

O TIKTOK NÃO É SÓ DANCINHA: O PAPEL DAS PLATAFORMAS NO MARKETING DOS PROFISSIONAIS DO DIREITO

Ana Luiza Fachini, Aluna do 10^o período do Curso de Direito da FAE Centro Universitário. Hugo Alfredo Koerich Vieira Cardoso, Aluno do 10^o período do Curso de Direito da FAE Centro Universitário. Eloi Pethechust, Doutor e Mestre Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

Contatos: ana.fachini@mail.fae.edu

hugo.cardoso@mail.fae.edu

pethechust@hotmail.com

RESUMO

A ascensão das redes sociais transformou significativamente as estratégias de marketing jurídico, notadamente com o crescimento exponencial de plataformas como o TikTok. Este artigo analisa como advogados têm utilizado o TikTok não apenas como meio de entretenimento, mas como ferramenta estratégica de divulgação profissional, respeitando os limites éticos da atuação na advocacia. A partir de uma abordagem qualitativa e bibliográfica, o estudo investiga a relação entre o uso consciente da tecnologia, a presença digital e a construção de autoridade no meio jurídico. Conclui-se que o TikTok, quando bem utilizado, configura-se como um importante aliado para a democratização do conhecimento jurídico e fortalecimento da imagem profissional, desde que observados os preceitos éticos da profissão.

Palavras-chave: Marketing jurídico. Redes sociais. TikTok. Advocacia digital. Ética profissional.