

III CONCED

III Congresso Nacional  
de Ciência e Educação



Razão  
e Emoção

Pela linguagem dos afetos e sensibilização dos conhecimentos

ANAI S

12 - 16 SET 2022



FACULDADE  
CATÓLICA  
DO RIO GRANDE DO NORTE

# III CONCONCED

**ANAIS**

**III CONGRESSO NACIONAL DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO**

**RAZÃO E EMOÇÃO**

**Pela linguagem dos afetos e sensibilização dos conhecimentos**



**FACULDADE  
CATÓLICA**  
DO RIO GRANDE DO NORTE



FACULDADE  
CATÓLICA  
DO RIO GRANDE DO NORTE

12 - 16 SET 2022

III Congresso Nacional  
de Ciência e Educação



Editora Chefe: Karidja Kalliany Carlos de Freitas Moura  
Projeto Gráfico/ Designer: Antônio Laurindo de Holanda Paiva Filho e Edvaldo Rodrigues Júnior  
Diagramação e Editoração: Luciana Fernandes Queiroz Amorim, Marina Evelyn da Costa Soares e Nayla de Freitas Fernandes  
Publicação: Faculdade Católica do Rio Grande do Norte.  
FCRN, Faculdade Católica do Rio Grande do Norte  
Praça Dom João Costa, 511 - Bairro Santo Antônio.  
Mossoró/RN | CEP 59.611-120  
(84) 3318-7648  
E-mail: extencao@catolicadorn.com.br  
Site: www.catolicadorn.com.br

C749a

Congresso Nacional de Ciência e Educação (3. : 2022 : Mossoró, RN).

Anais do III Congresso Nacional de Ciência e Educação [recurso eletrônico] : Razão e Emoção : pela linguagem dos afetos e sensibilização dos conhecimentos / Editora Chefe: Karidja Kalliany Carlos de Freitas Moura. – Mossoró, RN : FCRN, 2022.

Dados eletrônicos (1 arquivo PDF : ca 5,6 Mb)

Evento realizado de 12 a 16 de setembro de 2022.

1. Ciências Sociais - Evento 2. Humanização – Evento. 3. Pesquisa científica – Evento. I. Moura, Karidja Kalliany Carlos de Freitas. IV. Faculdade Católica do Rio Grande do Norte. IV. Título.

CDD: 300

Bibliotecária: Adriana de L. Teixeira CRB 15/0550

Os conteúdos e as opiniões externadas nesta obra são de responsabilidade exclusiva dos autores.

Todos os direitos de publicação e divulgação em língua portuguesa estão reservados à FCRN - Faculdade Católica do Rio Grande do Norte e aos organizadores da obra.



## APRESENTAÇÃO DO EVENTO

O III CONCED - Congresso Nacional de Ciência e Educação, abordou, no período de 12 a 16 de setembro de 2022, o tema: "Razão e Emoção: Pela linguagem dos afetos e sensibilização dos conhecimentos". A temática central ressalta a educação a partir da razão e emoção em busca de transformar o homem a partir da apropriação de conhecimentos científicos, com o intuito de perpetuar tais conhecimentos por gerações, a fim de que conheçam técnicas e se apropriem para conduzir cultura e fazer história, no espaço e tempo em que se vive, dentro da comunidade de maneira afetiva

É sabido que a educação é o caminho mais profícuo para o crescimento pessoal e profissional de qualquer pessoa, é por ela e para ela que todos os esforços desse grande evento foram despendidos. O processo de educar ultrapassa os livros e as teorias, vai além daquilo que é escrito e tece para si uma série de conexões, de modo a promover relações e afetos.

O III CONCED, com enfoque na iniciação científica, confirma o nosso desejo de diálogo com outros saberes, considerando que o diálogo é o caminho mais viável para os processos de autoafirmação e reconhecimento das diferenças, elementos essenciais para a convivência em um mundo cada vez mais plural.

Os grupos temáticos deram sustentação ao tema central, promovendo discussões, reflexões e novas formas de pensar, estimular o envolvimento da comunidade discente e docente na pesquisa científica, sendo esta fonte essencial na busca e apreensão de novos conhecimentos, apontando as diretrizes para o desenvolvimento dos trabalhos acadêmicos e científicos apresentados nos artigos deste livro.

**Comissão Organizadora**



## **MARKETING JURÍDICO: a importância de realizar um networking sabendo dos limites entre a evolução tecnológica e o código de ética da OAB**

**Anna Laura Moura<sup>1</sup>**

**Nayara Soares de Sousa<sup>2</sup>**

### **RESUMO**

A determinação em abordar esse tema surgiu ao visualizar a necessidade que a classe dos advogados do Brasil possui em realizar um trabalho virtual para melhor se firmar no mercado, porém, sem ultrapassar os limites estabelecidos na legislação que rege a classe. Com a evolução tecnológica e o crescimento das redes sociais, um dos principais veículos para a captação de clientes se tornou a internet. A realização de um marketing adequado e específico para a necessidade das empresas e advogados atualmente é vital para a consolidação e crescimento no mercado, principalmente para novos empreendedores. Para melhor compreender essa questão, pode-se dizer que o marketing é um gênero que possui duas espécies, a publicidade e a propaganda. No âmbito do direito, a publicidade tem a característica de tornar pública as informações acerca da atuação profissional, podendo compartilhar a construção do escritório, os advogados membros, inclusive, esclarecer acerca dos direitos dos cidadãos em suas redes sociais. Já a utilização da espécie propaganda é vetada pelo Código de Ética da Ordem dos Advogados do Brasil, pois a propaganda possui, por definição, o objetivo de vender um produto, negociar preços e formas de pagamento, além de proporcionar aos cidadãos uma ideia de garantia de êxito ao comprar o produto, ou, nesse caso, ao contratar um advogado. A metodologia utilizada para a realização desse trabalho foi baseada na pesquisa e em análises sociais. Portanto, é vital que os advogados realizem o marketing jurídico necessário, porém, compreendendo os limites estabelecidos na legislação.

**Palavras-chave:** Marketing. Marketing Jurídico. Publicidade. Propaganda. Redes sociais. Código de Ética da Ordem dos Advogados do Brasil. Legislação.

---

<sup>1</sup> Professora Orientadora. Advogada. Especialista em Direito Tributário pelo Instituto Brasileiro de Estudos Tributários (IBET), Vice-Presidente da Comissão de Direito Tributário da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB)- subseccional Mossoró/RN. Graduada pela Universidade Estadual do Rio Grande do Norte- UERN.

<sup>2</sup> Acadêmica da Graduação no curso de Direito pela Faculdade Católica do Rio Grande do Norte- FCRN.



## ABSTRACT

The determination to address this issue arose when viewing the need for Brazil to have a class of lawyers to better establish itself in the market, however, without establishing a limit established in the determination that governs a class. With the technological evolution and the growth of social networks, one of the main vehicles for attracting customers has become the internet. The realization of an adequate and specific marketing for the needs of the companies and currently growth is vital for the consolidation and in the market, mainly for new entrepreneurs. To better understand this issue, it can be said that marketing is a genre that has two species, advertising and propaganda. In law space, the publicity has the characteristic of making public the professional performance, which may include the construction of the office, the members, including the education of the rights of citizens in their social advertising information. The use of advertising is prohibited by the Code of Ethics of the Brazilian Lawyers Association, as advertising, by definition, has the objective of selling a product, negotiation the prices and payment methods, in addition to offering citizens an idea of guarantee of success when purchasing the product, or, for that matter, when hiring a lawyer. The methodology used to carry out this work was based on research and social evaluations. Therefore, it is vital that lawyers carry out the necessary legal marketing, however, within the limits established in the legislation.

**Keywords:** Marketing. Legal Marketing. Advertising. Propaganda. Social Media. Code of Ethics of the Brazilian Lawyers Association. Legislation.

## REFERÊNCIAS

**Código de Ética e Disciplina da OAB, VADE MECUM, Editora Rideel, 10ª edição, 2010, São Paulo.** Lei 8.906/94 – Estatuto da Advocacia e da Ordem dos Advogados do Brasil, VADE MECUM, Editora Rideel, 10ª edição, 2010, São Paulo.

SILVA SANTOS, Jennifer Vitória. **OS LIMITES DO MARKETING JURÍDICO DIGITAL E A PUBLICIDADE NA ADVOCACIA.** Conteúdo Jurídico. Disponível em: <https://www.conteudojuridico.com.br/consulta/artigos/57395/os-limites-do-marketing-juridico-digital-e-a-publicidade-na-advocacia>. Acessado em 11 de agosto de 2022.



FACULDADE  
CATÓLICA  
DO RIO GRANDE DO NORTE