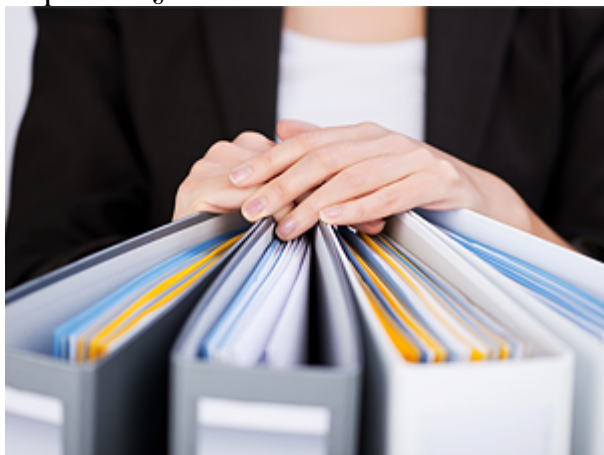


Pandemia inspira advogados dos EUA a criar escritórios virtuais

A necessidade de trabalhar remotamente, por causa da pandemia de Covid-19, está forçando uma legião de advogados a experimentar as vantagens e desvantagens de trabalhar de casa. E a convencer alguns de que é possível – e provavelmente conveniente – operar um escritório virtual.

Reprodução



Escritórios de advocacia físicos podem virar coisa do passado
Reprodução

Isso está rendendo trabalho para Marcia Wasserman, fundadora e presidente da Comprehensive Management Solutions, firma que presta consultoria a escritórios de pequeno e médio porte (e a boutiques) sobre a operação de escritórios virtuais.

Em um artigo para o *The National Law Review*, ela destacou alguns fatos que os advogados devem entender, se quiserem realmente se livrar das despesas do escritório convencional, dos longos deslocamentos e das refeições nas ruas.

Isso é possível, porque os clientes, hoje em dia, estão mais interessados em eficiência e resultados do que na sofisticação dos escritórios. E a nova geração de clientes está mais familiarizada com relacionamentos virtuais – e pode até mesmo dar preferência a eles, em muitos casos. Assim, ela recomenda:

Conheça as ferramentas tecnológicas

É impossível manter um escritório virtual sem a ajuda de ferramentas tecnológicas, baseadas em nuvem. O advogado deve conhecer bem essas ferramentas para usá-las no dia-a-dia e, muitas vezes, para ajudar os clientes a utilizar algumas delas.

Nos EUA, é um fato conhecido que as bancas compram softwares e depois os deixam de lado porque não sabem como usá-los. Escritórios virtuais não funcionam dessa maneira. O advogado precisa operar remotamente sistemas e procedimentos para racionalizar sua prática e beneficiar os clientes. E se sentir confortável com isso.

No mínimo, terá de investir na compra de softwares e em tempo de treinamento em gestão de documentos, videoconferência, portal para o pagamento de honorários, ferramentas de colaboração, criptografia e ferramentas de segurança de dados.

Conheça bem os colegas de trabalho

O escritório convencional tem a vantagem da convivência diária com os colegas, o que facilita o conhecimento de seus pontos fortes e fracos, a competência ou aptidões de cada um, sua dedicação ao trabalho e seu comportamento em geral.

No escritório virtual, isso precisa ser superado – ou compensado – de alguma forma, porque é preciso desenvolver um sentimento de confiança entre os colegas (ou sócios). Com sua experiência, Marcia Wasserman diz que advogados que trabalharam juntos em um escritório convencional irão operar melhor um escritório virtual, porque o sentimento de confiança já foi estabelecido.

Para ela, a formação de uma sociedade de advogados que irá operar virtualmente tem mais chance de dar certo se as pessoas envolvidas já se conhecerem bem – ou, pelo menos, já compartilharam bastante tempo antes de se comprometerem a trabalhar juntas, mas à distância.

Cultive as comunicações

Como em um escritório convencional, é preciso definir como delegar tarefas, como gerir o trabalho de equipe, como “prestar contas” do trabalho feito, como e quando fazer reuniões. No escritório virtual, é ainda mais necessário discutir essas questões abertamente e estabelecer um sistema de comunicações eficaz.

Quando as comunicações são feitas apenas por e-mail, elas podem facilmente deixar de funcionar a contento. A utilização de videoconferências, telefonemas e comunicações planejadas podem resolver esse problema – em parte. É preciso arrumar tempo para manter algum tipo de convivência pessoal esporadicamente, para jogar conversa fora, solidificar os relacionamentos e continuar desenvolvendo a cultura do escritório.

Trabalhar de casa parece uma opção atraente, mas não é para todos, diz a consultora. Muita gente sente o peso da solidão quando trabalha remotamente. Outros se deixam distrair facilmente ou lhes falta motivação para trabalhar, se não estão em um escritório físico, com toda a equipe.

Isso vale também para o pessoal de apoio. Questões de administração, salários, horários de trabalho, supervisão e outros não desaparecem quando as pessoas não estão à vista. É preciso montar um sistema em que as pessoas funcionem bem, independentemente da distância que as separa.

Aproveite o tempo livre para *networking*

Trabalhar de casa não significa ficar em frente do computador o dia todo. É claro que a maioria do trabalho será feito no escritório de casa, mas haverá mais tempo para fazer relacionamentos (*networking*) pessoalmente.

O advogado tem de continuar frequentando suas entidades de classe, bem como as organizações que



representam seus clientes, participar de eventos e se conectar, ao vivo e em cores, com seus atuais e futuros clientes e também com seus colegas de profissão – em adição ao *networking* virtual.

Essa é uma parte que os advogados certamente apreciam, porque os retiram da rotina do trabalho em casa – e do isolamento social.

A transição gradual é uma opção

Nem todos os advogados, nem todos os escritórios de advocacia, conseguirão enfrentar uma transformação radical, de uma hora para outra. Para esses, uma transição gradual pode ser o caminho mais apropriado.

Com o empurrão da pandemia, alguns escritórios estão experimentando elementos do trabalho remoto, para ver como funciona. Especialmente em cidades grandes, esses escritórios estão deixando seus advogados utilizar espaços de *coworking*, mais próximos de suas residências. Ou criando pequenos escritórios satélites em bairros.

Aproveite o tempo livre para escrever blogs

O site *Legal Reader* também traz recomendações aos advogados para tempos de coronavírus. A mais importante é a de que o advogado deve aproveitar o tempo livre, que ganhou por não ter de se deslocar para o escritório e para a casa, para escrever e publicar blogs.

“Se você ainda não acredita na eficácia dos blogs, saiba que os escritórios de advocacia que publicam blogs obtêm 97% mais links para seus websites do que os que não o fazem”, diz o *Legal Reader*.

Aproveite também o tempo livre para aumentar suas atividades na mídia social, melhorar o website do escritório com mais artigos para seu público-alvo (os clientes e possíveis clientes) e para realizar eventos virtuais, como *podcasts*, seminários, *workshops* etc.