

*Antes que
a audiência comece*

Renata Soltanovitch

São Paulo – setembro/2026

1º edição

NOTA DA AUTORA

A advocacia sempre se sustentou sobre um pilar essencial: a confiança. Durante anos, essa confiança nascia de relações construídas de forma orgânica, seja com pessoas físicas ou empresas, e se consolidava em vínculos mútuos. Mas o cenário mudou.

Com os avanços tecnológicos e a força das redes sociais, advogados passaram a se aproximar de clientes de maneiras inéditas. O que antes parecia apenas um canal para compartilhar conhecimento jurídico, hoje se tornou um espaço de captação indiscriminada de clientes. Essa transformação gera insegurança em muitos profissionais tradicionais, enquanto outros, mais adaptados ao ambiente digital, utilizam essas ferramentas sem grandes preocupações, inclusive com o Tribunal de Ética da OAB.

O ponto central, porém, permanece: como transformar uma relação iniciada nas redes sociais em uma relação de confiança legítima?

Em “*Antes que a audiência comece*”, proponho uma reflexão sobre os critérios éticos e legais que devem ser observados quando o cliente chega por meio das redes sociais. Afinal, a confiança continua sendo o alicerce da advocacia — e cabe a nós, advogados, garantir que ela sobreviva, mesmo em tempos de transformação digital.

PUBLICIDADE – COM CARATER MERAMENTE INFORMATIVO

Tanto o Estatuto da Advocacia quanto o Código de Ética sempre reconheceram a sua legitimidade, mas com caráter estritamente informativo. O objetivo é preservar a essência da profissão, que se fundamenta na confiança entre advogado e cliente, evitando que a advocacia se transforme em mera mercantilização de serviços.

Defender os direitos de uma pessoa perante o Tribunal de Justiça, orientar juridicamente ou conduzir a assinatura de documentos são atos de elevada seriedade e responsabilidade. Por isso, a forma como o advogado se apresenta à sociedade deve refletir esse compromisso ético e institucional.

Compartilhar conhecimento é saudável e até necessário. Seja por meio de livros, artigos ou vídeos, o ato de difundir ideias e experiências faz parte da natureza humana e contribui para o fortalecimento da cidadania. Contudo, é preciso distinguir o compartilhamento de saberes da captação de clientela. O primeiro enriquece o debate público e fortalece a imagem da advocacia como função social; o segundo, quando travestido de propaganda para captação de clientela, compromete a dignidade da profissão e fragiliza a confiança que deve existir na relação advogado-cliente.

Em síntese, a publicidade na advocacia deve ser instrumento de esclarecimento e educação jurídica, jamais de promoção mercantil. O desafio está em equilibrar a liberdade de expressão com a responsabilidade ética, garantindo que o advogado seja visto não como um vendedor de serviços, mas como um guardião da justiça e da confiança social.

ANÁLISE DOS FATOS E DOCUMENTOS – VERIFICAÇÃO da VERACIDADE do CLIENTE

Confesso que me causa profunda estranheza o descomprometimento com a ética e com as diretrizes da OAB no que diz respeito à publicidade e à captação de clientes.

É cada vez mais comum ver colegas divulgando vitórias em causas sensíveis — como planos de saúde, alimentos e até questões tributárias — quase como se estivessem anunciando serviços em um marketplace.

De um lado, penso no cliente que é atraído sem qualquer vínculo prévio com aquele advogado, sem ter garantias sobre sua conduta ética e, muitas vezes, exposto ao risco de compartilhar dados sensíveis na internet, envolvendo sua vida íntima, ao contratar alguém que encontrou nas redes sociais.

De outro lado, reflito sobre a posição do advogado que, ao captar um cliente dessa forma, não tem segurança quanto à veracidade das informações recebidas. Não

sabe de onde veio, se é quem diz ser, ou mesmo se os documentos apresentados são autênticos.

Enfim, trata-se de um tema que ainda me causa grande desconforto e merece reflexão séria sobre os limites da ética profissional e a preservação da confiança que deve existir na relação entre advogado e cliente.

CONTRATO DE HONORÁRIOS VINCULADO A PROCURAÇÃO PARA O FIM CONTRATADO

É altamente recomendável que o contrato de honorários esteja expressamente vinculado à procuração outorgada para o fim específico contratado. Essa vinculação assegura maior segurança jurídica, tanto em situações de eventual necessidade de esclarecimentos quanto em casos de cassação de poderes ou renúncia do advogado.

Dessa forma, ao ingressar em juízo para cobrar honorários, estabelece-se um elo direto entre o contrato firmado e a procuração concedida, o que fortalece a legitimidade da cobrança e reduz significativamente os riscos de questionamentos.

A mesma lógica se aplica às hipóteses de prestação de contas do trabalho realizado, ainda que não envolvam valores a serem levantados em depósitos judiciais. Do mesmo modo, quando ocorre o encerramento do serviço contratado, a vinculação entre contrato e procuração facilita a prestação de contas, tanto em relação às atividades desempenhadas quanto aos valores eventualmente administrados. Essa prática reforça a transparência e a segurança jurídica, garantindo que o cliente tenha plena clareza sobre o trabalho desenvolvido e os recursos envolvidos, além de prevenir questionamentos futuros.

PRESTAÇÃO DE CONTAS DURANTE O PROCESSO

A prestação de contas não se limita aos numerários eventualmente levantados pelo advogado em processos judiciais. Ela abrange também o acompanhamento e esclarecimento sobre o próprio andamento da causa.

É importante lembrar que o profissional lida não apenas com valores financeiros, mas também com expectativas morais e emocionais do cliente.

Prestação de contas, nesse contexto, significa oferecer satisfação: atender, esclarecer e informar o cliente sempre que houver movimentações relevantes no processo. Essa prática traduz-se em transparência e responsabilidade, fortalecendo a confiança na relação profissional.

A forma mais segura de cumprir esse dever é manter comunicação adequada e tempestiva: retornar mensagens e ligações, responder e-mails e fornecer informações conforme pactuado no contrato. Evidentemente, isso não implica ceder a abusos, como atender a contatos fora do horário comercial ou responder a solicitações excessivas por aplicativos de mensagens. O equilíbrio entre disponibilidade e respeito aos limites profissionais garante que o cliente se sinta assistido, sem comprometer a organização e a qualidade do trabalho.

O dever de informar o andamento do processo não se restringe a comunicações ocasionais. Recomenda-se que o advogado mantenha o cliente atualizado por e-mail sempre que houver movimentação relevante ou, no mínimo, a cada quinze dias, ainda que o processo esteja apenas aguardando despacho ou providências cartorárias. Essa prática não apenas constitui prova concreta de que o profissional está prestando contas regularmente, como também reforça a confiança do cliente na condução do caso.

Além disso, a comunicação periódica mantém o nome do advogado constantemente presente na mente do cliente, fortalecendo a relação profissional e gerando uma forma de publicidade natural e positiva, proveniente de quem já utiliza seus serviços. Trata-se de uma estratégia que alia transparência, segurança jurídica e valorização da imagem profissional, ao mesmo tempo em que previne questionamentos futuros sobre a diligência no acompanhamento da causa.

ANTES QUE A AUDIENCIA COMECE

O título escolhido para o livro, **“Antes que a audiência comece”**, é uma metáfora que simboliza muito mais do que o momento processual em si. Ele representa o relacionamento entre cliente e advogado, ressaltando a necessidade de um atendimento personalizado, diferenciado e humano — em oposição a práticas de massa.

Trata-se de reconhecer que o cliente chega com problemas reais e que a busca por soluções deve ser construída em conjunto, com diálogo e confiança.

Essa metáfora também remete à consciência de que o Poder Judiciário nem sempre oferece a solução esperada, já que a justiça possui um caráter subjetivo e depende de múltiplos fatores.

Por isso, preparar o cliente antes da audiência é essencial: ensaiar, explicar a dinâmica do processo, esclarecer como funciona o interrogatório, antecipar possíveis surpresas e destacar a ausência de controle sobre as testemunhas. É nesse momento que o advogado pode orientar sobre como o juiz, especialmente em audiências presenciais, compreende melhor os fatos ao acompanhar o raciocínio das testemunhas.

Assim, “antes que a audiência comece” não é apenas um título, mas um convite à reflexão sobre a importância da preparação, da comunicação transparente e da postura ética do advogado. É nesse espaço prévio que se constrói a confiança, se fortalece a relação profissional e se aumenta a chance de que o cliente enfrente o processo com segurança e clareza.

No mais, é importante destacar que o marketing jurídico deve ser conduzido por profissionais que realmente compreendem e estudaram marketing ao longo dos anos. No âmbito da advocacia, há uma distinção fundamental: publicidade não se confunde com propaganda. Isso porque não se “vende” justiça — os serviços advocatícios não podem ser tratados como simples mercadorias.

O que se oferece ao cliente vai muito além de preço ou retorno financeiro: trata-se de confiança, credibilidade e segurança. A publicidade jurídica, portanto, deve refletir valores éticos e profissionais, reforçando a imagem do advogado como alguém capaz de orientar, esclarecer e buscar soluções dentro dos limites da lei.

Assim, o marketing jurídico bem estruturado não é uma ferramenta de venda, mas sim de posicionamento e relacionamento, capaz de transmitir ao cliente a certeza de que está amparado por um profissional comprometido com sua causa.

ENCERRAMENTO DAQUELA RELAÇÃO CONTRATUAL COM O FIM DO PROCESSO

Após a prestação de contas e o encerramento do processo, recomenda-se que o advogado mantenha arquivados esses documentos por toda a sua vida profissional. Essa cautela se justifica porque há decisões do Tribunal de Ética que entendem que o prazo de decadência para reclamações disciplinares começa a contar a partir do momento em que a OAB toma conhecimento do fato.

Em outras palavras, ainda que a prestação de contas tenha sido realizada há muitos anos, um herdeiro do cliente pode, posteriormente, apresentar denúncia alegando retenção indevida de valores. Se o advogado não possuir a rescisão contratual e a prestação de contas devidamente assinada pelo cliente, corre o risco de responder a um processo disciplinar por suposta falta de prestação de contas.

Já houve casos concretos dessa natureza, inclusive relatados em julgamentos do Tribunal. Por isso, como medida de prudência e proteção, é essencial que o profissional guarde a documentação comprobatória da prestação de contas pelo resto da vida. Essa prática não apenas resguarda o advogado contra acusações infundadas, como também reforça a transparência e a segurança jurídica na relação com o cliente.

CONCLUSÃO

Em síntese, “antes que a audiência comece” — desde a conquista do cliente por meio do marketing jurídico até o encerramento do processo — existe uma dinâmica que merece ser observada com rigor.

Cada etapa dessa trajetória exige atenção, transparência e responsabilidade profissional. Que este texto possa ter contribuído para reflexões sobre a importância do tema, fortalecendo não apenas a relação de confiança com o cliente, mas também a credibilidade do advogado.

Convido você a visitar meu site www.vicentevieirasoltanovitch.adv.br, onde disponibilizo diversos e-books sobre o Estatuto da Advocacia e temas correlatos. O conteúdo foi desenvolvido com o propósito de oferecer reflexões práticas sobre a atuação profissional. Minha expectativa é que a leitura seja proveitosa e que este material sirva como fonte de motivação para aprofundar seus estudos sobre o tema.

Para continuar acompanhando mais insights e conteúdos relacionados, convido você a visitar meu Instagram e me seguir — lá compartilho materiais complementares e atualizações que podem direcionar ainda mais sua jornada.

Abraços, Renata Soltanovitch

Instagram @renatasoltanovitch