**Banco cria estratégia para atrair mais jovens**

*Rafael Sigollo*

*Itaú Unibanco usa redes sociais e redesenha programa para se aproximar da nova geração.*

Desde o anúncio da fusão entre o Itaú e o Unibanco, no fim de 2008, grande parte dos processos internos das duas instituições tiveram de ser revistos e redesenhados para atender à nova marca - inclusive as estratégias para atrair, reter e desenvolver talentos. Assim, o programa de trainee do Itaú Unibanco mudou radicalmente sua maneira de se posicionar no mercado e de abordar os recém-formados.

De acordo com Adriano Lima, diretor de gestão corporativa de pessoas do Itaú Unibanco, dos 106 mil colaboradores que fazem parte do quadro atualmente, 42 mil são representantes da chamada geração Y - ou seja, nascidos a partir dos anos 1980. "O banco está mais jovem, o que nos ajudou a compreender melhor as características e as expectativas dessa geração", afirma.

Assim, investir pesado na internet e, mais especificamente, nas redes sociais, passou a ser essencial para alinhar os valores da organização com o dos jovens. Mas a tarefa não foi assim tão simples. Após encomendar uma pesquisa com estudantes e recém-formados entre 18 e 25 anos de idade, o banco descobriu que as instituições financeiras em geral passavam uma imagem pouco atraente para esse público. "Os jovens logo imaginam um trabalho burocrático, conservador e focado exclusivamente em mesas de operações e agências de atendimento ao cliente", diz Lima.

Para quebrar esse paradigma, o Itaú Unibanco lançou uma campanha na internet com filmes criativos e depoimentos de profissionais engajados, tendo como pano de fundo um ambiente de trabalho dinâmico e, até certo ponto, informal. O detalhe é que em nenhum momento a marca do banco aparecia. "Era apenas um 'teaser', para instigar os candidatos e criar uma identificação com eles não simplesmente pelo nosso nome, mas pelos nossos valores e pela nossa cultura", explica. "Depois, quando foi revelado que as peças eram do Itaú Unibanco, os jovens passaram a ver a organização de outra maneira. Afinal, o interesse em trabalhar conosco já havia sido despertado."

Lima ressalta, porém, que não foi apenas a apresentação para o mercado que mudou, mas também o desenho do programa. "Vamos tornar o trabalho mais participativo e fortalecer práticas que essa geração valoriza, como feedback", afirma. Foi criado também um site interno para orientação e desenvolvimento de carreira. Além disso, cada trainee terá seu próprio mentor - executivos do banco que vão assumir esse papel voluntariamente.

O contato frequente dos novatos com os profissionais mais seniores também vai ocorrer por meio de palestras e interações, até mesmo com o presidente do conselho Pedro Moreira Salles, com o presidente do conselho consultivo internacional Pedro Malan e com o presidente Roberto Setubal. "Isso aproxima os jovens da organização. Eles precisam admirar, acreditar e se inspirar na liderança", afirma.

As inscrições para o programa de trainee do Itaú Unibanco vão até o fim do mês (no site www.itau.com.br/programas ) e o banco espera contratar cerca de cem jovens. Os candidatos precisam ter concluído o curso superior entre dezembro de 2008 e o fim de 2010 em áreas como administração, comunicação social, direito, física, relações internacionais e ciências da computação.

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 9 ago. 2010, Eu & Investimentos , p. D10.**