



**PODE
ISSO
OAB?**

**ORIENTAÇÕES SOBRE
PUBLICIDADE, INFORMAÇÃO
E MARKETING REGULAR
NA ADVOCACIA.**

DIRETORIA
OAB/RO 2020/2023

Márcio Melo Nogueira
Presidente

Vera Lúcia Paixão
Vice-Presidente

Aline Silva
Secretária Geral

Larissa Teixeira Rodrigues Fernandes
Secretária Geral Adjunto

Marcos Donizetti Zani
Diretor Tesoureiro

CONSELHEIROS FEDERAIS

Alex Souza de Moraes Sarkis
Elton José Assis
Solange Aparecida da Silva
Fernando da Silva Maia
Julinda da Silva
Maria Eugenia Oliveira Silva

CONSELHEIROS ESTADUAIS

Aisla de Carvalho
Aline de Pinho Silva Pinheiro
Ana Paula de Lima Fank
Brian Griehl
Cleonice da Silva Lacheski Loeff
Douglas Wagner Codignola
Eder Junior Matt
Eduarda Meyka Ramires Yamada
Estefania Souza Marinho
Everton Campos de Queiros
Felippe Roberto Pestana
Henrique Scarcelli Severino
Herbert Wender Rocha
Iasmini Scaldelai Dambros
Izabela Mineiro Mendes
Jaquelize Aparecida Gonçalves Rodrigues
João Carlos Veris
Joilma Gleice Schiavi Gomes
Lenine Apolinario de Alencar
Leonardo Fabris Souza
Luana Vassilakis Moura Mendes
Marcia de Oliveira Lima
Marcio Antônio Pereira
Max Miliano Prensler Costa
Robislete de Jesus Barros
Robson Amaral Jacob
Weverton Jefferson Teixeira Heringer
Alex Fabian de Melo Andrade
Alexandre dos Santos Nogueira

Aline Cristina Rodrigues dos Santos Faedo
Vitória Jovana Da Silva Uchôa
Brenda Almeida Faustino
Caroline Pontes Bezerra
Cezar Artur Felberg
Clemilson Benarroque Garcia
Danilo Henrique Alencar Maia
Francisco das Chagas Frota Lima
João Bosco Machado de Miranda
José Maria de Souza Rodrigues
Leide Maira Silva da Mata
Leise Prochnow Mourão Tiussi
Lorraine Iyacoca de Assis Gonçalves Silva
Luciano Filla
Maria Caroline Cirioli Gervásio
Mariluce Oliveira de Andrade
Marisselma Maria da Conceição Mariano
Meuri Adriana de Andrade Florencio
Miriam Pereira Mateus
Nelson Sergio da Silva Maciel Junior
Paulo Alexandre Correia de Vasconcelos
Sérgio Abrahão Elias
Viviane Sodrê Barreto
Wilson Vedana Júnior
Catiene Magalhães de Oliveira Santana
Michel Mesquita da Costa
Brenda Rodrigues dos Santos Mazullo
Joseandra Reis Mercado

PRESIDENTES DE SUBSEÇÕES

Antônio Ramon Viana Coutinho (*Alvorada do Oeste*), Helena Maria Piemonte Pereira Debowski (*Ariquemes*), Robson Clay Floriano Amaral (*Buritis*), Diógenes Nunes de Almeida Neto (*Cacoal*), Mário Mendes Gonçalves da Silva (*Cerejeiras*), Paulo Henrique Schmöller de Souza (*Colorado do Oeste*), Elisabete Balbinot (*Espigão do Oeste*), Erick Allan da Silva Barroso (*Guajará-Mirim*), Rooger Taylor Silva Rodrigues (*Jaru*), Jefferson Freitas Vaz (*Ji-Paraná*), Reginaldo Ferreira dos Santos (*Machadinho do Oeste*), Claudia Fidelis (*Ouro Preto do Oeste*), Wilson Nogueira Júnior (*Pimenta Bueno*), Sara Gessica Goubeti Melocra (*Presidente Médici*), Auri José Braga de Lima (*Rolim de Moura*), Glenda Estela Silva de Araújo (*São Francisco do Guaporé*), Fernanda Nascimento Nogueira C. Reis de Almeida (*São Miguel do Guaporé*), Túlio Magnus de Mello Leonardo (*Vilhena*).

DIRETORIA CAARO

Elton Sadi Fülber
Presidente da CAARO

Glória Chris Gordon
Vice-Presidente da CAARO

Vinícius Martins Noé
Secretário-Geral da CAARO

Lucimar Sombra De Oliveira
Secretária-Geral Adjunta da CAARO

Everthon Barbosa Padilha De Melo
Diretor Tesoureiro da CAARO

Jeanderson Luiz Valério Almeida
Membro da CAARO

Terezinha De Andrade Silva
Membra da CAARO

DIRETORIA ESA

Edson Antônio Sousa Pontes Pinto
Diretor Geral

Priscila Franciellen Franco Lourenço
Diretora de Gestão e Planejamento Estratégico

Thiago Pinheiro
Diretor do Laboratório da Inovação

André Luiz De Oliveira Brum
Diretor Acadêmico

David Mourão Lopes
Diretor Executivo

DIRETORIA TRIBUNAL DE ÉTICA E DISCIPLINA

Alessandra Rocha Camelo
Presidente

Louise Souza dos Santos Haufes
Vice-Presidente

Regiane Teixeira Struckel
Secretária Geral

Filiph Menezes da Silva
Secretário Geral Adjunto

APRESENTAÇÃO

Esta cartilha é fruto do trabalho conjunto desenvolvido pelo Tribunal de Ética e Disciplina e a Corregedoria da OAB Rondônia e pensada para você, que busca informações rápidas e claras sobre o que é permitido na prática da advocacia.

Sabemos que o dia-a-dia da profissão é cheio de desafios e dúvidas. Por isso, baseados nas normativas do Conselho Federal da OAB reunimos aqui algumas orientações sobre os temas atuais mais comuns enfrentados por advogados e advogadas, tais como publicidade e marketing jurídico, uso de tecnologias, relacionamento com clientes e colegas, entre outros.

Nosso objetivo é facilitar o exercício da advocacia, oferecendo respostas diretas e descomplicadas para suas perguntas.

A cartilha está organizada em formato de "consulta rápida", com perguntas e respostas objetivas, para que você encontre facilmente a informação que necessita. Além disso, utilizamos uma linguagem simples e acessível, sem o "juridiquês" que muitas vezes dificulta a compreensão.

Lembre-se: Isto é apenas um guia de orientação. Em caso de dúvidas mais complexas, consulte sempre o Código de Ética e Disciplina da OAB, o Provimento 205/2021 do CFOAB, o Estatuto da OAB, outras fontes oficiais ou formule uma consulta junto ao TED da OAB de sua seccional.

Afinal, pode isso, OAB? A gente te conta!

Esperamos que esta cartilha seja útil para você e contribua para o exercício ético e responsável da advocacia.

Boa leitura!

Larissa Rodrigues Teixeira
Corregedora Geral OAB/RO

Alessandra Rocha Camelo
Presidente TED OAB/RO

Louise Souza dos Santos Haufes
Vice- Presidente TED OAB/RO

Regiane Teixeira Struckel
Sec Geral TED OAB/RO

Filiph Menezes de Souza
Sec. Geral - Adjunto TED OAB/RO

CONCEITOS E RECOMENDAÇÕES

No dever de orientar sobre matérias de ética e disciplina na Advocacia, o Tribunal de Ética e Disciplina e a Corregedoria da OAB de Rondônia, visando dirimir dúvidas quanto a interpretação das normativas que regem o dia a dia dos advogados e advogadas, em especial as mais atuais, que tratam da publicidade, informação e marketing jurídico, e que muitas vezes culminam na geração de processos disciplinares, apresenta alguns conceitos e recomendações adiante extraídos. O intuito é educar e orientar, buscando padronizar as práticas na advocacia e garantir que todos os profissionais estejam atualizados com as constantes mudanças estabelecidas pelo Conselho Federal da OAB.

Marketing: É um conjunto de estratégias e ações que visam identificar, criar, comunicar e entregar valor para os clientes, a fim de satisfazer suas necessidades.

Marketing Jurídico: É a aplicação de estratégias de marketing adaptadas ao setor jurídico, com o intuito de alcançar objetivos do exercício da advocacia: fortalecer a imagem do profissional ou escritório, atrair clientes e gerar oportunidades de negócios etc. Envolve ações como criação de conteúdo relevante, gestão de redes sociais, relacionamento com a imprensa e participação em eventos.

Publicidade: é uma forma de comunicação paga e não pessoal que visa promover produtos, serviços, ideias ou marcas para um público-alvo específico. Ela utiliza diversos meios de comunicação, como televisão, rádio, jornais, revistas, internet, outdoors e redes sociais, para alcançar o maior número de pessoas possível e influenciar suas decisões de compra ou comportamento. A publicidade tem como objetivo principal persuadir o público-alvo a realizar uma ação específica, como comprar um produto, contratar um serviço, aderir a uma causa ou mudar de opinião sobre determinado assunto. Para isso, ela utiliza diversas técnicas de persuasão, sendo a publicidade informativa a modalidade permitida pelas normativas da OAB para a advocacia.

Publicidade informativa: é um tipo de comunicação que visa transmitir informações relevantes e objetivas sobre produtos ou serviços, ideias ou marcas, sem a intenção de persuadir ou manipular o público-alvo. Ela se concentra em apresentar fatos, dados, características e benefícios de forma clara e transparente, permitindo que o possível

cliente tome uma decisão consciente e informada.

Publicidade Informativa na Advocacia: É a modalidade de publicidade permitida aos advogados e advogadas, com o objetivo de informar o público sobre suas qualificações, áreas de atuação, serviços oferecidos e informações jurídicas relevantes. Deve ser objetiva, verdadeira, discreta e moderada, sem caracterizar captação de clientela ou mercantilização da profissão.

Publicidade Ativa: estratégia de divulgação capaz de atingir um número indeterminado de pessoas, mesmo que elas não tenham buscado informações acerca do anunciante ou dos temas anunciados. Fazer publicidade ativa é buscar atingir um público que ainda não te pertence. É patrocinar uma mídia para alcançar um público segmentado que tenha um interesse pertinente às áreas de atuação de um advogado, advogada ou escritório de advocacia. Logo, tem a ver com definir um público-alvo, uma persona, um segmento de atuação no qual você deseja fortalecer a posição. Isso pode ser feito, por exemplo, por meio de impulsionamento/patrocínio de posts nas redes sociais, ferramenta explicitamente permitida pela OAB.

Publicidade Passiva: É uma estratégia de divulgação que visa atrair clientes de forma orgânica, um 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, sem a necessidade de investimentos em anúncios pagos ou ações de marketing proativas. Ela se concentra em disponibilizar informações relevantes e de qualidade sobre o advogado ou escritório, de modo que os potenciais clientes possam encontrá-los quando buscarem por serviços jurídicos. Alguns exemplos de publicidade passiva são: postar nas suas redes sociais, enviar e-mails, mensagens no WhatsApp ou Telegram, convidando para eventos e outras formas de contato, mas lembre-se de sempre respeitar as regras sobre o uso de dados dos clientes e o que a OAB permite falar sobre seus serviços.

Canais de Divulgação: São os meios utilizados para divulgar a publicidade informativa, como sites, blogs, redes sociais, e-mail marketing, eventos, palestras e entrevistas, dentre outros.

Inteligência Artificial (IA): É uma área da ciência da computação que

cria sistemas ou programas capazes de realizar tarefas que normalmente requerem inteligência humana. Na advocacia, a inteligência artificial é usada para melhorar a eficiência e precisão de várias tarefas legais.

Chatbot: ou "robô de conversa", é um programa de computador que simula e processa conversas humanas, respondendo a perguntas e executando tarefas simples. Ele utiliza inteligência artificial para entender a linguagem natural e fornecer respostas relevantes. Pode ser usado em diversas plataformas, como sites, aplicativos de mensagens e redes sociais. Em resumo, chatbot é um assistente virtual que se comunica com as pessoas por meio de texto ou voz, facilitando o acesso a informações e serviços.

Google Ads: é uma plataforma de publicidade (paga) online do Google que permite criar anúncios para serem exibidos nos resultados de pesquisa, em sites parceiros e no YouTube. Os anúncios são exibidos para usuários que pesquisam por palavras-chave relacionadas aos seus serviços ou que visitam sites com conteúdo relevante para o seu negócio.

Leads: São potenciais clientes que demonstraram interesse nos serviços jurídicos oferecidos por um escritório ou advogado (a). Essa demonstração de interesse pode ocorrer de diversas formas, como: uma pessoa que promove o preenchimento de formulários online no site do escritório, em landing pages de campanhas de marketing ou em redes sociais, ou que faz "download" de materiais como e-books, guias ou modelos de documentos jurídicos, alguém que faz inscrição em newsletters ou webinars sobre temas jurídicos relevantes, alguém que promove interação em redes sociais como comentários, mensagens diretas ou compartilhamentos de publicações ou que participa de eventos presenciais ou online, promovidos pelo advogado, advogada ou escritório ou por outras instituições ou mesmo, pessoas por indicações de outros clientes que já utilizaram os serviços do escritório e ficaram satisfeitos.



RONDÔNIA