

# MATERIAL COMPLEMENTAR — PALESTRA OAB PDAI 2026

Biblioteca de Recursos para Advogados: prompts prontos, checklists, modelos e referências — tudo o que foi comentado na palestra de Izauro Gabriel (5LAW) e muito mais para você aplicar hoje mesmo.

## COMO USAR ESTE MATERIAL

Este documento é seu kit de início. Leia o sumário abaixo e vá direto para o bloco que faz mais sentido pro seu momento. Todos os prompts são copiáveis e testados — basta abrir o Claude (ou qualquer IA), colar, substituir os colchetes pelos seus dados e enviar.

Se ainda não tem Claude, escaneie o QR code da palestra ou acesse o link abaixo para uma semana grátis de Claude Code:  
[claude.ai/referral/o\\_sXk9K3bA](https://claude.ai/referral/o_sXk9K3bA)

## SUMÁRIO

1. Biblioteca de Prompts — Conteúdo (Reels, Carrossel, Legendas)
2. Biblioteca de Prompts — Atendimento e Comercial
3. Biblioteca de Prompts — Análise Jurídica e Redação
4. Biblioteca de Prompts — Planejamento e Estratégia
5. Checklist de Posicionamento Digital
6. Modelos de Mensagem WhatsApp
7. Resumo do Provimento 205/2021 (O que pode e o que não pode)
8. Calendário Editorial — Modelo Pronto
9. Referências e Ferramentas

## 1. BIBLIOTECA DE PROMPTS — CONTEÚDO

### 1.1 Roteiro de Reels (45 segundos)

"Você é especialista em conteúdo jurídico para Instagram. Crie um roteiro de Reels de 45 segundos sobre [TEMA], seguindo esta estrutura: gancho nos primeiros 3 segundos (pergunta provocativa ou afirmação impactante), desenvolvimento claro sem juridiquês (máximo 4 frases), exemplo prático aplicado ao dia a dia, CTA (call to action) sutil no final. Tom leve, humano, para leigos. Respeite o Provimento 205/2021 da OAB — nada de promessa de resultado,

valores ou mercantilização. Me entregue: (a) roteiro falado; (b) legenda do post; (c) 3 sugestões de primeira frase para testar."

#### 1.2 Carrossel de 7 slides (educativo)

"Crie um carrossel de 7 slides para Instagram sobre [TEMA]. Estrutura: slide 1 com título e gancho forte; slides 2-6 com desenvolvimento progressivo (uma ideia por slide, máximo 20 palavras cada); slide 7 com resumo prático e CTA. Público: pessoas leigas que podem virar clientes. Nada de linguagem técnica — traduza todo termo jurídico para linguagem do dia. Respeite Provimento 205/2021. Me entregue: (a) texto de cada slide; (b) sugestão visual de cada slide; (c) legenda do post para acompanhar o carrossel."

#### 1.3 20 ideias de conteúdo semanal

"Você é estrategista de conteúdo para escritórios de advocacia especializados em [ÁREA]. Gere 20 ideias de conteúdo para as próximas 4 semanas, distribuídas entre: 8 reels (visibilidade), 8 carrosséis (autoridade) e 4 stories/posts de conexão (humanização). Para cada ideia, me dê: título, formato, objetivo (atrair/educar/conectar), descrição em 2 linhas e o gancho inicial. Público-alvo: [DESCREVA SEU CLIENTE IDEAL]."

#### 1.4 Adaptar juridiquês para linguagem do cliente

"Reescreva o texto abaixo trocando toda a linguagem jurídica por linguagem do cliente leigo, mantendo precisão técnica onde for indispensável, mas priorizando clareza. Use frases curtas, analogias do dia a dia e tom acolhedor. Texto original: [COLAR TEXTO]"

#### 1.5 Legenda de post otimizada

"Escreva uma legenda para post do Instagram sobre [TEMA], com até 150 palavras, que siga esta estrutura: gancho na primeira linha (faz parar a rolagem), desenvolvimento útil em 3-4 parágrafos curtos, CTA suave no final. Inclua 5 hashtags relevantes. Respeite Provimento 205/2021."

#### 1.6 Transformar depoimento em post (sem violar OAB)

"Tenho um caso real do escritório: [DESCREVER SITUAÇÃO GERAL SEM NOMES]. Transforme isso em um post educativo para o Instagram, sem identificar o cliente, sem prometer resultado, e sem violar o Provimento 205/2021. Foque no aprendizado jurídico que o caso gera para o público leigo."

## 2. BIBLIOTECA DE PROMPTS — ATENDIMENTO E COMERCIAL

### 2.1 Roteiro de qualificação de lead

"Crie um roteiro de qualificação para primeira conversa com lead que chegou ao escritório via [CANAL: Instagram DM / WhatsApp / indicação]. Área: [ÁREA DO DIREITO]. Objetivo: em até 5 perguntas, entender se é o cliente certo, qual a urgência, qual a dor principal, e se vale agendar reunião. Tom: acolhedor, não invasivo, profissional."

### 2.2 Primeira resposta no WhatsApp (modelo adaptável)

"Reescreva a mensagem abaixo para ser calorosa, profissional e direta, dentro do estilo WhatsApp (sem formalidade excessiva de email). Mantenha entre 3 e 5 linhas. Cenário: lead acabou de me chamar perguntando [PERGUNTA DELE]. Minha intenção é agendar uma ligação de 15 minutos antes de passar qualquer informação técnica. Rascunho: [COLAR RASCUNHO OU DEIXAR EM BRANCO]."

### 2.3 Simulador de objeções

"Você é meu cliente potencial. Me passou a objeção: '[COLAR OBJEÇÃO, ex: está caro, vou pensar, vou falar com outro advogado]'. Simule uma resposta minha (eu sou o advogado) que seja: empática, tecnicamente correta, que não desvalorize a dor do cliente e que conduza para o próximo passo sem empurrar. Me dê 3 versões com abordagens diferentes."

### 2.4 Proposta personalizada

"Escreva uma proposta de honorários profissional para o cliente [NOME/PERFIL], caso de [DESCREVER CASO EM LINHAS GERAIS]. Estrutura: (1) contexto em 2 parágrafos mostrando que entendi a situação; (2) escopo do serviço com bullets; (3) prazos estimados; (4) valor e condições de pagamento; (5) próximos passos. Tom: profissional, claro, sem juridiquês excessivo, dentro do padrão ético da OAB. Formato para envio em PDF."

### 2.5 Follow-up pós-reunião

"Escreva uma mensagem de follow-up para enviar ao cliente 24h depois da reunião de diagnóstico. Resumo do que foi conversado: [COLAR]. Mensagem deve: (a) agradecer pela conversa; (b) resumir em 3 bullets o que entendi do caso; (c) apontar os próximos passos; (d) manter a porta aberta sem pressionar por fechamento. Tom cordial, profissional."

## 3. BIBLIOTECA DE PROMPTS — ANÁLISE JURÍDICA E REDAÇÃO

### 3.1 Resumo de processo

"Você é advogado experiente. Resuma o processo abaixo em 3 blocos: (1) Fatos relevantes (máximo 5 bullets); (2) Questões jurídicas centrais; (3) Estratégia possível. Me indique ainda os 3 pontos mais fracos da tese atual e os 3 mais fortes. Processo: [COLAR PEÇAS OU LINK]."

### 3.2 Análise de contrato

"Análise o contrato abaixo identificando: (1) cláusulas abusivas ou desequilibradas em relação à parte [CLIENTE/CONTRATADO]; (2) riscos práticos para o cliente; (3) sugestões de redação alternativa para os 5 pontos mais críticos. Contrato: [COLAR]."

### 3.3 Pesquisa de jurisprudência orientada

"Estou preparando uma tese em [ÁREA/TEMA]. Preciso de 5 argumentos doutrinários fortes e 5 teses jurisprudenciais recentes (2020 em diante) que sustentem a posição de [DEFESA/ACUSAÇÃO/REQUERENTE]. Me indique a linha de raciocínio, os tribunais que mais têm consolidado cada tese, e as contra-teses que eu posso enfrentar. Não invente precedentes — se não tiver certeza, sinalize."

### 3.4 Rascunho de petição inicial (com revisão obrigatória)

"Você é advogado [ÁREA]. Rascunhe uma petição inicial para o caso abaixo. Estrutura padrão CPC: qualificação, fatos, direito aplicável com 3 teses principais, pedidos, valor da causa. Use linguagem jurídica precisa, mas evite expressões datadas. Caso: [DESCRIÇÃO]. IMPORTANTE: vou revisar tudo antes de protocolar. Sinalize em [COLCHETES] onde falta dado factual específico."

## 4. BIBLIOTECA DE PROMPTS — PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIA

### 4.1 Planejamento editorial mensal

"Sou advogado(a) especializado(a) em [ÁREA], atuo em [CIDADE/ESTADO]. Meu cliente ideal é [DESCRIÇÃO DETALHADA]. Monte um planejamento editorial de 4 semanas para Instagram, com 3 posts de feed por semana (distribuídos entre

visibilidade, autoridade e conexão) e 5 stories por semana. Me entregue em tabela: dia, formato, tema, objetivo, ideia resumida."

#### 4.2 Definição de ICP (Ideal Client Profile)

"Ajude-me a definir meu cliente ideal. Área de atuação: [ÁREA]. Ticket médio atual: [VALOR]. Ticket que quero atingir: [VALOR]. Perfis já atendidos: [DESCREVER]. Quero um ICP detalhado com: demografia, comportamento digital, dores principais, canais onde está presente, gatilhos de busca por advogado, e 3 mensagens-chave que eu deveria comunicar."

#### 4.3 Análise de concorrência

"Liste os 5 maiores escritórios/advogados de [ÁREA] em [CIDADE/REGIÃO] que atuam com forte presença digital. Para cada um me mostre: posicionamento aparente, redes onde atuam, tom de comunicação, pontos fortes e possíveis lacunas que eu poderia explorar. Se não tiver dados específicos, me diga quais critérios eu devo avaliar manualmente."

## 5. CHECKLIST DE POSICIONAMENTO DIGITAL

Use este checklist para diagnosticar onde seu posicionamento digital está hoje. Marque o que já tem e o que falta.

Definição estratégica:

Tenho clareza sobre minha área de atuação principal.

Tenho clareza sobre meu cliente ideal (ICP).

Consigo descrever meu diferencial em uma frase.

Sei qual é o meu ticket médio atual.

Sei qual é o tempo de retorno do meu nicho (curto, médio, longo).

Presença digital:

Tenho perfil profissional no Instagram atualizado.

Tenho perfil profissional no LinkedIn atualizado.

Meu nome completo aparece no Google quando pesquisado.

Tenho uma bio/descrição que mostra claramente o que faço e para quem.

Tenho foto profissional recente (menos de 2 anos).

Produção de conteúdo:

Publico pelo menos 2 conteúdos por semana.

Meu conteúdo é voltado para o cliente leigo, não para colegas.

Uso linguagem clara, sem juridiquês em excesso.

Tenho variação entre visibilidade, autoridade e conexão.

Tenho um roteiro ou planejamento semanal.

Atendimento:

Respondo leads em menos de 1 hora no horário comercial.

Tenho mensagem padrão para primeiro contato no WhatsApp.

Tenho um processo definido: lead → qualificação → reunião → proposta.

Faço follow-up quando o cliente não responde.

Controlo origem dos leads (Instagram, Google, indicação).

Tráfego pago (opcional):

Sei responder quem é meu público, qual minha oferta, qual meu objetivo.

Respeito o Provimento 205/2021 em todo anúncio.

Meço o custo por lead das minhas campanhas.

Faço otimização mensal dos anúncios.

## 6. MODELOS DE MENSAGEM WHATSAPP

### 6.1 Primeiro contato — resposta ao DM/WhatsApp

"Olá [Nome], tudo bem? Aqui é o Dr./Dra. [X]. Recebi seu contato sobre [assunto geral]. Antes de passar qualquer informação, preciso entender melhor sua situação para te orientar com precisão. Posso te ligar agora ou prefere que a gente agende uma conversa de 15 minutos hoje ainda?"

### 6.2 Quando o cliente pergunta valor direto

"Entendo a pergunta, [Nome]. O valor varia bastante conforme os detalhes do caso — tempo de trabalho, complexidade, provas disponíveis. Por isso, faço uma conversa inicial gratuita de 15 minutos onde você me conta a situação e eu já consigo te passar a estimativa com base no seu caso específico. Posso agendar para [sugestão de horário]?"

### 6.3 Follow-up 24h pós-reunião

"Olá [Nome], bom dia! Só passando aqui para agradecer a conversa de ontem e reforçar os próximos passos que combinamos. Deixo anotado: (1) vou te enviar a proposta até [dia]; (2) você vai reunir os documentos [lista]; (3) nossa próxima conversa fica marcada para [data]. Qualquer dúvida que surgir no meio do caminho, só me chamar. Abraço."

### 6.4 Lead esfriou (7 dias sem resposta)

"Oi [Nome], passando para saber como você está. Ficou alguma dúvida sobre a proposta que te enviei? Se preferir, consigo encaixar uma conversa rápida esta semana para esclarecer qualquer ponto. Sem compromisso. Fico no aguardo."

## 6.5 Indicação (cliente antigo recomenda alguém)

"Oi [Nome], como vai? [Nome do cliente que indicou] me passou seu contato porque mencionou que você está passando por [situação]. Antes de mais nada, fico à disposição para te ajudar a entender a situação. Me conta um pouco mais pelo áudio ou por texto, o que for mais fácil pra você?"

## 7. RESUMO DO PROVIMENTO 205/2021 (OAB)

O Provimento 205/2021 do Conselho Federal da OAB regula a publicidade e informação da advocacia. É o seu guard-rail.

### O QUE PODE:

- Informar nome, áreas de atuação, especializações, títulos.
- Indicar endereço, meios de contato, horário de atendimento.
- Publicar conteúdo informativo, educativo, instrutivo (artigos, posts, vídeos).
- Anunciar participação em eventos, cursos, palestras.
- Impulsionar publicações nas redes sociais desde que respeitadas as regras.
- Usar fotos profissionais do ambiente de trabalho (sem expor clientes).

### O QUE NÃO PODE:

- Prometer resultado (ganhar causa, êxito garantido).
- Divulgar valores de honorários em ampla publicidade.
- Usar adjetivos autoelogiosos ("o melhor", "especialista número 1").
- Comparar serviços com outros advogados ou escritórios.
- Mercantilizar a advocacia (promoções, descontos, "pacotes").
- Divulgar caso concreto com identificação do cliente.
- Oferecer brindes ou vantagens para captar cliente.
- Publicar depoimento ou imagem de cliente sem autorização expressa e dentro das regras éticas.

REGRA DE OURO: se você está em dúvida se pode publicar algo, a resposta provavelmente é "ajuste o tom".

## 8. CALENDÁRIO EDITORIAL — MODELO PRONTO (semana tipo)

Segunda-feira:

- Feed — post de autoridade (carrossel explicativo sobre dúvida comum da área).
- Stories — sequência de 3-4 stories sobre rotina do escritório, bastidor.

Terça-feira:

Stories — enquete ou pergunta para a audiência.

Stories — compartilhar um case aprendido (sem identificar cliente).

Quarta-feira:

Feed — Reels de visibilidade (gancho forte, 30-45 segundos).

Stories — reposta a dúvida da enquete de terça.

Quinta-feira:

Stories — conteúdo de conexão (você em contexto profissional ou mini-reflexão).

Engajamento ativo: responder comentários, mandar DM para seguidores novos.

Sexta-feira:

Feed — post de conexão (fala direta, story pessoal profissional, tom mais humano).

Stories — fechamento da semana.

Sábado e domingo:

Opcional: stories leves, sem compromisso. Descanso.

Esse modelo entrega 3 posts de feed + stories diários, dentro do princípio "3 posts bons por semana é melhor que 10 ruins".

## 9. REFERÊNCIAS E FERRAMENTAS

IA e produtividade:

Claude: [claude.ai](https://claude.ai)

Claude Code (versão mais poderosa): [claude.com/product/claude-code](https://claude.com/product/claude-code)

Referral de 1 semana grátis: [claude.ai/referral/o\\_sXk9K3bA](https://claude.ai/referral/o_sXk9K3bA)

Gestão de redes sociais:

mLabs (agendamento e programação de posts)

Metricool (alternativa)

Canva (edição de arte)

CapCut (edição de vídeo mobile)

Tráfego pago:

Meta Business Suite (Facebook e Instagram)

Google Ads

Biblioteca de anúncios do Meta (para ver o que concorrentes estão fazendo)

Organização e CRM:

Notion (organização pessoal e de projetos)

ClickUp (gestão de tarefas)

Trello (kanban simples)

Aprendizado contínuo:

@5law.marketing no Instagram (conteúdo de marketing jurídico)

5law.com.br (site com estudos de caso e conteúdo)

Referências jurídicas sobre publicidade:

Provimento 205/2021 — Conselho Federal da OAB

Código de Ética e Disciplina da OAB

## CONTATO

Izauro Gabriel — Fundador da 5LAW

Instagram: @izaurogabriel

5LAW Marketing Jurídico: @5law.marketing

Site: 5law.com.br

Email: contato@5law.com.br

Por uma advocacia mais próspera e de resultados reais.

5LAW — Aceleradora Jurídica.

5LAW