



Advogado de empresa transformou-se em executivo do Direito

Para trabalhar no departamento jurídico de uma empresa, é preciso entender mais de negócios que de teses jurídicas. Uma boa comunicação e um bom trânsito entre os diferentes setores da empresa também são essenciais. Aquela imagem do advogado trabalhando de forma solitária não cabe dentro de uma empresa. Dinâmica e criatividade nas soluções são palavras-chave quando se trata do perfil de quem atua nessa área.

Essas características como chave do sucesso de departamentos jurídicos foram ressaltadas pelos profissionais que comandam o jurídico de empresas como a Editora Abril, o Walmart Brasil, a International Paper, a Embraer e a Whirlpool. Representantes de todos esses grupos participam, nesta quinta-feira (24/9), do *I Fórum Nacional de Departamentos Jurídicos*, em São Paulo.

A iniciativa de reunir diretores jurídicos foi comemorada por grande parte dos expositores e também dos participantes, que se diziam fechados em suas empresas, sem ter com quem dividir as dificuldades, soluções e as peculiaridades dos profissionais que atuam nesse segmento.

Das exposições no painel *O novo papel do advogado corporativo*, pôde-se perceber que o perfil profissional e comportamental dos advogados nas diferentes empresas não muda muito. Entender de finanças, contabilidade, ter gosto pelo envolvimento que terá com os negócios da empresa, como a criação de novos produtos, e prestar atenção na concorrência são fundamentais, segundo **Arnaldo Tibiriça**, vice-presidente jurídico do Grupo Abril. A sua equipe é formada por quase 30 pessoas, entre advogados e administradores, que cuidam das provisões e da atualização mensal dos números.

Flávio Franco, que comanda a equipe de 80 pessoas do jurídico do Walmart no Brasil, resume: É preciso ter habilidade para fusão de funções, o que inclui entender de planejamento estratégico, gestão de pessoas, de riscos, cuidar de medidas de sustentabilidade. Ter foco no cliente, com uma boa comunicação e de transparência, também é necessário. São esses os fatores que podem levar o jurídico a ter maior participação nas decisões estratégicas das empresas.

O Grupo Walmart está há 14 anos no país, com foco no consumidor de baixa renda. Ao todo, são 368 lojas espalhadas pelo Brasil. Nos 16 países em que atua, o faturamento anual é de US\$ 8 bilhões. Até o final deste ano, pretende abrir 90 novas lojas. Por isso, não é possível trabalhar lá sem ter interesse por logística, comércio exterior, engenharia e construção. “O jurídico circula em todas essas áreas. É uma Torre de Babel, tecla SAP na veia”, brinca Flávio Franco, dando uma dimensão do seu trabalho.

O seu departamento é dividido em: gestão operacional (cível, trabalhista, criminal, contratos — por mês, são fechados 1,6 mil contratos); gestão corporativa estratégica (societária); gestão tributária, que trabalha junto com a área financeira; patrimonial (vigilância sanitária, área administrativa e regulatória); e ética e conformidade (*compliance*).

Para **Ricardo C. Zangirolami**, diretor jurídico e de assuntos corporativos da International Paper para a América Latina, a maior empresa de papel no mundo, “não existe mais advogado corporativo. Existe executivo do Direito, com foco no resultado e no cliente”. Ele arremata: “Somos analistas de cenários



complexos”. A afirmação deixa mais claro o papel do advogado que trabalha em uma empresa.

Essa capacidade analítica, segundo ele, deve vir acompanhada de flexibilidade, pro-atividade, empreendedorismo e criatividade. Além de conhecer o negócio, entender de estratégia, “não só dentro da sua área de atuação, mas ver o que o seu concorrente está fazendo”, e trabalhar em equipe. “O profissional deve estar atualizado. Não pode ter medo do novo. Tem de trazer ideias. Não pode ter medo de tomar decisões que podem levar o seu departamento a outro patamar de eficiência”, diz e acrescenta que o advogado de empresa tem que saber trabalhar com metas, observação feita por quase todos os palestrantes.

Influência

A influência dos advogados nas decisões estratégicas de grandes grupos empresariais é cada vez maior, mas ainda não há um consenso. Cada empresa tem as suas crenças. Na International Paper, segundo Zangirolami, “o jurídico deixou de ser caça e passou a ser caçador”. As áreas administrativas hoje fazem parte do jurídico, que é responsável por assuntos corporativos, como relações governamentais, comunicação e marketing institucional.

No Grupo Abril, de acordo com Arnaldo Tibiriça, não é bem assim. “Somos importantes membros de uma organização, mas não atiramos a gol”, afirma. Ele diz que não é possível implementar tudo da forma que o jurídico planejou e é preciso aprender a lidar com isso. “É preciso ter um temperamento capaz de administrar essa convivência e para não fazer o jurídico ser conhecido como causador de problemas.”

Quatro gerações

Ricardo Zangirolami divide os profissionais de hoje em quatro categorias, cada uma de uma geração diferente, com características diferentes: veteranos, baby boomers, geração X e geração Y.

Os veteranos nasceram entre 1920 e 1945. Por terem nascido entre guerras, explica o executivo do Direito, valorizam muito o respeito e a disciplina. O trabalho e o país são muito respeitados. O método de trabalho costuma ser dos mais conservadores.

A geração de *baby boomers*, que nasceram depois da Segunda Guerra Mundial, são mais ideológicos e individualistas. A segurança financeira direciona a carreira.

Os integrantes da geração X nasceram na década de 70 e 80. Eles mudaram o paradigma na questão financeira. Um bom salário não segura o profissional, que quer fazer parte de algo maior, participar da tomada de decisões, gosta de trabalhar entre amigos. Outra característica importante é que a foi a primeira a brincar com vídeo-game e usar informática.



Já a geração Y nasceu com a tecnologia. Usa a informática para o lazer. Segundo a teoria de Zangirolami, a geração X usa para o trabalho. Os Ys cresceram em um ambiente de transformação, portanto, se adaptam com rapidez às mudanças. São independentes, mas não são tão competitivos quanto a geração X. Desenvolvem múltiplas funções ao mesmo tempo, no entanto, não se dão bem com rigidez. Lidar com essa geração não é muito fácil, segundo o advogado. Eles vão atrás do que querem e tomam decisões rápidas. Podem ficar na casa dos pais até os 35 anos, mas enquanto isso estão juntando dinheiro para sair em boas condições. Por outro lado, são mais imaturos.

Não gostam de monotonia, então, nas empresas, uma boa tática é fazer o chamado *job rotation*, que consiste em levá-lo para conhecer a empresa, fazer estágios em outros setores. O resultado disso, explica o advogado, são melhores análises do mercado e também do próprio negócio. *Feedback* constante e um direcionamento claro e objetivo do trabalho são boas formas de lidar com a juventude. Dialogar também.

Date Created

24/09/2009