

# É PRECISO SAIR DO VIRTUAL

Mais do que controlar o acesso dos funcionários, ideal é conscientizá-los a manter as relações pessoais



MAÍRA, DA CIA DE TALENTOS: saber como aproveitar melhor as redes sociais

**B**om-senso é a palavra de ordem para os usuários de mídias sociais no trabalho ou ao tratar dele, mesmo quando não estiver no escritório. Essa foi a principal conclusão do debate *Mídias Sociais + RH*, realizado durante a *Social Media Week*, evento anual que ocorre simultaneamente em diversas cidades pelo mundo. Participaram do painel Maíra Habimorad, sócia da Cia de Talentos, e Rogério Cher, sócio da *Empreender Vida e Carreira*. O encontro deste ano, realizado entre os dias 19 e 23 de setembro, ocorreu nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Beirute, Berlim, Bogotá, Buenos Aires, Chicago, Glasgow, Los Angeles, Milão, Moscou e Vancouver. Maíra explicou que, pelo fato de a Cia de Talentos lidar exclusivamente com jovens, as mídias sociais são utilizadas para o relacionamento com os públicos interno e externo. "Para nossa empresa, elas funcionam como ferramenta

e devem ajudar a melhorar o trabalho e a produtividade. Esse é o limite", sentencia. Mas a empresária não é taxativa quanto à limitação do uso. "É preciso criar educação cultural sobre como aproveitar melhor esse recurso, observar o impacto positivo que as mídias sociais trazem para o negócio e para o dia a dia de trabalho e gerenciar os impactos negativos", completa. Cher, que foi diretor de recursos humanos da Natura, falou sobre a experiência no uso das redes sociais para o relacionamento com os candidatos ao programa de trainees da indústria cosmética. Mas o ponto que ele ressaltou foi a superficialidade que os sites de relacionamento têm proporcionado no contato entre as pessoas. "Antigamente, terminar uma relação era algo profundamente traumático. Era preciso ir pessoalmente até a pessoa, olhar nos olhos dela e dizer por que não desejava mais ter aquela relação. Hoje, esse

trauma talvez não faça sentido", argumentou. Maíra ainda acrescentou que as redes sociais trazem uma vertente de fazer as pessoas olharem apenas o que elas têm de bom. "Para nos conhecermos e poder de fato fazer coisas boas, é preciso conhecer também o que temos de ruim." Para Cher, o mundo corporativo vive hoje uma doença que transcende as relações virtuais ou pessoais: a falta de propósito e de significado. O consultor citou o livro *Motivação 3.0*, do escritor americano Daniel Pink, para embasar seu argumento sobre o que chamou de "doença organizacional". "É preciso refletir sobre como trazer essas preocupações existenciais, da busca da essência e do propósito, para as mídias sociais", indagou.

Clientização das relações  
Ambos os consultores ainda destacaram que a sociedade vem passando pelo fenômeno da "clientização das relações", em

que filho é cliente do pai, mãe é cliente da escola, candidato é cliente da empresa, assim como o consumidor também é cliente numa relação de consumo.

Mas essa clientização tem um impacto positivo sob o aspecto de a empresa se esforçar mais para encontrar seus valores, comunicar-se de forma clara, criar condições, tanto no processo seletivo quanto nos processos de desenvolvimento, gestão e retenção de jovens, como lembra Maíra.

Por outro lado, a consultora afirmou que a alta de exigência é prejudicial quando tanto o candidato quanto o funcionário não entendem que existe um meio-termo. "É preciso entender que essa mentalidade de cliente é boa para exigir algumas coisas, mas é preciso fazer uma reflexão do limite disso, porque essa é uma relação que tem de acontecer para os dois lados",

comentou, sobre a discussão se a geração Y deve se adaptar às empresas ou o contrário.

Na opinião da consultora, mais que uma presença digital, as empresas, de maneira geral, exigem que a pessoa se conheça, tenha clareza de valores e propostas e saiba que vai trabalhar não só para ganhar salário, mas também se entregue de alma e coração ao trabalho, de modo a fazer o negócio crescer e desenvolver o seu papel e sua carreira.

Já Rogério Cher acredita que as pessoas tomam decisões de vida e carreira, mas não têm condições de construir relações pessoais e virtuais por meio das mídias sociais ou mesmo pelas formas mais convencionais de construir vínculos com significado e propósito na vida e na carreira. "O pior é quando elas percebem que não têm conexão consigo próprias."

# Anúncio

## Falta de regulamentação gera problemas trabalhistas

Enquanto o governo federal discute com o Congresso Nacional a definição do Marco Regulatório da Internet - conjunto de regras que pretende regulamentar o uso da internet no Brasil -, o mercado de trabalho começa a produzir os primeiros litígios entre empresas e empregados pelo uso de mídias sociais. Maíra Habimorad, sócia da Cia de Talentos, citou um caso recente, durante o debate *Mídias Sociais + RH*, de uma empresa de tecnologia que contratou um

jovem programador de 16 anos para desenvolver um código de programação. Durante o desenvolvimento desse código, o rapaz acabou divulgando o processo criativo no Twitter e um concorrente acabou copiando a idéia e colocou o produto mais rápido no mercado. A empresa acabou demitindo o jovem e ainda não pagou pelos serviços prestados devido à divulgação de uma informação confidencial. Ambos estão brigando na esfera trabalhista para decidir quem está com a razão.