



## O que sua rede social diz para o mercado?

Enquanto você lê este texto, muito provavelmente já checou as mensagens do Facebook, publicou uma foto nova no Instagram e trocou mensagem com os amigos no Whatsapp. Na era digital, a chamada geração 3C – usuários que participam ativamente das redes sociais – não para de crescer. São milhares de pessoas navegando e compartilhando a vida todos os dias. Mas até onde isso é bom?

Dividir momentos especiais com um grupo de amigos ou utilizar essas páginas para espalhar não tem nenhum problema. É preciso, no entanto, ter em mente que existe uma linha bastante tênue entre o lado positivo dessa interação e a superexposição, que pode afetar negativamente os indivíduos.

Um exemplo prático de como sua imagem nas mídias sociais pode interferir está na busca por uma vaga no mercado de trabalho. Hoje, cada vez mais as empresas levam em conta a postura do candidato nesses perfis antes de uma entrevista ou contratação. Afinal, seu comportamento nas redes reflete – e muito – as opiniões e a postura que você adota – ou seja, como você é no dia a dia.

Para sua imagem corporativa, fotos na balada em que você está rodeado por bebidas ou em discussões acaloradas, usando palavras de baixo calão, são algumas das armadilhas da rede. Muitas vezes a pessoa nem se dá conta de que aquele posicionamento vai prejudicá-la, e algumas têm a sensação de estarem protegidas por um ambiente privado. Só que

vale lembrar: nada que você posta nas mídias sociais, por mais bloqueios que coloque, permanece como algo restrito de verdade.

Para que você possa ter uma ideia do que é válido ou não postar, tente sempre pensar no que diria se visse uma foto similar àquela ou um posicionamento daquela mesma linha no perfil de outra pessoa. Acharia bacana ou criaria uma imagem diferente do indivíduo baseado no que está vendo? Respondendo a essa questão, tenho certeza de que você irá conseguir discernir entre qual foto ou opinião deve compartilhar e o que é melhor manter fora da rede.

Algumas publicações que você já pode ir abolindo totalmente são aquelas em que você aparece de sunga, biquíni ou roupas curtas. Seu corpo pode ser lindo, malhado, sarado..., mas, se essas imagens caírem na mão de um recrutador, por mais séria que seja sua postura, tenha a certeza de que não é isso o que ele vai pensar de você. É a velha história: uma imagem vale mais do que mil palavras.

Falar mal do chefe, da empresa ou de outros colegas é um verdadeiro tiro no pé. Comentários desse nível devem ficar restritos à roda de amigos do bar (e olhe lá – afinal, você nunca sabe quem pode estar ouvindo aquilo). O ideal é desabafar com a família ou alguém em que você confie muito, caso não possa resolver com a própria pessoa.

Evite também comentários pejorativos, preconceituosos ou discriminatórios, tendo sem-



**POR SULLIVAN FRANÇA,**

PRESIDENTE DA SOCIEDADE LATINO-AMERICANA DE COACHING (SLAC) E ESPECIALISTA EM COMPORTAMENTO HUMANO.  
✉: assessoria@slacoaching.org

pre o bom senso como referência antes de qualquer postagem. Isso não significa que você deva se abster de suas opiniões, mas sim que você respeita o ambiente alheio e sabe onde e como colocá-las.

Facebook, Twitter e Instagram não precisam ser deixados de lado; apenas utilizados como aliados. Use

essas ferramentas para construir uma boa rede de contatos, divulgar seu portfólio e buscar recomendações de amigos, chefes ou ex-colegas. Aproveite para construir uma imagem positiva de si mesmo e interagir com as pessoas que podem, verdadeiramente, agregar algo à sua vida pessoal e profissional. ■



## OFERTAS DE PROFISSIONAIS

**Nome:** Camila Leonel Anacleto

**Formação acadêmica:** Engenharia Florestal com pós-graduação em Cadastramento de Imóveis Rurais e pós-graduação em Celulose e Papel.

**Áreas de interesse:** Celulose, Florestal, Meio Ambiente e Papel.

**Nome:** Luciana Bennemann Potrich

**Formação acadêmica:** Engenharia Química com mestrado em Engenharia Química.

**Áreas de interesse:** Engenharia, Meio Ambiente, Recuperação e Utilidades.

**Nome:** Carlos Eduardo Lopes

**Formação acadêmica:** bacharelado e licenciatura em Matemática, Administração de Empresas, pós-graduação em Ciências Aplicadas, Engenharia de Produção e pós-graduação em Especialização em Papel e Celulose.

**Áreas de interesse:** Celulose, Papel, Embalagens.

**Nome:** Wagner Alberto Assumpção

**Formação acadêmica:** Administração de Empresas.

**Áreas de interesse:** Automação, Manutenção e Papel.

**Nome:** Gustavo Teodoro Martinez

**Formação acadêmica:** técnico em Química.

**Áreas de interesse:** Celulose, Meio Ambiente, Papel e Recuperação.

**Nome:** Daniel Suss Riter

**Formação acadêmica:** Engenharia Química e Química Ambiental.

**Áreas de interesse:** Celulose, Engenharia, Meio Ambiente, Papel e Recuperação.

**Nome:** Claudemar Lima da Silva

**Formação acadêmica:** técnico em Celulose e Papel, Administração de Empresas com ênfase em Recursos Humanos, pós-graduação/MBA em Planejamento e Gestão Estratégica.

**Área de interesse:** Celulose.

**Nome:** Luiz Henrique Veiga

**Formação Acadêmica:** Engenharia Química, Pós-Graduação em Tecnologia de Celulose e Papel

**Área de interesse:** Papel e Químicos para Papel e Celulose.

**Nome:** Jeferson Henrique da Silva Arruda

**Formação acadêmica:** bacharelado em Engenharia Química, técnico em Celulose e Papel

**Áreas de interesse:** Engenharia, Celulose e Recuperação.



Para conhecer os detalhes dos profissionais e vagas publicados nesta página, acesse: [www.abtcp.org.br/associados/curriculosevagas](http://www.abtcp.org.br/associados/curriculosevagas)

**IMPORTANTE:** Associados ABTCP – empresas e profissionais – podem divulgar currículos e vagas nesta coluna! Para conhecer as condições de publicação do seu perfil ou vaga da sua empresa, envie email para [relacionamento@abtcp.org.br](mailto:relacionamento@abtcp.org.br)!

