

Por InfoMoney, InfoMoney, Atualizado:  
27/4/2011 13:51



# Internet e redes sociais são preferidas na busca de informações sobre carreiras

Tweet 0

Curtir

SÃO PAULO - Na busca por informações de carreira e por empregos, a internet e as redes sociais são as mídias mais usadas. A avaliação consta em uma pesquisa da empresa especializada em recrutamento de executivos **Michael Page**, que contou com mais de 500 respostas de diferentes faixas etárias.

O diretor de Marketing do grupo **Michael Page** para América Latina, Sergio Sabino, lembra que a pesquisa identifica uma tendência verificada em vários segmentos da economia – a informatização e a busca por informação com interatividade e de forma prática. “A grande surpresa mesmo é que essas ferramentas predominam entre todas as faixas etárias, o que mostra que mesmo os profissionais com idade acima dos 35 anos se adaptaram à nova cultura digital”, explica Sabino.

## Pesquisa

Na faixa etária entre 19 e 25 anos, os sites têm 32% e as redes sociais 31% das lembranças na pergunta “Quais mídias você utiliza para se informar sobre sua carreira?”. A TV fica com 2% e as revistas, com 21%.

Entre os ouvidos com idade entre 26 e 30 anos, redes sociais e internet continuam com fatias acima de 30% das respostas. Já entre os que têm de 31 a 35 anos, as revistas ganham um pouco de espaço quando o assunto é informação sobre carreira: chegaram a 24% das respostas. Mesmo assim, sites e redes sociais ocupam mais de 30% das lembranças.

O grande destaque mesmo é a avaliação entre pessoas com idade de 36 a 40 anos, em que sites e redes sociais alcançaram nada menos de 39% das respostas (cada item). Mesmo entre os profissionais com mais de 40 anos, redes sociais e sites lideram, mas aí com um percentual mais baixo (menos de 25% das lembranças cada).

## Veículos

A avaliação de Sabino é que as redes sociais e os sites, embora cada vez mais usados, não determinarão o fim de outras mídias como fonte de informação sobre o assunto.

“Todos os veículos de informação estão reinventando seus papéis. A mídia impressa, por exemplo, ainda tem um papel muito forte na oferta de informações mais elaboradas, que demandem um aprofundamento maior. Há espaço para todos veículos com diferentes propostas”, defende Sabino.