

O desemprego transforma a LinkedIn, rede social profissional usada pelos principais CEOs do mundo, no novo fenômeno do universo digital

O Orkut do emprego

ROBERTA NAMOUR

A CRISE ECONÔMICA AR-rebentou o mercado de ações, derrubou o consumo e destruiu gigantes do capitalismo. Por outro lado, está transformando a rede social LinkedIn na mais recente sensação do mundo virtual. De meados de 2008 para cá, a comunidade registrou quase um novo usuário por segundo. No início do ano passado, cerca de 18 milhões de pessoas participavam do LinkedIn. Hoje, conta com quase 40 milhões de usuários de 200 países diferentes. Voltada exclusivamente para networking profissional, a rede virou alvo de milhões de executivos desempregados. O repentino interesse, que existe desde 2003, é facilmente explicado: o site é uma das principais ferramentas de headhunters do mundo inteiro. "A rede possui uma base de dados interessante de executivos sêniores que você não encontra facilmente em outro lugar", afirma Renato Bagnolesi, headhunter da Robert Wong Consultoria de Executivos. As próprias empresas passaram a se socorrer na rede. "O LinkedIn tem sido uma plataforma global de busca de talentos", conta Maurício Tortosa, presidente da Hélio, agência de comunicação interativa da holding ABC, que atualmente está na rede à caça de 30 s profissionais. "Pode ter um talento chinês do outro lado do mundo que eu não saberia da existência se não fosse por

intermédio desta rede social." Frequentada por CEOs das maiores empresas do mundo, como Jerry Yang, fundador do Yahoo, e Larry Ellison, CEO da Oracle, a rede ganhou grande visibilidade no meio empresarial. Enquanto os novos usuários entram em busca de empregos, os altos executivos a utilizam como fonte de informações.

Nesse espaço, os profissionais deixam



ESTRELAS NA TELA:
entre os 40 milhões de usuários do LinkedIn estão Bill Gates, Larry Ellison e Barack Obama

transforma seu espaço num currículo virtual. Seu criador foi o americano Reid Hoffman, baseado no círculo de amizades que as pessoas naturalmente criam. "O resultado final é uma rede gigante em que todos estão unidos por um link", explica Bradley L. Jones, autor americano do livro *web 2.0*. Através do cruzamento da base de dados, a comunidade tenta unir pessoas com perfis ou áreas de interesse em comum. A rede, inclusive, indica uma lista de nomes de pessoas que possam

ser de interesse do usuário. O cadastro é gratuito. No entanto, para ter acesso a uma pessoa fora de seus contatos, é preciso fazer uma assinatura. Os planos variam de US\$ 25 a US\$ 500, de acordo com o número de mensagens enviadas e consultas do perfil dos usuários na rede. O plano mais barato dá direito apenas ao envio de três mensagens e acesso a 300 contatos de usuários. Mas o LinkedIn realmente ganha dinheiro com o LinkedIn Corporate Solutions, uma ferramenta voltada para head-hunters. Com o pagamento de uma taxa de assinatura anual, que varia de US\$ 100 mil a US\$ 250 mil, o serviço oferece a esses profissionais um sistema de busca aprimorado e um software de gerenciamento para encontrar candidatos. É este modelo de negócios que diferencia a LinkedIn das demais redes sociais e que o mantém independente de gigantes da tecnologia, como o Google. **Com um valor de mercado superior a US\$ 1 bilhão, o LinkedIn tem sido alvo constante do interesse de investidores.** No início de 2003, captou US\$ 4,7 milhões da empresa de capital de risco Sequoia - pioneira como investidora de empresas como Google, Yahoo e YouTube. No ano seguinte, recebeu R\$ 10 milhões da Greylock Partners. Em 2007, obteve um investimento de US\$ 12,8 milhões do fundo Bessemer & European Founders. E só no ano passado embolsou US\$ 53 milhões da Bain Capital Ventures e mais US\$ 22,7 milhões de um grupo formado por Goldman Sachs, Bessemer, The McGraw-Hill Companies e SAP