

Captação de Clientes na Advocacia: O Que a OAB Permite e as Regras a Serem Seguidas

escrito por Dr. Ademilson Carvalho Santos | agosto 18, 2024



A captação de clientes é um tema de grande relevância para os advogados, uma vez que a sustentabilidade e o crescimento de seus escritórios dependem da capacidade de atrair e reter clientes. No entanto, a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) estabelece regras e diretrizes específicas para a captação de clientes, visando garantir a ética, a transparência e a dignidade da profissão. Neste artigo, exploraremos o que a OAB

permite em relação à captação de clientes e as regras que devem ser seguidas pelos advogados.

Primeiramente, é importante destacar que a OAB permite a captação de clientes pelos advogados, desde que sejam observados os princípios éticos e as normas estabelecidas pelo Código de Ética e Disciplina da OAB. O advogado tem o direito de divulgar seus serviços e buscar novos clientes, mas deve fazê-lo de forma moderada, respeitosa e sem prejuízo à dignidade da profissão.

Uma das principais regras a serem seguidas na captação de clientes é a proibição da mercantilização da advocacia. O advogado não pode tratar sua atividade como um mero comércio, utilizando práticas de marketing agressivas ou enganosas para atrair clientes. A captação deve ser pautada pela ética, pela transparência e pela qualidade dos serviços oferecidos.

A OAB também veda a captação de clientela por meio de intermediários ou agenciadores. O advogado não pode oferecer comissões, vantagens ou benefícios a terceiros para que estes indiquem clientes para seu escritório. A relação entre advogado e cliente deve ser direta, sem interferências externas que possam comprometer a independência e a confiança necessárias para o exercício da profissão.

Outra regra importante diz respeito à publicidade dos serviços advocatícios. A OAB permite que os advogados divulguem seus serviços por meio de publicidade, desde que sejam observados os limites impostos pelo Código de Ética e Disciplina. A publicidade deve ser objetiva, informativa e moderada, evitando a autopromoção excessiva, a comparação com outros profissionais e a promessa de resultados específicos.

Os advogados podem utilizar diversos meios para divulgar seus serviços, como websites, redes sociais, cartões de visita e publicações especializadas. No entanto, devem ter cuidado para não incorrer em práticas vedadas pela OAB, como a publicidade

enganosa, a captação de clientela por meio de telemarketing ou a oferta de serviços em locais inadequados, como hospitais e delegacias.

Além disso, a OAB estabelece regras para a fixação de honorários advocatícios. Os advogados têm liberdade para negociar seus honorários com os clientes, mas devem fazê-lo de forma clara, transparente e por escrito. É vedada a cobrança de honorários excessivos ou desproporcionais aos serviços prestados, bem como a captação de clientes mediante a oferta de descontos ou vantagens indevidas.

É importante ressaltar que a captação de clientes deve ser realizada de forma ética e respeitosa, evitando qualquer tipo de assédio ou importunação. O advogado deve respeitar a liberdade de escolha do cliente e não pode utilizar meios coercitivos ou intimidatórios para obter novos casos.

Além das regras estabelecidas pela OAB, os advogados também devem estar atentos às normas e regulamentações específicas de cada estado ou município onde atuam. Algumas seccionais da OAB podem ter regras adicionais ou mais restritivas em relação à captação de clientes, e é dever do advogado conhecer e cumprir essas normas locais.

A captação de clientes é uma atividade legítima e necessária para o exercício da advocacia, mas deve ser realizada dentro dos limites éticos e legais estabelecidos pela OAB. Os advogados devem priorizar a qualidade dos serviços prestados, a transparência na relação com os clientes e o respeito à dignidade da profissão.

Ao seguir as regras da OAB e adotar uma postura ética na captação de clientes, os advogados fortalecem a confiança da sociedade na advocacia e contribuem para a construção de uma justiça mais efetiva e acessível a todos os cidadãos. A captação de clientes deve ser encarada como uma oportunidade de servir à sociedade e de exercer a nobre missão de defender

os direitos e a justiça, sempre pautada pela ética, pela transparência e pela excelência profissional.