

Seja um líder aberto na Era das mídias sociais

Katia Cecotosti

O gestor precisa se preparar para abrir mão da necessidade de estar no controle das coisas o tempo todo.

Fazer parte das redes sociais para muitas lideranças pode significar perder o controle. E dessa forma isto está correto. Mas como abrir mão do controle e continuar na liderança? Charlene Li, especialista em mídias sociais, presente no Seminário sobre Estratégia de Redes Sociais da HSM, no dia 25 de março, alerta: "Não participar das redes deixa o líder com menos chances de controle".

Para ela, ser aberto e liderar desta forma requer da organização e de suas lideranças uma postura de ouvir ideias que podem vir de fora ou de dentro da companhia. Se a empresa estiver bem estruturada não há porque temer a falta de controle. O ideal é identificar os diferentes níveis de abertura que o líder precisará e compreender que a onda das mídias sociais é que controla as ações das lideranças, e não ao contrário.

Charlene aponta 10 passos para uma liderança aberta. A especialista ressalta: "O líder precisa ter confiança e a humildade para abrir mão da necessidade de estar no controle, ao mesmo tempo em que inspira as pessoas a atingir suas metas com dedicação. Crie uma cultura de compartilhamento interno e prepare-se para uma cultura mais aberta", afirma. Os dez elementos de abertura para as lideranças passam pela explicação, atualização, diálogo, abertura do microfone (deixar as pessoas contribuírem com suas ideias por meio do Crowdsourcing), conhecimento de plataformas, compartilhamento de informações, centralização, democracia, autogestão e distribuição.

Além dos elementos de abertura, o líder deve identificar qual o seu arquétipo de líder e em qual modelo de gestão ele se enquadra. Dos modelos existentes, que passa pela forma centralizada, consensual, democrática e o modelo de distribuição, o último parece ser o mais próximo das redes. Isso porque as informações fluem das extremidades para o centro. "Você líder precisa ser mais aberto para criar uma relação de confiança e de familiaridade com seu público, mas com responsabilidade. E lembre-se: os líderes abertos são bons em entender e se recuperar de um fracasso. Entenda primeiro se você é um líder otimista ou pessimista em relação as redes, mas não se esqueça que as organizações bem sucedidas nas mídias tem uma ou mais pessoas otimistas nas lideranças", enfatiza Charlene.

Porém mesmo sendo um líder otimista, você ainda pode ter que lidar com gerentes que não reconhecem a importância de uma nova mídia. E então, o que fazer? Segundo Charlene, tenha clareza do benefício da mídia e do que pretende com ela. Mostre aos céticos como essa tecnologia pode ajudar a atingir essas metas. Você pode não conseguir convencer que o twitter é fantástico, mas precisará mostrar que o público que interessa a empresa, está lá.

"O trabalho de convencimento é uma tarefa árdua. Passará pela identificação dos realistas otimistas na organização, da criação de uma política de mídia social para encorajar as outras lideranças da importância das diretrizes e das melhores práticas. Pense em novas maneiras de valor e de estabelecer esse contato. Essas novas relações exigem novas maneiras de liderar. Encontre-as, dê suporte à elas e melhore as falhas. Busque oportunidades para envolver seus clientes nas tecnologias sociais e alinhe sua estratégia social com as metas estratégicas. E não se esqueça: prepare-se para abrir mão da necessidade de estar no controle das coisas o tempo todo", finaliza Charlene.

Fonte: HSM Management. [Portal]. Disponível em: <<http://www.hsm.com.br>>. Acesso em: 30 mar. 2010.