



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS
CURSO DE DIREITO – UNIDADE SANTA RITA
COORDENAÇÃO DE MONOGRAFIAS**

FILIPPE TORRES MARQUES

**OS CONFLITOS EXISTENTES ENTRE A ÉTICA
JURÍDICA E O EMPREENDEDORISMO NA ADVOCACIA**

SANTA RITA – PB

(2025)

FILIPPE TORRES MARQUES

OS CONFLITOS EXISTENTES ENTRE A ÉTICA JURÍDICA E
O EMPREENDEDORISMO NA ADVOCACIA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Direito da Unidade Santa Rita, do Centro de Ciências Jurídicas da Universidade Federal da Paraíba, como exigência parcial para a obtenção do título de Bacharel(a) em Ciências Jurídicas.

Orientador(a): Doutor Clovis Marinho de Barros Falcão.

SANTA RITA – PB

(2025)

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

M357c Marques, Filipe Torres.

Os conflitos existentes entre a ética jurídica e o empreendedorismo na advocacia / Filipe Torres Marques.
- Santa Rita, 2025.
70 f.

Orientação: Clóvis Marinho de Barros Falcão.
TCC (Graduação) - UFPB/CCJ/DCJ-Santa Rita.

1. Conflitos. 2. Ética. 3. Empreendedorismo. 4. Advocacia. I. Falcão, Clóvis Marinho de Barros. II. Título.

UFPB/DCJ/CCJ-SANTARITA

CDU 34



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS
DIREÇÃO DO CENTRO
COORDENAÇÃO DE MONOGRAFIAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS
DISCIPLINA: TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO



ATA DE DEFESA PÚBLICA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Ao Trigesimo primeiro dia do mês de Março do ano de dois mil e vinte e cinco, realizou-se a sessão de Defesa Pública do Trabalho de Conclusão do Curso de Direito intitulado “Os conflitos existentes entre a ética jurídica e o empreendedorismo na advocacia”, do(a) discente(a) **FILIFE TORRES MARQUES**, sob orientação do(a) professor(a) Dr. Clóvis Marinho de Barros Falcão. Após apresentação oral pelo(a) discente e a arguição dos membros avaliadores, a Banca Examinadora se reuniu reservadamente e decidiu emitir parecer favorável à APROVAÇÃO, de acordo com o art. 33, da Resolução CCGD/02/2013, com base na média final de 10,0 (DEZ). Após aprovada por todos os presentes, esta ata segue assinada pelos membros da Banca Examinadora.

Dr. Clóvis Marinho de Barros Falcão

Dr. Felipe Augusto Forte de Negreiros Deodato

Ma. Renata Torres da Costa Manguieira

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer ao meu Deus e meu Senhor Jesus Cristo, que me guiou durante os 05 (cinco) longos anos de curso. Também, gostaria de agradecer a Virgem Maria, por ser meu amparo e enxugar minhas lágrimas de frustrações. Para expressar essa gratidão, cito um trecho da minha música favorita, Abraão, escrita por João Gurgel: “Os teus planos querem o meu sim em Tua terra está o meu lugar, te adorar trouxe sentido à minha vida”

Agradeço também aos meus familiares, em especial à minha mãe Adriana e ao meu pai Kleber, que tanto fizeram por mim, para que eu chegasse até aqui. Agradeço também aos meus caros amigos, que em momentos de dificuldades me ajudaram, em especial, os que dividiram essa sala de aula e os árduos trabalhos em grupo.

Também agradeço a minha namorada, que se faz presente, me ajudou com uma calorosa torcida e leu meu trabalho com muito amor.

Ainda, agradeço a minha banca, que me ajudou e se fez disposta, mesmo com pedidos loucos de antecipar a defesa.

Por fim, agradeço ao meu orientador, Professor Dr. Clóvis, que topou uma aventura ao me instruir nesse tema e fez seu papel com muita calma e maestria.

RESUMO

A presente monografia, intitulada "Os Conflitos Existentes entre a Ética Jurídica e o Empreendedorismo na Advocacia", versa sobre os conceitos, interpretações e conflitos éticos enfrentados no exercício da advocacia moderna, especificamente relacionados às práticas empreendedoras e às demandas do atual contexto de mercado. Com efeito, são variadas as questões acerca das dificuldades enfrentadas pelos advogados em conciliar a ética profissional com as exigências mercadológicas, resultando frequentemente em práticas irregulares, como a captação indevida de clientela e a publicidade inadequada. Este constitui o objeto central deste estudo: analisar a aplicabilidade e os limites éticos da advocacia empreendedora. A metodologia adotada consistiu em: i) analisar profundamente os conceitos éticos propostos pela doutrina filosófica de Santo Tomás de Aquino; ii) analisar a doutrina jurídica contemporânea sobre empreendedorismo na advocacia; iii) avaliar criticamente os instrumentos normativos vigentes, tais como o Código de Ética e Disciplina da OAB, Estatuto da Advocacia e jurisprudências correlatas sobre as infrações éticas mais comuns na profissão; e iv) examinar as consequências práticas, jurídicas e sociais das práticas éticas inadequadas. Nesta senda, conclui-se que a prática ética no empreendedorismo jurídico é plenamente possível e desejável, desde que respeitados os limites claramente estabelecidos pelas normativas profissionais e éticas vigentes. O estudo reforça que a aplicação rigorosa desses princípios constitui um fator indispensável para o sucesso sustentável da advocacia, servindo como fundamento essencial para restaurar e preservar a imagem positiva da profissão perante a sociedade, garantindo, assim, o acesso efetivo à justiça e a concretização do bem comum.

Palavras-chave: [Conflitos entre a ética e o empreendedorismo; Ética profissional; Advocacia em constante mudança; Empreendedorismo necessário para sobreviver ao mercado]

ABSTRACT

This monograph, entitled "Ethics and Entrepreneurship in Law: Contemporary Challenges of the Legal Profession," addresses the concepts, interpretations, and ethical conflicts faced by modern legal practitioners, particularly those related to entrepreneurial practices and current market demands. Indeed, numerous issues arise from the difficulties lawyers face in reconciling professional ethics with market requirements, frequently leading to irregular practices such as improper client acquisition and inappropriate advertising. This constitutes the central objective of this study: to analyze the applicability and ethical boundaries of entrepreneurial law practice. The methodology adopted consisted of: i) thoroughly analyzing ethical concepts proposed by the philosophical doctrine of Thomas Aquinas; ii) examining contemporary legal doctrine regarding entrepreneurship in law; iii) critically evaluating current regulatory instruments, including the Code of Ethics and Discipline of the Brazilian Bar Association (OAB), the Statute of Advocacy, and relevant jurisprudence on the most common ethical infractions in the profession; and iv) assessing the practical, legal, and social consequences of inadequate ethical practices. In conclusion, ethical practice in entrepreneurial legal activities is entirely possible and desirable, provided it adheres strictly to clearly established professional and ethical standards. The study reinforces that rigorous application of these principles is crucial for the sustainable success of legal practice, serving as an essential foundation to restore and preserve the positive public perception of the profession, thereby ensuring effective access to justice and the realization of the common good.

Keywords [Conflicts between ethics and entrepreneurship; Professional ethics; Constantly evolving legal profession; Entrepreneurship necessary for market survival]

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	09
2. CONCEITO DE ÉTICA JURÍDICA	11
2.1 Conceitualização De Ética E Moral	11
2.2 Virtudes Morais E Ordem Ética	15
2.3 Ética Anterior Ao Exercício Jurídico	18
2.4 Ética Profissional Na Advocacia	20
2.5 A Mercantilização Da Advocacia E Os Desafios Do Empreendedorismo Jurídico:	23
2.6 A Independência Do Advogado E A Relação Advogado-Cliente	24
3. O EMPREENDEDORISMO NA ADVOCACIA	27
3.1 O Que É Empreender Na Advocacia	27
3.2 Como Empreender Na Advocacia	30
3.3 A Necessidade De Empreender Na Advocacia	34
3.4 O Empreendedorismo No Mundo Globalizado	37
4. OS LIMITES ÉTICOS DO ADVOGADO AO EMPREENDER	40
4.1 A Conexão Entre A Ética E O Empreender	40
4.2 A Captação De Clientes Como Uma Infração Ética:	46
4.2.1 Captação De Causas: Análise Do Art. 34, Iii, Do Estatuto Da Advocacia E Da Oab	46
4.2.2 Captação De Causas: Análise Do Art. 34, Iv, Do Estatuto Da Advocacia E Da Oab	52
4.3 Publicidade Profissional E Seus Limites Éticos: Uma Abordagem Prática	58
5. CONCLUSÃO	65
6. REFERÊNCIAS	67

1. INTRODUÇÃO

A presente pesquisa acadêmica tem como tema central a importância da ética na advocacia contemporânea, especialmente considerando os desafios impostos pelo atual contexto de mercado e pela percepção social negativa da profissão. Nesse sentido, o problema principal que orienta este estudo refere-se à dificuldade enfrentada pelos advogados em conciliar a prática ética com as exigências mercadológicas atuais, muitas vezes levando a práticas irregulares, principalmente a captação indevida de clientes e a publicidade irregular, o que acaba por prejudicar a imagem pública da advocacia.

Diante dessa problemática, o objetivo geral deste trabalho é analisar profundamente a relevância e a aplicação da ética no exercício da advocacia moderna, identificando os principais conflitos éticos enfrentados pelos profissionais e propondo reflexões fundamentadas filosoficamente e em regulamentações profissionais vigentes. Como objetivos específicos, destacam-se: compreender os conceitos éticos à luz do pensamento filosófico de Santo Tomás de Aquino; examinar o fenômeno do empreendedorismo jurídico e suas implicações éticas; e analisar as principais infrações éticas relacionadas à captação irregular de clientela e ao uso inadequado da publicidade, discutindo suas consequências práticas e normativas.

Com isso, o método de abordagem da pesquisa, para o presente trabalho, se adequa melhor ao de estudo de caso e análise documental. Contudo, em alguns momentos do trabalho, será preciso utilizar-se da metodologia bibliográfica. Destarte, o objetivo é investigar os conflitos éticos no exercício da advocacia relacionados ao empreendedorismo, com uma análise detalhada dos instrumentos normativos que orientam a profissão no Brasil, bem como uma visão panorâmica da literatura relevante sobre ética profissional e empreendedorismo jurídico. Com isso, menciona-se que a pesquisa será predominantemente estudo de caso e análise documental, mas com traços bibliográficos. Optou-se por essas abordagens, pois será possível proporcionar uma compreensão mais aprofundada das normativas éticas já existentes e dos conceitos teóricos que sustentam a profissão, permitindo contextualizar o fenômeno dos conflitos morais existentes atualmente.

A estrutura deste trabalho está organizada em capítulos que possuem objetivos específicos bem delineados. O segundo capítulo do texto (Conceito de Ética Jurídica) objetiva apresentar uma fundamentação teórica robusta sobre a ética jurídica, com base no pensamento filosófico de Santo Tomás de Aquino, especialmente a partir de sua obra

"Summa contra Gentiles". Busca-se, neste capítulo, estabelecer uma compreensão sólida dos princípios éticos essenciais à prática jurídica.

O terceiro capítulo (O Empreendedorismo na Advocacia), por sua vez, visa explorar o empreendedorismo na advocacia, analisando as exigências e as competências necessárias para o profissional jurídico se adequar às novas demandas do mercado, sempre respeitando os limites éticos impostos pela profissão. Este capítulo aborda especialmente a necessidade da ampliação de habilidades multidisciplinares como gestão administrativa, marketing estratégico e tecnologia da informação.

No quarto capítulo (Os Limites Éticos do Advogado ao Empreender), pretende-se realizar uma análise crítica e aprofundada sobre as infrações éticas mais comuns, especialmente relacionadas à captação irregular de clientela e publicidade inadequada, identificando suas causas e consequências sociais e jurídicas. Este capítulo pretende evidenciar as tensões entre as demandas econômicas do mercado e os padrões éticos profissionais.

Dessa forma, a presente pesquisa propõe uma reflexão crítica e abrangente, alinhando o pensamento clássico à realidade prática e normativa atual, objetivando fornecer bases teóricas e práticas para um exercício ético e socialmente responsável da advocacia moderna.

2. CONCEITO DE ÉTICA JURÍDICA

2.1 Conceitualização de Ética e Moral

A ética sempre desempenhou um papel central no exercício da advocacia, especialmente diante do atual cenário do século XXI, onde os escritórios enfrentam o desafio de conciliar a busca por lucro com o compromisso com a justiça. Nessa esfera, a imagem dos advogados na sociedade nem sempre foi positiva, sendo muitas vezes associada à desonestidade e ao oportunismo. O próprio termo "advogar" passou a ser utilizado popularmente para designar a tentativa de convencer alguém de algo que ela não deseja. Diante desse contexto, o pensamento de Santo Tomás de Aquino surge como um alicerce sólido para resgatar e reafirmar a dimensão moral da profissão jurídica.

Santo Tomás de Aquino (1225-1274) foi um dos maiores teólogos e filósofos da Idade Média, pertencente à ordem dominicana. Inspirado por Aristóteles e influenciado por Santo Agostinho, seu pensamento consolidou a base da filosofia escolástica e fundamentou a doutrina moral cristã. Assim, seu trabalho influenciou gerações de pensadores, incluindo juristas e moralistas que defendem a ética como pilar essencial da vida pública e profissional, tendo aplicabilidade dos seus ensinamentos de forma direta no contexto da advocacia, pois abordam a relação entre razão, moral e justiça.

O Capítulo II do Livro, da Summa contra Gentiles III trata da natureza das operações humanas em relação ao fim último, ou seja, com relação ao seu objetivo final. O pensamento Tomista explica que todas as ações humanas estão sob o domínio da razão, característica distintiva do ser humano, pois os animais irracionais envelhecem por instinto, em contrapartida, o homem é dotado de inteligência, lhe permitindo deliberar sobre os meios e os fins de suas ações. Então, Aquino afirma que todas as ações humanas estão sob o domínio da razão, o que significa que o agir humano é intrinsecamente moral e orientado por escolhas conscientes. Esse conceito se aplica diretamente à advocacia, pois um profissional do direito precisa tomar decisões racionais e fundamentadas em princípios éticos para garantir que suas práticas estejam alinhadas à justiça e ao bem comum.

“(...) todo agente opera pela sua própria natureza ou pelo intelecto. Quanto aos agentes pelo intelecto, não há dúvidas que operam em vista do fim, pois operam preconcebendo no intelecto o que conseguem pela operação, e nisto consiste o fazer intelectualmente”. (AQUINO, 1996, p. 383)

Esse ponto é crucial para a ética, pois demonstra que o agir humano é intrinsecamente moral, orientado por escolhas conscientes e racionais. Diante desse pensamento, no contexto da advocacia, esse ensino reforça a necessidade do profissional de agir de forma racional, evitando tomadas de decisão por impulso, pois há uma grande responsabilidade do advogado durante os processos, sendo vital que seu agir esteja conforme a razão e a lei. Nesse viés, os profissionais do direito precisam subordinar suas práticas a um fim maior, ou seja, as necessidades dos clientes e a busca do bem supremo, que é promoção da justiça. Diante disso, Tomás fornece uma base filosófica sólida para sustentar que a ética na profissão jurídica não é opcional, mas essencial para garantir que as decisões do advogado reflitam valores superiores concretos, corretos e escolhas verdadeiramente éticas, que busquem o fim maior. Portanto, quem atua na profissão não pode ignorar esse princípio, pois corre o risco de desvirtuar sua função, transformando a advocacia em mero instrumento de ganho financeiro ou manipulação legal.

Logo no Capítulo seguinte, Santo Tomás de Aquino aborda as finalidades das ações humanas e a Ética que as envolve. Nesse patamar, o Aquinista argumenta que "todo agente opera por um fim", trazendo o pensamento teórico que nenhuma ação ocorre sem uma finalidade, pois tudo busca algo percebido como um bem, ou seja, uma razão. Com isso, o racional humano, ao deliberar e escolher, deve tentar ordenar as ações para alcançar o que é bom e desejado. Logo, esse reto modo de proceder é essencial para entender a ética como ciência do agir humano, pois implica que a moralidade das ações está intrinsecamente ligada ao fim que se deseja alcançar.

Então, no exercício da advocacia, essa reflexão destaca a importância de decisões fundamentadas e éticas, sendo necessário que o advogado deve avaliar constantemente suas ações, garantindo que elas estejam alinhadas à justiça e ao bem comum, batalhando arduamente para que elas não estejam subordinadas aos seus interesses pessoais ou à busca desordenada de ganhos financeiros. Assim, o Capítulo III fundamenta a ideia de que a ética na advocacia é uma exigência intrínseca para contribuir com o ordenamento social e alcançar uma sociedade mais justa.

Destarte, Santo Tomás segue, ao longo de sua obra, tratando de assuntos extremamente pertinentes ao dilema ético vivido pelos profissionais do direito, trazendo posteriormente, um diálogo que é vivenciado no contexto diário da advocacia. Diante disso, Aquino fala severamente sobre os falsos bens e o verdadeiro fim último. Nesse aspecto, traz uma reflexão sobre os falsos bens e o verdadeiro fim do homem onde ensina

que esse fim último do homem não pode ser encontrado em bens terrenos, como riqueza, honra ou prazeres corporais, mas no Sumo Bem, que é Deus.

Depreende-se do exposto que todas as coisas ordenam-se para um só fim, como o seu fim último. Com efeito, se nenhuma coisa tende para algo como para o seu fim senão enquanto este é bom, necessariamente o bem enquanto bem identifica-se com o fim. Por conseguinte, o que é o sumo bem será o fim supremo de todas as coisas. Ora, o sumo bem é um só, que é Deus, como foi provado no livro I (c. XLII). Logo, todas as coisas se ordenam, como para seu fim, para um só bem, que é Deus.” (AQUINO, 1996, p. 403)

Ou seja, isso significa que, segundo Santo Tomás de Aquino, o propósito final e mais importante da vida humana não está nas coisas materiais ou passageiras, como dinheiro, status ou prazeres físicos. Em vez disso, o verdadeiro sentido e a felicidade plena do ser humano só podem ser encontrados em Deus, que é o bem supremo e eterno. Portanto, buscar essas coisas terrenas como objetivo principal desvia o homem do seu verdadeiro propósito. Dessa maneira, Tomás traz esse debate de forma detalhada, onde explica no capítulo XXVI, do livro 3, da Summa Contra os gentios, que a verdadeira felicidade não é alcançada pelas conquistas da vontade, nem pelos prazeres carnisais.

(...) Se a felicidade consiste em ato da vontade, este ato seria ou desejar, ou amar, ou se deleitar. Mas, é impossível que o desejo seja o fim último, porque o desejo se dá quando a vontade tende para o que ainda não possui: o que vai contra a natureza do fim último. (AQUINO, 1996, p. 424)

No contexto da advocacia, isso significa que o exercício da profissão deve transcender a busca por bens materiais ou status social, direcionando-se ao objetivo maior da justiça e do bem comum, bem como pela busca dos interesses dos seus clientes e dos seus verdadeiros direitos.

Nesse cenário, o autor traz ainda que nem os ganhos financeiros e nem as honrarias e fama foram capazes de proporcionar felicidade verdadeira. O dinheiro, útil como meio, jamais satisfaz o desejo humano de bem-estar e perfeição.

(...) Por exemplo, com relação às pessoas para as quais o dinheiro é o fim, diz-se também que a posse do dinheiro é um fim, não apenas o desejá-lo ou amá-lo. Ora, o fim último da criatura intelectual é Deus. Por isso, a operação pela qual o homem chega em primeiro lugar a Deus é essencialmente sua beatitude ou felicidade. (AQUINO, 1996, p. 425)

Para a advocacia, este é um grande alerta contra a mercantilização da profissão, pois ressalta que os honorários devem ser vistos como subordinados à busca pela justiça, sendo possível enxergar que um verdadeiro Advogado apenas ficará realizado quando

garantir à administração da Justiça, pois como é dito pelo Art. 2º do Código de Ética e Disciplina da OAB (CED), o Advogado é defensor do Estado Democrático de Direito, dos direitos humanos e garantias fundamentais, da cidadania, da moralidade, da Justiça e da paz social, cumprindo-lhe exercer o seu ministério em consonância com a sua elevada função pública e com os valores que lhe são inerentes.

Seguindo nessa linha de raciocínio, Santo Tomás discute a fama e a glória humana, mostrando que, embora desejáveis, elas não são necessárias para alcançar o bem supremo. Diante disso, Tomás traz que a glória verdadeira está em Deus e em viver conforme sua vontade. De forma análoga, vemos no campo jurídico que essa vontade por fama e glória reflete o perigo da autopromoção excessiva e da busca desenfreada por notoriedade, muitas vezes colocando em xeque os valores éticos ao abusar de propagandas e do Marketing, ultrapassando as barreiras estabelecidas pelas normativas da OAB, bem como pelo Estatuto Federal da OAB.

(...) Logo, a felicidade humana não se deve por me honras. Além disso, o que é por causa de um outro bem e é desejável não é o fim último. Assim é a honra, pois ninguém é honrado retamente senão por causa de um outro bem que nele existe. Por esse motivo, os homens querem ser honrados, como querendo dar testemunho de um outro bem que neles há. Por conseguinte, os homens gostam mais de serem honrados pelos poderosos e sábios. Logo, nas honras não se deve por a felicidade logo, nas honras não se devem por a felicidade humana. (AQUINO, 1996, p. 429)

Depreende-se do exposto, que o sumo bem do homem não se encontra na glória, que consiste na celebridade da fama. (...) Ora, os homens desejam fazer-se conhecidos com louvor e notoriedade para serem honrados por aqueles que os conhecem. Por isso, a glória é desejada por causa da honra. Ora, se a honra não é o sumo bem, muito menos o será a glória. (AQUINO, 1996, p. 429)

Tais pensamentos expostos nesses capítulos, em conjunto, formam um grande e coeso argumento sobre os desvios éticos na advocacia, demonstrando que o verdadeiro bem do Homem é a conformidade com a justiça e a busca do bem comum, bem como, a verdadeira moral e ética da Advocacia deve ser buscar os interesses dos clientes, nos limites de seus direitos, bem como a promoção da justiça.

Diante disso, a advocacia do século XXI pode ser uma oportunidade para redefinir a imagem do profissional do direito, mostrando que princípios éticos podem, sim, estar alinhados com o sucesso. Empresas e escritórios de advocacia têm buscado agregar valor às suas marcas através de posturas socialmente responsáveis, o que fortalece a percepção de que a ética não é um obstáculo, mas sim um diferencial competitivo.

Ao concluir essa discussão, percebe-se que a ética tomista dialoga diretamente com os desafios da advocacia contemporânea. A independência do advogado, conforme preconizado pelo Código de Ética e Disciplina da OAB, deve ser continuamente preservada, e sua conduta deve se pautar pelo compromisso com a verdade e com o bem comum. A ética não deve ser vista como um entrave ao sucesso, mas como um pilar essencial para a consolidação de uma carreira sólida e respeitável. Como ensina Aquino, a verdadeira grandeza não está na acumulação de bens, mas na justiça e na retidão do agir humano.

2.2 Virtudes Morais e Ordem Ética

Ainda no pensamento Aquinista, na *Summa contra Gentiles*, é explorado as virtudes morais e sua relevância para o agir humano. Com isso, o autor define as virtudes como uma disposição habitual para o bem, indispensável para que o homem alcance seu fim último.

(...) as virtudes e os vícios são os princípios das eleições, pois o virtuoso se diferencia do viciado pela escolha de objetos contrários. Ora, as virtudes e os vícios não provêm da natureza, mas são adquiridos pela repetição, como prova o Filósofo (II Ética 1, 1103a-b; Cmt 1, 246-254), pois nos acostumamos aquelas ações, sobretudo se desde a infância adquirimos-lhes os hábitos. (AQUINO, 1996, p. 445)

Nesse intuito, para o advogado, isso significa cultivar virtudes como honra, dignidade, lealdade e honestidade, que não são qualidades inatas, mas sim hábitos adquiridos por meio da prática e do compromisso ético contínuo. Esse conceito é reforçado pelo Código de Ética e Disciplina da OAB, cujo Art. 2º, parágrafo único, destaca que a advocacia exige conduta compatível com os preceitos da moralidade, da lealdade e da boa-fé. Adiante, Tomás entra em consonância com o Código citado ao destacar a importância da prudência para o Homem, virtude que guia a razão prática e é vital para decisões equilibradas, o que é extremamente necessário a função jurídica especialmente na defesa dos interesses do cliente em harmonia com princípios éticos, onde também é observado nos incisos VI e seguintes do Art. 2º do Código de Ética e Disciplina da OAB.

Além disso, a intenção de todo legislador é fazer bons todos aqueles aos quais a lei é dada. Por isso, os preceitos da lei devem tratar dos atos das virtudes (A Ética 13, 1102a, Cmt 19, 225) e também por isso os atos da lei divina visam principalmente aos atos ótimos. Ora, entre os atos humanos são ótimos aqueles pelos quais o homem se une a Deus, porque estão mais chegados ao fim. Logo,

a lei ordena os homens principalmente para estes atos.” (AQUINO, 1996, p. 598)

Ainda, Tomás analisa as características das virtudes e afirma de maneira clara que o Homem deve ter força e firmeza para resistir as tentações e tribulações que envolvem sua alma e que tentam tirá-lo dos planos de Cristo, ou seja, da humildade, da busca pela felicidade e da fuga dos prazeres.

Além disso, a bondade do homem está na virtude. pois, a virtude faz bom quem a possui (II Érica 5, 1106a; Cmt 6,3079). Por isso, a lei procura tomar os homens virtuosos, e o objeto dos preceitos da lei são os atos de virtude. Mas é condição da virtude que os virtuosos operem de modo deleitável e com firmeza. E isto faz principalmente o amor, pois pelo amor fazemos as coisas com deleite e firmeza. Logo, o amor do bem é a última intenção da lei. (AQUINO, 1996, p. 599)

No caso do exercício jurídico, essas tentações e tribulações apresentam-se como condutas a serem evitadas para que o profissional não prejudique a si mesmo ou a outrem, a exemplo do rol de condutas visto pelo inciso VIII do Art. 2 do CED. Logo, a virtude da fortaleza descrita por Tomás é essencial para que o Advogado persevere na ética, mesmo diante das adversidades de um mercado competitivo.

Logo, essa visão reforça que a ética na advocacia não pode ser apenas um conjunto de normas burocráticas, mas sim um compromisso pessoal e inegociável com a justiça. Quando a advocacia deixa de observar esses princípios, comprometem não apenas a profissão, mas também a ordem jurídica e social.

Por mais, nota-se que, a advocacia nem sempre foi vista com bons olhos pela sociedade. Relatos antigos e modernos apontam para uma visão negativa da profissão, associada à desonestidade, à busca excessiva pelo lucro e ao favorecimento de interesses particulares em detrimento da justiça. Expressões populares, como "advogar para alguém" (no sentido de defender causas que não possuem razão), refletem essa ofensa pública e caluniosa a uma profissão que deveria ser um exemplo moral e de integridade. Tal conceito é fruto de práticas que distorcem a função do advogado e o afastam do ideal de agente administrador da justiça, conforme dito pela Constituição Federal: “Art. 133. O advogado é indispensável à administração da justiça, sendo inviolável por seus atos e manifestações no exercício da profissão, nos limites da lei.” (Constituição 1988).

Contudo, a adoção das virtudes morais, como proposta por Santo Tomás, representa um caminho para restaurar a dignidade da advocacia. A profissão é, pode e deve ser vista como uma vocação nobre, em que o compromisso com a verdade e com o

bem comum devem se sobrepor a interesses egoístas. Esse é o espírito exato do Estatuto da Advocacia, que no seu Art. 31 determina que o advogado deve proceder de maneira compatível com a dignidade da profissão e zelar pela preservação dos princípios da moralidade e do decoro. Podemos ver diretamente o caput do referido artigo: “Art. 31. O advogado deve proceder de forma que o torne merecedor de respeito e que contribua para o prestígio da classe e da advocacia.” (Lei nº 8.906, de 4 de julho de 1994)

Dessa forma, se a advocacia é criticada por sua mercantilização e pelo afastamento dos princípios éticos, é possível utilizar os próprios conceitos de Santo Tomás de Aquino para reverter essa imagem e demonstrar que a profissão pode se tornar um exemplo de retidão e compromisso social. A busca por lucro não é incompatível com a ética, mas sim a maneira como esse lucro é procurado. Um advogado pode prosperar financeiramente sem precisar recorrer a práticas antiéticas, e é justamente essa mensagem que o Tomismo e a orientação da OAB buscam reforçar.

Santo Tomás de Aquino também analisa a fortaleza como virtude fundamental para resistir às tentativas e tribulações que podem desviar o homem do caminho correto. Na advocacia, essa resistência é necessária para que o profissional não sucumba à pressão do mercado ou à busca desenfreada por sucesso e notoriedade. O Código de Ética e Disciplina da OAB, em seu Art. 34, traz de maneira clara várias infrações que mitigam a honra da profissão e proíbe explicitamente a captura indevida de clientela e a propaganda abusiva, justamente para evitar que a profissão se torne refém de práticas que priorizem a fama e o lucro em detrimento da justiça.

Essa visão tomista ressoa diretamente com a necessidade de o advogado atuar não apenas como operador de direito, mas como agente de transformação social, alguém que, pela sua atuação, contribui para um mundo mais justo e equilibrado.

Por fim, vale reforçar que o sucesso na advocacia não depende exclusivamente da capacidade técnica ou da acumulação de riqueza, mas sim da integridade com que se exerce a profissão. Muitos advogados bem-sucedidos o são justamente porque estabeleceram uma regulamentação baseada na ética e na justiça. Logo, advocacia é um serviço público essencial à administração da justiça, e seu exercício deve ser pautado pela moralidade e pelo compromisso com a ordem jurídica.

Portanto, a ética Tomista e as normativas da OAB caminham na mesma direção: ambas demonstram que a advocacia só pode ser verdadeiramente bem-sucedida quando fundada sobre os pilares da ética, da justiça e da moralidade. Dessa forma, o advogado se

torna não apenas um técnico do direito, mas um verdadeiro defensor da justiça e do bem comum.

Concluindo, tal pensamento apresenta uma visão conjunta da ética, da moral e das virtudes, fundamentando a ideia de que a advocacia, em si, deve ser guiada por princípios superiores, como o bem comum, a honestidade e a prudência. Eles reforçam que o advogado e a profissão não devem ser exercidos apenas tecnicamente, mas principalmente pela Administração da Justiça.

2.3 Ética anterior ao exercício jurídico

A ética jurídica não pode ser reduzida apenas a um conjunto de normas que regulamenta o exercício da advocacia, devendo estar presente desde a formação do estudante de direito, moldando sua conduta e sua percepção sobre o papel social da profissão. O livro *Ética Geral e Profissional*, de José Renato Nalini, enfatiza que a ética não deve ser encarada como um mero formalismo acadêmico, mas sim como um princípio estruturante da conduta do futuro advogado. Portanto, torna-se imprescindível que o compromisso com a verdade, a justiça e o bem comum devem começar desde os primeiros anos da faculdade, preparando o aluno para enfrentar os dilemas morais e os desafios da prática jurídica.

Ainda, Nalini critica a mercantilização do meio jurídico no Brasil, apontando que o aumento indiscriminado de alunos de Direito resultou na superficialidade do ensino da ética profissional. Contudo, embora a disciplina de *Ética Profissional* esteja presente nos currículos, ela frequentemente é ministrada de forma teórica e desconectada da realidade prática. Dessa forma, muitos estudantes a encaram como um requisito burocrático, sem perceberem sua real importância para o exercício da advocacia. Além disso, Nalini traz à tona que a ênfase excessiva na transmissão de normas acaba negligenciando a reflexão sobre dilemas éticos concretos, fundamentais para a atuação profissional.

No entanto, observa-se que a formação ética não é puramente responsabilidade das instituições de ensino, cabendo ao próprio estudante uma postura crítica, comprometendo-se com valores como integridade, responsabilidade e respeito à dignidade humana, buscando sempre melhorar suas virtudes e alcançar novos patamares morais, pois a ética deve ser também um compromisso pessoal, refletido na conduta diária e na forma como o futuro advogado encara sua vocação. Para reforçar essa necessidade, Nalini questiona: "(...) ainda vale a pena falar sobre ética?" (NALINI, 2020, p.208). Logo,

o próprio autor traz a resposta a essa provocação: “Há relatos de experiências dolorosas com profissionais sem ética” (NALINI, 2020, p.212).

Assim, Nalini sintetiza esse pensamento ao afirmar que "um estudante desprovido de ética não será um bom profissional. Antes a ética, depois a técnica” (NALINI, 2020, p.224). Logo, é possível notar que a construção de um bom advogado começa muito antes da atuação profissional e a ética deve preceder a técnica jurídica. Nesse sentido, isso leva a um questionamento fundamental: Qual comportamento moral deve orientar o estudante de Direito? Quais valores devem nortear sua trajetória desde os primeiros anos da graduação?

Nesse ponto, o pensamento de Santo Tomás de Aquino se torna essencial para compreender a formação ética do estudante de Direito. Aquino ensina que o homem deve ordenar suas ações ao sumo bem, que, no contexto jurídico, pode ser entendido como a busca pela justiça e a defesa dos interesses do próximo. Para tanto, o estudante deve cultivar virtudes morais fundamentais, como a prudência, a justiça, a fortaleza e a temperança, que servirão de guia para suas decisões futuras.

Nalini reforça esse pensamento ao abordar a necessidade de humanos, estudantes, profissionais que se importem mais com o próximo, que sejam “mais humanos” e que pensem além de suas necessidades. Esse ideal está em plena harmonia com o pensamento de Aquino, que enfatiza que a ética não se resume ao cumprimento de normas, mas sim à busca incessante por uma vida virtuosa. No caso dos estudantes de Direito, isso significa que a formação ética não pode ser negligenciada ou relegada a um papel secundário.

Ademais, a relevância da ética na formação do advogado também é destacada quando Nalini afirma que:

o exemplo ético mais intenso deveria fornecer de quem escolheu o Direito como curso universitário e, por consequência, como forma de subsistência. O estudante de Direito optou por uma carreira cujo núcleo é trabalhar com o certo e com o errado."”(NALINI, 2020, p.211).

Diante desse exemplo, nota-se que o Direito lida com a distinção entre justo e injusto, legal e ilegal, moral e imoral. Portanto, a ausência de um compromisso ético firme desde a graduação compromete não apenas a integridade do profissional, mas também o funcionamento adequado do sistema jurídico como um todo, ocasionando injustiças e prejuízos sociais.

Dessa forma, a construção do caráter ético do advogado deve começar desde os primeiros anos de sua trajetória acadêmica, pois sem ética não há justiça e sem justiça

não há verdadeira advocacia. Portanto, o ensino jurídico deve enfatizar que a advocacia não é um simples meio de obtenção de ganhos financeiros, mas um serviço essencial para a manutenção da ordem social. Como conclui Nalini, a ética é necessária para a dignidade do advogado e para a preservação da justiça.

De mais a mais, para que seja possível inscrever-se na Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) é necessário estar apto, ou seja, seguir alguns requisitos. Seguindo essa corrente de pensamento, para que seja possível adentrar na Ordem, o candidato deve conter idoneidade moral. Dessa forma, segundo os Comentários ao Estatuto Federal da Advocacia, feitos pela Seção da Ordem dos Advogados do Brasil do Paraná, “A inidoneidade moral ocorre quando o requerente realiza atos que são incompatíveis com a atividade de advocacia, que desprestigiarão a classe se passar a integrá-la.”. Dessa maneira, a exigência de idoneidade moral encontra respaldo nos ensinamentos de José Renato Nalini e Santo Tomás de Aquino, tendo em vista que ambos sustentam que a virtude é um hábito essencial para o bom agir. Para Aquino, a moralidade não se constrói apenas com regras, mas com a prática constante da justiça, da prudência e da honestidade. Já para Nalini, é vital que os profissionais do mundo jurídico sejam exemplo de moral e ética, pois lidam com o certo e com o errado. Dessa maneira, o advogado, ao assumir sua função, deve ser um exemplo desses princípios, pois suas decisões impactam diretamente o bem-estar das pessoas e a estabilidade da sociedade.

Portanto, a idoneidade moral não é apenas uma exigência formal para o exercício da advocacia, mas um fundamento essencial da profissão. Ela reforça a ideia de que o direito deve ser praticado com ética e responsabilidade, garantindo que os advogados atuem como defensores da justiça, da dignidade e da ordem social.

2.4 Ética profissional na Advocacia

A ética profissional na advocacia é um elemento essencial para que seja possível exercer de forma legítima a profissão, sendo regulamentada formalmente pelo Código de Ética e Disciplina da OAB, bem como pelo Estatuto Federal da Advocacia, pelo Regulamento Geral da OAB, entre outras normativas. No entanto, mais do que um conjunto de regras, a ética jurídica deve ser compreendida como um princípio orientador da conduta do advogado, pois sua atuação tem impacto direto na administração da justiça e na confiança da sociedade no sistema jurídico. Ou seja, a ética do Advogado influencia diretamente em toda a classe, bem como interfere no poder judiciário por completo. Dessa

forma, percebe-se que a advocacia enfrenta desafios éticos históricos, especialmente no contexto da mercantilização da profissão e das pressões econômicas impostas pelo modelo capitalista.

Como forma de colaborar com o debate entre a ética e a advocacia, Dr. Antoin Abou Khalil traz em sua tese de doutorado uma análise crítica, destacando como, ao longo da história, os advogados foram frequentemente vistos de forma negativa pela sociedade devido a práticas questionáveis e à sua vinculação estrutural ao sistema capitalista. Seguindo nesse rumo, o autor discute como a ética profissional muitas vezes entra em conflito com interesses econômicos e a lógica do mercado, tornando a advocacia uma atividade que, apesar de sua relevância na administração da justiça, enfrenta desafios éticos constantes. Ele argumenta que a profissão, sob a ótica do direito positivo, muitas vezes legitima a reprodução de relações sociais desiguais, comprometendo sua independência e imparcialidade. Além disso, o autor enfatiza a necessidade de uma reflexão mais profunda sobre a ética profissional, diferenciando-a da ética individual dos advogados.

Diante disso, observa-se que historicamente, a advocacia tem sido alvo de críticas quanto à sua conduta ética, conforme observado pelo Dr. Antoin Abou khalil. Nesse pensamento, o referido professor fala que: “quando se trata de ética é importante considerar que os advogados não gozam de uma boa imagem na sociedade”. Logo, O autor faz uma análise histórica da imagem negativa dos advogados, mencionando relatos de práticas antiéticas desde a Idade Média até os dias atuais. Ele cita como Santo Ivo, patrono dos advogados, foi destacado por sua honestidade e retidão, qualidades que, segundo o autor, não estão associadas à advocacia moderna.

Pontue-se que o fenômeno dessa péssima reputação não data de hoje. Uma antiga cantiga medieval de celebração de Santo Ivo, patrono dos advogados, registrava a expressão “advocatus, sed non latro” (“Sanctus Yvo erat brito; advocatus sed non latro, res mirabilis populo”: “Santo Ivo era bretão, advogado porém não ladrão, coisa admirável para o povo”). (KHALIL, 2014, p. 47).

Vemos, portanto, que as características que serviram para engrandecer a figura de Santo Ivo como advogado são justamente as que não compõem a imagem social desses profissionais: retidão de caráter, interesse pelos pobres, patrocínio exclusivo de causas justas. (KHALIL, 2014, p. 49).

Desse modo, pode-se ver como os conceitos de virtudes empregadas por Santo Tomás, que foram vivenciadas por Santo Ivo, o tornaram um exemplo de homem, advogado e jurista, sendo admirado por todos pela sua ética profissional e pessoal.

Ademais, Dr. Antoin Abou Khalil traz em sua tese o pensamento de que, nos dias de hoje, o advogado é obrigado a competir no mercado e a vender seus serviços, o que o incita frequentemente a entrar em conflito com os ideais de justiça e ética, definidos pelos costumes e pelas leis, sendo atrelados diretamente a características como honestidade e integridade.

fato é que hoje o advogado, como qualquer trabalhador, dispõe tão somente de sua força de trabalho para sobreviver. Ele vende seus serviços num mercado onde imperam as regras incontornáveis do resultado financeiro, circunstância com reflexos evidentes na postura ética destes profissionais.”(KHALIL, 2014, p. 52).

Ainda nessa perspectiva, o autor menciona que as restrições impostas pela OAB à publicidade na advocacia refletem um esforço para manter uma visão tradicional da profissão, mas são constantemente desafiadas pela dinâmica do mercado, que botam em xeque a sobrevivência do profissional.

No entanto, assim como na esfera da produção os capitalistas precisam inovar o tempo todo para garantirem espaço frente à concorrência – e faz tempo que esse movimento não decorre de deliberações pessoais, sendo impulsionado pelo conjunto das forças sociais de produção –, de igual modo os advogados são obrigados, por um processo de concorrência mútua, a identificar e explorar as novas oportunidades de prestação de serviços jurídicos. É questão de sobrevivência. E essa sobrevivência, num mercado saturado de profissionais e cada vez mais competitivo, força a adoção de modernas modalidades de divulgação dos serviços.(KHALIL, 2014, p.70).

Tal percepção é reforçada quando se utiliza da advocacia para defender interesses escusos ou explorar brechas legais, muitas vezes em detrimento da justiça. Desta forma, a profissão, que deveria ser um instrumento de equidade, por vezes é utilizada para perpetuar desigualdades e proteger classes privilegiadas.

Desse modo, essa problemática se agrava quando analisamos a atuação do advogado sob a visão da moralidade. Para Santo Tomás de Aquino, o agir humano deve ser ordenado ao bem comum e a virtude da justiça consiste em dar a cada um o que lhe é devido. No entanto, a advocacia muitas vezes se depara com dilemas em que a busca pela vitória do cliente pode entrar em conflito com os valores éticos fundamentais. Portanto, o advogado deve equilibrar suas obrigações de defesa dos interesses de seus clientes com a necessidade de preservar a justiça e a moralidade, garantindo que sua atuação não contribua para o prejuízo do direito de outrem ou para impunidade. Desse modo, segundo Nalini: “A independência do advogado deve ser continuamente perseguida, mesmo quando ele se vincule ao cliente mediante relação empregatícia(...)”. Ou seja, o

profissional deverá sempre buscar o melhor para o seu cliente, contudo de forma honesta, lembrando que é um dos responsáveis pela administração da justiça e, atuando de acordo com as leis, evitando burlar o sistema jurídico.

2.5. A Mercantilização da Advocacia e os Desafios do Empreendedorismo Jurídico:

O modelo capitalista impõe desafios importantes à advocacia, especialmente no que tange à mercantilização da profissão. Como pontua Antoin Abou Khalil, a necessidade de sobrevivência no mercado leva muitos advogados a se verem pressionados para captar clientes de forma agressiva, explorar ao máximo as oportunidades econômicas da profissão e, em alguns casos, relativizar os princípios éticos para garantir sua competitividade. A advocacia, nesse sentido, passa a ser vista não como uma vocação para a justiça, mas como um meio de obtenção de lucro. Por isso, Nalini traz:

Procura-se distinguir de maneira muito nítida a prestação de serviços de advogado e a mercantilização da profissão, vedando-se ao advogado o oferecimento de serviços profissionais que implique, direta ou indiretamente, angariar ou captar clientela. (NALINI, 2020, p.254).

A OAB tenta conter essa mercantilização através da seleção da captura de clientela e das limitações da publicidade advocatícia. Como expõe José Renato, essa regulação busca preservar a dignidade da profissão, diferenciando a advocacia de um mero comércio. No entanto, as restrições são constantemente desafiadas pela dinâmica do mercado e pela modernização dos meios de comunicação, especialmente no contexto da revolução tecnológica.

É evidente que a advocacia na Quarta Revolução Industrial é completamente diferente daquela exercida por profissional liberal desapegado à tecnologia da internet. O artigo 46 do Código de Ética e Disciplina da OAB inclusive permite que a telefonia e a internet sejam utilizadas como veículo de publicidade, também para o envio de mensagens a destinatários certos. O único óbice é permitir que as informações impliquem na oferta de serviços ou representem forma de captação de clientela. (NALINI, 2020, p.256).

Assim, o uso das redes sociais e das ferramentas digitais de publicidade representa um novo campo de debate sobre os limites éticos da advocacia, demonstrando uma tensão entre os ideais tradicionais da profissão e as exigências contemporâneas de visibilidade e inovação.

Com isso, utilizar-se das redes sociais e dos meios de propaganda como forma de monetizar os serviços advocatícios e mercantilizar a profissão representa um desvio do verdadeiro propósito da advocacia. Nalini traz a seguinte reflexão:

Código de Ética Profissional do Instituto dos Advogados de São Paulo, em seu art. 24, dispunha: Manda a ética que se estimem os honorários profissionais com moderação, tendo-se em vista que a advocacia é ramo de administração pública e não comércio para fazer dinheiro. (NALINI, 2020, p.256)

Nesse viés, Tomás de Aquino, na *Suma contra os Gentios*, argumenta que a riqueza não pode ser o último fim do homem, pois é incapaz de satisfazer plenamente seus anseios espirituais. Então, ao analisar logicamente essa proposição, nota-se que é possível aplicar diretamente à advocacia, reforçando que os honorários devem ser vistos como um meio, e não como o objetivo principal do exercício profissional, sendo necessário que o advogado priorize a busca pela justiça e o respeito aos princípios éticos, sem se deixar dominar pela ambição financeira ou pelo desejo de status.

Por fim, a idoneidade moral também se destaca como um requisito fundamental para o exercício da advocacia. Logo, é importante que o advogado seja um modelo de retidão, pois sua função exige um compromisso irrestrito com a verdade e com a justiça. Tal princípio encontra sintonia com o pensamento de Santo Tomás de Aquino, que ensina que a virtude não é apenas um conjunto de boas intenções, mas um hábito adquirido por meio da prática do bem. Logo, a ética profissional, portanto, não pode ser apenas um ideal teórico, mas deve se manifestar concretamente na conduta diária do advogado.

2.6. A Independência do Advogado e a Relação Advogado-Cliente:

Ademais, outro tópico crucial a ser debatido é a independência do advogado. O profissional do direito deve ter autonomia para recusar causas que violem seus princípios éticos, mesmo diante de pressões externas. José Renato evidencia que O advogado está, em primeiro lugar, a serviço da Justiça, mas, direta e secundariamente, a serviço de quem o constitui. Portanto, não há o menor problema no advogado que se recusa a defender um cliente que tente subtrair seu livre-arbítrio ou sua conduta moral.

Essa independência, no entanto, nem sempre é garantida, especialmente quando o advogado atua sob vínculo empregatício ou mantém relações de dependência financeira com seus clientes. Dessa forma, para evitar conflitos de interesse, o Código de Ética da

OAB estabelece regras claras sobre a prestação de serviços de advocacia, vedando condutas que comprometam a imparcialidade e a integridade da profissão.

Portanto, a relação entre advogado e cliente deve ser pautada pela lealdade, transparência, boa-fé e confiança. O profissional que lida com os direitos alheios acaba sendo, muitas vezes, o primeiro ouvinte e, quiçá, psicólogo da causa e do cliente. Assim, destaca-se o seguinte artigo do Código de Ética e disciplina:

Art. 10. As relações entre advogado e cliente baseiam-se na confiança recíproca. Sentindo o advogado que essa confiança lhe falta, é recomendável que externar ao cliente sua impressão e, não se dissipando as dúvidas existentes, promova, em seguida, o substabelecimento do mandato ou a ele renuncie.

Portanto, o procurador jurídico atuante tem o dever de informar seu cliente de maneira clara e inequívoca, sem criar expectativas irreais sobre o resultado da causa, para que seja possível evitar frustrações e que o advogado falte com a verdade, prejudicando sua palavra.

“Art. 9º O advogado deve informar o cliente, de modo claro e inequívoco, quanto a eventuais riscos da sua pretensão, e das consequências que poderão advir da demanda.”

Além disso, deve prestar contas de maneira minuciosa e evitar qualquer prática que resulte em locupletamento aos custos do cliente, como a cobrança de honorários abusivos ou o desvio de valores devidos ao constituinte.

Art. 12. A conclusão ou desistência da causa, tenha havido, ou não, extinção do mandato, obriga o advogado a devolver ao cliente bens, valores e documentos que lhe hajam sido confiados e ainda estejam em seu poder, bem como a prestar-lhe contas, pormenorizadamente, sem prejuízo de esclarecimentos complementares que se mostrem pertinentes e necessários.

Nalini alerta para a necessidade de resgatar o ideal ético na advocacia, combatendo práticas antiéticas como a apropriação indevida de recursos, a procrastinação intencional de processos e o uso de estratégias desleais para prejudicar a parte adversária. Diante disso, para Santo Tomás de Aquino, a justiça deve ser complementada pela caridade, o que significa que o advogado deve atuar com misericórdia, especialmente em casos que envolvem clientes vulneráveis. Isso reforça a importância de uma advocacia socialmente responsável, que reconheça a função pública da profissão e a necessidade de equilibrar os interesses individuais com o bem comum.

Destarte, a ética profissional na advocacia deve ser compreendida como um compromisso inegociável com a justiça, a moralidade e o bem comum. Embora o Código de Ética e Disciplina da OAB forneça diretrizes normativas para a conduta dos advogados, a verdadeira ética vai além do cumprimento formal das regras. Ela exige uma disposição interior externa para a prática da justiça e o respeito à dignidade humana.

A partir das trazidas, percebemos que os desafios éticos da advocacia são históricos e estruturais, mas podem ser superados por meio do cultivo das virtudes morais e da consciência sobre o verdadeiro papel do advogado na sociedade. A profissão não deve ser reduzida a um meio de ascensão financeira, mas deve ser exercida com responsabilidade, prudência e um compromisso genuíno com a equidade, não devendo o advogado se limitar a ser um técnico de direito, mas sim a um agente de justiça, guiado por princípios superiores que transcendem os interesses individuais e mercadológicos. Como ensina Santo Tomás, o bem supremo do homem está na conformidade com a ordem divina, e a advocacia, quando exercida de maneira ética, contribui para a construção de uma sociedade mais justa e equilibrada. Dessa forma, o verdadeiro advogado é aquele que compreende que sua atuação vai além da técnica jurídica, sendo um defensor da moralidade e um instrumento de justiça.

3. O EMPREENDEDORISMO NA ADVOCACIA

3.1 O que é empreender na advocacia

O conceito de empreendedorismo, de forma geral, está diretamente ligado à liberdade de iniciativa e à inovação dentro de um determinado setor econômico. No contexto jurídico, essa noção se desdobra em desafios e oportunidades, pois a advocacia, por mais que seja uma profissão liberal, possui uma série de limitações normativas e princípios éticos que impedem sua plena mercantilização. Assim, empreender na advocacia não significa apenas abrir um escritório, fazer propaganda e buscar captar clientes, mas sim desenvolver estratégias e práticas que modernizem a atuação do advogado, sempre respeitando os princípios éticos estabelecidos pela Ordem dos Advogados do Brasil (OAB).

A Constituição Federal de 1988 estabelece, em seu artigo 170, que a ordem econômica brasileira é fundamentada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, garantindo o desenvolvimento econômico e social do país. A advocacia, como profissão essencial à administração da justiça, insere-se nesse contexto, mas como uma força do Poder Judiciário, não é designada como uma atividade puramente comercial. Isso se deve ao fato de que o advogado não é apenas um prestador de serviços, mas um operador de Direito, responsável por zelar pela justiça e pela ética profissional.

Diante disso, o artigo “A linha tênue do proibido: empreendedorismo na advocacia” escrito pelo Dr. Carlos André Maciel Pinheiro Pereira, professor da Universidade Federal de Campina Grande, em conjunto com Ligia Kaline Diniz de Barros, trata sobre vários métodos de empreender de forma ética e leal no exercício da advocacia. Ainda, o autor evidencia em suas falas as necessidades atuais que os profissionais do ramo devem ter.

Logo, como menciona Dr. Carlos Pereira, o empreendedorismo jurídico precisa ser pensado dentro de um novo modelo econômico e social, que não atende apenas às exigências do mercado, mas cumpre sua função social.

A atividade empresarial moderna busca a interpretação e a aplicação do Direito dentro de um novo modelo econômico e social, direcionado não apenas a atender as exigências do próprio mercado, mas cumprir a sua função social. Barros (PEREIRA; BARROS, 2022, p. 04),

Assim, o advogado empreendedor deve equilibrar a busca pelo sucesso profissional com o respeito aos valores éticos e institucionais da profissão.

Destarte, a livre iniciativa, com princípio garantido constitucionalmente, garante ao advogado a possibilidade de gerenciar seu próprio negócio e estruturar seu escritório da maneira mais eficiente possível. Entretanto, essa liberdade encontra limites na regulamentação da profissão, especialmente no que tange à captação de clientela e à publicidade jurídica. Enquanto em outras áreas do mercado a concorrência e a propaganda são estratégias legítimas de crescimento, na advocacia tais práticas são reguladas com rigor pelo Código de Ética e Disciplina da OAB, a fim de evitar que o exercício da profissão se transforme em uma disputa meramente mercantil. Dessa forma, é visto que a livre concorrência, quando não regulamentada, pode gerar abusos que distorcem a função social da profissão, afastando valores fundamentais como a qualidade e a segurança jurídica em prol da obtenção de lucros, conforme podemos ver também no pensamento do Dr. Carlos André Pereira:

as valorizações do trabalho por meio das normas constitucionais garantem que seja orientado e desenvolvido, evitando abusos cometidos no passado e construindo uma sociedade justa, fraterna e democrática para todos (PEREIRA; BARROS, 2022, p. 05),

Por isso, a advocacia exige um modelo de empreendedorismo diferenciado, que não se baseia apenas na captação de clientes, mas na construção de uma confiança sólida e na prestação de um serviço de excelência.

Essa relação entre empreendedorismo e regulamentação se torna ainda mais evidente quando analisamos a maneira como a publicidade jurídica é tratada pela OAB. Diferentemente de outras profissões, em que estratégias de marketing digital, publicidade agressiva e anúncios pagos são amplamente aceitos, a advocacia possui regras restritivas para evitar que o advogado se utilize de planejamentos comerciais para obter vantagens competitivas. O objetivo dessas limitações não é impedir o desenvolvimento da profissão, mas garantir que a concorrência ocorra de maneira leal e ética, respeitando a dignidade da advocacia e evitando a exploração indevida dos clientes. Como destaca Nalini (2020), a resposta e a recepção de uma empresa – ou, no caso, de um escritório de advocacia – estão diretamente relacionadas à maneira como ela se apresenta ao público.

Se uma empresa vier a ser considerada cidadã, ela poderá colher benefícios, quais o fortalecimento de sua imagem, o reforço na atratividade e retenção de

talentos, o comprometimento maior dos empregados, a intensificação de sua lealdade mediante maior identificação com os ideais da empresa. Em relação aos clientes, estabelecer-se-á uma saudável empatia, restará facilitado o acesso a financiamentos e se enfatizará sua legitimidade perante o Estado e a comunidade (NALINI, 2020, p.111)

Escritórios que atuam de forma transparente, respeitando as normas éticas e valorizando a qualidade do serviço prestado, tendem a construir uma imagem positiva e a conquistar a confiança de seus clientes de forma legítima.

Por outro lado, quando os escritórios adotam práticas antiéticas para se destacar no mercado, comprometem não apenas a sua imagem, mas a própria contribuição da advocacia como um todo. A má fama da profissão, que historicamente é alvo de críticas e piadas sobre a desonestidade dos advogados, é em grande parte resultado dessas práticas que desrespeitam o Código de Ética da OAB. Assim, empreender na advocacia não significa apenas criar estratégias para atrair clientes, mas encontrar maneiras de se destacar no mercado sem infringir as regras condicionais da Ordem. Ainda, Carlos Pereira enfatiza que a gestão de um escritório de advocacia moderno exige uma visão ampla, que vai além da captação de clientes e engloba aspectos como administração, inovação tecnológica e qualidade dos serviços prestados.

Na sociedade contemporânea espera-se ainda que o advogado tenha espírito empreendedor e visão crítica, posicionando-se conforme o marketing profissional e aproveitando não apenas as oportunidades decorrentes da advocacia tradicional. A partir das mudanças no perfil do advogado, é possível entender de maneira rápida a necessidade desse novo perfil, para adequação a um mercado globalizado que exige do profissional polivalência dentro de seu próprio negócio. (PEREIRA; BARROS, 2022, p. 03)

Dessa forma, o advogado empreendedor deve focar na excelência profissional, na atualização constante e na prestação de um serviço que, por si só, atraia clientes de forma ética e transparente. O conceito de advocacia cidadã também está diretamente relacionado a essa visão mais ampla do empreendedorismo jurídico. Nalini (2020) aponta que empresas que valorizam a ética e a responsabilidade social colhem benefícios não apenas no fortalecimento de sua imagem, mas também na atração e retenção de talentos, no comprometimento dos colaboradores e na fidelização dos clientes.

Numa vertente microeconômica, as empresas conscientes sabem do retorno efetivo ante uma ética diferente do mero marketing. O lucro virá por acréscimo se elas forem reconhecidas como empreendimentos humanos, sérios, idôneos e sensíveis a tudo aquilo que realmente importa e que não se resume ao produto que fabricam ou ao serviço que prestam. (NALINI, 2020, p.113)

Da mesma forma, um escritório de advocacia que atua com responsabilidade e transparência tende a conquistar um público mais qualificado e a se consolidar no mercado de forma legítima. O lucro, portanto, deve ser consequência de um trabalho bem feito, e não o único objetivo do advogado. Como destaca Nalini (2020), quando a busca pelo lucro se torna o único foco de uma empresa, ela corre o risco de comprometer sua substituição e de perder a confiança dos clientes e da sociedade.

Quando a preocupação com o lucro assume na empresa o papel centralizador e único de seus interesses, e não lhe permite a ampliação de horizontes participativos além de seus limites, ela corre sérios riscos e pode comprometer sua própria permanência no mercado. Essa postura tipicamente egoísta inibe oportunidades de crescimento profissional, não constitui o alicerce de uma saudável cultura empresarial nem propicia a criação de uma história digna de respeito. A ganância é um vício que gera o clima ideal para propagar corrupções, sentimentos negativos e descontentamentos entre profissionais, e isso representa a soma de fatores negativos que desestabiliza qualquer empreendimento. (NALINI, 2020, p.113)

No caso da advocacia, essa preocupação é ainda mais relevante, pois a profissão lida diretamente com a justiça e com os direitos dos cidadãos. Portanto, empreender na advocacia significa adotar uma postura estratégica e inovadora, sem abrir mão dos valores éticos e institucionais que fundamentam a profissão. A iniciativa livre e a gestão eficiente dos escritórios são fundamentais para o sucesso do advogado, mas devem ser elaboradas dentro dos limites estabelecidos pelo Código de Ética e Disciplina da OAB. A publicidade irregular e a captação indevida de clientes são práticas que, apesar de tentadoras em um mercado cada vez mais competitivo, colocam em risco a dignidade da advocacia e a confiança da sociedade na profissão. O verdadeiro advogado empreendedor é aquele que compreende a importância de conciliar inovação e ética, construindo uma carreira sólida baseada na qualidade dos serviços prestados e no respeito às normas que regem a profissão.

3.2 Como empreender na advocacia

O empreendedorismo jurídico vigora como uma necessidade cada vez mais presente na advocacia contemporânea. No passado, a profissão era essencialmente tradicional, focada na prática processual e na representação jurídica de clientes perante tribunais. Entretanto, a globalização e o avanço tecnológico trouxeram mudanças

significativas no mercado jurídico, exigindo uma nova postura do advogado, conforme Pereira e Barros:

O empreendedorismo jurídico surgiu a partir da necessidade do advogado se reinventar, face à nova realidade jurídica atual que já está presente no dia a dia da profissão, mesmo que ele não se dê conta, nos processos eletrônicos, na penhora online, nos juizados itinerantes, todos esses são exemplos das inovações tecnológicas que o advogado precisa estar habituado a fazer uso. Essas inovações exigem que o advogado se atualize, não permitindo fugir as tecnologias, obrigando atualização dos seus conhecimentos para a execução de um trabalho de qualidade, não bastando mais saber e entender de leis. (PEREIRA; BARROS, 2022, p. 09)

Diante disso, o profissional do direito não pode mais se limitar ao conhecimento da legislação e à atuação contenciosa, sendo necessário que ele desenvolva uma mentalidade empreendedora, adotando estratégias de inovação, gestão eficiente e atendimento personalizado para se destacar e garantir um crescimento sustentável dentro dos limites éticos da profissão, Pereira e Barros:

A gestão dos escritórios de advocacia possibilita ao advogado o conhecimento do que realmente acontece dentro do seu próprio escritório, antes o advogado estava ali para atender o cliente, peticionar e acompanhar os processos, hoje o mundo globalizado exige muito mais do que isso, é preciso atenção aos clientes, aos processos, as audiências, ao administrativo, ao financeiro e a busca por novos clientes. (PEREIRA; BARROS, 2022, p. 11)

Nesse pensamento, empreender na advocacia significa, antes de tudo, compreender a advocacia como uma atividade profissional que, embora regulada por normas rígidas, possui espaço para inovação e crescimento estruturado. O advogado do século XXI precisa atuar com visão estratégica, utilizando-se de ferramentas tecnológicas para aprimorar sua prestação de serviços e garantir maior eficiência nos processos. Como mencionado anteriormente por Pereira e Barros (2022), o profissional jurídico atual deve desenvolver um espírito empreendedor e uma visão crítica, aproveitando as oportunidades dentro da advocacia tradicional e buscando novas formas de atuação que se adequem à realidade do mercado.

Com o crescimento da competitividade e a necessidade de diferenciação profissional, a advocacia passou a demandar dos seus operadores não apenas excelência técnica, mas também habilidades de gestão, marketing jurídico e planejamento estratégico. O advogado, ao empreender, deve se preocupar com a administração do seu escritório, garantindo que ele funcione de maneira organizada e eficiente. Pereira e Barros destaca que a gestão dos escritórios de advocacia tornou-se essencial, pois o advogado

não deve apenas peticionar e acompanhar processos, mas também gerenciar o atendimento aos clientes, os aspectos financeiros, administrativos e a captação ética de novos clientes.

Quando falamos em empreendedorismo jurídico, estamos tratando da utilização de conceitos de tecnologia e gestão que, aplicados diretamente à área jurídica, proporcionam uma melhora na qualidade e na agilidade dos serviços prestados, além de aumento nos rendimentos (através da gestão e controle de maneira assertiva, não mais amadora) e a expansão na rede de contatos ou carteira de clientes, falamos de reinventar o que já existe, de novas maneiras de fazer o que entendemos ser necessário. (PEREIRA;BARROS, 2022, p. 09)

No entanto, a necessidade de se adequar ao mercado não pode se sobrepor às normativas éticas da OAB. A inovação e a adaptação às novas tendências da advocacia moderna devem ocorrer dentro dos limites estabelecidos pelo Código de Ética e Disciplina da OAB, pelo Estatuto da Advocacia e pelo Regulamento Geral da OAB. Nesse sentido, a publicidade jurídica é um dos aspectos mais delicados do empreendedorismo na advocacia, pois muitos profissionais acabam incorrendo em infrações éticas ao tentar expandir sua clientela de forma inadequada, vejamos o citado por Pereira e Barros.

Nesse sentido, busca-se uma publicidade jurídica que assegure a atividade advocatícia, uma maior qualidade, buscando atender as necessidades do mercado e estabelecer uma relação entre clientes e advogado, respeitando a ética vinculada ao exercício da profissão e não apenas a disseminar o serviço e obter lucro, sendo necessário utilizar a publicidade como instrumento que possibilita uma prestação de serviços cada vez mais personalizada e qualificada complementando o sentido de marketing jurídico. (PEREIRA; BARROS, 2022, p. 15)

A captação indevida de clientes e a utilização de estratégias agressivas de marketing são problemas recorrentes, que colocam em risco a credibilidade da profissão. A OAB estabelece limites claros sobre a forma como um advogado pode divulgar seus serviços, proibindo práticas que configurem concorrência desleal ou mercantilização da profissão. Diante disso, vimos que Nalini (2020) afirma em seu texto que a advocacia, quando exercida de maneira ética e responsável, pode fortalecer sua imagem perante a sociedade e consolidar-se como uma atividade essencial à justiça e ao bem comum. Diante desse pensamento, em conjunto com o abordado por Tomás de Aquino, a advocacia deve buscar sempre estar inovando para conseguir empreender, contudo, deve sempre manter-se fiel aos preceitos destinados no Código de Ética e disciplina, bem como buscar de forma incessante as virtudes propostas por Santo Tomás. Com isso, Pereira e

Barros traz em seu texto a união desses pensamentos de forma clara e objetiva, ao ressaltar a importância de empreender para obter sucesso na advocacia, mas sempre dentro dos limites éticos e morais impostos:

Exposto isso, devido às evoluções tecnológicas que ocorreram no sistema judiciário, o advogado empreendedor deve estar sempre atualizado, buscando inovações que tragam maior eficiência e agilidade aos serviços prestados, objetivando um melhor funcionamento e visibilidade do escritório em que trabalha, e com isso, garantir uma maior vantagem competitiva. Ademais, esclarece ainda que o advogado que empreende se preocupa em inovar dentro dos padrões impostos pelo Código de Ética da OAB, pois ser honesto e perseverante é o segredo para o sucesso na profissão. (PEREIRA; BARROS, 2022, p. 11)

Além disso, a introdução de inovações tecnológicas na prática jurídica é uma realidade inescapável. Conforme destacado por Dr. Carlos Pereira, é nítido que o empreendedorismo jurídico é impulsionado pelo uso de ferramentas tecnológicas e sistemas de gestão, como processos eletrônicos, penhora online e inteligência artificial aplicada ao direito. O advogado empreendedor deve, portanto, estar atualizado e buscar maneiras de utilizar essas inovações para aprimorar sua atuação profissional, garantindo maior eficiência e agilidade nos serviços prestados, contudo, deverá fazer uso desses mecanismos potencializadores de empreender de acordo com as virtudes morais condizentes com a advocacia, ou seja, aquelas propostas pelas próprias normativas da OAB, como integridade, honra e zelo.

Com isso, vimos que Nalini alerta para os perigos da busca desenfreada pelo lucro, enfatizando que a advocacia não pode ser reduzida a uma atividade puramente mercantil. Logo, o sucesso na profissão não deve ser medido apenas pelo faturamento ou pelo número de clientes conquistados, mas pela qualidade do serviço prestado e pelo impacto positivo na sociedade. Com isso, um advogado verdadeiramente empreendedor não compromete sua ética em troca de vantagens financeiras, mas sim utiliza suas habilidades para oferecer um serviço diferenciado e socialmente responsável.

Ademais, a postura do advogado empreendedor deve estar alinhada com a ideia de que a profissão tem uma função social relevante. Quando um escritório ou profissional adota práticas éticas e inovadoras, ele não apenas se destaca no mercado, mas também fortalece sua relação com os clientes, constrói uma reputação sólida e contribui para uma advocacia mais justa e transparente. Portanto, como foi destacado por Nalini (2020), empresas e profissionais que adotam uma postura ética e responsável colhem benefícios

significativos, como fortalecimento da imagem, maior confiança dos clientes e credibilidade perante o mercado e as instituições.

Dessa forma, o empreendedorismo na advocacia deve ser compreendido como um caminho para a modernização da profissão, desde que seja exercido com responsabilidade e respeito aos princípios éticos da OAB. Logo, o advogado do século XXI tem à sua disposição inúmeras ferramentas para otimizar sua atuação, ampliar sua rede de contatos e melhorar seus resultados, mas deve fazê-lo sempre dentro dos limites da legalidade e da ética profissional. Somente assim será possível consolidar um modelo de advocacia inovador, sustentável, ético, moral, cheio de virtudes e comprometido com a justiça e o bem comum.

3.3 A necessidade de empreender na Advocacia:

O mundo jurídico, tradicionalmente caracterizado por sua estrutura rígida e burocrática, tem passado por mudanças aceleradas devido à globalização e às inovações tecnológicas.

Dessa forma, evidencia-se o texto “Inovação, Gestão e Empreendedorismo na Advocacia” escrito pela Comissão de Gestão e Empreendedorismo da OAB Paraná, coordenado e dirigido pelos advogados Sergio Luiz Beggato Junior e Rafaela Vialle Strobel Dantas. Esse texto trata diretamente sobre assuntos cruciais para o empreendedorismo na advocacia contemporânea, como os mecanismos necessários para o profissional moderno, bem como as inovações que devem ser implantadas pelos profissionais para que consigam se destacar de forma íntegra e o que deve ser feito nos escritórios de advocacia para que continuem competitivos no mercado.

Assim, a advocacia, inserida nesse contexto, não pode permanecer estagnada. O advogado moderno precisa não apenas dominar o conhecimento jurídico, mas também compreender as novas dinâmicas do mercado e adaptar-se a um cenário cada vez mais competitivo. Devido a isso, é necessário que o profissional que atua no mundo jurídico seja um empreendedor, observa-se o falado pela comissão de Gestão e Empreendedorismo da OAB Paraná.

“A necessidade de profissionalização da gestão nos escritórios de advocacia é uma matéria fundamental para quem busca se destacar no mercado extremamente competitivo.” (OAB/PR, 2024, p.10)

Diante disso, empreender no mundo jurídico, portanto, não é mais uma opção restrita a poucos, mas uma necessidade para todos os profissionais que desejam consolidar sua atuação. A Constituição Federal de 1988, ao garantir a livre iniciativa como um dos pilares da ordem econômica, abre espaço para que os advogados possam estruturar seus escritórios de maneira estratégica, dentro dos limites éticos da profissão. Contudo, essa liberdade de empreender deve estar sempre alinhada com as normativas da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), que visam impedir a mercantilização excessiva da advocacia. Assim, o desafio contemporâneo não é apenas empreender, mas empreender com ética.

Diante disso, a gestão eficiente dos escritórios de advocacia tornou-se um fator crucial. A quantidade de advogados em atuação no Brasil já ultrapassa 1,3 milhão de profissionais, conforme dados da OAB Nacional. Esse número reflete um mercado extremamente competitivo, no qual apenas aqueles que conseguem se diferenciar prosperam.

Em um cenário tão dinâmico e turbulento, essa mesma revolução trouxe outras formas de empreender na área jurídica, através de demandas inimagináveis tempos atrás. Acreditamos no poder da informação como forma de catalizador das mudanças para impulsionar ainda mais o mercado, sendo o empreendedorismo um dos pilares-chaves responsáveis por mudar rotas e consequentemente despertar ainda mais soluções necessárias que contribuem para a sociedade. (OAB/PR, 2024, p.20).

Logo, seguindo essa linha de pensamento, nota-se que um dos erros cometidos pela advocacia é permanecer presa a modelos tradicionais de gestão, ignorando as novas exigências do setor. Diante disso, a falta de profissionalização dos escritórios não só dificulta o crescimento do advogado, como também compromete a qualidade do serviço prestado, de acordo com OAB/PR.

Com o aumento da demanda de trabalho nos escritórios de advocacia surge a necessidade de inovar, de otimizar o tempo e organizar as tarefas diárias. A importância da gestão do escritório torna-se fundamental para a sobrevivência do escritório no mercado jurídico. (OAB/PR, 2024, p.16)

Nesse sentido, o empreendedorismo jurídico não se restringe à abertura de um escritório ou à busca por clientes. Ele exige uma mentalidade estratégica, que passa pela modernização da gestão, pela adoção de novas tecnologias e pela prestação de um serviço cada vez mais eficiente e personalizado, atendendo de maneira específica as demandas dos clientes.

Nisso, conforme citado no livro “Inovação, Gestão e Empreendedorismo na Advocacia”, a inovação é um dos principais fatores para o sucesso na advocacia contemporânea. Segundo os autores, os profissionais que adotam novas ferramentas de automação e gestão de processos conseguem atender melhor seus clientes e garantir maior eficiência no trabalho.

A gestão em um escritório de advocacia é crucial para a sua sobrevivência como empresa em um mercado tão competitivo como é a advocacia. Para que tenhamos uma boa gestão, além de nos aprofundar nas atividades operacionais devemos também nos dedicar às atividades como controles financeiros, desenvolvimento de pessoas, controladoria jurídica, tecnologia, entre outros aspectos que envolvem a gestão na advocacia. Todas as áreas do escritório estão interligadas e precisam ser trabalhadas coletivamente. (OAB/PR 2024, p.09)

A necessidade de empreender também se justifica pelo crescimento exponencial das demandas jurídicas e pela complexidade dos novos desafios enfrentados pelo Direito. Com a transformação digital, surgiram novas áreas de atuação, como o Direito Digital, a Proteção de Dados e o Compliance Empresarial, exigindo dos advogados um olhar mais atento às mudanças regulatórias e às necessidades do mercado. Diante disso, é visto que o advogado que não acompanhar essas evoluções corre o risco de ficar obsoleto, pois a advocacia tradicional já não é suficiente para garantir um espaço consolidado no setor. Ainda, observa-se que a advocacia moderna deve buscar se destacar não apenas nos lucros, mas criando um produto que de fato faça diferença, gerando resultados que transformem vidas, como dito pela OAB/PR.

Há diversas formas de empreender e no mercado jurídico não é diferente. O principal objetivo do empreendedorismo é criar valor econômico e social através da criação de demandas e produtos que atendam às necessidades do mercado, suprimindo lacunas, gerando resultados e claro, transformando vidas. (OAB/PR,2024, p. 21)

Por outro lado, é preciso alertar para os riscos da busca excessiva pelo lucro. Conforme observou-se no pensamento Aquinista, felicidade não consiste na busca incessante pelos ganhos financeiros, mas essa busca mata a alma. Diante desse pensamento, vemos que empreender apenas para aumentar os ganhos financeiros, sem um verdadeiro propósito, pode prejudicar a busca pelo sumo-bem da advocacia, ou seja, a manutenção da verdade e da justiça, bem como pode matar a alma do advogado, ou seja, sua vocação de defender pessoas.

De acordo com o pensamento de Nalini (2020), observa-se que o autor enfatiza que a ética deve ser um componente central no desenvolvimento de qualquer empreendimento, inclusive na advocacia.

Ética, para a empresa contemporânea, significa tanto quanto lucro. Por aperceber-se disso foi que muitos dos conglomerados sofreram as consequências das profundas transformações econômicas, de desregulamentação, de desaparecimento de profissões e de afazeres, sem eles próprios deixarem de existir. (NALINI,2020, p.103)

Diante desse fato, observa-se que os ganhos financeiros não são condenáveis, tão pouco devem ser desprezados. Mas, o que deve acontecer é que o lucro e a ética devem caminhar juntamente, para que o escritório de advocacia seja realmente bem sucedido. Diante desse pensamento, muitos escritórios e profissionais fracassam ao priorizar unicamente o retorno financeiro, ignorando sua função social e responsabilidade com a justiça. Destarte, escritórios de advocacia que negligenciam os princípios éticos podem até obter sucesso momentâneo, mas dificilmente conseguem manter uma reputação sólida a longo prazo, por isso, o melhor caminho para empreender é andar conjuntamente com a ética. E, como afirma Santo Tomás de Aquino, no pensamento trazido da Suma Contra os Gentios, as virtudes pertencem a um estado de perfeição da alma, acessível a todos. Logo, é necessário que todos os advogados desejem ser éticos, mesmo durante o empreendedorismo. Portanto, o único requisito para isso é seguir as diretrizes impostas pela própria OAB, pois a principal função do advogado é caminhar de acordo com a lei.

3.4 O empreendedorismo no mundo globalizado

A globalização trouxe consigo um novo paradigma para a advocacia, exigindo que os advogados expandam sua atuação para além do contencioso tradicional. Com o avanço da tecnologia, o exercício do Direito passou a ser permeado por ferramentas digitais, tornando essencial que os advogados compreendam gestão, tecnologia e inovação para garantir competitividade.

Atualmente, a competitividade na advocacia deriva diretamente da capacidade de inovar. Segundo Pereira e Barros, empresas e escritórios que investem em novas metodologias, tecnologia e eficiência operacional garantem maior vantagem competitiva no mercado.

sendo assim, uma vez que a competitividade deriva da inovação, para que as empresas atinjam uma maior vantagem competitiva é necessário a implementação de inovações, incluindo novas tecnologias e maneiras mais eficazes nos procedimentos da empresa. (PEREIRA; BARROS, 2022, p. 10)

Isso significa que, no contexto atual, um advogado não pode depender apenas do conhecimento jurídico. Ele precisa entender processos digitais, automatização de rotinas e inteligência artificial, pois essas ferramentas não são mais diferenciais, mas requisitos básicos para uma advocacia moderna.

Entretanto, a adoção dessas novas tecnologias não pode ocorrer de maneira indiscriminada, sob risco de comprometer os valores éticos da profissão. A publicidade jurídica irregular e a captação indevida de clientes são exemplos de infrações frequentemente cometidas sob a justificativa do uso de novas estratégias de marketing. A OAB estabelece limites claros para evitar que a advocacia se torne uma atividade meramente comercial, e cabe ao advogado empreendedor respeitar essas diretrizes, sob pena de comprometer sua credibilidade e sua própria sustentabilidade no mercado.

A gestão eficiente dos escritórios também se tornou um elemento essencial nesse contexto globalizado. Como aponta a OAB/PR, a má administração e a falta de planejamento estratégico são fatores que impedem a inovação na advocacia. Muitos escritórios tentam incorporar ferramentas tecnológicas sem antes estruturar corretamente sua identidade organizacional, o que dificulta a implementação de mudanças eficazes.

Logo, a inovação e a tecnologia estarão presentes ou ausentes na rotina da gestão de escritórios de advocacia de acordo com o desenvolvimento desses sistemas de organização. Assim, um escritório, que possui processos mal definidos, sem uma divisão correta de tarefas e um desalinhamento sobre a identidade organizacional, pode até buscar soluções tecnológicas pontuais, mas dificilmente conseguirá ser realmente inovador, pois precisará organizar internamente os seus procedimentos e a gestão será crucial para o desenvolvimento do escritório. (OAB/PR, 2024, p. 12)

Por isso, os advogados que desejam empreender de forma sustentável precisam adotar uma postura estratégica, garantindo que sua atuação esteja alinhada não apenas com as exigências do mercado, mas também com os princípios éticos da profissão. Como alerta Nalini (2020), empresas e escritórios que colocam o lucro acima de tudo acabam comprometendo sua reputação e sua permanência no mercado.

Ademais, é necessário que todos os profissionais que desejem continuar sendo competitivos no mercado possam começar a inovar em seus devidos ramos, pois quem não começar, com certeza, será ultrapassado. Dessa maneira, Pereira e Barros evidenciam

que todos os profissionais, os que têm anos de advocacia ou que acabaram de começar, devem se atualizar para que possam continuar empreendendo.

O volume de demandas judiciais e conhecimentos exigidos para executá-las torna o empreendedorismo jurídico algo urgente e absolutamente necessário, seja para aqueles que já possuem uma longa estrada percorrida na profissão ou para aqueles que estão iniciando a jornada neste momento. (PEREIRA; BARROS, 2022, p. 09)

Por fim, com o grande aumento dos litígios e dos processos judiciais no Brasil, batendo um recorde histórico em 2023 com quase 84 milhões de processos em andamento, conforme dados disponibilizados pelo CNJ, observa-se que a advocacia costuma trabalhar de maneira sobrecarregada, para que consiga produzir. Devido a isso, é necessário inovar, de maneira ética, para que o trabalho continue sendo feito com excelência. Por isso, o texto “Inovação, Gestão e Empreendedorismo na Advocacia” escrito pela Comissão de Gestão e Empreendedorismo da OAB Paraná destaca a necessidade da inovação como algo imprescindível para a sobrevivência de um escritório de advocacia atualmente.

Com o aumento da demanda de trabalho nos escritórios de advocacia surge a necessidade de inovar, de otimizar o tempo e organizar as tarefas diárias. A importância da gestão do escritório torna-se fundamental para a sobrevivência do escritório no mercado jurídico. Observa-se que todos os autores fazem uma divisão em grandes pilares ou áreas da gestão dos escritórios, sendo que esta divisão é similar nas obras apresentadas, nos autores pesquisados no presente artigo. (OAB/PR, 2024, p. 16)

Dessa forma, fica evidente que o empreendedorismo jurídico no mundo globalizado não pode ser encarado como uma simples ferramenta de crescimento, mas sim como um processo que exige equilíbrio entre inovação, ética e eficiência. O advogado do século XXI precisa estar preparado para lidar com um cenário de constantes mudanças, mas sempre respeitando os limites impostos pela OAB e mantendo seu compromisso com a justiça e a sociedade.

Assim, empreender na advocacia significa mais do que simplesmente buscar crescimento financeiro, mas estruturar um modelo de atuação que valorize a integridade, a excelência no serviço prestado e a conformidade com as diretrizes éticas da profissão. Por fim, lembra-se que o mercado jurídico está em constante evolução e aqueles que souberem se adaptar sem comprometer sua moral terão não apenas sucesso profissional, mas também o respeito de seus clientes e da sociedade como um todo.

4. OS LIMITES ÉTICOS DO ADVOGADO AO EMPREENDER

4.1 A conexão entre a ética e o empreendedor

Ao refletir sobre os limites éticos do advogado ao empreendedor, é imprescindível considerar a complexa relação entre os princípios éticos da profissão com os maiores dilemas: a captação de clientela e a publicidade irregular. Destarte, como catalisadores desses problemas, vemos o dinamismo do mercado jurídico e as exigências impostas pela evolução do mundo globalizado.

Nesse contexto, Santo Tomás de Aquino, em sua "Summa contra Gentiles", fornece uma base filosófica sólida para compreendermos a ética como um caminho essencial para o bem maior, que deve reger não apenas as ações humanas, mas também a conduta profissional, incluindo a advocacia. Nesse sentido, Tomás destaca que o fim último do homem é Deus e que todas as ações devem ser orientadas em direção ao bem supremo. Comparando o pensamento aquinista com o pensamento voltado para advocacia, assim, toda decisão profissional, incluindo as estratégias empreendedoras na advocacia, devem buscar não apenas o sucesso material, mas, sobretudo, a conformidade com os valores mais elevados, como a justiça, a moralidade e a dignidade.

No âmbito jurídico, essa busca pela ética se manifesta em práticas que respeitam os limites impostos pela legislação e pelo Código de Ética e Disciplina da OAB. Contudo, o exercício da advocacia no mercado contemporâneo é desafiado por uma crescente pressão empreendedora, que demanda inovação, gestão eficiente e captação de clientes. É nesse cenário que surgem conflitos éticos significativos, especialmente quando as práticas mercadológicas ultrapassam os limites legais, como evidenciado por diversas jurisprudências do Tribunal de Ética e Disciplina da OAB.

Primeiramente, ao tratar sobre captação de clientela, podemos ver um caso emblemático, o Recurso n. 24.0000.2021.000009-8/SCA-TTU, no qual o advogado acusado, chamado na jurisprudência como "V.L.P.", foi acusado de captação indevida de clientela ao enviar convites genéricos para "reuniões com advogado" destinadas a discutir processos contra a prefeitura e ações de dano moral contra o Serasa.

Recurso n. 24.0000.2021.000009-8/SCA-TTU. Recorrente: V.L.P. (Advogado: Wilson Laudelino Pedrosa OAB/SC 16.092). Recorrido: Conselho Seccional da OAB/Santa Catarina. Relator: Conselheiro Federal Alberto Zacharias Toron (SP). EMENTA N. 014/2022/SCA-TTU. Recurso ao

Conselho Federal da OAB. Art. 75, caput, do Estatuto da Advocacia e da OAB. Decisão definitiva e unânime de Conselho Seccional da OAB. Violação às regras de dosimetria. Recurso conhecido. No mérito, parcialmente provido. 1) Restou devidamente comprovado nos autos que o advogado promoveu a captação de clientela, incidindo, assim, no artigo 34, incisos III e IV, do Estatuto da Advocacia e da OAB, ao enviar um convite para "reunião com advogado", ao público em geral, destinada a informações acerca de processo contra a prefeitura, informações acerca de processos de dano moral contra o Serasa e de ação de correção do FGTS para quem teve CTPS anotada entre 1999 e 2021. Teor do panfleto publicitário que permite concluir que não se trata de comunicação remetida apenas a clientes, mas sim à comunidade indistintamente. Condenação mantida. 2) No tocante à dosimetria, os precedentes deste Conselho Federal da OAB são pacíficos no sentido de que a utilização da reincidência para majorar a censura para suspensão do exercício profissional (art. 37, II, EAOAB) e, ao mesmo tempo, para majorar o prazo de suspensão acima do mínimo legal e cominar multa, configura bis in idem. Assim, se a suspensão do exercício profissional já foi imposta em decorrência do agravamento da punição pela reincidência, não é possível que a mesma circunstância seja utilizada para exasperar o prazo de suspensão acima do mínimo legal e ainda para cominar multa. 3) Recurso parcialmente provido, para reduzir o prazo de suspensão do exercício profissional ao mínimo legal de 30 (trinta) dias, e para afastar a multa, mantendo, no mais, a condenação disciplinar. Acórdão: Vistos, relatados e discutidos os autos do processo em referência, acordam os membros da Terceira Turma da Segunda Câmara do Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil, observado o quorum exigido no art. 92 do Regulamento Geral, por unanimidade, em dar parcial provimento ao recurso, nos termos do voto do Relator. Brasília, 14 de março de 2022. Milena da Gama Fernandes Canto, Presidente. Alberto Zacharias Toron, Relator. (DEOAB, a. 4, n. 817, 23.03.2022, p. 32)

Nesse cenário, o Conselho Seccional da OAB de Santa Catarina considerou essa prática como uma violação dos artigos 34, incisos III e IV, do Estatuto da Advocacia e da OAB. O advogado, ao tentar se posicionar estrategicamente no mercado para atrair mais clientes, ultrapassou o limite ético ao utilizar métodos de divulgação que caracterizavam captação de clientela. Então, vemos que embora o recurso tenha sido parcialmente provido para ajustar a dosimetria da pena, a condenação foi mantida, ressaltando que a busca por visibilidade não pode ultrapassar as diretrizes éticas da profissão.

A análise deste caso, à luz do pensamento de Santo Tomás, demonstra que o empreendedorismo jurídico precisa estar enraizado em princípios morais sólidos. Nesse pensamento, vemos que Tomás de Aquino fala que esses princípios éticos não são para convertidos, pois todo o seu livro é dedicado aos gentios, ou seja, pessoas que precisam aprender a melhorar sua conduta.

Assim, Tomás ressalta que "não há virtude sem ordem ao fim último", e, portanto, práticas empresariais que desprezam o bem comum e buscam apenas o ganho individual acabam se desviando do verdadeiro propósito da profissão. Assim, o advogado que empreende precisa compreender que a verdadeira realização está em prestar um serviço

que respeite a dignidade humana e promova a justiça, bem como busque exercer um caráter de caridade para com o próximo. Tal caridade, não deve ser vista como trabalhar sem cobrar honorários ou sem buscar remuneração, mas deve ser encarada como exercer o serviço em busca dos interesses do cliente e visando o bem do seu assistido, bem como a busca da verdade real e sem recorrer a métodos que comprometam a integridade da advocacia.

Seguindo nessa linha de raciocínio, também devemos analisar a Proposição n. 49.0000.2021.006287-2/COP, que buscou reforçar o controle sobre práticas antiéticas no ambiente virtual, especialmente em relação à captação de clientes em situações de vulnerabilidade.

PROPOSIÇÃO N. 49.0000.2021.006287-2/COP Origem: Secretário-Geral Adjunto, Ary Raghiant Neto. Memorando n. 052/2021-GRE/CNF. Assunto: Proposta de alteração legislativa. Lei Federal n. 8.906/1994. Tornar crime o exercício irregular da profissão. Endurecimento das sanções administrativas para condutas praticadas no ambiente virtual e em face de pessoas vulneráveis relacionadas à captação e angariação de clientes e infrações correlatas. Relator: Conselheiro Federal Rodolpho Cesar Maia de Moraes (RR). EMENTA N. 031/2021/COP. Proposição. Alteração e acréscimos à Lei n. 8.906/94, que dispõe sobre o Estatuto da Advocacia e da OAB. Aprovação. Acórdão: Vistos, relatados e discutidos os autos do processo em referência, acordam os membros do Conselho Pleno do Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil, por unanimidade, acolher a proposição, nos termos do voto do Relator, acrescido do voto complementar apresentado pelo Conselheiro Federal Gustavo Henrique R Ivahy Badaró (SP). Brasília, 09 de novembro de 2021. Felipe de Santa Cruz Oliveira Scalestky, Presidente do Conselho Federal da OAB. José Augusto Araújo de Noronha, Relator ad hoc. (DEOAB, a. 3, n. 739, 2.12.2021, p. 1)

Dessa maneira, esta proposição propôs alterações legislativas para tornar crime o exercício irregular da profissão e endurecer sanções administrativas. A iniciativa revela a crescente preocupação da OAB com práticas que, mesmo disfarçadas de estratégias empreendedoras, violam os preceitos éticos essenciais. Diante disso, esse endurecimento é uma resposta necessária à complexidade do mercado digital, onde a expansão de estratégias comerciais pode facilmente ultrapassar os limites da ética. Para Tomás, o agir humano deve estar ordenado à lei natural, que é um reflexo da vontade divina. Portanto, práticas que exploram a vulnerabilidade alheia ou desrespeitam os limites estabelecidos pelas legislações se afastam da moralidade necessária para alcançar o verdadeiro bem. A integridade profissional, nesse sentido, é uma virtude que não pode ser negociada em troca de crescimento econômico.

Seguindo nessa temática, adicionalmente, o Recurso n. 49.0000.2018.009635-8/SCA-PTU exemplifica o risco de práticas antiéticas nas redes sociais.

RECURSO N. 49.0000.2018.009635-8/SCA-PTU. Recorrente: L.P.J. (Advogados: Luciano Pedroso de Jesus OAB/MT 13382/O e outros). Recorrido: Conselho Seccional da OAB/Mato Grosso. Relator: Conselheiro Federal Elton Sadi Fülber (RO). EMENTA N. 014/2019/SCA-PTU. Recurso ao Conselho Federal da OAB. Acórdão unânime de Conselho Seccional. Preliminares de nulidade. Rejeição. Angariação ou captação de causas. Infração disciplinar configurada. Conversão da censura em advertência. Recurso parcialmente provido. 1) As nulidades arguidas pelo advogado são mera reprodução das que foram arguidas ao Conselho Seccional, sendo ali todas respondidas, sem a impugnação aos fundamentos adotados, razão pela qual subsistem os fundamentos ali adotados para rejeitá-los, visto que ausente a dialeticidade recursal nesse ponto. 2) A infração disciplinar de angariação ou captação de causas (art. 34, IV, EAOAB) restou devidamente comprovada e valorada pelas instâncias de origem, à medida em que o advogado veiculou publicidade em rede social com a nítida pretensão de angariar causas específicas, de clientes lesados por empresas de telefonia. 3) A seu turno, o julgado de primeira instância não adotou fundamentação suficiente para indeferir a conversão da censura em advertência, visto que a ausência de circunstâncias agravantes deve ser presumida, e não a presença de circunstância atenuantes, razão pela qual o recurso deve ser provido também nesse ponto, para determinar a conversão da censura em advertência, em ofício reservado, sem registro nos assentamentos do advogado. 4) Ante o exposto, dou parcial provimento ao recurso para converter a censura em advertência, em ofício reservado, sem registro nos assentamentos do advogado. Acórdão: Vistos, relatados e discutidos os autos do processo em referência, acordam os membros da Primeira Turma da Segunda Câmara do Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil, observado o quorum exigido no art. 92 do Regulamento Geral, por unanimidade, em dar parcial provimento ao recurso, nos termos do voto do Relator. Impedido de votar o Representante da OAB/Mato Grosso. Brasília, 10 de dezembro de 2018. Carlos Roberto Siqueira Castro, Presidente. Elton Sadi Fülber, Relator. (DEOAB, a. 1, n. 25, 4.2.2019)

Nesse caso, o advogado denominado “L.P.J.” foi acusado de utilizar publicidade digital com o objetivo de angariar causas específicas, violando o artigo 34, inciso IV, do Estatuto da OAB. Nesse cenário, o referido advogado foi punido com uma advertência. Dessa maneira, o caso destaca a importância de se manter vigilante quanto às estratégias utilizadas para promover serviços jurídicos, especialmente em ambientes digitais. Dessa maneira, a lição deixada por essa jurisprudência é clara: ainda que o mercado exija inovação e visibilidade, as ações do advogado devem ser pautadas pela prudência e pela busca constante do bem comum, elementos centrais na filosofia tomista.

Além das jurisprudências, salienta-se a Tabela de Honorários da OAB/PB, definida de forma individual pelas Seccionais, também se apresentam como um importante regulador ético. Então, ao estabelecer valores mínimos para os serviços advocatícios, não apenas se protege o profissional de negociações abusivas, mas também

combate a concorrência desleal, evitando que o preço seja utilizado como atrativo indevido para a captação de clientela. Diante disso, salienta-se o Art. 3º da tabela de honorários da OAB, onde pode-se ver claramente a necessidade dos profissionais da advocacia seguirem essa norma.

Art. 3º O advogado deverá observar o valor mínimo instituído na presente Tabela de Honorários, inclusive aqueles referentes às diligências, sob pena de se caracterizar aviltamento de honorários, punível na forma da Lei 8.906/94 e do Código de Ética da OAB

Na perspectiva ética, a justiça é uma virtude que busca assegurar a ordem natural e o bem comum, e a observância de valores mínimos para os honorários é um reflexo dessa busca. Assim, o advogado que desconsidera essa tabela, oferecendo serviços a preços irrisórios, compromete não apenas sua própria dignidade, mas também a integridade do mercado jurídico e a equidade profissional, prejudicando ainda mais a imagem da profissão e contribuindo para degradar os valores corretos a serem cobrados pelos profissionais.

Já vindo de outra ótica, sob a perspectiva da publicidade irregular, vemos que o marketing jurídico é uma ferramenta indispensável para a advocacia moderna, especialmente diante das mudanças proporcionadas pela globalização e pelo avanço da tecnologia. Conforme observa Pereira e Barros (2022), o profissional contemporâneo deve desenvolver espírito empreendedor e visão crítica, posicionando-se focado no mercado, utilizando-se de estratégias que respeitem os limites pelo Código de Ética.

A sociedade contemporânea espera-se ainda que o advogado tenha espírito empreendedor e visão crítica, posicionando-se conforme o marketing profissional e aproveitando não apenas as oportunidades decorrentes da advocacia tradicional. (PEREIRA; BARROS, 2022, p. 03)

Assim, o Código de Ética da OAB, no entanto, não veda completamente o marketing jurídico. O que se busca evitar é a sua utilização indevida, que transforma a advocacia em um mercado de concorrência predatória. A publicidade informativa é permitida, desde que tenha caráter educativo e institucional, passando apenas à divulgação da advocacia sem intenção mercantilista. Isso significa que o advogado pode utilizar blogs, sites e redes sociais para compartilhar conteúdos jurídicos informativos, desde que respeite os limites éticos impostos pela profissão.

A partir do uso das tecnologias é possível a utilização de outras ferramentas, desta vez, ferramentas que contribuem na elaboração de textos para sites,

blogs, páginas em redes sociais, permitindo a divulgação de conteúdo jurídico informativo de maneira a divulgar também quem o produziu, fazendo de forma sutil o marketing em consonância com o permitido pelo Código de Ética em seu art. 39, conforme já falado nos capítulos anteriores. Portanto, o Marketing jurídico está cada vez mais presente nos escritórios, já que por sua vez, é uma ferramenta virtual que auxilia na visibilidade do advogado, e não possui vedação pelo Código de Ética da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB). (PEREIRA;BARROS, 2022, p.12)

Nesse sentido, o marketing jurídico torna-se um instrumento legítimo quando utilizado para educar o público e fortalecer a imagem do profissional, e não como um meio de captação ostensiva de clientes. Esse entendimento é essencial para garantir que a advocacia continue sendo uma profissão de caráter público e essencial à justiça, e não um negócio meramente lucrativo.

Logo, apesar da importância do marketing jurídico, o que se observa em muitos casos é a ultrapassagem dos limites éticos estabelecidos pela OAB. O Código de Ética estabelece restrições à publicidade para evitar que a advocacia se torne um mercado puramente comercial, sujeitando a práticas predatórias e concorrência desleal, conforme cita Dr. Carlos Pereira.

É necessário compreender que marketing e a publicidade são institutos que se relacionam e atuam de forma conjunta, sem este não é possível desempenhar satisfatoriamente aquele. Destarte, limitar a publicidade, como assim determina o Código de Ética da OAB, é fazer regredir um cenário altamente competitivo, como no caso o jurídico, onde o advogado, necessita conhecer e utilizar as técnicas de gestão empresarial, dentre as quais o marketing ocupa posição muito significativa, como forma de permanecer sólido ou avançar em um mercado que se apresenta cada vez mais exigente e especializado. (PEREIRA; BARROS, 2022, p. 16)

O grande desafio do advogado moderno é equilibrar o uso do marketing jurídico com as normas do Código de Ética. A publicidade jurídica permitida deve ser sóbria, discreta e compatível com a dignidade da profissão, sem qualquer forma de autopromoção exagerada ou promessas enganosas. O art. 39 do Código de Ética e Disciplina da OAB permite que os advogados divulguem informações sobre sua atuação profissional, desde que respeitem essas diretrizes. A publicidade irregular, por sua vez, ocorre quando os advogados utilizam estratégias típicas de mercado para atrair clientes, como anúncios patrocinados, distribuição de panfletos, uso de vídeos promocionais agressivos, promessas de sucesso e outros métodos mercantis proibidos. Além de

comprometer a imagem da advocacia, essas práticas criam um ambiente de concorrência desleal e desvalorizam a profissão.

Portanto, o uso adequado do marketing jurídico pode ser uma vantagem competitiva para o advogado que deseja crescer de maneira ética no mercado. Estratégias como a produção de conteúdo informativo, a participação em eventos acadêmicos e a presença digital bem estruturada são meios legítimos de divulgação do trabalho advocatício. Entretanto, ultrapassar os limites estabelecidos pelo Código de Ética pode acarretar avaliações disciplinares diversas, prejudicando não apenas o profissional envolvido, mas a imagem da advocacia como um todo.

Portanto, ao conectar esses elementos, percebe-se que o verdadeiro empreendedorismo na advocacia deve ser construído sobre a base sólida da ética e das virtudes. Como destaca Tomás de Aquino, a felicidade verdadeira e o sucesso profissional só são alcançados quando as ações estão em conformidade com o bem supremo. Para o advogado, isso significa empreender de maneira justa, transparente e responsável, evitando práticas que comprometam a moralidade e a confiança social na profissão.

Dessa forma, é possível afirmar que a ética e o empreendedorismo na advocacia não são conceitos opostos, mas complementares. A prudência, a justiça e a fortaleza, são guias essenciais para que o advogado desenvolva estratégias inovadoras e eficientes, mas sempre dentro dos limites estabelecidos pela ética profissional. Assim, cada ação empreendedora deve ser medida não apenas pelo potencial de lucro, mas pela capacidade de contribuir para uma advocacia mais justa, digna e alinhada com os princípios fundamentais da profissão.

4.2 A captação de clientes como uma infração ética:

4.2.1 Captação de Causas: Análise do Art. 34, III, do Estatuto da Advocacia e da OAB

A vedação contida no inciso III do artigo 34 do Estatuto Federal da Advocacia e da OAB, que proíbe o advogado de se valer de agenciador de causas mediante participação nos honorários a receber, configura um dos pilares fundamentais da moralidade profissional no exercício da advocacia. Dessa maneira, trata-se de uma norma que não apenas protege a integridade da profissão, mas também assegura que a relação

entre o advogado e o cliente se estabeleça com base na confiança, no respeito mútuo e na dignidade que o exercício da advocacia exige. Logo, essa relação de confiança, tão fundamental, é corrompida quando há intermediação mercantilizada de terceiros interessados exclusivamente no ganho econômico da transação.

Nesse sentido, destacam-se os ensinamentos doutrinários que interpretam essa vedação como uma salvaguarda da ética profissional. Dessa maneira, a seccional da OAB/PR elaborou diversos comentários sobre Código de Ética e disciplina da OAB, bem como o Estatuto Federal da Advocacia. Então, como aponta a OAB/PR em seus comentários.

Advogar significa, em última análise, prestar serviços profissionais diretamente relacionados à defesa, realização, promoção e concretização de direitos fundamentais." (OAB/PR; GARCIA FILHO, 2022, p. 262)

Com isso, observa-se que o exercício da advocacia ultrapassa a simples prestação de um serviço técnico. O advogado é um agente de transformação social, responsável por concretizar direitos que, muitas vezes, são a única via de acesso à justiça por parte de um cidadão. Assim, inserir nessa atividade o elemento de intermediação comercial corrompe sua essência e desnatura sua finalidade pública. Ainda segundo o autor:

O que se espera, porém, é o agir responsável e comprometido com a causa do cliente. A observância dos preceitos legais e o agir ético, de modo que o profissional da advocacia possa inspirar respeito não apenas sobre a sua pessoa, mas também e de igual modo ao todo do qual ele representa uma parte, isso é, a classe da advocacia, todos os demais advogados. (OAB/PR; GARCIA FILHO, 2022, p. 263)

Esse agir responsável mencionado por Garcia Filho é precisamente o que se espera quando o advogado, diante das dificuldades de empreender em um mercado competitivo, resiste à tentação de buscar atalhos que ferem a ética, evitando assim de macular toda a categoria profissional. O advogado ético deve manter sua conduta orientada por um senso interno de virtude, de dignidade profissional e de zelo pela classe. Ao fazer isso, ele não apenas honra sua própria imagem, mas protege o prestígio coletivo da advocacia e evita a desvalorização do mercado e a prostituição da profissão.

Dr. João Eurico Koerner, secretário administrativo do Tribunal de Ética e Disciplina da OAB/PR, comenta sobre a infração ética presente no dispositivo do Estatuto Federal da Advocacia, em seu Art. 34, que constitui infração disciplinar valer-se de

agenciador de causas, mediante participação nos honorários a receber. Dessa forma, o autor diz:

"Ao se proscrever a utilização da figura do agenciador de causas, o Estatuto da Advocacia e da OAB reafirma regras deontológicas fundamentais norteadoras da profissão, pois, conforme previsto no Código de Ética e Disciplina, a todos os advogados cabe velar pela dignidade da advocacia e atuar com lealdade, existindo também total incompatibilidade do exercício profissional com a mercantilização, conforme disposto nos arts. 2.º, parágrafo único, I e II, e 5.º, ambos do CED." (OAB/PR; KOERNER, 2022, p. 287)

Tal observação é crucial, pois reforça que essa vedação não é fruto de um moralismo vazio ou de um conservadorismo desnecessário, mas sim um pilar estruturante da deontologia jurídica. Assim, a presença de um agenciador de causas desvia o foco da atuação jurídica para uma lógica de comissão e intermediação, mercantilizando uma profissão que deveria ser orientada pela busca do bem comum, do justo e do ético, bem como deveria se criar laços entre o cliente e o profissional, tendo em vista que o advogado é chamado a exercer a advocacia de maneira individual e zelando por cada caso. E mais adiante, o mesmo autor adverte:

Da fartura dos precedentes que abordam a matéria, bem se afere a frequência com que o dispositivo sob análise tem sido infringido, situação alarmante, pois, não há dúvida, ao se valer de agenciador de causas, remunerando-o, o advogado não apenas desprestigia toda a classe, mas também prejudica os interesses de seus constituintes, os quais, quando agenciados com intuito meramente lucrativo, não raro têm os seus interesses tratados de forma indolente pelo profissional. (OAB/PR; KOERNER, 2022, p. 288)

Essa constatação revela que a infração ética transcende o prejuízo individual. Observa-se, portanto, que ela reflete uma degradação sistêmica da imagem da profissão, que passa a ser associada à ganância, à deslealdade e ao descompromisso com o cliente. Sendo, nesse viés, uma grave ameaça ao sistema jurídico, pois além de ser grave infração ética, enfraquece o vínculo de confiança que deve reger a relação entre o advogado e aquele que nele deposita suas esperanças de justiça.

Nessa temática, vemos que o livro “Estatuto da Advocacia e o Novo Código de Ética e Disciplina da OAB Comentados”, escrito e comentado pelo Dr. Alvaro Gonzaga, Doutor em direito, tendo pós doutorados em direito pela Universidade de Coimbra e pela Universidade Clássica de Lisboa, em parceria com a ex-Presidente da 20ª Turma do Tribunal de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil, Seção São Paulo, gestão 2019/2021, a Professora Karina Penna Neves e também com o Dr. Roberto Beijato

Junior, doutor em direito pela PUCSP. Dessa maneira, vemos essa preocupação ser reforçada.

É vedado que as sociedades advocatícias possuam departamento comercial, dada a natureza da atividade, sendo vedado igualmente que o advogado se valha de terceiros que atuem agenciando ou indicando causas ou clientes, o que imprimiria caráter mercantil à profissão. O vínculo de confiança formado entre advogado e cliente deverá acontecer de forma natural e espontânea, sem a influência de terceiros, que se assim o fizer, estará na figura do agenciador de causas, acarretando a infração ética prevista no inciso III em desfavor do advogado que dela se valer, além dos arts. 5º e 7º do Novo CED. Muito embora o inciso trate do agenciador de causas mediante participação nos honorários que o cliente venha pagar, é evidente que também vale supostamente sem participação nos honorários, até porque tal prova seria bastante difícil de ser obtida. Também se equipara à situação do inciso, aquele que recebe 'gratificações' ou valores fixos, por cada cliente que indicar, os vulgarmente chamados de 'paqueiros'. (GONZAGA; NEVES; BEIJATO JUNIOR, 2016 p.122)

Essas observações reforçam que o mal não está no ganho financeiro do agenciador, mas na própria interferência de um terceiro na formação do vínculo de confiança. Mesmo que não haja pagamento direto, a simples prática de indicação sistemática já é suficiente para ferir os princípios basilares da profissão, pois gera uma mercantilização, acarretando concorrência desleal e consequências graves tanto a profissão como ao ordenamento jurídico, como o fenômeno da judicialização excessiva que tanto prejudica o poder judiciário.

Com isso, vemos que a jurisprudência da OAB também tem sido firme nesse ponto. Destarte, alguns exemplos marcantes disso são os processos E-3.997/2011 e 5505-8/2024, julgados pela Turma Deontológica da OAB/SP, firmou-se o seguinte entendimento:

E-3.997/2011 - CAPTAÇÃO DE CLIENTELA – ADVOGADO OU ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA QUE SE UTILIZA INTERPOSTA PESSOA PARA DIVULGAR SUA ATIVIDADE PRÁTICA CAPTAÇÃO DE CLIENTELA E UTILIZAÇÃO DE AGENCIADOR DE CAUSAS, ALÉM DE CONSTITUIR OFERTA DE SERVIÇOS JURÍDICOS ATRAVÉS DE INTERPOSTA PESSOA OU POR QUEM NÃO OS PODE PRESTAR, CONSEQUENTEMENTE, VIOLA OS ARTIGOS 5º, 7º E 39 DO CED E INCISOS III E IV DO ARTIGO 34 DO EAOAB. A relação entre cliente e advogado deve ser baseada na confiança que esse inspira naquele através de vínculo que se cria livremente, sem precipitações por parte do advogado em direção ao cliente. O advogado não pode oferecer seus serviços ao cliente, nem pode se valer de terceiros, sejam eles advogados ou não, para fazer a promoção de sua atividade. Tal conduta imprime à profissão caráter comercial, o que é reprovado pelos princípios que regem a advocacia. A divulgação da atividade do advogado ou escritório é permitida através da publicidade, sendo sua forma disciplinada pelos arts. 28 a 34 do CED complementado pelo Provimento 94/2000. Qualquer que seja o modo da

indicação, verbal ou escrita, o advogado que aceita o patrocínio de causas vindas de uma pessoa com a qual mantém relação jurídica comete a infração descrita no art. 34, incisos III e IV do EAOAB, ainda que sem o uso de propaganda e mesmo que sejam cobrados honorários." (Turma Deontológica, OAB/SP, v.u., em 14/04/2011, do parecer e ementa da Rel. Dra. Mary Grun);

“EMENTA: 5508/2024 - CONVÊNIO - LISTAGEM DE PROFISSIONAIS - LIMITES DA PUBLICIDADE NA ADVOCACIA - AUSÊNCIA DE INFRAÇÃO ÉTICO-DISCIPLINAR DESDE QUE RESPEITADOS OS LIMITES DO EAOAB, CEDOAB E PROVIMENTO 205/2021. Em princípio, não há impedimento ético-disciplinar a que um advogado faça parte de uma listagem de profissionais para contratação por intermédio de um determinado convênio, desde que essa listagem respeite os limites estabelecidos pelo Estatuto da Advocacia, o Regulamento Geral, o CEDOAB, bem como o Provimento 205/2021. Não podem os advogados constantes da lista se utilizar do convênio para captação indevida de clientela, bem como para a prática de mercantilização da advocacia, sob pena de incorrerem em violações éticas, nos termos dos artigos 34, incisos IV1 e XXV2, 36, inciso I3 e 37, inciso I4, todos EAOAB. Vedação da instituição de parceria ou convênio entre advogados e empresas para constituição de catálogo de profissionais de diversos segmentos a ser oferecido aos seus clientes (artigos 40 do CEDOAB e 8º do Provimento 205/2021), bem como da assinatura de convênio entre subseção e associação comercial com o intuito de indicar advogado aos seus associados. Precedentes dessa Turma Deontológica.

Então, observa-se que as jurisprudências citadas, E-3.997/2011 e 5505-8/202, da Turma Deontológica da OAB/SP representam um marco importante na delimitação dos limites éticos da atuação profissional na advocacia, especialmente no que tange à proibição de captação de clientela por meio de terceiros. As decisões reforçam que a relação entre advogado e cliente devem ser construídas com base na confiança e espontaneidade, livre de ações proativas e mercantilizadas por parte do profissional ou de seus representantes.

O uso de agenciadores ou intermediários — mesmo que advogados — para oferecer serviços transforma a advocacia em prática comercial, corrompendo seu caráter ético e institucional. Com essa visão, vemos que essas jurisprudências são exemplos ao demonstrarem que mesmo sem propaganda explícita, a mera aceitação de patrocínio oriundo de relações com intermediários já configura violação ética, alertando para a sutileza e a rigidez com que a OAB trata qualquer indício de mercantilização na profissão.

Em outro julgado emblemático, a jurisprudência E-5.845/2022 do TED da OAB/SP trata da captação indevida de clientela por meio de indicação sistemática de empresas, como hospitais ou clínicas, configurando infração ética mesmo que os honorários estejam em conformidade com a tabela da OAB.

A decisão destaca que a relação entre advogado e cliente deve ser fundada na confiança pessoal e espontânea, e não em interferências externas ou parcerias recorrentes,

pois isso compromete a liberdade do cliente na escolha do patrono, além de configurar concorrência desleal e mercantilização da advocacia. O tribunal foi claro ao afirmar que a prática recorrente de indicações, com ou sem proveito econômico direto, viola os artigos 5º e 7º do CED e os incisos III e IV do artigo 34 do EOAB, caracterizando conduta antiética.

EMENTA – ÉTICA NA ADVOCACIA – CAPTAÇÃO INDEVIDA DE CLIENTELA – INDICAÇÃO SISTEMÁTICA POR TERCEIROS – INFRAÇÃO ÉTICA. É vedado ao advogado prestar assistência jurídica a clientes que lhe são indicados sistematicamente por empresas, instituições ou quaisquer terceiros, independentemente do modo como ocorre a indicação, da existência de proveito econômico direto ou da observância da tabela de honorários da OAB. A prática caracteriza, em tese, captação indevida de causas e clientes, concorrência desleal, mercantilização da profissão e violação da liberdade de escolha do patrono pelo cliente. Tais condutas infringem o art. 7º do Código de Ética e Disciplina e o art. 34, incisos III e IV, do Estatuto da Advocacia (Lei nº 8.906/1994). A relação entre advogado e cliente deve fundar-se em confiança mútua, estabelecida livremente, sem a interferência de terceiros ou vínculos formais de encaminhamento. Ressalva-se, como exceção legítima, a advocacia pro bono nos termos do Provimento nº 166/2015 do CFOAB. A “indicação sistemática”, ainda que disfarçada de rotina institucional ou parceria informal, constitui desvio ético reprovável, nos termos da jurisprudência consolidada deste Tribunal. Proc. E-5.845/2022 – v.u., em 18/08/2022 – Rel. Dr. Paulo de Tarso Andrade Bastos – Revisora: Dra. Camila Kuhl Pintarelli – Presidente: Dr. Jairo Haber – Tribunal de Ética e Disciplina da OAB/SP.

Esses julgados são expressivos porque mostram que o sistema deontológico da OAB está atento às diversas formas como a intermediação pode ocorrer, e não tolera desvios, mesmo que a intenção seja "profissionalizar" ou "otimizar" o acesso do cliente ao serviço jurídico. A preocupação é preservar a espontaneidade do vínculo entre cliente e advogado, vínculo esse que, conforme a ética tomista, deve ser orientado à justiça, ao bem comum e à promoção da dignidade humana.

Portanto, ao proibir o agenciamento de causas, o inciso III do artigo 34 do Estatuto da OAB não é um empecilho ao empreendedorismo na advocacia, mas sim uma bússola ética. Ele delimita o campo da atuação legítima, sinalizando aos profissionais que o sucesso na carreira jurídica não se mede pela quantidade de processos conquistados via intermediários, mas pela excelência da atuação ética e técnica. O advogado verdadeiramente empreendedor é aquele que inova com responsabilidade, conquista com dignidade e prospera sem abandonar os princípios que dão sentido à sua profissão.

4.2.2 Captação de Causas: Análise do Art. 34, IV, do Estatuto da Advocacia e da OAB

A proibição contida no inciso IV do artigo 34 do Estatuto da Advocacia e da OAB – "angariar ou captar causas, com ou sem a intervenção de terceiros" – representa uma das salvaguardas mais importantes da ética profissional no exercício da advocacia. Diferentemente do inciso III, que trata da intermediação direta por agenciadores, este dispositivo abarca uma gama ainda mais ampla de condutas, pois inclui tanto a captação realizada pessoalmente pelo advogado quanto aquela feita com o apoio de terceiros. Em ambos os casos, há uma ruptura no ideal de confiança que deve reger a relação entre advogado e cliente, bem como uma violação ao sentido ético da profissão enquanto função social, conforme vem sendo reiteradamente discutido ao longo deste trabalho. Diante disso, conforme explica os "Comentários ao Estatuto da Advocacia e da OAB feitos pela seccional da OAB/PR:

No que se refere ao inciso IV, do art. 34 do Estatuto, aqui abordado, o advogado infrator age diretamente ou com a ajuda de terceiros na angariação ou captação de causas. A conduta aqui tipificada, em certa parte, assemelha-se à do inciso anterior (III), mas a do inciso IV, o advogado vale-se diretamente do agenciador, vulgarmente denominado paqueiro ou perdigueiro para captar causas com a participação de honorários com o agenciador. Na conduta do inciso IV é o advogado quem toma a iniciativa de angariar ou captar causas, que poderá ocorrer com ou sem a intervenção de terceiros. (OAB/PR; MUNARETTO, 2022, p. 288)

A análise de Munaretto permite perceber que o eixo central do inciso IV reside na atuação ativa do próprio advogado. Ele é o agente da captação, assumindo postura que desvirtua a advocacia de sua missão primordial. O ato de buscar diretamente o cliente, seja através de meios explícitos ou sutis, com ou sem o intermédio de terceiros, compromete a espontaneidade da escolha do patrono. Mais do que isso, esse comportamento rompe com a ética ideal do advogado, como delineada ao longo deste trabalho — uma ética assentada na busca do justo, na prática da virtude e na não mercantilização de uma atividade essencialmente vocacionada para o bem comum.

Em primeiro plano destaca-se que a OAB repudia com veemência qualquer possibilidade de ligação entre a advocacia e a mercantilização, tendo em vista que é vedada pelo EAOAB e pelo CED a publicidade imoderada, a concorrência desleal e, via de regra, a captação de causas e clientes. É consenso dentre aqueles que cultuam as boas práticas da ética, de que é o cliente quem deve procurar o advogado, e não o contrário. (OAB/PR; MUNARETTO, 2022, p. 289)

Esta citação retoma o pensamento que: a advocacia não é comércio, mas função social. A mercantilização da profissão é nociva não apenas porque distorce as relações profissionais, mas sobretudo porque afeta o próprio conceito de justiça. O advogado, nesse sentido, não é um vendedor de serviços jurídicos, mas um operador da justiça, um intérprete do direito e um defensor da dignidade humana. Quando ele passa a agir como um comerciante em busca de clientela, rompe-se o vínculo essencial da confiança e instala-se uma lógica que favorece o lucro sobre a verdade — o que é incompatível com a ética tomista já analisada.

Com efeito, além da previsão contida no comentado inciso IV, os artigos 5º e 7º do Código de Ética e Disciplina da OAB também conduzem a determinante proibição da mercantilização e o oferecimento de serviços que impliquem diretamente na captação de clientela. Evidentemente, em conjunto o EOAB e o CED, visam conscientizar o advogado, prescrevendo um conjunto de princípios éticos para nortear a atividade do profissional do Direito, dentre eles, a vedação da captação de causas. (OAB/PR; MUNARETTO, 2022, p. 289)

Aqui se consolida a compreensão de que a norma jurídica é, antes de tudo, uma norma ética. O conjunto de regras previsto no Estatuto e no Código de Ética não visa cercear a liberdade do profissional, mas conduzi-lo a uma prática responsável, equilibrada e respeitosa dos limites impostos pela própria dignidade da advocacia. Trata-se de um freio necessário em um tempo marcado pela ânsia por visibilidade e pela competitividade agressiva. Assim como refletido no conceito aristotélico-tomista de virtude, o advogado deve buscar o meio-termo: informar, sim; seduzir, jamais.

Embora constem as proibições estatutárias e deontológicas acima referidas, em contraponto tem-se que o profissional dispõe do direito de divulgar os seus serviços advocatícios, desde que o faça com o caráter unicamente informativo, sem nenhuma intenção de angariar ou captar causas. (OAB/PR; MUNARETTO, 2022, p. 289)

Esta observação é essencial para evitar interpretações equivocadas ou excessivamente rígidas. A publicidade informativa é autorizada e, muitas vezes, necessária. O problema surge quando a intenção se desvia do caráter informativo para uma prática de sedução ou conquista do cliente, gerando desequilíbrio concorrencial e atentando contra a moralidade profissional. A linha entre a publicidade lícita e a captação indevida é tênue e exige constante vigilância ética por parte do profissional.

É possível identificar atualmente junto ao Tribunal de Ética Disciplina e Câmaras de Disciplina da Seccional da OABPR, um número significativo de processos disciplinares relacionados à violação do inciso IV, do art. 34, quiçá pela quantidade cada vez maior de profissionais que ingressam a cada ano no mercado de trabalho, alguns deles sem a consciência ética adequada para as boas práticas da advocacia. É o que constata Fábio Kalil Vilela Leite, membro do Tribunal Deontológico da Ordem dos Advogados do Brasil, Seção de São Paulo, Relator do Processo nº E-3.227/05 – OAB/SP, asseverando que: 'A busca por um lugar ao sol tem levado desde há muito alguns advogados a acreditarem que a melhor e mais rápida forma de colocar-se no competitivo mercado de trabalho da advocacia é a publicidade desenfreada, tal qual aquela praticada pelo comércio em geral.'" (OAB/PR; MUNARETTO, 2022, p. 289)

Este trecho denuncia uma tendência contemporânea preocupante: o despreparo ético de novos profissionais que, pressionados pela lógica do mercado, recorrem a expedientes reprováveis para garantir visibilidade e clientela. Trata-se de um dilema moderno: conciliar o espírito empreendedor com os limites da ética. Como discutido, o verdadeiro empreendedorismo na advocacia deve estar baseado na excelência técnica, na reputação e no compromisso ético, e não na exposição midiática ou na autopromoção vulgar.

Obviamente quem abastece a fonte de renda dos advogados é a sua clientela. Sem esta, não há sobrevivência. No entanto, as regras de conduta deontológicas, são determinantes ao prever como infração profissional os meios que permitam a captação de clientes ou causas, o que muitas vezes ocorre de forma agressiva e desenfreada para atingir determinado público. (OAB/PR; MUNARETTO, 2022, p. 290)

Assim, se observa claramente a realidade pragmática com a exigência ética. É inegável que o advogado depende de clientes, mas é justamente por isso que os meios de se obter clientela devem ser regulados. A sobrevivência econômica não pode justificar qualquer prática. A ética profissional exige que se escolha o caminho mais árduo, mas também mais nobre — aquele pautado na competência, no respeito às normas e na integridade.

A título de exemplo, é considerada infração disciplinar a prática pelo advogado ou sociedade de advogados que participa de eventos com o objetivo de fornecer consultoria gratuita ao público, uma vez que a referida conduta pode ser um subterfúgio para angariar ou captar causas, caracterizando infração ao art. 34, IV, em comento. (OAB/PR; MUNARETTO, 2022, p. 290)

Esse exemplo ilustra como até ações aparentemente altruístas podem encobrir finalidades escusas. A participação em eventos de cidadania deve ser cuidadosamente observada quanto à sua motivação e consequências práticas. A ética não julga apenas os

atos, mas também as intenções. Um gesto caridoso, se feito com a intenção de obter vantagem, perde seu valor moral.

Neste caso, a infração se dá pela participação do advogado em evento público, a fim de prestar assessoria jurídica à população em geral (geralmente carente), mas com o objetivo de promoção pessoal e divulgação de sua sociedade de advogados. (OAB/PR; MUNARETTO, 2022, p. 290)

Essa advertência é importante para destacar que não é a atuação social do advogado que se condena, mas sim a intenção dissimulada de autopromoção camuflada sob o verniz de altruísmo. A ética jurídica se ancora na integridade da intenção. A ação de prestar assessoria gratuita, embora pareça benéfica, converte-se em infração disciplinar quando a finalidade real é obter clientela. Esse tipo de atitude desequilibra o mercado, marginaliza os colegas que agem conforme os preceitos deontológicos e, sobretudo, ilude a população carente quanto à real função do evento.

CAPTAÇÃO DE CAUSAS E CLIENTES - EVENTOS COMUNITÁRIOS DEDICADOS A CIDADANIA E A COMUNIDADE DESTINADOS A DAR ESCLARECIMENTOS DE DÚVIDAS JURÍDICAS E CONSULTAS GRATUITAS – IMPOSSIBILIDADE E VEDAÇÃO ÉTICA. A advocacia incompatível com qualquer processo de mercantilização, proíbe a concorrência desleal, a propaganda, a publicidade imoderada e a captação de causas e clientes. Não podemos proibir os advogados de buscar clientes. O que é proibido é o emprego de meios agressivos e mercantis de captar causas, inclusive por meio de tira dúvidas e consultas gratuitas... (Proc. E-5.250/2019, OAB/SP)

Este julgado da OAB/SP é emblemático porque reafirma, com clareza e objetividade, que não se trata de vedar a atuação cidadã do advogado, mas de impedir a instrumentalização da solidariedade para fins escusos. A advocacia deve se manter afastada da lógica do proselitismo jurídico, evitando que ações em tese filantrópicas sejam, na prática, mecanismos de marketing disfarçado.

"Enfim, neste caso específico, observa-se uma linha muito tênue, entre participar o advogado altruisticamente de um evento destinado ao exercício da cidadania, representando única e exclusivamente seu órgão de classe, ou a caracterização de uma infração ética de angariação e/ou captação de causas." (OAB/PR; MUNARETTO, 2022, p. 291)

A advertência aqui contida é didática: tudo depende da intenção e da forma como se conduz a atuação. Quando o advogado age em nome da OAB, sem vincular sua

imagem pessoal ou seu escritório, sua conduta é legítima. Porém, ao misturar sua função social com interesses pessoais, atravessa-se a fronteira da ética.

Interessante julgado do CFOAB reconheceu que a angariação ou captação de causas, independe até mesmo da ocorrência do resultado para caracterização da infração... a infração descrita no art. 34, IV, do EAOAB possui 'natureza formal, que independe da ocorrência do resultado para a sua consumação'. (CFOAB, Processo nº 2.299/2001/SCA, p. 291)

Esse entendimento é crucial: a infração ética não depende do êxito na captação, mas da simples tentativa ou conduta direcionada à obtenção de clientela. A infração é formal e, como tal, sua constatação independe de prova de resultado, bastando o desvio da conduta ética.

Além das situações já alinhavadas, pode-se concluir que outros tipos de condutas se materializam na captação de clientela [...] como publicidade relacionada ao uso de mala direta [...] anúncios irregulares, entrevistas habituais visando à autopromoção...(OAB/PR; MUNARETTO, 2022, p. 291)

Essas observações expandem o alcance do inciso IV, demonstrando como práticas sutis e aparentemente inofensivas, como mala direta ou entrevistas repetidas, podem configurar infrações se orientadas por fins promocionais. A ética exige vigilância constante sobre os meios utilizados para comunicar os serviços jurídicos à sociedade.

O inciso IV em questão trata da infração ética de angariar ou captar causas, diretamente ou com intervenção de terceiros... enquanto neste, o próprio advogado atua angariando ou captando causas, de forma indevida, com ou sem intervenção de terceiros. (AZEVEDO et al., 2016)

Essa distinção é técnica e essencial: o inciso IV penaliza o comportamento ativo e direto do advogado na busca de clientela, ampliando o escopo repressivo para abarcar qualquer tipo de atitude captatória, mesmo que disfarçada ou indireta.

Ressalte-se que prestar assessoria jurídica mediante recebimento de honorários irrisórios, abaixo da Tabela da OAB, [...] também faz configurar angariação ou captação de causas ou clientela... (AZEVEDO et al., 2016)

Essa prática, além de ferir a dignidade da profissão, gera concorrência desleal e desequilíbrio no mercado, sendo condenada com base na mesma lógica que fundamenta o inciso IV: proteger a profissão contra a mercantilização e a desvalorização.

Como já dizia Rui Barbosa: A profissão de advogado tem, aos nossos olhos, uma dignidade quase sacerdotal. [...] Nunca abrimos banca de vender peles de ursos antes de mortos. (BARBOSA, Rui. Dicionário de Conceitos e Pensamentos, p. 529)

A citação de Rui Barbosa funciona como síntese filosófica de todo este capítulo. A advocacia não é uma simples profissão; é um ministério ético, pautado pela retidão e pelo serviço. Tratar causas como mercadoria equivale a profanar esse sacerdócio laico que é ser advogado. A nobreza da profissão exige do profissional conduta digna, voltada à promoção da justiça e jamais ao lucro desmedido.

Com isso, torna-se necessário olhar para os julgados pela OAB, pois é com eles que se pode aprender de maneira prática o que se deve ou não fazer para empreender dentro das regras.

EMENTA N. 160/2014/SCA-STU [...] havendo instalados painéis informativos com dados de seu escritório, fora de sua residência e do próprio escritório [...] informados por infração prevista nos artigos 34, IV do EAOAB, 30 e 31 do CEOAB. (CFOAB, Recurso nº 49.0000.2014.009512-9/SCA-STU)

Nesta ementa, a infração está na instalação de painéis informativos em locais inadequados. Ainda que o conteúdo fosse informativo, o local e o formato da exposição ferem os padrões de moderação exigidos pela legislação ética. A intenção não era apenas orientar o público, mas captar sua atenção de forma ostensiva, com vistas a atrair a clientela — o que, mesmo sem palavras explícitas de autopromoção, é vedado. Fica claro que a ética exige não apenas o respeito às palavras escritas nos dispositivos, mas à sua intenção normativa, ou seja, preservar a discricção e a nobreza da advocacia frente à sociedade.

CONVÊNIO JURÍDICO - INFRAÇÃO - CAPTAÇÃO DE CLIENTELA. É ilegal o convênio firmado com entidades alheias à advocacia [...] especialmente se contempla concessão de descontos nos honorários. (Proc. E-1607/97, OAB/SP)

Aqui temos uma infração muitas vezes disfarçada sob a aparência de formalidade contratual: convênios com entidades diversas para prestação de serviços jurídicos. A transparência é fiscal à consideração de que tais acordos são ilegais quando têm o objetivo, direto ou indireto, de atrair clientela por meio de parcerias que fogem à lógica do vínculo ético espontâneo. A concessão de descontos sistemáticos é outra traição de mercantilização, que transforma o advogado em "fornecedor" de um mercado jurídico,

quando na realidade ele deve ser defensor dos direitos. A legalidade formal de um convênio não pode se sobrepor à ética substantiva que rege a advocacia.

ACÓRDÃO 6016/2005 – UTILIZAÇÃO DE EXTERIOR PARA ANGARIAR CLIENTELA – APLICAÇÃO DE CENSURA. (Proc. 8.011/2005, OAB/PR)

A utilização de outdoors é uma das formas mais escancaradas de publicidade indevida. Ao correr esse meio, o advogado rompe com todos os princípios de descrição, moderação e sobriedade. A decisão da OAB, ao aplicar censura, reforça que a advocacia não pode recorrer aos mesmos meios utilizados por empresas comerciais para chamar a atenção do público. A norma ética exige que o advogado seja conhecido por sua confiança e qualidade profissional, não por campanhas visuais apelativas.

ACÓRDÃO 16337/2011 – UTILIZAÇÃO DE NOME FANTASIA E PROPAGANDA EM VEÍCULO ADESIVADO – INFRAÇÃO ÉTICA. REINCIDÊNCIA. SUSPENSÃO. (Proc. 1.057/2008, OAB/SP)

Neste caso, a infração é dupla: uso de nome fantasia e propaganda irregular. O nome fantasia rompe com a pessoalidade da advocacia — característica essencial ao vínculo de confiança. Já o uso de veículo adesivo é prática publicitária agressiva e incompatível com os valores da profissão. Diante da reincidência, a pena de suspensão aplicada é exemplar e demonstra que a Ordem tem adotada postura firme frente à insistência de alguns profissionais em transformar a advocacia na atividade comercial.

Enfim, a captação de clientes na advocacia, à luz da ética profissional, deve ocorrer de forma natural, sutil e condizente com a dignidade da profissão. O advogado verdadeiramente ético não busca o cliente — é o cliente que o procura, motivado por sua competência, confiança ilibada e conduta exemplar. O crescimento profissional deve buscar a excelência técnica, o comprometimento com a justiça e o respeito aos preceitos deontológicos, sendo a recomendação espontânea — o conhecido “boca a boca” — o reflexo legítimo de um trabalho bem exercido. Essa forma indireta de atração de clientela, que não parte da vontade ativa do profissional, mas sim da confiança que inspira quem o conhece, é a única compatível com o espírito da advocacia.

4.3 Publicidade Profissional e seus Limites Éticos: Uma Abordagem Prática

A publicidade jurídica constitui tema sensível dentro da deontologia profissional, por confrontar-se diretamente com os limites entre o exercício legítimo do direito à

informação e a constituição da mercantilização da advocacia. Como bem pontuado Carlos André Maciel Pinheiro Pereira:

A publicidade é de suma importância para o desenvolvimento da advocacia diante da sociedade atual, com a força da internet e as demais tecnologias da comunicação em pleno desenvolvimento, a informação se torna um elemento fundamental para o progresso de qualquer atividade, seja ela de natureza comercial ou não. (PEREIRA; BARROS, 2022, p. 7).

Nesse contexto, os artigos 39 a 46 do Código de Ética e Disciplina da OAB, em consonância com o Provimento n. 205/2021 do CFOAB, visa estabelecer balizas claras entre a divulgação lícita de serviços advocatícios e a publicidade vedada, notadamente aquela que visa à captação de clientela.

O artigo 39 estabelece que a publicidade profissional do advogado deve ter caráter meramente informativo, ser compatível com a sobriedade da advocacia e observar rigorosamente as disposições do Estatuto, da CED e dos Provimentos do Conselho Federal.

Esse dispositivo estabelece o núcleo da publicidade lícita: caráter informativo, descrição e sobriedade. O foco não está na exclusão absoluta da publicidade, mas sim na forma como ela é conduzida. O advogado pode informar os seus serviços, desde que essa informação não se transforme em instrumento de persuasão comercial. Em consonância, a instrução da OAB vem reafirmando esse princípio:

PUBLICIDADE PROFISSIONAL – ANÚNCIO EM JORNAL OU REVISTA DE GRANDE CIRCULAÇÃO – POSSIBILIDADE – LIMITES ÉTICOS. A publicidade profissional sóbria, discreta e informativa é a divulgação que, sem ostentação, torna público o perfil profissional e as informações atinentes ao exercício profissional, sem incitar diretamente ao litígio judicial, administrativo ou à contratação de serviços, sendo vedada a promoção pessoal. É permitida a utilização de anúncios, pagos ou não, nos meios de comunicação não vedados pelo artigo 40 do CED. Anúncios pagos ou não em jornais e revistas contendo apenas o nome do advogado ou do escritório, número de inscrição na OAB, especialidade e meios de contato em tese não infringem norma ética e atendem ao disposto no artigo 44 do CED. As normas aplicáveis não trazem um limite numérico e não cabe a esta Turma Deontológica estabelecer um parâmetro quantitativo para a reiteração dos anúncios, devendo ser aplicados pelo advogado ou sociedade de advogados que utilizar qualquer meio de publicidade profissional os princípios da moderação e sobriedade. Precedentes: E-5.161/2018, E-4.759/2017, E-4.529/2015 e E-5.654/2021.

Essa diretriz revela que não há aplicação do direito à informação por advogado, mas sim à utilização da informação como meio de convencimento comercial. A

publicidade é lícita quando se limita a apresentar o profissional e seus dados, sem prometer resultados ou apelar a estratégias de marketing persuasivas.

O artigo 40 traz uma série de restrições específicas quanto aos meios e formatos de publicidade. É vedado, por exemplo, o uso de outdoors, painéis luminosos, mala direta, distribuição de panfletos, propaganda em veículos ou qualquer meio que denote imoderada exposição ou apelo mercantil. Ainda que o artigo tenha múltiplos incisos, sua direção é unívoca: impedir a transformação do advogado em um “produto” comercial, impedindo que ele utilize ferramentas típicas do comércio para promover seus serviços.

A revisão é vasta e firme nesse ponto. Veja-se, por exemplo, o julgamento do seguinte caso:

PUBLICIDADE – CAMISETA DE TIME – JOGOS ELETRÔNICOS – LOGOMARCA – VEDAÇÃO. O art. 44, do CED, autoriza o uso de logotipo em cartões e materiais de escritório. O Provimento nº 205/2021 permite a utilização de logomarca em anúncios, nos meios de comunicação não vedados pelo art. 40, do CED. A publicidade proibida pela norma é aquela que atinge público de massa ou difusa (mala direta, panfletos, muros, veículos, elevadores, espaços públicos etc.), por ser imoderada, podendo configurar captação indevida de clientela e mercantilização da profissão, inteligência dos art. 39 e 40, do CED. O uso de logomarca em camiseta de time esportivo, com divulgação em redes sociais e canais de transmissão digitais, tem amplitude que se assimila ao contexto que o CED pretendia vedar, cabendo ao intérprete compreender a mens legis, isto é, a intenção do legislador ao elaborar a norma, o bem jurídico que se pretendia proteger com tal proibição. Hipótese assemelha-se ao patrocínio, prescrito no art. 45, do CED, que igualmente não autoriza o uso pretendido. Precedente. Proc. 25.0886.2024.007538-4 - v.u., em 21/03/2024, parecer e ementa da Rel. Dra. REGINA HELENA PICCOLO CARDIA, Rev. Dr. FABIO KALIL VILELA LEITE, Presidente Dr. JAIRO HABER.

Esses casos deixam claro que, embora a publicidade seja permitida nos moldes do art. 39, sua forma e meios devem respeitar a sobriedade inerente à advocacia, evitando-se mecanismos ostensivos ou promocionais.

O artigo 41 apresenta sobre a possibilidade de participação do advogado em publicações, colunas e entrevistas, com fins educativos, instrutivos e ilustrativos, desde que não visem à promoção pessoal ou captação de clientela. A norma é clara ao autorizar o exercício do papel social da advocacia, permitindo que o profissional compartilhe seu conhecimento com a sociedade, desde que não instrumentalize esse espaço para autopromoção ou mercantilização. Essa questão está refletida em julgados importantes, como o seguinte:

PUBLICIDADE – PARTICIPAÇÃO DE ADVOGADO EM PROGRAMAS DE RÁDIO, JORNAL, REVISTA, TV, MÍDIAS SOCIAIS E CORRELATOS PARÂMETROS ÉTICOS E ESTATUTÁRIOS A SEREM OBSERVADOS INFRAÇÃO DISCIPLINAR INCIDENTE. (...) É permitido aos advogados participar/escrever em colunas de jornal, revistas, participar de programas de rádio/tv e outras mídias desde que não o faça com habitualidade, que as manifestações tenham caráter exclusivamente ilustrativo, educacional e instrutivo, sem propósito de promoção pessoal ou profissional [...] conforme artigos 40, 41, 42, 43 e 47 do CED” (OAB/SP, Proc. E-6.094/2023, Rel. Dr. Fabio Kalil Vilela Leite, julgado em 19/10/2023).

Esse julgado reitera que a linha entre o exercício informativo e o comportamento ético indevido está no conteúdo e na frequência. A habitualidade e o viés promocional transformam o ato informativo em infração. O artigo 42 veda expressamente ao advogado mencionar em sua publicidade a atuação em casos reais sob seu patrocínio, salvo se houver autorização expressa do cliente e desde que não configure captação de clientela.

Esse dispositivo visa proteger o sigilo profissional e coibir o uso de resultados processuais como forma de propaganda. A atualização é contundente ao tratar do tema:

PUBLICIDADE PROFISSIONAL – CAPTAÇÃO INDEVIDA DE CAUSAS E CLIENTES – PUBLICAÇÕES EM MÍDIAS SOCIAIS NOTICIANDO VITÓRIAS JURIDICAS PARA OFERECER SERVIÇOS PROFISSIONAIS OFERTA DE SERVIÇOS POR TERCEIROS E INTERPOSTAS PESSOAS PRÁTICAS NADA RECOMEDÁVEIS, DESVIOS DE CONDUTA E INFRAÇÃO ÉTICA. (...). É vedada a utilização de publicações com notícias de vitórias jurídicas, com o intuito de captação de clientela. (artigos 39 e 40 do CED). Constitui infração disciplinar valer-se de agenciador de causas, mediante participação nos honorários a receber, e angariar ou captar causas, com ou sem a intervenção de terceiros. (artigo 34 do EOAB). Proc. 25.0886.2024.018661-3- v.u., em 17/10/2024, parecer e ementa do Rel. Dr. LUIZ ANTONIO GAMBELLI, Rev. Dra. MARCIA DUTRA LOPES MATRONE, Presidente Dr. JAIRO HABER.

A colocação se justifica pelo risco de transformar a advocacia em uma vitrine de resultados, criando uma expectativa falsa sobre o sucesso em causas futuras e desvirtuando o caráter técnico-científico da profissão. Este artigo orienta que, mesmo em atividades docentes, jornalísticas ou em qualquer tipo de mídia, o advogado deve evitar comentários sobre processos em andamento ou que sejam patrocinados por colegas, bem

como qualquer manifestação que comprometa a prestígio da profissão, da OAB ou do Poder Judiciário.

A finalidade aqui é dupla: preservar o decoro profissional e evitar conflitos éticos, inclusive com colegas. O advogado, ao se manifestar publicamente, deve manter postura respeitosa, ainda que em ambiente informal ou virtual. O Tribunal de Ética Deontológica da OAB já se posicionou:

PUBLICIDADE PROFISSIONAL – REDES SOCIAIS – DIVULGAÇÃO DE PROCESSOS JUDICIAIS OU ADMINISTRATIVOS PATROCINADOS PELO ADVOGADO – VEDAÇÃO ÉTICA QUANDO SERVEM PARA CAPTAÇÃO DE CAUSAS, ESTÍMULO À DEMANDA, MERCANTILIZAÇÃO DA PROFISSÃO E MEIOS DE AUTOPROMOÇÃO – REDES SOCIAIS – DIVULGAÇÃO DE MATÉRIAS JORNALISTAS E DE CUNHO INFORMATIVO PUBLICADAS E PRODUZIDAS POR TERCEIROS – INEXISTÊNCIA DE ÓBICE ÉTICO DESDE QUE NÃO SEJA HABITUAL - ARTIGOS 39 a 47 DO CED – PROVIMENTO Nº 205/2021 DO CONSELHO FEDERAL – RESPOSTA EM TESE. (...) O profissional que exerce a advocacia não pode se valer de ato de terceiros ainda que não habitual para captação indevida de clientela e auto engrandecimento, o que poderá levar à publicidade imoderada. (OAB/SP, Proc. 25.0886.2024.001070-0, Rel. Dra. Renata Manguiera de Souza, julgado em 18/07/2024).

Isso significa que até mesmo o compartilhamento de reportagens que mencionam o advogado deve ser feito com parcimônia, pois a reprodução desse tipo de conteúdo pode implicar infração.

O artigo 44 permite a veiculação de anúncios em jornais, revistas e periódicos, desde que respeitem os princípios de moderação e de discrição, vedados qualquer forma de autopromoção. Este artigo é frequentemente utilizado como baliza para a licitude da publicidade. O limite está em manter a sobriedade. É permitido, por exemplo, o anúncio contendo o nome do advogado, número da OAB, especialidade e meios de contato. Nesse sentido, decidi a Turma Deontológica:

PUBLICIDADE PROFISSIONAL – ANÚNCIO EM JORNAL OU REVISTA DE GRANDE CIRCULAÇÃO – POSSIBILIDADE – LIMITES ÉTICOS. (...) Anúncios pagos ou não em jornais e revistas contendo apenas o nome do advogado ou do escritório, número de inscrição na OAB, especialidade e meios de contato, em tese, não infringem norma ética e atendem ao disposto no artigo 44 do CED (...) (OAB/SP, Súmula E-5.654/2021).

Portanto, a publicidade é possível, desde que não extrapole o caráter informativo e não contenha elementos de apelo comercial.

O artigo 45 do Código de Ética e Disciplina da OAB trata da possibilidade de o advogado patrocinar eventos, desde que tal prática observe os limites da ética da publicidade. O dispositivo estabelece que é permitido ao advogado ou à sociedade de advogados apoiar ou patrocinar eventos jurídicos, culturais, acadêmicos, beneficentes, científicos ou esportivos, desde que esse patrocínio se dê com discrição, sobriedade e especificamente informativa — jamais promocional.

A redação do artigo, ao prever o patrocínio como modalidade legítima de publicidade profissional, insere-se no contexto de uma advocacia moderna e socialmente participativa. Entretanto, o advogado não pode usar o evento como pretexto para autopromoção, nem transformar ações solidárias ou educativas em mecanismo de captação de clientela.

PUBLICIDADE – PATROCÍNIO DE EVENTO CULTURAL – FINALIDADE ASSISTENCIAL – ARRECADAÇÃO DE BENS MATERIAIS – EXERCÍCIO DE CIDADANIA - COMPATIBILIDADE COM O EXERCÍCIO DA ADVOCACIA – ARTIGO 45 DO CED – NECESSÁRIA OBSERVÂNCIA AOS LIMITES ÉTICOS ÍNSITOS À PUBLICIDADE PROFISSIONAL. (...) O patrocínio de evento é modalidade de publicidade expressamente autorizada pelo artigo 45 do Código de Ética e Disciplina da OAB. da profissão e não incide nas vedações impostas pelo art. 40 do CED (...)” (OAB/SP, Proc. E-5.455/2020 - Rel. Dra. Cristiana Corrêa Conde Faldini, vu, julgado em 11/11/2020).

Este decretou que a visibilidade obtida pelo patrocínio pode coexistir com a ética, desde que o objetivo primordial seja o fortalecimento de valores sociais ou culturais — e não a atração de novos clientes por meio de marketing disfarçado. A linha entre a publicidade permitida e a mercantilização, portanto, é traçada pela intenção do ato e pela forma de sua execução.

O artigo 46 do Código de Ética e Disciplina dispõe sobre a disposição ao uso de expressões mercantilistas, nome fantasia, slogans ou marcas comerciais que não estejam em conformidade com o espírito da advocacia. Este dispositivo é uma reafirmação da renda profissional, reforçando que o exercício da advocacia não se presta à lógica do consumo e da competitividade empresarial, e sim ao serviço público de interesse social.

A modernização da comunicação, especialmente pelas redes sociais, impõe novos desafios a essa previsão. Muitos advogados buscam, equivocadamente, equiparar suas estratégias de visibilidade às de empreendimentos empresariais, ou que infrinjam o

conteúdo e o espírito da arte. 46. A investigação recente do Tribunal de Ética da OAB/SP exemplifica esse cuidado com a forma e o conteúdo das postagens em ambientes digitais:

PUBLICIDADE DE ADVOGADO – INTERNET – REDES SOCIAIS – CARÁTER INFORMATIVO – LIMITES ÉTICOS – OBSERVÂNCIA DAS NORMAS PERTINENTES À PUBLICIDADE E PROPAGANDA. (...) É lícita a publicidade de advogado em sites ou redes sociais desde que sejam cobrados os limites impostos éticos pelo Código de Ética e Disciplina e pelo Provimento nº 94/2000 do Conselho Federal da OAB, dentre os quais se destacam a discrição, moderação e o caráter meramente informativo [...] A utilização de páginas ditas 'pessoais' não pode servir de subterfúgio para a inobservância das normas que regem a ética do advogado e a publicidade da advocacia. Impossibilidade de vincular outras profissões na mesma página da rede social. (...) (OAB/SP, Proc. E-5.405/2020 - Rel. Dra. Renata Manguiera de Souza, vu, julgada em 20/10/2020).

O acórdão deixa claro que o advogado não está impedido de utilizar redes sociais para compartilhar conteúdos jurídicos, desde que o faça com moderação, sem vincular sua imagem a slogans, marketing agressivo ou menções a casos concretos que impliquem em promoção indevida. A proposta de vinculação com outras atividades mercantis na mesma plataforma também reitera o compromisso da profissão com sua autonomia ética e institucional.

Os artigos 39 a 46 do Código de Ética e Disciplina são um verdadeiro manual de integridade para a publicidade jurídica, permitindo sua existência, mas delimitando com segurança seu conteúdo, forma e finalidade. Ao longo deste capítulo, a revisão tem sido consistente, consistente e pedagógica, buscando orientar a conduta da classe sem tolher sua liberdade informacional.

Ao advogado é permitido informar, mas jamais persuadir ou mercantilizar. Sua presença nas redes sociais, nos meios de comunicação e no mercado deve ser marcada pela discrição, pela sobriedade e, acima de tudo, pelo compromisso ético com a dignidade da profissão.

5. CONCLUSÃO

Diante do conteúdo abordado, verifica-se que foi empreendida uma análise minuciosa e severa acerca da relevância da ética no contexto contemporâneo da advocacia, bem como das complexidades inerentes ao empreendedorismo jurídico e das infrações éticas mais frequentes enfrentadas pelos operadores do Direito na atualidade.

Com isso, observa-se que o referido debate se estruturou mediante reflexão filosófica aprofundada, análise prática detalhada pelas jurisprudências e exame criterioso das regulamentações vigentes, proporcionando, assim, uma compreensão abrangente e crítica das questões examinadas.

Inicialmente, o conceito de ética jurídica foi explorado à luz das contribuições filosóficas de Santo Tomás de Aquino, em especial na obra "Summa contra Gentiles". Nesta obra, Aquino postula que as ações humanas devem ser orientadas pela razão e regidas por princípios morais elevados, visando ao bem comum e à realização da justiça. Tal entendimento apresenta-se como fundamental ao exercício ético da advocacia, dado que evidencia a necessidade imperativa de uma atuação jurídica pautada em valores superiores e não subordinada exclusivamente à busca pelo lucro ou ao prestígio social.

Assim, a presente pesquisa demonstrou que a implementação prática desses princípios éticos se configura como essencial para restaurar a dignidade da advocacia e resgatar a credibilidade social da profissão.

Subsequentemente, se fez necessário explicitar, em profundidade, o empreendedorismo na advocacia, evidenciando que, embora tradicionalmente liberal e regida por normas éticas rigorosas, a profissão jurídica contemporânea exige do advogado o desenvolvimento de habilidades suplementares em gestão administrativa, marketing estratégico e tecnologia da informação.

Diante da saturação do mercado e das demandas crescentes por eficiência e inovação, tornou-se indispensável que os profissionais jurídicos adotem uma postura empreendedora equilibrada, respeitando rigorosamente os parâmetros éticos fixados pela Ordem dos Advogados do Brasil, mas jamais deixando de inovar e adaptar-se ao mercado. Com efeito, constatou-se que o empreendedorismo ético não apenas promove o sucesso individual do profissional, mas igualmente fortalece a sustentabilidade e a credibilidade da profissão como um todo.

Ademais, outro grande aspecto analisado, refere-se às infrações éticas prevalentes na advocacia contemporânea, com destaque para a captação irregular de clientela e o uso inadequado da publicidade. Tais práticas, frequentemente resultantes das pressões econômicas e da excessiva mercantilização da profissão, foram destacadas como fatores prejudiciais à imagem pública dos advogados, reforçando estereótipos negativos historicamente construídos. Nesse viés, se evidenciou que combater essas infrações transcende o âmbito meramente regulamentar, configurando-se como uma obrigação moral inquestionável que deve ser assumida de forma consciente e diligente por todos os integrantes da classe jurídica, principalmente pela advocacia.

Em uma perspectiva analítica e crítica, ressaltou-se que a mitigação da imagem negativa da advocacia depende diretamente da observância rigorosa e constante dos princípios éticos abordados. Então, somente mediante uma atuação profissional irrestritamente alinhada aos valores de integridade, transparência e compromisso com a justiça que se poderá restabelecer plenamente a confiança da sociedade na advocacia. Assim, os preceitos éticos delineados por Santo Tomás de Aquino, aliados às atuais exigências da advocacia responsável e empreendedora, configuram-se como fundamentos indispensáveis para a reconstrução de uma imagem profissional deteriorada. Tal adesão aos princípios éticos discutidos deve ser compreendida não apenas como uma meta filosófica, mas como uma obrigação prática e cotidiana do profissional jurídico.

Destarte, foi possibilitado uma reflexão ampla e profunda sobre a complexa intersecção entre ética, empreendedorismo e desafios práticos vivenciados pela advocacia contemporânea. Constatou-se que o sucesso da atividade jurídica no século XXI transcende a mera excelência técnica, exigindo a observância constante de padrões éticos elevados e a implementação de práticas inovadoras responsáveis. Dessa maneira, fica evidenciada a imprescindibilidade de um comprometimento rigoroso e efetivo dos advogados com os valores éticos delineados, de modo a garantir que a advocacia seja reconhecida não somente como atividade profissional lucrativa, mas sobretudo como função social vital e necessária à construção de uma sociedade mais justa e eticamente consciente.

REFERÊNCIAS

AQUINO, Tomás de. **Suma contra os gentios**. Tradução D. Odilão Moura O.S.B. Vol. II, Livro 3. [S.l.: s.n., s.d.]. Disponível em: <https://archive.org/details/suma-contra-os-gentios-volume-ii-livro-3>. Acesso em: 27 mar. 2025.

BACELLAR FILHO, Romeu Felipe (Org.). **Comentários ao Estatuto da Advocacia e da OAB: prerrogativas, seleção e disciplina**. Curitiba: OAB-PR, 2019.

BARBOSA, Rui. **Dicionário de conceitos e pensamentos**. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, [s.d.], p. 529.

BEGGIATO JUNIOR, Sergio Luiz (Org.). **Inovação, gestão e empreendedorismo na advocacia**. Curitiba: OAB-PR, Comissão de Gestão e Empreendedorismo, 2023.

BRASIL. **Lei nº 8.906, de 4 de julho de 1994**. Dispõe sobre o Estatuto da Advocacia e a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB). Brasília, DF: Presidência da República, 1994. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8906.htm. Acesso em: 27 mar. 2025.

GONZAGA, Alvaro de Azevedo; NEVES, Karina Penna; BEIJATO JUNIOR, Roberto. **Estatuto da advocacia e novo código de ética e disciplina da OAB: comentados**. 2. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Método; Rio de Janeiro: Forense, 2016.

KHALIL, Antoin Abou. **A questão ética na advocacia: uma abordagem crítica**. 2014. Tese (Doutorado em Filosofia e Teoria Geral do Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

NALINI, José Renato. **Ética geral e profissional**. 5. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020. E-book.

PEREIRA, Carlos André Maciel Pinheiro; BARROS, Ligia Kaline Diniz de. A linha tênue do proibido: empreendedorismo na advocacia. **Revista Interface**, v. 19, n. 1, p. 24-63, jan./jun. 2022. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/361040127>. Acesso em: 27 mar. 2025.

ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL. **Código de ética e disciplina da OAB: comentado**. Brasília: Conselho Federal da OAB, 2016. Disponível em: <https://www.oab.org.br/publicacoes/AbrirPDF?LivroId=0000004085>. Acesso em: 27 mar. 2025.

_____. **Regulamento Geral do Estatuto da Advocacia e da OAB**. Brasília: Conselho Federal da OAB, 2016. Disponível em: <https://www.oab.org.br/Content/pdf/LegislacaoOab/RegulamentoGeral.pdf>. Acesso em: 27 mar. 2025.

_____. Conselho Federal. Terceira Turma da Segunda Câmara. **Representação nº 24.0000.2021.000009-8**. Recorrente: V.L.P.; Recorrido: Conselho Seccional da OAB/Santa Catarina. Relator: Conselheiro Alberto Zacharias Toron. Brasília, 14 mar.

2022. Disponível em: <https://www.oab.org.br/util/print/18293?print=Ementarios>. Acesso em: 27 mar. 2025.

_____. Conselho Federal. Primeira Turma da Segunda Câmara. **Representação nº 49.0000.2018.009635-8**. Recorrente: L.P.J.; Recorrido: Conselho Seccional da OAB/Mato Grosso. Relator: Conselheiro Elton Sadi Fülber. Brasília, 10 dez. 2018. Disponível em: <https://www.oab.org.br/util/print/16207?print=Ementarios>. Acesso em: 27 mar. 2025.

_____. Conselho Federal. Conselho Pleno. **Representação nº 49.0000.2021.006287-2**. Origem: Secretário-Geral Adjunto Ary Raghiant Neto; Relator: Conselheiro José Augusto Araújo de Noronha. Brasília, 9 nov. 2021. Disponível em: <https://www.oab.org.br/util/print/18176?print=Ementarios>. Acesso em: 27 mar. 2025.

_____. Conselho Federal. Terceira Turma da Segunda Câmara. **Representação nº 24.0000.2021.000009-8**. Recorrente: V.L.P.; Recorrido: Conselho Seccional da OAB/Santa Catarina. Relator: Conselheiro Alberto Zacharias Toron. Brasília, 14 mar. 2022. Disponível em: <https://www.oab.org.br/util/print/18293?print=Ementarios>. Acesso em: 27 mar. 2025.

_____. Conselho Federal. Primeira Turma da Segunda Câmara. **Representação nº 49.0000.2018.009635-8**. Recorrente: L.P.J.; Recorrido: Conselho Seccional da OAB/Mato Grosso. Relator: Conselheiro Elton Sadi Fülber. Brasília, 10 dez. 2018. Disponível em: <https://www.oab.org.br/util/print/16207?print=Ementarios>. Acesso em: 27 mar. 2025.

_____. Conselho Federal. Conselho Pleno. **Representação nº 49.0000.2021.006287-2**. Origem: Secretário-Geral Adjunto Ary Raghiant Neto; Relator: Conselheiro José Augusto Araújo de Noronha. Brasília, 9 nov. 2021. Disponível em: <https://www.oab.org.br/util/print/18176?print=Ementarios>. Acesso em: 27 mar. 2025.

_____. Seccional São Paulo. Turma Deontológica. **E-3.997/2011 - Captação de clientela**. Relatora: Mary Grun. Julgado em 14 abr. 2011. Disponível em: <https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina/ementario/2011/E-3.997-2011>. Acesso em: 27 mar. 2025.

_____. Seccional São Paulo. Turma Deontológica. **Ementa 5508/2024 – Convênio – listagem de profissionais – limites da publicidade na advocacia**. São Paulo, 2024. Disponível em: <https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina/ementario/2024/E-5508-2024>. Acesso em: 27 mar. 2025.

_____. Seccional São Paulo. Tribunal de Ética e Disciplina. **Ementa E-5.845/2022 - Ética na advocacia – captação indevida de clientela – indicação sistemática por terceiros – infração ética**. Relator: Paulo de Tarso Andrade Bastos. Revisora: Camila Kuhl Pintarelli. Presidente: Jairo Haber. Julgado em 18 ago. 2022. Disponível em: <https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina/ementario/2022/E-5.845-2022>. Acesso em: 27 mar. 2025.

Seccional São Paulo. Tribunal de Ética e Disciplina. **Ementa E-5.250/2019 – Captação de causas e clientes – eventos comunitários dedicados à cidadania e à comunidade destinados a dar esclarecimentos de dúvidas jurídicas e consultas gratuitas – impossibilidade e vedação ética.** São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina/ementario/2019/E-5.250-2019>. Acesso em: 27 mar. 2025.

Conselho Federal. **Processo nº 2.299/2001/SCA.** Brasília, p. 291. Disponível em: <https://www.oab.org.br>. Acesso em: 27 mar. 2025.

Conselho Federal. **Recurso nº 49.0000.2014.009512-9/SCA-STU - Ementa n. 160/2014/SCA-STU.** Brasília, 2014. Disponível em: <https://www.oab.org.br>. Acesso em: 27 mar. 2025.

Seccional São Paulo. Tribunal de Ética e Disciplina. **Ementa E-1607/97 – Convênio jurídico – infração – captação de clientela.** São Paulo, 1997. Disponível em: <https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina/ementario>. Acesso em: 27 mar. 2025.

Seccional Paraná. Tribunal de Ética e Disciplina. **Acórdão 6016/2005 – Utilização de exterior para angariar clientela – aplicação de censura.** Processo nº 8.011/2005. Paraná, 2005. Disponível em: <https://www.oabpr.org.br>. Acesso em: 27 mar. 2025.

Seccional São Paulo. Tribunal de Ética e Disciplina. **Acórdão 16337/2011 – Utilização de nome fantasia e propaganda em veículo adesivado – infração ética – reincidência – suspensão.** Processo nº 1.057/2008. São Paulo, 2011. Disponível em: <https://www.oabsp.org.br>. Acesso em: 27 mar. 2025.

Seccional São Paulo. Turma Deontológica. **Publicidade profissional – anúncio em jornal ou revista de grande circulação – possibilidade – limites éticos.** São Paulo, 2021. Disponível em: <https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina/ementario>. Acesso em: 27 mar. 2025.

Seccional São Paulo. Tribunal de Ética e Disciplina. **Publicidade – camiseta de time – jogos eletrônicos – logomarca – vedação.** Processo nº 25.0886.2024.007538-4. Relatora: Regina Helena Piccolo Cardia. Revisor: Fabio Kalil Vilela Leite. Presidente: Jairo Haber. São Paulo, julgado em 21 mar. 2024. Disponível em: <https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina/ementario>. Acesso em: 27 mar. 2025.

Seccional São Paulo. Tribunal de Ética e Disciplina. **Publicidade – participação de advogado em programas de rádio, jornal, revista, TV, mídias sociais e correlatos parâmetros éticos e estatutários a serem observados infração disciplinar incidente.** Processo nº E-6.094/2023. Relator: Fabio Kalil Vilela Leite. Julgado em 19

out. 2023. Disponível em: <https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina/ementario>. Acesso em: 27 mar. 2025.

____ Seccional São Paulo. Tribunal de Ética e Disciplina. **Publicidade profissional – captação indevida de causas e clientes – publicações em mídias sociais noticiando vitórias jurídicas para oferecer serviços profissionais – oferta de serviços por terceiros e interpostas pessoas práticas nada recomendáveis, desvios de conduta e infração ética.** Processo nº 25.0886.2024.018661-3. Relator: Luiz Antonio Gambelli. Revisora: Marcia Dutra Lopes Matrone. Presidente: Jairo Haber. Julgado em 17 out. 2024. Disponível em: <https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina/ementario>. Acesso em: 27 mar. 2025.

____ Seccional São Paulo. Tribunal de Ética e Disciplina. **Publicidade profissional – redes sociais – divulgação de processos judiciais ou administrativos patrocinados pelo advogado – vedação ética quando servem para captação de causas, estímulo à demanda, mercantilização da profissão e meios de autopromoção.** Processo nº 25.0886.2024.001070-0. Relatora: Renata Manguiera de Souza. Julgado em 18 jul. 2024. Disponível em: <https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina/ementario>. Acesso em: 27 mar. 2025.

____ Seccional São Paulo. Tribunal de Ética e Disciplina. **Súmula E-5.654/2021 – Publicidade profissional – anúncios em jornais ou revistas – limites éticos.** São Paulo, 2021. Disponível em: <https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina/ementario>. Acesso em: 27 mar. 2025.

____ Seccional São Paulo. Tribunal de Ética e Disciplina. **Publicidade – patrocínio de evento cultural – finalidade assistencial – arrecadação de bens materiais – exercício de cidadania – compatibilidade com o exercício da advocacia.** Processo nº E-5.455/2020. Relatora: Cristiana Corrêa Conde Faldini. Julgado em 11 nov. 2020. Disponível em: <https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina/ementario>. Acesso em: 27 mar. 2025.

____ Seccional São Paulo. Tribunal de Ética e Disciplina. **Publicidade de advogado – internet – redes sociais – caráter informativo – limites éticos – observância das normas pertinentes à publicidade e propaganda.** Processo nº E-5.405/2020. Relatora: Renata Manguiera de Souza. Julgado em 20 out. 2020. Disponível em: <https://www.oabsp.org.br/tribunal-de-etica-e-disciplina/ementario>. Acesso em: 27 mar. 2025.

ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL – SECCIONAL PARAÍBA. Resolução nº 04/2024/CP: dispõe sobre a fixação de parâmetros mínimos para cobrança de honorários advocatícios no Estado da Paraíba. João Pessoa: OAB/PB, 02 dez. 2024. Disponível em: <https://www.oabpb.org.br>. Acesso em: 28 mar. 2025.