") é expressamente vedado. Somente é possível o envio de cartas e comunicações se destinadas a clientes e pessoas de relacionamento pessoal ou que os solicitem ou os autorizem previamente, desde que não tenham caráter mercantilista, que não representem captação de clientes e que não impliquem oferecimento de serviços.



CONTEÚDO

Deve ser orientada pelo caráter técnico informativo, sem divulgação de resultados concretos obtidos, clientes, valores ou gratuidade.



FERRAMENTAS

Podem ser utilizadas com a finalidade de auxiliar os(as) advogados(as) a serem mais eficientes em suas atividades profissionais, sem suprimir a imagem, o poder decisório e as responsabilidades do profissional.

WHATSAPP



Permitida a divulgação por meio de grupos de “whatsapp”, desde que se trate de grupo de pessoas determinadas, das relações do(a) advogado(a) ou do escritório de advocacia e seu conteúdo respeite as normas do Código de Ética e Disciplina e do presente provimento.

LIVES



É permitida a realização de lives nas redes sociais e vídeos no Youtube, desde que seu conteúdo respeite as normas do Código de Ética e Disciplina e do presente provimento.

IMPULSIONAMENTO



Patrocínio e impulsionamento nas redes sociais: Permitido, desde que não se trate de publicidade contendo oferta de serviços jurídicos.

MATERIAIS DE ESCRITÓRIO



Pode conter nome e nome social do(a) advogado(a) e da sociedade, endereço físico/eletrônico, número de telefone e logotipo.

PLACA DE IDENTIFICAÇÃO



Pode ser afixado no escritório ou residência do(a) advogado(a), não sendo permitido que seja luminosa. Suas dimensões não são preestabelecidas, bastando que haja proporcionalidade em relação às dimensões da fachada ou porta.

REDES SOCIAIS




É permitida a presença nas redes sociais, desde que seu conteúdo respeite as normas do Código de Ética e Disciplina e do presente provimento.

O QUE O PROVIMENTO 205/2021 PROÍBE?



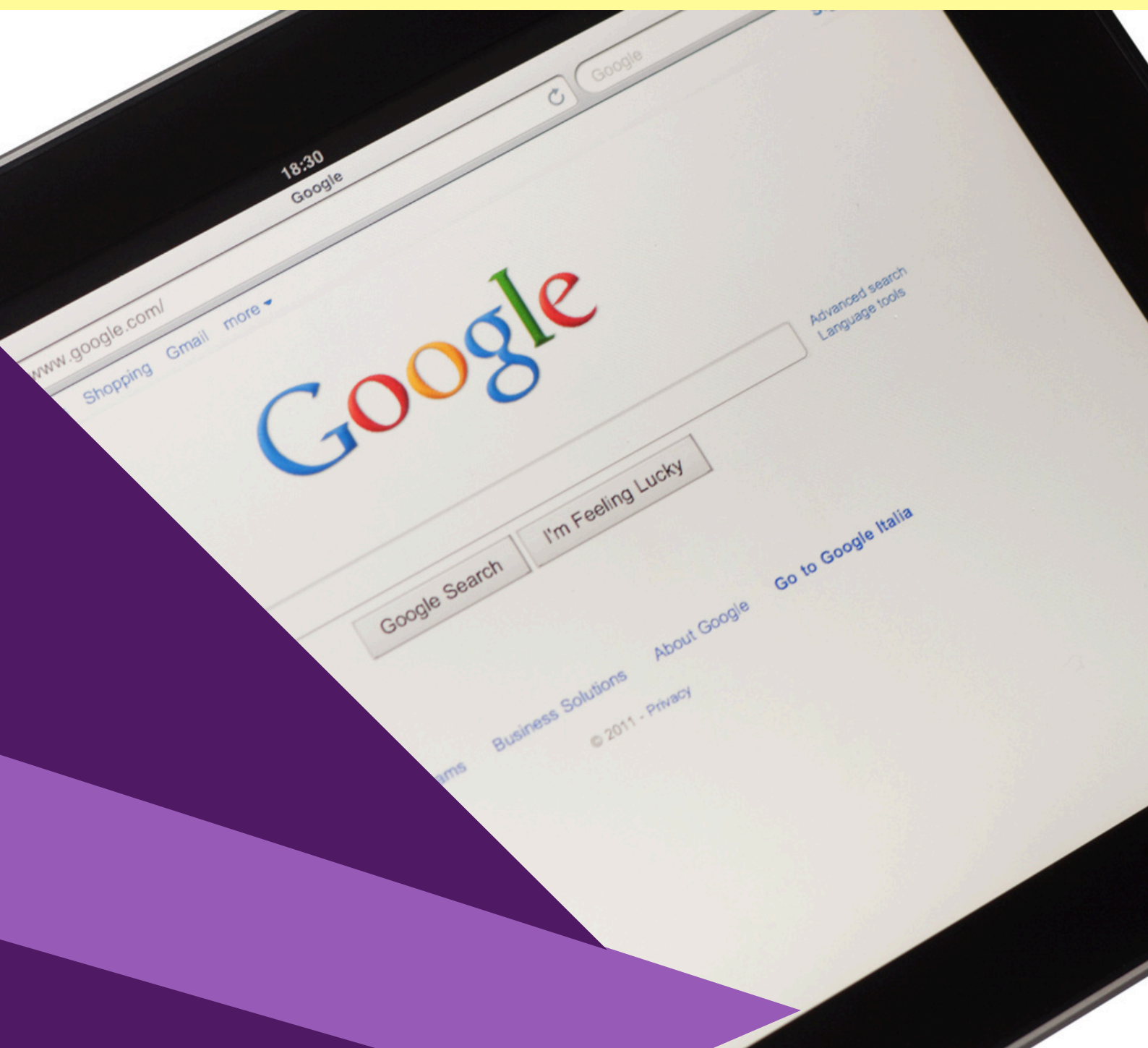
- ✘ Configurar captação de clientela ou mercantilização da profissão na publicidade.
- ✘ Divulgar publicidade no rádio, televisão e cinema, outdoors, painéis luminosos ou semelhantes, muros, paredes, veículos, elevadores ou qualquer espaço público.
- ✘ Responder, de forma habitual, consultas sobre matérias jurídicas, evitando que a interação nas redes sociais e demais meios de comunicação se torne consultas jurídicas generalizadas.
- ✘ Debater um caso que está sob oscuidados de outro colega de profissão.
- ✘ Falar sobre temas de modo a comprometer a dignidade da profissão e da instituição representativa.
- ✘ Divulgar listas de clientes e demandas.
- ✘ Insinuar-se para reportagens e declarações públicas.
- ✘ Ter finalidade de autopromoção nas manifestações públicas.
- ✘ Falar sobre métodos de trabalho usados por colegas de profissão.
- ✘ Participar de debates com caráter sensacionalista.
- ✘ Fazer referência direta ou indireta a valores de honorários, formas de pagamento, gratuidades, descontos ou reduções de preço como forma de atrair mais clientes.
- ✘ Utilizar expressões persuasivas, de auto engrandecimento ou de comparação.


- 
- ✘ Incitar o litígio.
 - ✘ Fazer promessa de resultados.
 - ✘ Usar estratégias para promoção pessoal.
 - ✘ Utilizar placas de identificação luminosas.
 - ✘ Divulgar informações sobre a qualidade ou estrutura física do escritório.
 - ✘ Utilizar aplicativos para responder consultas jurídicas, respondendo automaticamente consultas jurídicas a não clientes.
 - ✘ Divulgar o exercício da advocacia em conjunto com outra atividade profissional.
 - ✘ Fazer mala direta – só é possível encaminhar e-mails ou cartas a pessoas que te deram essa autorização.
 - ✘ Divulgação de informações que possam induzir o público ao erro e, conseqüentemente, causar dano a clientes, outros advogados ou à sociedade em geral.
 - ✘ Fazer anúncio de especialidades sem ter os devidos certificados ou notória especialização.
 - ✘ Distribuir brindes ou comunicação física ou virtual de modo indiscriminado em locais públicos, presenciais ou virtuais, com exceção de eventos jurídicos.
 - ✘ Fazer uso excessivo de recursos financeiros no marketing de conteúdos jurídicos;
 - ✘ Efetuar pagamento, patrocínio ou coisa semelhante para aparecer em rankings, prêmios ou outros tipos de honrarias.
 - ✘ Exibir bens relativos ou não ao exercício da profissão, como veículos, viagens, hospedagens e bens de consumo.

Colocamos você nos primeiros lugares do Google

NÃO DEPENDA SOMENTE DE INDICAÇÕES PARA FECHAR NOVOS NEGÓCIOS. UTILIZE O PODER DO GOOGLE A FAVOR DO SEU ESCRITÓRIO.

SEUS SERVIÇOS JURÍDICOS APARECENDO POR GEOLOCALIZAÇÃO PARA A PESSOA CERTA NA HORA CERTA. SUA DEMANDA VAI CRESCER COMO VOCÊ ESPERA!





**conte com quem
entende do
assunto**

.a0
hastamarketing.com