

---

## Jurídico define estratégias nas empresas e cria advogado executivo

Orientar uma empresa em relação aos seus dilemas jurídicos é apenas uma das funções do novo advogado corporativo. A área que alcançou o mesmo status do marketing e das finanças nas empresas dá abertura ao advogado para participar do plano estratégico de uma companhia. Na gestão moderna dos departamentos jurídicos, a área responde diretamente ao presidente e tem o poder de vetar o lançamento de um novo produto ou serviço.

Sempre que uma companhia pensa em dar um novo passo, é preciso analisar a viabilidade técnica, financeira e se há riscos para a imagem da empresa. “O jurídico também tem de participar deste processo. Checar se há leis que interferem na venda ou fabricação do produto, se a atividade na fábrica pode gerar insalubridade dos funcionários”, lembra **Leonardo Barém Leite**, autor do livro *Gestão Estratégica do Departamento Jurídico Moderno*.

Segundo o advogado, estes aspectos mostram como a importância da área tem crescido nas empresas. E não para por aí. O lançamento de um produto, por exemplo, exige também planejamento fiscal, direito de imagem ou até registro de patente. “Hoje no Brasil temos uma complexidade jurídica muito grande. Dependendo da área há ainda agências reguladoras como a Anatel [*Agência Nacional de Telecomunicações*], temos de nos preocupar com o Cade [*Conselho Administrativo de Defesa Econômica*]”, afirma.

Ao lado da advogada Lara Selem, Leite passou cerca de quatro anos pesquisando o departamento jurídico de grandes empresas para encontrar cases de modernização e sucesso. Para ele, a receita que dá ao jurídico status de estrategista tem de ter dois ingredientes. “A empresa precisa dar oportunidade para a área crescer, participar de reuniões, conselhos, ter o poder de dar seu parecer. De outro lado, o gestor jurídico precisa ter capacidade e mentalidade voltada para negócios”, afirma Leite.

Para agir com estratégia, o departamento precisa funcionar como uma parte da empresa, afirma **Arnaldo Tibyriçá**, vice-presidente jurídico da Editora Abril. “Não é um órgão especializado que é acionado quando necessário. A área tem de estar envolvida em todos os negócios”, afirma. Segundo o especialista, o departamento jurídico bem trabalhado se preocupa com as operações das empresas, a sua segurança e preservação de direitos e interesses da companhia.

Hoje, na Editora Abril, Tibyriçá conta que o desafio é permitir que a área editorial funcione com completa autonomia, mas consciente dos riscos jurídicos. Além de os jornalistas já saberem da necessidade de só publicar informações devidamente checadas, há algumas dicas que podem prevenir alguns sustos depois da publicação. Para eventuais dúvidas, a equipe fica sempre disponível à redação, mesmo em horários de fechamento. “Há um processo de interação em que o jurídico tenta mostrar como uma reportagem pode trazer um problema. A estratégia preventiva depende do editorial, mas há também um trabalho educativo que os dão as ferramentas suficientes para que os próprios editores se previnam de problemas”, conta.

Uma das parcerias mais bem-sucedidas de departamentos jurídicos é a aliança com o comercial das empresas que atendem o cliente final, na visão de Tibyriçá. Com uma vasta experiência na área

---

corporativa, o executivo acredita que o maior sucesso da área jurídica hoje é manter a empresa alerta sobre o direito do consumidor, que sofre constante evolução. “É preciso orientar como desenhar o anúncio de um produto, criar uma oferta, sempre levando em conta a jurisprudência dos tribunais. Trabalhar com a área comercial na empresa permite que o produto lançado seja atraente ao consumidor sem colocar a empresa em risco, como ter de enfrentar uma ação do Ministério Público e perder toda a sua produção”, conta.

Para **Marcelo Stori Guerra**, gerente jurídico, da

Normal

0

21

false

false

false

PT-BR

X-NONE

X-NONE

MicrosoftInternetExplorer4

</style</style</style</style

/\* Style Definitions \*/

table.MsoNormalTable

{mso-style-name:"Tabela normal";

mso-tstyle-rowband-size:0;

mso-tstyle-colband-size:0;

mso-style-noshow:yes;

mso-style-priority:99;

mso-style-qformat:yes;

mso-style-parent:"";

mso-padding-alt:0cm 5.4pt 0cm 5.4pt;

mso-para-margin:0cm;

mso-para-margin-bottom:.0001pt;

mso-pagination:widow-orphan;

font-size:11.0pt;

font-family:"Calibri","sans-serif";

mso-ascii-font-family:Calibri;

mso-ascii-theme-font:minor-latin;

mso-fareast-font-family:"Times New Roman";

mso-fareast-theme-font:minor-fareast;

mso-hansi-font-family:Calibri;  
mso-hansi-theme-font:minor-latin;  
mso-bidi-font-family:"Times New Roman";  
mso-bidi-theme-font:minor-bidi;}

TecBan – Tecnologia Bancária, hoje o gestor jurídico precisa ter até o poder de vetar a assinatura de um contrato. “Antes, o advogado só analisava as questões legais do acordo, mas agora é preciso fazer uma análise do negócio”, afirma Guerra. Ele, que começou como advogado junior na empresa, agora responde diretamente ao presidente da companhia. Para ele, o grande ganho da área é fazer parte de comitês, reunião de diretoria, gestão de riscos, do grupo de gestão de empresas subsidiárias da companhia e de órgãos de controle.

**Fabiana de Freitas**, gerente do departamento jurídico do Grupo Boticário, que integra o livro com seu case de sucesso, conta que a companhia sempre valorizou essa área. “A Assessoria Jurídica participa ativamente nas questões estratégicas da empresa por meio de processos organizados e geração de indicadores, que mostram em que áreas é preciso promover treinamentos”, conta. Segundo Fabiana, o departamento sempre agiu de forma preventiva e estratégica. “Internalizamos também a gestão de marcas internacionais, o que deu mais agilidade, acuracidade e economia na gestão de propriedade intelectual internacional”, conta.

### **Executivo da lei**

Participar de maneira ativa das decisões das empresas exige do advogado corporativo um papel de executivo. “Conhecer termos jurídicos é o básico para este cargo. O advogado que atua dentro das empresas precisa ter noções de gestão e recursos humanos, além de entender profundamente do negócio da companhia”, explica Leonardo Barém Leite. Essa necessidade faz com que os profissionais busquem até outras faculdades, de economia, finanças ou optem por cursos de MBA nessas áreas. Todo esse preparo está levando advogados a chegarem a altos cargos nas empresas, tornando-se presidentes e membros de conselho.

Durante o contato com as empresas, Leite encontrou engenheiros de companhias técnicas que buscaram formação jurídica para atuar na área, e advogados que acabaram especialistas também em finanças dentro de bancos. “Muitos eram gerentes em suas áreas, perceberam a sinergia com o jurídico e acabaram preparados pela experiência na empresa.”

Marcelo Guerra da Techban, que conquistou o cargo de gerente pelo seu trabalho na empresa, concorda com a tese. “O profissional dessa área tem que ter uma visão global. O saber jurídico é *commodity*. O diferencial é entender a empresa e a necessidade da empresa. Entender mais de negócio, por isso há muitos advogados procurando especialização nas áreas de finanças e gestão”, conta.

### **Date Created**

05/04/2010