

Vale tudo para ser contratado pelo Google?

Para especialista, estratégia adotada por Matthew Epstein, que criou um personagem e investiu US\$ 1,2 para chamar a atenção da empresa, é arriscada

Camila Lam, de EXAME.COM

São Paulo – O estrategista digital norte-americano Matthew Epstein investiu US\$ 1,2 mil para produzir um currículo no mínimo criativo. Além de ter comprado o domínio "Google please hire me", ele criou o design do [site](#) e o roteiro do vídeo em que ele aparece interpretando um milionário excêntrico narrando suas qualidades. Ele também enviou uma foto sua em forma de display através do FedEx para o Google. Tudo isso porque ele quer fazer parte da equipe de marketing da empresa.

No site, além de assistir ao vídeo produzido por Epstein é possível checar seu currículo e convidá-lo para uma entrevista de emprego. Segundo ele, além do Google, empresas reconhecidas mundialmente, como a Amazon e a Microsoft, já o procuraram. Ele deixa claro que o Google não prometeu um cargo, mas ele foi convidado a participar do processo de contratação padrão da empresa.

Se a ideia era chamar a atenção, ele conseguiu. Seu vídeo no Youtube tem mais de 300 mil acessos, 90 mil após dois dias que o vídeo foi ao ar. Epstein também mantém um [diário online](#) sobre o que tem acontecido com ele desde que resolveu bancar essa campanha de marketing pessoal.

Marcelo Cuellar, headhunter da [Michael Page](#), empresa especializada em recrutamento especializado, analisou a estratégia do norte-americano. Para o especialista, currículos criativos, na maioria das vezes não são eficientes, pois não garantem o objetivo: conseguir o emprego.

"A gente já recebeu alguns currículos criativos, desde certidão de nascimento a currículos animados em flash. Tem de tudo. De maneira geral não funciona, porque tem que ser muito específico para o cargo", explica. Cuellar reforça que para um candidato chamar a atenção de uma empresa, ele tem que mostrar as competências necessárias para o cargo.

"O Google é uma empresa extremamente estruturada. Se a criatividade for a maior competência exigida na área de marketing, que é o alvo do rapaz, ele pode ter acertado. Chamar atenção por si só pode ser muito bom e pode ser também muito ruim", explica o especialista.

"Na maioria dos casos, as pessoas são contratadas por suas competências técnicas e demitidas por seu comportamento. Ao assistir ao vídeo é possível fazer uma análise do comportamento dele. Como recrutador, penso se valeria a pena contratar uma pessoa que fará tanto ruído dentro da empresa", completa.