



A ÉTICA PROFISSIONAL DOS ADVOGADOS- O LIMITE DA PUBLICIDADE E O MARKETING JURÍDICO

Autor(res)

Rosa Maria Silva Das Neves
Laura Cabral Da Silva
Melquisedeque Mateus Monteiro
Carolina Ferreira Lucas Da Costa
Pedro Henrique Lima Teodoro
Maria Eduarda Batista Da Silva
Cristina Machado Valente Lima
Gleudson Max Diniz Brito
Christoffer Willian Barbosa De Cliveira
Elexania Lucas De Paiva

Categoria do Trabalho

2

Instituição

FACULDADE ANHANGUERA DE BRASÍLIA

Introdução

Atualmente, observa-se a evolução tecnológica, com a globalização e os avanços da tecnologia, é notório o crescimento do uso dos meios de comunicação, tornando-se cada vez mais utilizado em todas as profissões.

O marketing tem um papel fundamental em todo o meio profissional, na advocacia, conhecido também como marketing jurídico, visa o alcance de novos clientes no ramo da sua especialidade, seja ela trabalhista ou criminal, sem exceder limites já existentes para os profissionais da advocacia.

Além da disputa relacionada ao grande número de bacharéis recém-formados, e de outros profissionais que migraram de outra área para a advocacia, torna-se cada vez mais uma grande disputa para serem reconhecidos dentro do ramo jurídico.

Mas até que ponto pode ser utilizada essa ferramenta? O que é admissível ou inadmissível dentro da lei?

Abordaremos os limites impostos à publicidade, o marketing e a ética do advogado, com a finalidade de abranger as limitações dispostas na legislação.

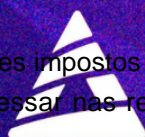
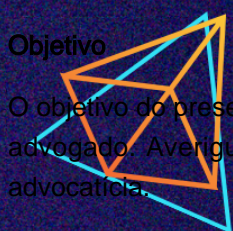
Objetivo

O objetivo do presente trabalho é abranger os limites impostos pela legislação em relação ao marketing jurídico do advogado. Averiguar o ponto limite para se expressar nas redes sociais sem que isso prejudique sua carreira advocatícia.

Material e Métodos

Este trabalho se baseará em pesquisa realizada de forma teórica, utilizando-se do método hipotético dedutivo e

3^a MOSTRA CIENTÍFICA



Anhanguera



revisão literária, através do qual analisar-se-á os posicionamentos distintos sobre o tema apresentado, a saber, o uso do marketing jurídico e os limites da publicidade impostos à advocacia por meio de seu regramento específico, visando estabelecer a linha limítrofe entre os limites ora impostos e as vantagens do uso dessa ferramenta.

Resultados e Discussão

O marketing tornou-se um grande aliado da advocacia e das demais profissões, pois é a partir dele que se capitaliza novos clientes, se tornando útil ao passar confiança de determinado assunto recorrente, interliga pessoas nas possíveis soluções. O Inbound Marketing é um conjunto de estratégias de marketing focado em atrair, converter e suprir as dúvidas dos clientes, ao contrário do Marketing tradicional, o Inbound Marketing faz uso de Marketing de Conteúdo, SEO e Estratégias em Redes Sociais para atrair clientes por meio de canais online. Nesta pesquisa, abordaremos o Código de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil, o provimento nº205/2015, e o Estatuto da Advocacia.

Conclusão

O objetivo do presente artigo foi analisar as possibilidades do uso do marketing jurídico e a publicidade existente na lei e no novo Provimento 205/2021, identificando os limites impostos sem que possa ofender a legislação.

O advogado acabou se modificando na advocacia com o passar do tempo devido os avanços tecnológicos, para que pudesse se relacionar melhor com os clientes, ou seja, atualizar-se no meio digital, e principalmente em meio a pandemia da Covid-19.

Referências

REZENDE BERNARDES, MARCELO. OS PRINCÍPIOS ÉTICOS E SUA APLICAÇÃO NO DIREITO. Acesso em 26 de abril de 2024.

OAB. PROVIMENTO N° 205/2021. Disponível em <https://www.oab.org.br/leisnormas/legislacao/provimentos/205-2021>. Acesso em 25 de abril de 2024.

CONSELHO FEDERAL DA OAB. CÓDIGO DE ÉTICA E DISCIPLINA DA OAB. Disponível em <https://www.oab.org.br/content/pdf/legislacaooab/codigodeetica.pdf>. Acesso em 25 de abril de 2024.

PLANALTO. GOV. LEI N° 8.906 DE 4 DE JULHO DE 1994. Disponível em https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8906.htm. Acesso em 25 de abril de 2024.

CONSULTOR JURÍDICO. O NOVO PROVIMENTO DA OAB E OS AVANÇOS NO MARKETING JURÍDICO DIGITAL. Disponível em <https://www.conjur.com.br/2021-jul-27/opinioao-provimento-oab-marketing-juridico-digital/>. Acesso em 25 de abril de 2024.

JUS BRASIL. MARKETING JURÍDICO DIGITAL: A EVOLUÇÃO NO ÂMBITO JURÍDICO. Disponível em <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/marketing-juridico-digital-a-evolucao-no-ambito-juridico/651341766>.

3^A MOSTRA CIENTÍFICA



Anhanguera