

# FGV abre curso de comunicação e estratégia para advogados

15/02/2012

Em tempos de comunicação instantânea e uma infinidade de recursos tecnológicos, como o advogado deve se comunicar com seu cliente e seu público-alvo a fim de se posicionar melhor no mercado? Como estabelecer uma estratégia de comunicação acertada sem perder o foco do trabalho? É para responder a questões como essas, cada vez mais frequentes no concorrido mercado de advocacia, que a Escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas, a GV Law, programou o curso Comunicação e Estratégia para Advogados, que começa no próximo dia 14 de março. As inscrições vão até o dia 23 de fevereiro.

Segundo os organizadores, o curso pretende dar aos advogados uma visão ampla das oportunidades do mercado e dos instrumentos que podem ser utilizados para melhorar captação, manutenção e relacionamento com clientes.

O pós-venda de serviços é outro ponto que será abordado. Serão estudados nichos de atuação e estratégias de divulgação, comunicação com clientes e assessoria de imprensa, imagem da organização, acompanhamento de processos e follow-up e pesquisa de mercado junto a clientes.

As aulas serão ministradas por Anna Luiza Boranga, que também coordena o curso, e pelo jornalista Maurício Khalil, coordenador da Original123 Comunicações, cujo principal foco é o setor jurídico. A proposta é usar um "mix" de aulas expositivas e workshops, de modo a colocar em prática a teoria ensinada ao longo do curso, com apresentação e debates de casos reais.

Para participar do curso, é preciso se inscrever no processo seletivo, que vai até o dia 23 de fevereiro, através da [página](#) do evento. (*Clique [aqui](#) para acessar.*)

**Leia abaixo entrevista de Maurício Khalil.**

## **ConJur — O mercado está carente de profissionais bons em estratégia de comunicação?**

**Maurício Khalil** — É fundamental que os advogados tenham noções de estratégia de comunicação. Os escritórios de advocacia, mesmo os pequenos e médios, têm se profissionalizado cada vez mais e, em alguns casos, até contam com a colaboração de profissionais de outras áreas para poder oferecer ao cliente um serviço de qualidade. Por isso, tanto quem monta um escritório novo quanto quem já está no mercado e precisa se consolidar, deve fazer isso com estratégia. Não dá pra sair atirando para todo o canto esperando acertar o alvo. E, nesse contexto, a comunicação é fundamental, tanto no que se refere à comunicação interna do escritório quanto à comunicação com o cliente e o posicionamento do escritório no mercado.



## **ConJur — Uma boa estratégia de comunicação pode melhorar o negócio em que proporção?**

**Khalil** — Esse é o tipo de coisa que não tem como mensurar numericamente. Mas é inevitável o ganho de quem se comunica adequadamente e de maneira eficaz com seus clientes, parceiros e público-alvo, enfim, com todos os "stakeholders", como os profissionais do marketing gostam de falar. Nenhum advogado ou escritório terá sucesso se não souber se comunicar ou estabelecer um plano, um modelo de comunicação. E não estou me referindo apenas a um trabalho de comunicação externa, de divulgação do escritório. Isso também faz parte do trabalho, mas refiro-me à comunicação no seu conceito mais amplo, que vai desde o atendimento telefônico até a forma como o advogado se comunica com o cliente, com o juiz, com a sociedade etc. Se um escritório diz que presta um serviço personalizado, mas quem atende ao telefone é um robô, que obriga o cliente a discar vários números até conseguir falar com seu advogado, então já existe uma distorção grande entre o discurso e a prática. O advogado, como qualquer outro profissional, precisa fazer com que sua mensagem chegue adequadamente ao destino, daí a necessidade de um bom trabalho de comunicação.

## **ConJur — Qual o principal desafio do advogado em relação à comunicação?**

**Khalil** — Vivemos uma era de revolução tecnológica permanente e nunca a necessidade de um trabalho de comunicação bem feito esteve tão em evidência. As pessoas, de modo geral, são bombardeadas por informações de todos os lados. No jornal, na TV, no rádio, nos sites, nos blogs, no Twitter, no Facebook, no celular, as informações chegam aos montes. E mais que isso: atualmente, qualquer pessoa produz notícias e consegue fazer barulho. Reputações podem demorar muito tempo para ser construídas, mas levam poucos segundos para desmoronarem. Uma frase infeliz, dita em momento inapropriado, pode destruir uma carreira, se tirada do contexto. No caso de uma notícia envolvendo um cliente, por exemplo, o advogado precisa estar preparado para saber como se manifestar e como transmitir corretamente a mensagem daquele que ele representa. Muitas vezes, o advogado acaba sendo destacado para ser o porta-voz do seu cliente para uma determinada situação, e se ele não estiver preparado e acabar transmitindo uma mensagem equivocada, não é apenas a sua imagem que sairá prejudicada, mas a da empresa que ele representa naquele momento.

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2012-fev-15/fgv-abre-curso-comunicacao-estrategia-advogados/>