

Estratégicos para a recolocação

Sites de relacionamento na internet servem como ferramenta para pessoas que buscam oportunidades no mercado

Não é de hoje que os intenautes brasileiros aparecem nas primeiras posições em estatísticas sobre uso de sites de relacionamento. O que nem todo mundo já se deu conta é que esses sites também podem ser tornar estratégicos para recolocação profissional. Uma pesquisa realizada em março aponta que a internet e as redes sociais lideram as mídias mais procuradas quando se trata de busca por emprego ou informações sobre carreira.

Além dos números, a experiência demonstra que as redes sociais são efetivas também na constituição de parcerias entre empresas e profissionais autônomos. O preferido é o LinkedIn, site de relacionamento com foco profissional lançado nos Estados Unidos, em 2003, mas que chegou oficialmente ao Brasil somente no ano passado.

– O uso do LinkedIn permite que tenhamos um canal de comunicação de nossos funcionários, clientes, fornecedores e um monte de malucos oferecendo produtos e soluções mirabolantes – diz Leonardo Roth Kunzler, 34 anos, que é diretor de uma empresa de Tecnologia da Informação (TI).

Um desses “malucos” era o diretor de recursos humanos André Streppel, 29 anos. Ele propôs a Kunzler um serviço de recrutamento focado na área de tecnologia. Num primeiro momento, Kunzler desconfiou. Depois da primeira conversa, Streppel conseguiu fazer com que ele mudasse de ideia.

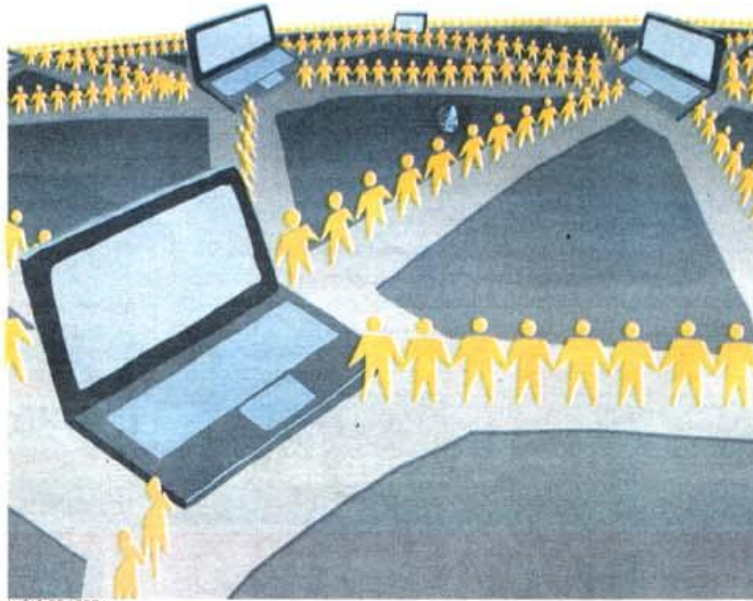
Em dois meses de contrato, Kunzler já entrevistou mais de 30 pessoas, sendo que seis candidatos foram contratados.

– Pelas redes sociais, todos os cadastrados são candidatos às vagas, sem a necessidade de que enviem seu currículo. Cabe ao recrutador das empresas encontrar as pessoas na rede – avalia Streppel.

O analista de sistemas Henrique Spiazz, 27 anos, foi um dos recrutados por Streppel a partir do LinkedIn. Ele se cadastrou na rede em busca de possibilidades de trabalho no Exterior. Acabou sendo selecionado para trabalhar como desenvolvedor em Porto Alegre, oportunidade que impulsionou seu projeto pessoal de abrir uma empresa.

Hoje, Spiazz presta serviços de análise e desenvolvimento de sistemas, principalmente na área comercial.

– É uma ferramenta global que abre por-



LUCAS DE ABREU

tas e possibilita contatos para fechar negócios – afirma Spiazz.

Entrevista presencial ainda é decisiva para os candidatos

Para o *headhunter* (caça-talents) Murillo Lima, as redes sociais devem servir como ferramenta adicional nos processos de seleção, mas não são decisivas.

– É útil para chegar até os nomes, mas não invalida a entrevista presencial para avaliar realmente o perfil do candidato. Precisa ter um contato pessoal – destaca.

Em sua atividade, Lima afirma usar bastante as redes LinkedIn, Facebook e Twitter, pois elas permitem ir além do currículo.

– No caso do LinkedIn, você tem relatórios de amigos, colegas de trabalho e até chefes dando recomendações profissionais. Você consegue medir o número de empresas que ele passou, o estilo do profissional, os grupos que ele faz parte. No Facebook e no Twitter, por exemplo, você consegue ver até a dispo-

sição pessoal do candidato, que tipo de assuntos lhe interessam – exemplifica.

A facilidade de conexão exige, ao mesmo tempo, abertura e cautela, tanto de trabalhadores quanto de empregadores. De acordo com Lima, é mais comum do que se pensa empresas usarem como justificativa para desligar profissionais o fato de eles estarem ativos em redes sociais de carreira.

– Não necessariamente o fato de estar conectado significa que ele está querendo sair. O empregador não pode fechar o profissional dentro da empresa, ele deve dar liberdade para que o funcionário possa olhar e comparar – recomenda.

Por isso, é preciso ser prudente ao compartilhar informações pessoais nas redes. Se, por um lado, elas podem ajudar na socialização com os colegas e chefes, por revelarem aspectos que não ficam aparentes no escritório, por outro, os excessos podem causar problemas.

– É importantíssimo não expor a empresa e o cargo, tendo o cuidado de não misturar essas informações com a vida pessoal – diz.

Crie seu perfil

Características relevantes para fazer um perfil no LinkedIn

- **Informações corretas:** nome completo, formação e cargo atual são indispensáveis
- **Capriche na foto:** perfis com foto são mais bem posicionados nos resultados de busca no LinkedIn
- **Relato de experiência:** é importante destacar projetos realizados (desde que não revelem dados confidenciais da empresa)
- **Tem de participar:** participe de grupos de profissionais de sua área
- **Construa uma rede sólida:** adicione pessoas que você realmente conhece
- **Preserve a vida pessoal:** se for liberar o acesso do LinkedIn a informações publicadas em seus perfis pessoais no Facebook e no Twitter, por exemplo, seja cauteloso nas postagens
- **Atualize o perfil:** se ficar muito tempo inativo fica mais difícil para o RH identificar sua situação atual na carreira

Números do LinkedIn

100 milhões
de usuários em mais de 200 países

2 milhões
de empresas têm páginas no site
Carreiras mais conectadas

4 milhões
de usuários no Brasil

1
novo usuário aderindo ao site por segundo

1 milhão
de novos usuários por semana

Profissionais em rede

- 65% dos entrevistados entre 26 e 30 anos afirmam que buscam emprego ou informações de carreira exclusivamente por meio da internet e de redes sociais
- Entre os profissionais com mais de 40 anos, este número atinge 48% dos entrevistados

Fonte: pesquisa da Michael Page, março de 2011



CIBELE TORRES
Profissional de marketing

Assumir uma postura empreendedora é o diferencial. O brasileiro está acostumado a ser funcionário e parte para essas redes com a cultura de buscar vagas, mas, às vezes, tem mais efeito prático estruturar parcerias de trabalho.



ANGÉLICA COITINHO
Gerente de recursos humanos

Eu participava de outra rede bastante difundida na Europa, mas senti a necessidade de estar conectada a brasileiros, pois retornava de uma experiência no Exterior.

É uma excelente oportunidade para desenvolver contatos.



CLÁUDIA PERUZZATO
Profissional de marketing

Acho o LinkedIn fantástico. É uma mídia séria, democrática e profissional. Por ser virtual, é mais rápido e eficaz. Tenho por hábito solicitar pedido de inclusão para pessoas que tenho interesse em desenvolver atividades.



GISELE RUARO TEIXEIRA
Gerente de recursos humanos

Através dos grupos de discussão de que participo, o LinkedIn acaba sendo uma fonte interessante de conhecimento. Minha agência utiliza a rede como fonte de relacionamento e como forma de seleção.



CAROLINE BATISTA
Publicitária e especialista em marketing

O LinkedIn permite encontrar mão de obra para setores diferenciados, já que oferece ferramentas de buscas por área de interesse e grupos específicos. Também demanda uma política de retenção de talentos da parte do RH.