

# Employer Branding no mundo da advocacia II



**O ontem, o hoje e o amanhã que, a uma velocidade estonteante, temos vivido ao longo de um só ano fazem com que seja fundamental colocar esta questão no seio do debate estratégico.**



Em julho de 2019, nesta mesma revista, escrevi sobre o tema do employer branding e a sua importância cada vez maior, desde que associado a uma estratégia clara devidamente alinhada com a visão, a missão e os valores de cada sociedade. Hoje, neste tempo de vivência tão diferente e especial, regresso ao mesmo porque a relevância se manteve, estando, inclusivamente, a sair reforçada.

O ontem, o hoje e o amanhã que, a uma velocidade estonteante, temos vivido ao longo de um só ano fazem com que seja fundamental colocar esta questão no seio do debate estratégico. Também aqui, 2020 entrou e alterou, fazendo com que o peso do significado da organização assumira uma relevância estrutural.

No mesmo sentido, tem-se vindo a tornar evidente que a atração e, acima de tudo, a capacidade de retenção passa muito pela força e significado atribuídos à marca. A forma como se posiciona, os valores que promove e o propósito que segue levam a que, mesmo nestes tempos mais instáveis, exista grande disponibilidade para a mudança sempre que não se consiga manter ou gerar a necessária identificação entre colaborador e organização.

E se no caso das sociedades de advogados esta era uma situação que poderia ser melhor tolerada, por força do cariz liberal da profissão, mas também pelo peso que factores como a remuneração, o tipo de trabalho e/ou o prestígio de alguns dos nomes associados “à casa” assumiam, hoje estes

já não se mostram suficientes e aqueles que descurem o reforço da identificação, por reduzido foco organizacional ou por mera arrogância, correm o sério risco de perder os mais talentosos.

Quando se fala tanto em transformação e mudança geracional, questões sempre muito relevantes em qualquer organização e que devem estar presentes nas lideranças, é preciso não esquecer que a força do branding se fez de história e esta não deve ser apagada em prol de uma estratégia mais linear, porventura mais eficiente, mas que não cuida devidamente do lastro da relação.

Continuo a defender que aqueles que colocarem no centro das preocupações o reforço das raízes de ligação, o estimular do contacto proactivo, incentivando a proximidade e o verdadeiro espírito



Filipa Mendes Pinto

de colaboração, ainda mais em contexto de teletrabalho, sairão mais fortes destes tempos agitados e incertos, com inegável impacto positivo nos anos que se seguem.

E se até agora o mundo dos advogados pôde respirar com relativa tranquilidade a esta fase pandémica, antecipa-se que a mesma serenidade seja difícil de manter nos próximos meses e ano pelo que o sentimento interno de compromisso e de cumplicidade ditará o maior ou menor sucesso na passagem da tormenta. 

**TAMBÉM AQUI, 2020 ENTROU E ALTEROU, FAZENDO COM QUE O PESO DO SIGNIFICADO DA ORGANIZAÇÃO ASSUMA UMA RELEVÂNCIA ESTRUTURAL**