

GESTÃO DE CARREIRA

por

Paulo José dos Santos Guilhoto

Departamento de Engenharia Informática

Universidade de Coimbra

guilhoto@student.dei.uc.pt

Resumo - Este é um pequeno guia que visa motivar estudantes que se encontram a meio do seu curso, para a preparação de um plano de carreira para a iniciação da sua vida profissional, e onde são abordados os cuidados a ter e a gestão de imagem.

Palavras chave - Plano de carreira, marketing pessoal, motivação no emprego.

Introdução

O mundo do trabalho está a sofrer grandes alterações. Os recursos humanos deixaram de ser um bem valioso para passarem a ser o cerne da empresa. Por outro lado, os empregos deixaram de ser constantes para toda a vida e as mudanças de empresa ao longo da carreira são cada vez mais frequentes. Já não existem empregos para toda a vida, sobretudo na área da informática. Esta era de mudanças revolucionárias é assustadora para muitas pessoas. Como resultado, muita gente toma decisões pouco interessantes, onde as perspectivas de carreira são mínimas. O facto de descobirmos qual a melhor carreira para cada um de nós pode fazer a diferença, não apenas entre o sucesso e a mediocridade, mas sobretudo entre o sucesso e o fracasso. Por isso, é cada vez mais importante pararmos um pouco e reflectirmos sobre o que é que desejamos realmente para nós. Que caminhos queremos seguir, que opções queremos tomar. Uma dessas opções já a tomámos, é sermos alunos do Departamento de Engenharia Informática da Universidade de Coimbra. E agora? Que passos seguir? Que carreira é que queremos para nós? Quanto é que queremos valer daqui a alguns anos? É necessário definir os nossos objectivos desde já, não apenas quando terminarmos a nossa licenciatura,

sob pena de ser tarde demais. É altura de fazer o nosso **plano de carreira**. Por outro lado, o mercado de trabalho é cada vez mais uma selva, onde a única ferramenta que nos pode auxiliar na sobrevivência é o nosso marketing pessoal. Não basta ter a melhor nota do curso e ter um currículo brilhante se não soubermos comunicar e transmitir uma boa imagem aos empregadores. Temos de saber como nos **auto-promover**, para podermos ser reconhecidos com justa causa no mundo do trabalho. Temos de nos destacar no meio da multidão. Temos de brilhar! Por fim, irá ser tratado o tema da **auto-motivação**, que é tão importante quando uma pessoa já está inserida numa organização, altura em que o factor psicológico é determinante para a produtividade da empresa e para o nosso enriquecimento pessoal.

Plano de carreira

Todos nós sabemos que as saídas profissionais que o nosso curso oferece são muitas e variadas e que estas estão a ser alvo de muita procura pelo mercado de trabalho. No entanto, temos muitos caminhos pela frente, muitas escolhas a fazer na nossa vida profissional. Algumas dessas opções já estão aqui mesmo à porta: é no quarto ano que devemos escolher quais as cadeiras opcionais que

queremos frequentar e conseqüentemente qual ou quais as áreas em que nos queremos especializar. Está na altura de definir-mos o nosso futuro, e isso só nós o podemos fazer. Até agora, podemos ter sofrido a influência de familiares ou amigos nas nossas decisões até chegarmos onde estamos. De hoje em diante, somos nós que temos de decidir por que vida profissional enveredar. Se não soubermos onde queremos chegar, dificilmente iremos escolher o melhor caminho. Por outro lado, não devemos ficar à espera que um convite nos caia do céu, nem que alguém no seio de uma organização elabore esse projecto de carreira por nós. O fundamental é termos objectivos bem definidos e sabermos criar as nossas oportunidades. Sendo assim, e para não sermos surpreendidos por alguém com objectivos nitidamente mais bem traçados que os nossos, é melhor começarmos por definir o nosso plano de carreira.

O primeiro passo começa com uma identificação clara dos nossos pontos fortes e fracos. Temos que fazer o nosso auto-diagnóstico. Neste pequeno balanço, há que fazer um inventário das nossas acções passadas, de todas as qualificações e formações adquiridas e sobretudo das nossas áreas de interesse, sempre com elevado sentido de honestidade. Para além de nos ajudar a obter uma base para a construção do nosso currículo, isto também nos permite definir nitidamente o nosso perfil. Conhecendo-nos melhor ajuda-nos a perceber o quanto é que valemos e o quanto poderemos ser importantes para uma empresa. Por outro lado, isto também nos poderá servir para tentar melhorar as nossas fraquezas.

A segunda etapa passa pela definição dos nossos objectivos de carreira: que funções queremos desempenhar, que metas pretendemos atingir. É também nesta fase que se faz uma análise cuidadosa de todos os pontos adquiridos na primeira etapa deste processo. O que é que nos distingue dos outros, quais os factores através dos quais podemos criar valor.

No início da terceira etapa, o nosso caminho está traçado. Resta apurar as oportunidades existentes no mercado de trabalho e quais as exigências inerentes de forma a compará-las com o que nós temos para oferecer.

No quarto passo, é necessário definir quais as condições e empresas ideais para trabalhar. É importante recolher todas as informações sobre as empresas: valores e missão, cultura organizacional, negócio e dirigentes. A escolha da empresa onde iremos pela primeira vez exercer funções tem um factor importantíssimo na criação de imagem. É esta que irá aparecer destacada no nosso currículo e é por isso que devemos "seleccioná-la" com muito cuidado. É verdade que esta visão do mercado parece um pouco irrealista, mas não é. Se olharmos para o mercado de trabalho actual, temos perfeitamente o direito de ser ambiciosos, e muitas das vezes os nossos sonhos concretizam-se. Embora seja difícil traçar cenários a longo termo, devido ao hábito que tomámos de gerir apenas o nosso dia-a-dia, é importante definir o que é que queremos fazer daqui a cinco anos e perceber onde é que queremos exercer essas funções.

Na quinta e última etapa, é interessante fazer a avaliação de alternativas de carreira, para o caso em que algo corra mal ou mesmo para o caso em que nos apercebemos que o nosso perfil não se adequa aos objectivos por nós traçados. Podemos sempre voltar atrás, o importante é que tudo esteja planeado e que não fiquemos completamente desorientados quando esta situação se apresenta.

Não nos podemos esquecer que fazer um plano não é tudo, é preciso mantê-lo actualizado. Por isso, não basta rascunhar uma folha de papel hoje e colocá-la na gaveta para o resto dos nossos dias.

Como se auto-promover?

A percepção de que uma carreira bem sucedida tem muitas semelhanças com um produto de sucesso, está por trás da

filosofia do marketing pessoal. Este conceito, inventado por consultores de recursos humanos, tomou emprestado do mundo dos negócios ideias como pesquisa de mercado, desenvolvimento de produto, rede de distribuição, relação custo-benefício e, principalmente, criação da embalagem e projecto de divulgação. Se para as empresas funciona, porquê é que haveria de ser diferente para as pessoas, se são elas que dão vida às organizações? O marketing pessoal é o instrumento através do qual podemos construir o nosso nome, fazer com que as nossas especialidades e reputação sejam conhecidas. É o caminho pelo qual podemos tornar um especialista na nossa esfera particular de influência. Investir em marketing pessoal torna-se cada vez mais necessário, considerando o aumento da competitividade no mercado de trabalho.

A primeira fase deste processo já está concluída: o nosso plano de carreira está pronto. E agora?? Que se segue? Já temos o "onde", mas não temos o "como". Vem então a parte talvez mais complicada, que é comunicar o nosso potencial ao mercado de trabalho, quer num currículo, numa entrevista ou mesmo no quotidiano dentro da empresa. A comunicação é um factor importante em qualquer etapa de uma carreira profissional. Saber comunicar significa saber ouvir e compreender o outro. Muitas vezes, o simples facto de ouvir atentamente o interlocutor é um primeiro passo para a resolução dos problemas. No entanto, para comunicar é necessário saber expressar-se e argumentar, e para argumentar é preciso ler e manter-se actualizado. A solução passa por ler muito sobre os assuntos abordados no meio profissional, de forma a manter um elevado conhecimento técnico aliado a um elevado interesse por acontecimentos actuais e cultura geral. Por outro lado, não há que ter medo de investir em formação para obtenção de novos conhecimentos, disponibilizando tempo e recursos, dado que os dividendos que daí se podem retirar são imensos. Por vezes, e cada vez mais, para ser um

mestre na comunicação é necessário falar mais do que uma língua estrangeira. É nesse sentido que muitas vezes é determinante a vivência durante um logo período em países estrangeiros. Durante essa viagem, podemos aproveitar para aprender o que por lá se faz de novo, na nossa área ou não, mas sempre com o intuito de estar a privilegiar a nossa formação pessoal e consequentemente a nossa carreira.

Quando falamos em comunicação oral, muitas vezes também falamos em dicção e sobre os efeitos que uma pessoa ao falar bem, pode provocar ao receptor da mensagem. Um bom exercício consiste na leitura em voz alta, um método muito usado pelos actores. Por outro lado, a expressão facial e a postura a adoptar durante uma entrevista ou durante qualquer outro tipo de comunicação representam uma marca exterior notável de credibilidade. Para melhorar estes aspectos, nada melhor que praticar em frente ao espelho.

O vestuário usado também pode constituir uma mensagem muito fácil de decodificar e pode reflectir muita da nossa personalidade. Por isso, não se deve tomar este factor com demasiada superficialidade, mesmo em situações de informalidade no seio da empresa.

Um outro aspecto importante quando se pretende vender uma boa imagem de si próprio é a sinceridade e naturalidade com que se vende esta imagem. Não vale a pena entrarmos em mentiras durante uma entrevista, uma vez que o pano acabará por cair mais cedo ou mais tarde.

A forma como nos relacionamos com os outros também é determinante. Temos de saber defender as nossas ideias sem para isso utilizar qualquer tipo de agressividade. Por outro lado, é importante que as outras pessoas não nos imponham a sua opinião. É este equilíbrio que nos pode justamente favorecer. Temos de demonstrar flexibilidade.

Não se poderia falar de marketing pessoal sem falar na rede de contactos profissionais. Quanto maior a rede de relacionamentos, mais portas se abrem na

carreira. As pessoas a inscrever nesta lista podem ser das mais variadas. Vale tudo, desde professores a colegas de faculdade. É bom começar por separar os contactos que podem auxiliar no presente dos contactos que poderão vir a ser interessantes no futuro. Para cada um dos contactos, é importante indicar quais os cargos ocupados e os locais onde os conhecemos. Nunca se deve desvalorizar uma boa rede de contactos, esta pode funcionar como um importante trampolim para conhecer pessoas inacessíveis, através de contactos já existentes. Pode assim servir de um importante auxílio no acesso a mercados de trabalho mais fechados ou às vagas não publicadas nos jornais.

Poderá pensar-se que todos estes conceitos aqui tratados apenas poderão servir aquando da preparação de uma entrevista ou do primeiro contacto com uma empresa. Nada de mais errado. O marketing pessoal continua mesmo dentro da empresa. Quem mantém esta postura tem mais hipóteses de vender ideias e projectos, portanto, de sobressair. Como já foi dito, a carreira não se descreve com uma linha horizontal e duas perpendiculares. Descreve-se com várias linhas sinuosas. Por isso, se quisermos ser reconhecidos fora de uma organização, temos de começar por brilhar dentro dela. A ideia a reter é esta: temos que fazer a diferença!! E para isso, é preciso dar aquela contribuição única, no momento certo, que gera os resultados esperados.

Auto-motivação

Hoje em dia, vivemos num mundo de trabalho globalizado, em que a abertura do mercado gera mais competitividade e a exigência quanto ao desempenho profissional é cada vez maior. Por outro lado, existem cada vez mais fontes de conhecimento onde podemos aprender a melhorar o nosso desempenho: livros, revistas, artigos. No entanto, nada disto funciona sem motivação. Nada disto funciona sem um envolvimento total na

actividade a desempenhar. Mas afinal, o que é a auto-motivação? Esta depende sobretudo de traços emocionais, como o entusiasmo, a persistência face aos contratempos e o optimismo. As pessoas que demonstram auto-motivação acabam por tornar-se menos propensas a ceder ao desânimo, ficar paralisadas, encolher-se em situações de stress ou perder a cabeça sob pressão. Aceitam os desafios e mantêm-se firmes sem desistir mesmo face a dificuldades. São seguras, confiantes e dignas de confiança. Ao mesmo tempo, tomam iniciativas e envolvem-se em projectos. A questão que aqui se coloca é, como obter essa motivação? A solução pode passar pela busca da realização do "sempre se pode fazer mais e melhor", por ter um grau máximo de satisfação e orgulho em tudo aquilo que se faz e em nunca se acomodar com o que está realizado. No final, basta transmitir este sentimento às outras pessoas, garantindo-nos assim essa motivação que tanto desejávamos.

É importante manter uma postura positiva face às pessoas e à vida, mas também em relação ao trabalho. Quem o vê como uma obrigação, dificilmente se sentirá incentivado para o fazer. O truque é encontrar e realçar aqueles pontos que nos trazem mais alegria, mesmo que estes sejam poucos, quando se está a realizar um trabalho monótono.

De facto, nos dias que correm, a auto-motivação pode ser um trunfo muito importante que os empregadores procuram desesperadamente nos candidatos. As pessoas motivadas podem apresentar desempenhos de produtividade nitidamente superiores aos das pessoas apáticas. Estudos revelam que a produção pode aumentar para além dos 200% com funcionários altamente incentivados. E esta diferença aumenta significativamente com o grau de complexidade da actividade.

A auto-motivação pode ser a chave do sucesso, mas é verdade que existem momentos em que apetece deitar tudo a perder. É o caso quando fracassamos por qualquer motivo. Vem o medo de

passarmos novamente pela mesma situação. Se alimentarmos os nossos pensamentos de pessimismo e imaginamo-nos um fracassado novamente haverá insucessos, pois nós somos aquilo que imaginamos a nosso respeito. A auto-estima deve entrar então em acção, pois quando acreditamos em nós e sabemos que somos capazes de realizar, os desafios não nos ameaçam, mas são para nós uma possibilidade de sermos vencedores. É importante que estejamos prontos para as mudanças, começando por nós, mudando os nossos pensamentos e atitudes.

De facto, fracassar é bom. Como disse David Kelley, um génio do design e líder da Ideo, "Fracasse sempre para ter sucesso rápido". Quando acontecer uma situação destas, o melhor é comemorar e aprender com os erros.

Quando o projecto no qual estamos envolvidos começa a tornar-se monótono, temos a sensação que as nossas capacidades não estão a ser suficientemente aproveitadas e a motivação começa a diminuir a olhos vistos, a melhor solução é mudar de projecto. Mudar sim, mas com a sensação de que já demos o nosso melhor. A partir daí, podemos procurar algo novo, que faça maior apelo à nossa criatividade e à nossa imaginação. Algo que nos dê vontade de aprender e de lutar.

Para finalizar, apenas resta dizer que nunca devemos esperar que a motivação venha de outra pessoa. Só nós é que temos a capacidade de criar a motivação que nos permite ultrapassar os obstáculos mais adversos.