



O IMPACTO DA PANDEMIA NA CARREIRA DOS ADVOGADOS E A ASCENSÃO DO MERCADO DIGITAL NA ADVOCACIA

Bruno Bassetto GUMIERO ¹
João Victor Kusunoki GRIGOLI ²

RESUMO: O presente trabalho visa proporcionar informações, dados e efeitos da pandemia redirecionada para a carreira dos advogados, bem como evidenciar ascendência do mercado digital na advocacia. É válido o raciocínio de que um dos impactos da pandemia favoreceu na crescente digital, resultando em buscas de novas possibilidades de expansão do trabalho presencial. Deste modo, a incógnita que norteia o segundo tema do artigo é o porquê de o mercado digital na advocacia começar a ganhar força. Um dos motivos é a lógica da massiva migração para o mundo virtual, facilitando a intervenção e investimento nesse “novo” modelo de trabalho, fazendo com que haja também uma extensão da profissão, ou seja, os advogados não ficarão somente no conhecido escritório físico, mas também atuarão no ambiente digital, ocasionando em novas procuras e ofertas. Por consequente é relatado a importância do papel do marketing nas relações pessoais e de emprego, por exemplo, se alguém deparar com uma propaganda/anúncio airoso, as pessoas serão atraídas por aquilo, no entanto, muitos profissionais não dão a devida atenção para o marketing, julgando ser algo inútil ou que requer uma certa tecnicidade, contudo foram quebrados esses paradigmas com argumentos que "simplificaram o simples".

Palavras-chave: Impactos da pandemia. Mercado Digital. Marketing Digital.

1 INTRODUÇÃO

¹ Bruno Bassetto GUMIERO. Discente do 2º ano do curso de Direto. do Centro Universitário Antonio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente. e-mail bruno.gumiero@hotmail.com.

² João Victor Kusunoki GRIGOLI. Discente do 3º ano do curso de Direito do Centro Universitário Antonio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente. e-mail jvgrigoli.2012@gmail.com.

Com a chegada do novo coronavírus (COVID-19) no Brasil, os pequenos escritórios de advocacia e advogados autônomos sofreram grandes impactos na questão de perda de clientes devido ao grande abalo econômico gerado no país. O novo vírus criou efeitos negativos de uma forma bilateral (advogados e clientes). Dentre os milhares de advogados existentes no Estado de São Paulo, os 47 mil que atuam em convênio com a Defensoria Pública, são alvos potenciais para arcar com o prejuízo causado pela pandemia atual. Isso ocorre, pois os processos sofrerão uma paralização e a Defensoria só remunerará os advogados após o término do processo, o que ocasionalmente gera um atraso no recebimento de pagamento.

De acordo com o integrante da comissão de assistência judiciária da OAB/SP, Luiz Eugênio Marques de Souza, se os processos judiciais ficarem parados durante 1 mês, estipula-se um impedimento de pagamento de até R\$ 15.000.000,00 aos advogados que atuam em convênio. Com efeito, os reflexos da pandemia supraescritos, trouxeram à tona o poder da tecnologia.

O fenômeno digital começa a ganhar mais notoriedade e com isso, adveio a crescente no E-Commerce (Mercado Digital) mudando substancialmente o patamar dos compradores e vendedores, uma vez que, subsistem inúmeras plataformas digitais que intermedeiam essa relação de consumo. Deste modo, é notório que há um reflexo em algumas áreas específicas profissionais, como empresários, investidores, marqueteiros, advogados etc.

2 Dos impactos na pandemia na advocacia brasileira

Em meados de dezembro de 2019, uma doença, até então pouco conhecida, se originou na China, na cidade de Wuhan. Muitos profissionais não tinham noção da proporção que esse vírus viria a tomar no ano de 2020, portanto, não tomaram as devidas cautelas, ou se tomaram, não havia recursos suficientes para arcar durante muito tempo, com os problemas supervenientes agravados pelo “lockdown”.

De acordo com a PPE (Pesquisa Pulso Empresa), cerca de 1,3 milhões de empresas que fecharam neste ano e pelo menos 40% (522,6 mil) delas foram por causa do COVID-19. Destes 40%, apenas 0,02% foram empresas de grande porte

(empresas de grande porte são aquelas com mais de 500 funcionários). Já os empresários de pequeno e médio porte, não se preparam para a pandemia por falta de recursos, ou se houve a preparação, não havia uma quantidade de capital suficiente para arcar durante um longo período de crise, ocasionando assim, a “quebra” da empresa.

No caso dos advogados, não é diferente. Muitos profissionais da área sofreram grandes impactos com a chegada do COVID-19. Os advogados percebem através de honorários, valor fixo para atuar como assessor jurídico de uma empresa ou sociedade e valor fixo para trabalhar para outros advogados, ou seja, a não ser que o advogado trabalhe para um escritório de advocacia, ou seja gestor do seu próprio ambiente de exercício de atividade laboral e atue como assessor jurídico, os financeiros somente chegar-se-ão por meio de honorários advocatícios, os quais, muitos dos clientes, devido à crise econômica, passaram a solicitar diminuições, bem como pedidos de prazo para o pagamento, parcelamento do valor etc.

Na questão do ambiente de trabalho, os gestores de escritório tiveram de buscar meios alternativos para que pudessem desenvolver suas atividades jurídicas por “Home Office”, e uma das maneiras optadas para que não fosse suspenso por completo o exercício de sua função, foi o SAJ-ADV. Esse sistema jurídico foi desenvolvido especialmente para a gestão de escritórios de advocacia, com a finalidade de possibilitar os advogados a exercerem o “Home Office”. Essa ferramenta acabou por amenizar o prejuízo causado nos escritórios convencionais.

3 O Mercado Digital na advocacia e o papel do Marketing

Neste vasto universo digital, ainda que despovoado pelos operadores do direito, utilizando propositalmente a figura de linguagem da prosopopeia/personificação na expressão “despovoado” para reforçar a ideia de que o mercado digital não conta notória densidade nos números de “habitantes” em comparação ao que esse mercado pode abrigar ou oferecer. De certo, isso é meramente uma forma de analogia par tentar dinamizar a gerência e introduzir as pessoas nesse mundo, ou, em outra perspectiva: instigar novos advogados a conhecerem desse oceano azul.

Bem como, para condizer com os argumentos em epígrafe, é válido e fundamental ressaltar o investimento pessoal, desde a parte intelectual até a parte

da aparência profissional perante a clientela, seja “off-line” ou “online”, visto que se trata de algo basilar para a formação de novas demandas sobretudo para a conservação desta, ou seja, adquirir novos clientes, mas também construir laços de confiança e respeitável idoneidade perante os clientes para a consolidação na carreira jurídica.

Por fim, a objetivação do mercado digital na advocacia é buscar o fortalecimento e progressão profissional, bem como a estabilidade perante este atual cenário que os países ao redor do mundo enfrentam. Com isso, extraímos desse impacto, a crescente massa digital no tocante ao mercado digital.

O marketing é indispensável em diversas áreas que correlacionam tanto com o mundo fático quanto com o mundo virtual. Tudo o que está ao nosso redor tem indícios de que existe, mesmo subliminarmente, propagandas que tentam influenciar e instigar o público alvo a consumir determinados produtos, ou até mesmo conscientizar as pessoas sobre algo. Todavia, há quem dispense o uso do marketing o taxando como algo fútil quanto ao ramo jurídico, porém, analisando minuciosamente, obtém-se um resultado totalmente positivo para aderir esse fenômeno na carreira jurídica.

3 CONCLUSÃO

De fato, é bem notável que os impactos causados pelo novo vírus são desoladores e lastimáveis nos quesitos de saúde pública. Ademais, quando há a transgressão dos impactos para o campo econômico e profissional, que são argumentados e enfocados pelo presente artigo, começa a surgir vários questionamentos e incertezas de como passar por uma crise pandêmica de alto risco sem que a população sofra e perca a qualidade de vida.

Foi visto também a ascendência do mercado digital na carreira dos advogados e como isso poderá ser uma válvula de abertura para novos demandas e formas de socializar perante a carreira convencional, introduzindo novos meios de cooperar, seja por meio de uma sociedade, coworking, são umas das medidas deslumbrantes que podem ser despertados por pessoas que tem interesse em agir, a fim de ser bem sucedido. Sendo assim, foi citado a importância do marketing digital para obter um produto de alta qualidade e formalidade e para isso não é preciso ter uma técnica avançada ou específica.

Constatado também que houve o avanço da inserção de profissionais para o mundo online, onde apresentam oportunidade de renovação e continuidade na atividade econômica, comercializando seus produtos ou infoprodutos, visto que muitas empresas de médio e pequeno porte foram atingidas pela crise, sofrendo consequências negativas tanto para o empregador quanto para o empregado, pois muitas dessas empresas "fecharam as portas".

De fato, a pandemia foi um fenômeno inesperado em muitas questões e perspectivas. Ademais, é necessário convergir os olhares das pessoas para uma rota no horizonte que visa resgatar a esperança propriamente dita e a reeducação profissional, de modo que os indícios apontam que ao final dessa lastimável pandemia, a população verá com outros olhares, tanto a área da saúde como a área econômica.

REFERÊNCIAS

FERREIRA, Flávio. Coronavírus leva incerteza a advogados autônomos, mas amplia demanda de grandes escritórios. Folha de S. Paulo, São Paulo 24.mar.2020. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/coronavirus-leva-incerteza-a-advogados-autonomos-mas-amplia-demanda-de-grandes-escritorios.shtml>. Acesso em 22 de agosto de 2020.

E-commerce no Brasil em 2020: Entenda o Cenário Atual e Tendências, Neilpatel. Disponível em <https://neilpatel.com/br/blog/e-commerce-no-brasil/>. Acesso em 25 de agosto de 2020.

522 mil empresas fecharam as portas por pandemia. FolhaPress 16 de julho de 20. Disponível em <https://www.folhape.com.br/economia/522-mil-empresas-fecharam-as-portas-por-pandemia-diz-ibge/147402/>. Acesso em 25 de agosto de 2020.

BASTOS, Athenas. O que será da advocacia após a pandemia do coronavírus. Migalhas, 10 de junho de 2020. Disponível em <https://www.migalhas.com.br/depeso/328594/o-que-sera-da-advocacia-apos-a-pandemia-do-coronavirus>. Acesso em 28 de agosto de 2020.

Advocacia digital: o que é e como funciona? Ebradi 4, julho de 2019. Disponível em <https://www.ebradi.com.br/coluna-ebradi/advocacia-digital/>. Acesso em 22 de agosto de 2020.