



---

## Na íntegra: Pensamentos para um jovem advogado

Pensamentos para um jovem advogado.

Escrito por Gustavo Rocha, que já foi um jovem advogado e um advogado jovem, sendo hoje um consultor para jovens e advogados nem tão jovens assim.

Ah! A juventude. Com ela, incertezas, sonhos, verdades que depois virarão mentiras e promessas que nunca serão cumpridas.

E não falo apenas em promessas de amor, falo em promessas de vida.

*Juro defender a justiça; Depois, juro defender quem paga.*

*Juro defender os pobres; Depois, juro defender quem paga.*

*Juro defender meus princípios; Depois, juro defender quem paga.*

Como diz um grande amigo advogado: Cliente é um animal que paga. Quando deixa de pagar, fica apenas sendo um animal.



---

Duro para quem lê e ainda pensa em ideais, não é mesmo?

Contudo, uma realidade que existe e é cada vez mais cedo entendida: Ser advogado é além da justiça e do artigo 133 da Constituição Federal. Ser advogado é ser um misto de jurista, psicólogo, terapeuta, psiquiatra, matemático, físico, administrador, engenheiro, contador, entre outras inúmeras profissões.

Talvez a única frase que em qualquer momento da carreira sempre será lembrada é a frase de Sobral Pinto: “A advocacia não é uma profissão de covardes”. E muito menos de pessoas que pensam apenas em ganhar dinheiro fácil.

Obviamente, nem tudo é dinheiro e dinheiro não é tudo, entretanto, para manter um escritório ou sobreviver na profissão de advogado, é essencial que o sustento exista, pague a contas e que possamos fazer justiça diante de um judiciário preocupado apenas com números e mídia com o mínimo de dignidade.

E diante deste cenário cabuloso de variáveis, surge um novo advogado, a recém formado dos bancos escolares, com sonhos, ideais e principalmente vontade, embora falte experiência, e muito desejo de sucesso, embora – muitas vezes – esqueça que o único lugar onde sucesso vem antes de trabalho é no dicionário.

E, com objetivo de trazer alguns pensamentos mais esclarecedores a estes jovens profissionais, narro algumas linhas de ideias, sem pretensa verdade absoluta, apenas como um pequeno roteiro ou quiçá auxílio em temas áridos para muitos e parte do meu dia a dia comum.

Neste artigo, um tripé de conhecimento: Gestão, Tecnologia e Marketing Jurídico.

## **Marketing Jurídico**



---

Talvez um dos temas mais complexos para um jovem advogado (e para muitos advogados marmanjos também), que ainda pensa que marketing é o mesmo que propaganda e quer tentar convencer um cliente de que ele é a melhor alternativa com um site maneiro, um twitter descolado e suas fotos de surfista amador e gatas do facebook.

Uma ilusão completa.

Outros ainda pensam que escrever artigos densos, quase tratados de direito convencerão empresários e/ou clientes comuns a contratar seus serviços, diante de termos técnicos e difíceis de compreensão.

Escrevem palavras como hodiernamente, diapasão, escopo, tautologia, etc e querem ser compreendidos fora dos bancos escolares do direito. Quem gosta deste tipo de palavra é filósofo, professor de faculdade e talvez a sua mãe ache bonito (sempre que nem sempre vai entender).

O mais importante – e muitas vezes esquecido – é que mais do que belas frases e tratados jurídicos o advogado deve se comunicar de maneira inteligível, compreensível, sensata e verdadeira com o seu cliente, sob pena de não conseguir obter o cliente.

Vamos a dura realidade: Neste país chamado Brasil temos quase 90% da população com sonho de ter o seu próprio negócio. Temos muitos destes que se aventuram em ser empreendedores (sem nenhum preparo e organização, diga-se de passagem) e quebram a cara voltando para o mercado frustados. Outros obtêm sucesso (mesmo sem saberem direito o que os levou a tanto) e então garganteiam aos 4 cantos que são vencedores.

Saiba, amigo leitor, que chegar ao sucesso não é tão complexo. O difícil mesmo é se manter lá.



---

A grande maioria das empresas não ultrapassa o 5º ano de vida. Os números mostram que muito se tenta, pouco se consegue e menos ainda se mantém nos negócios após alguns anos de existência.

E na advocacia? Não muda. Faça uma enquete com os colegas que se formaram no mesmo ano e verá que muitos atuam como empregados, outros como advogados autônomos em escritórios que não conseguem decolar e outros ainda largaram a advocacia, estando empregados e/ou com negócios próprios em diversas outras áreas.

Por que isto? Será a advocacia tão ruim assim?

Óbvio que não. Faltam muitos atributos, todavia, a advocacia é uma excelente profissão e muito mais rentável que qualquer concurso público.

E neste sentido, o marketing jurídico é essencial, sempre aliado a gestão e tecnologia.

Primeiro, vamos compreender que marketing jurídico não existe sem gestão e tecnologia, pois de nada adiante sair conquistando clientes se depois não conseguirá mantê-los com decência e organização dentro do seu escritório.

No tocante ao marketing jurídico em si, vamos compreender a distinção entre marketing e publicidade.

Para quem analisa grosseiramente, parece que a publicidade é mais eficiente que o marketing, quando na verdade é um engodo.

Vamos a exemplos práticos:



---

Publicidade: Fazer propaganda em rádio/TV, colocar anúncios de página inteira em jornais, etc.

Marketing: Dar uma entrevista informativa no rádio sobre um determinado tema (sem responder perguntas no ar ou dúvidas pontuais), podendo o mesmo ser na TV, colocar de maneira informativa e discreta anúncio em jornal, informando áreas de atuação e/ou endereço, site novo, telefone novo, etc.

Quem faz publicidade pode até captar alguns clientes, mas estes virão ao escritório focados unicamente em preço e achando que porque pagaram pouco e/ou este escritório é de mídia, ele faz um trabalho mediano e, portanto, será cobrado como um profissional qualquer.

Quem faz marketing, por outro lado, traz clientes interessados no conhecimento que ele tem, no bom profissional que ele é, e nos possíveis resultados que ele pode obter (possíveis, pois advocacia é uma profissão de meio e não de resultado, lembre-se disto).

Como membro da Comissão Especial de Controle e Fiscalização da Publicidade Profissional da OABRS posso afirmar com segurança que muitos contrariam o código de ética sem saber exatamente o porque estão fazendo e pior, achando que assim estão crescendo como profissionais.

A publicidade no máximo traz ao advogado fixação da marca do seu escritório, porém, sem que esta fixação seja realmente positiva, pois sempre dará a impressão ao cliente de que é um golpe de publicidade e não realmente conhecimento, solidez sobre a matéria que ele atua.



---

A advocacia não pode e não é uma profissão mercantil. Diferente de um supermercado com produtos que o que importa é o preço, na advocacia se paga a inteligência, experiência, sabedoria, conhecimento, sagacidade do profissional.

Daí o porque também de ser uma profissão personalíssima, razão pela qual existem várias barreiras de atendimentos unicamente eletrônicos, quando não se conhece o cliente (atender apenas pela internet, por exemplo).

Dando mais exemplos práticos de marketing, nada é mais matador que o cartão de visitas.

Ter um cartão de vistas bom, feito com papel decente, com um layout legal (sem aquelas brequices de balanças, etc), faz um excelente diferencial em relação a clientes.

Sempre tenha o seu cartão de visitas a mão. Entregue-o em toda oportunidade que tiver. Saiba que uma conversa boa, um cartão de vistas bem alinhado, um site/blog atualizado podem ser ferramentas baratas e outras gratuitas de se tornar alguém confiável em alguma matéria/conhecimento.

*E como fechar um negócio?*

Lembre-se destas 3 regras: Need, like, Trust.

Need: O cliente precisa entender que o conhecimento que você tem é útil, necessário, importante para ele. Por isto, publicidade é um engodo, uma vez que você não demonstra conhecimento, mas sim apenas “vende” algo e não demonstra algo.



---

Like: Você precisa deixar uma boa impressão, ele deve gostar de você. Similar ao like do Facebook, o cliente deve curtir você, seja por você estar sempre arrumado (um advogado de chinelo de dedos convence pouco, não é mesmo?), alinhado, brincalhão na medida certa, etc.

Trust: O elemento mais difícil em qualquer negócio, a confiança. É uma excelente forma de conseguir em relação a clientes é através da boa e velha indicação. Isto mesmo! Ser indicado é maravilhoso. A indicação pode ser de outro cliente, pode ser de amigos, pode ser de outro advogado...

Outro advogado?

Sim, advogados não são inimigos. São colidentes em ideias, mas nunca inimigos. E podem indicar parceiros advogados em áreas que não atuem, ou podem fazer alianças estratégicas em determinados produtos/ações para obterem sucesso em conjunto.

E assim é feita a advocacia: De conhecimento, seriedade, sobriedade e principalmente confiança.

Então, jovem e nem tão jovem advogado, pense bem antes de sair fazendo publicidade unicamente por aí. Não compensa. Um marketing bem direcionado faz muito mais pelo seu nome (que é a sua marca) do que qualquer publicidade pode pensar em fazer.

E como nem só de marketing vive o advogado, vamos ao calcanhar de Aquiles de muitos profissionais: A gestão.



---

## Gestão Jurídica

Muitos observam profissionais bem sucedidos e dizem: Este aí viaja para a Europa todo ano; Este aí só anda de mercedes; Este aí ganha dinheiro que nem sabe aonde enfiar e por aí vai.

Esquecem do velho ditado que sucesso somente vem antes de trabalho no dicionário. E mais, esquecem que ganhar algum dinheiro, talvez muitos irão conseguir, todavia, manter o império ativo e funcionando, poucos serão os vitoriosos.

E por qual razão isto ocorre?

Por que fazer gestão de um negócio requer conhecimentos que os advogados não tem e muitas vezes não querem ter, nem aprender, nem contratar quem tenha.

Alguns exemplos práticos de gestão que dão problema:

### *Pessoas*

Gerir pessoas não é simples, fazer um plano de carreira idem, manter profissionais motivados também não. São inúmeros conflitos, diferentes ideias e posicionamentos e objetivos. Então, melhor obter ajuda especializada para esta tarefa.

Seu escritório está começando agora? Ótimo, já busque profissionais que sejam inteligentes, ambiciosos (diferente de gananciosos) e que estejam alinhados a forma de pensar que você tem. Esqueça os burros e preguiçosos. Isto já será um bom começo.





---

Além disto, uma dica importante quando o assunto é pessoas é não fazer como as grandes companhias fazem no Brasil: Quem já é cliente sempre é prejudicado e quem é cliente novo ganha somente vantagens, do tipo, depois de conquistado, ferrou.

Não faça isto com seu time: Dê vantagens para quem já está na equipe (não como funcionário público, que se fizer ou não fizer vai crescer igual na carreira), mas dê condições para quem está a mais tempo no escritório possa se desenvolver de melhor maneira.

E se chegar a conclusão que alguém que já está a x tempo não merece o que você está planejando, então é melhor tirar esta pessoa da equipe.

Somente devemos estar trabalhando com quem está na filosofia da empresa. Funcionários que não colaboram, falam mal, somente reclamam merecem estar noutra empresa.

#Ficaadica

### *Fluxos internos*

As rotinas de um escritório jurídico são muito peculiares, pois envolvem prazos, pessoas, modelos de peças, correção de peças, novas teses, enfim, gestão de muitas variáveis.

Se você já definiu algumas ou todas estas rotinas, ótimo. Contudo, não dê o seu trabalho como acabado, pois de tempos em tempos devemos rever estes conceitos para aprimorá-los. Se você sequer definiu isto, comece logo, pois estas definições fazem toda a diferença.



---

### *Sistema Jurídico*

Se você não usa um, adquira logo. Se usa, mas só pra dizer que usa, está na hora de usar pra valer.

O ser humano não merece nem deve ficar a mercê de tarefas unicamente repetitivas que uma máquina pode fazer com a mão nas costas, como diz o brocardo popular.

Fomos feitos para pensar, criar diferenciais, estabelecer novos parâmetros e não para ficar copiando e colando notas de expediente em softwares ou lançando prazos em agendas. Deixe a máquina fazer o que é repetitivo e vá para o que é estratégico.

E não se preocupe com preço, tem software bem baratinho que faz muita gestão no mercado.

### *Financeiro*

Financeiro bom é aquele que sobra dinheiro todo mês, não é mesmo?

Mesmo assim sendo ( e no início de carreira isto é sempre exceção), cuidar do dinheiro é essencial.



---

Algumas dicas práticas são úteis:

- Faça uma reserva de um percentual por mês de tudo que entrar (tipo 5% a 10%) até chegar a um valor guardado equivalente a 6 meses ou 1 ano de despesa fixa do escritório;
- Quando chegar nesta reserva acima, guarde um valor separado para reinvestimento no próprio negócio (computadores, treinamento, etc);
- Invista sempre em conhecimento na área jurídica e administrativa (gestão);
- Tenha controle rígido de todas as despesas, inclusive aquelas tidas como invisíveis (ida ao fórum, ligações com clientes, água, vazamentos, etc);
- Faça conscientização frequente junto aos colaboradores na necessidade de economia e faça programas que se houver redução de valores, parte destes valores retorne aos colaboradores de alguma forma (premio, dinheiro, vantagens, viagem, etc);
- Faça um plano de carreira com valores de mercado fixos e o restante sempre baseados em desempenho e resultado próprio e do negócio, valorizando assim o colaborador e o crescimento coletivo;
- Se for distribuir algum valor de honorários recebidos, sempre tenha um critério. Por melhor que seja dar dinheiro a lá Silvio Santos, sem critério estará criando um mostro dentro da ambição e crença do colaborador;
- ..... (Literalmente reticências.... frente as inúmeras possibilidades existentes).



---

E, sempre pense em ter relações ganha-ganha, seja com fornecedores, seja com colaboradores.

Não significa ser mesquinho, nem pagar pouco, nem querer ter vantagem em tudo, mas sim, compreender o quanto vale pelo que está pagando, entender que um colaborador com experiência pode ser mais valioso que dois sem experiência ou não, entender como gestor, que o melhor agora é o que for melhor para o negócio e não apenas para si mesmo.

*Enfim,*

Gestão é administrar tudo que existe e o que ainda está por vir. Então, um bom resumo é a frase do pai da administração Peter Drucker: “A melhor forma de prever o futuro é criá-lo”.

Crie o seu negócio, sua carreira, sua profissão todos os dias. Isto é um bom indício de sucesso.

E como não há sucesso sem gestão, igualmente não existe o mesmo sem tecnologia, posto que o dia continua tendo 24 horas e as tarefas que precisam ser realizadas parecem precisar mais do que isto todos os dias.

**Tecnologia Jurídica**



---

O foco da tecnologia será abordado em duas frentes: Tecnologia em si e processo eletrônico.

E antes de tudo, vale lembrar uma premissa que não me canso de dizer/escrever/gritar: A tecnologia somente vale a pena se for útil.

Vamos lá!

### *Tecnologia em si*

Advogados – e neste quesito os mais jovens aceleram – querem usar e abusar de tecnologia e gritar aos 4 cantos do mundo que usam este app, este sistema jurídico, esta agenda, etc.

A verdade é uma só: Tecnologia que não for útil, não vale a pena, é apenas perda de tempo.

Vamos direto na ferida: Facebook.

Você usa esta tecnologia pra quê? Alternativas:

- Namorar;
- Ver bobagens;
- Escrever bobagens;



- 
- Difundir ideias políticas e político-partidárias;
  - Falar mal do governo/elogiar governo;
  - Fazer piadas;
  - Ver mulheres/homens;
  - Todas anteriores;

Se usa para tudo ou parte disto e não usa para divulgar as ideias de produtos jurídicos que pode atuar, ensina cidadão os seus direitos, conhece pessoas interessantes e possíveis clientes, a ferramenta é inútil em termos profissionais.

O mesmo vale para o software jurídico.

Alternativas de uso:

- Agenda;
- Controle de processos;
- Controle de prazos;
- Colocar digitalmente os processos;



- 
- Notas de expediente;
  - Financeiro;
  - Todas anteriores;

Se usa para todas anteriores, parabéns, você está usando praticamente 90% do software jurídico.

Se usa para apenas algumas das alternativas anteriores, você paga um sistema que não serve para a sua real necessidade, ou seja, você está jogando dinheiro fora.

E temos um item que faltou propositalmente: O controle do processo eletrônico, que tem que ser diferente do controle do processo físico.

E quanto a pesquisa de jurisprudência e legislação? Sistemas comprados ou Google?

Em termos de processo eletrônico e mídias eletrônicas é essencial pensarmos em objetividade. Ninguém mais lê folhas e folhas. Páginas e páginas de jurisprudência não são úteis para ninguém e não se traduzem na conquista de um processo ou sucesso do cliente.

Pense nisto antes de escrever tratados nas petições. Você quer quantidade ou sucesso?

*Processo Eletrônico*



---

Um tema árido, quer para jovens ou nem tão jovens advogados.

Um tema que está em plena ebulição, em aprendizado de todos os profissionais do direito.

E o que podemos fazer a respeito?

Algumas dicas práticas:

- Não tema a tecnologia. Aprofunde o seu conhecimento.
- Aprenda os termos técnicos: Certificação digital, assinatura eletrônica, processo eletrônico, peticionamento eletrônico, entre outros são totalmente diferentes entre si e suas funcionalidades.
- Compreenda que cada processo eletrônico tem suas particularidades: E-SAJ, E-Themis, PROJUDI, E-PROC, PJe, etc.
- Tenha sempre uma internet reserva no escritório (pode ser uma de pen modem ou duas internets ligadas no mesmo modem), afinal, sem internet, não existe nada eletrônico.
- Cuide com as atualizações do Java (algumas inutilizam o uso do processo eletrônico). Antes de atualizar, veja no Tribunal se ele recomenda a atualização.
- Tenha no seu sistema de gestão do escritório a informação se está diante de um processo eletrônico ou físico para não cometer a gafe de tentar fazer carga de um processo eletrônico.





---

Enfim, Jamais! Nunca! Não mesmo! Never! Jamé! Controle seus processos apenas pelo sistema do judiciário (Pje, Projudi, etc). Este sistema não é do advogado, ele pertence ao judiciário que a qualquer momento pode mudar as regras do jogo e excluir coisas, informações ou peças. Tenha tudo no seu sistema de gestão próprio do escritório.

### **Em suma!**

Em resumo deste pequeno prólogo de ideias a você jovem e nem tão jovem assim advogado, desejo que um pouco de conhecimento possa ser aprendido, processado, digerido e utilizado na prática profissional.

Saiba que o que move a humanidade não são as certezas, mas sim as eternas dúvidas que o ser humano tem desde o princípio dos tempos.

E na advocacia isto não é diferente.

*Quem nunca pensou: Para que estou aqui?*

*E qual advogado nunca pensou: Quero advogar ou concursar?*



---

*Quem nunca pensou: Qual o meu propósito de vida?*

*E qual advogado nunca pensou: Atendo empresas ou pessoas físicas?*

*Quem nunca pensou: O que quero no meu futuro?*

*E qual advogado nunca pensou: Será que terei futuro?*

A advocacia imita a vida e o advogado a vive todos os dias, não como imitação de outra vida, mas como realidade plena, viva e sincera de cada momento da sua existência.

Não será fácil. Não é impossível.

E para sair da condição de jovem advogado para advogado nem tão jovem assim, uma palavra é essencial: Experiência.

Como diz a sabedoria popular:

*“Um jovem pergunta a um homem bem sucedido:*

*- Como faço para evoluir?*

*Tenha boas decisões.*



---

- Como faço para fazer boas escolhas?

*A experiência lhe trará este caminho.*

- E como faço para ter experiências?

*Através das más decisões as terá”.*

Não se preocupe unicamente em acertar. Errar faz parte.

Preocupe-se em sempre ter mais conhecimento e aprender com erros de outras pessoas, pois não precisamos todos cometer os mesmos erros, devemos ter oportunidade de errar com nossas independentes escolhas.

Há de endurecer sem perder a ternura, ou seja, desejo que a experiência possa lhe manter vivo, alerta, sempre em prol de seus objetivos, sem perder o sonho, planejamento e sentimento que carrega hoje no peito.

Afinal, somos feitos para tornar nossos sonhos realidade.

Conte com aqueles que não são mais do que você, apenas tem um pouco mais de experiência do que você e podem auxiliar em ideias, sugestões e bom bate papo. Me incluo neste rol. Fique a vontade em entrar em contato. Não perca oportunidade de trocar ideias.

Fraternal abraço!



---

\* Artigo publicado na revista especializada em Marketing Jurídico na Argentina Auno:  
<http://www.aunoabogados.com.ar/index.php/noticias/219-marketing-juridico-gestion-y-tecnologia-para-jovenes-abogados>

---

Artigo escrito por Gustavo Rocha

GustavoRocha.com – Gestão e Tecnologia Estratégicas

Celular/WhatsApp/Facebook Messenger: (51) 8163.3333 |

Contato Integrado: [gustavo@gustavorocha.com](mailto:gustavo@gustavorocha.com) [Mail, Skype,

Gtalk/HangOut, Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram, Youtube]

Web: <http://www.gustavorocha.com>