

10 Anos

INFORMAÇÃO HUMANIZADA, DIVERSA E QUALIFICADA PARA DESPERTAR LEITORES CRÍTICOS

Para celebrar os 10 anos da Dnews, trazemos reportagem especial sobre o cenário da comunicação e como o conteúdo de qualidade é importante para o seu desenvolvimento.

Páginas 9, 10 e 11.

PANORAMA

Em homenagem aos 23 anos da Dasein, trouxemos um artigo inédito sobre a trajetória da empresa e apostas de sua CEO Adriana Prates e do conselheiro Paulo Ângelo para o futuro do setor de recrutamento executivo.
p. 2, 3, 4, 5, 6 e 7.

INSPIRE-SE

A jornalista Stela Campos, editora de carreiras do jornal Valor Econômico, faz uma análise do cenário da comunicação e também divide referências essenciais da sua trajetória profissional e pessoal.
p. 12 e 13.

PONTO DE VISTA

Em artigo exclusivo para a Dnews, Luiz Carlos Cabrera, renomado consultor de lideranças e professor da FGV, faz uma provocação pertinente para qualquer profissional: como anda sua empregabilidade?
p. 13 e 14.

PANORAMA



“ANTES DE UM CICLO DE TENDÊNCIA SE FECHAR, JÁ ESTAMOS CONECTADOS AO PRÓXIMO”

Atravessar décadas com solidez e manter-se na dianteira é para poucos. Seja pelos obstáculos brasileiros (60% das empresas duram até cinco anos, segundo o último levantamento do IBGE) ou pela dinâmica de um mercado pautado pela mudança, onde novas necessidades nascem e desaparecem na velocidade da luz. Enfrentar crises, se adaptar às transformações, ou melhor, colocar-se à frente delas, mas sem perder a identidade, realmente é mérito só daqueles que querem durar. E esse é o caso da Dasein.

Radar conectado à inovação, busca constante por resultados superiores, rigor nos parâmetros internacionais de confidencialidade e pioneirismo são alguns dos fatores que contribuem para a longevidade da empresa, que completa 23 anos,

como destaca sua CEO Adriana Prates. “Antes de um ciclo de tendência se fechar, já nos conectamos ao próximo. É um viés natural do sensemaking e que de fato nos habilita a oferecer um estilo de trabalho único e diferenciado. Acreditamos muito na nossa sensibilidade e intuição. Sabemos que o ‘subjeto’ é tão importante como o ‘objeto’. Essa forma humanizada de ver o mundo, de ver as pessoas nos acompanha desde a fundação nos anos 90 e fazemos questão de preservar”, destaca.

De acordo com ela, o sócio-fundador estar à frente, contribuindo para assegurar os resultados, é outro fator importante. “Sobretudo em um mundo cada vez mais despersonalizado, onde os contatos são feitos por robôs. Me envolvo pessoalmente em cada processo, projeto e tomada de decisão que requeira

DASEIN EXECUTIVE SEARCH

Av. Raja Gabáglia, 3117 – Conjunto 116 – São Bento
Cep:30350-540 – Belo Horizonte | MG

Tel: (31) 3291-5100

www.dasein.com.br
dasein@dasein.com.br

DIRETORIA EXECUTIVA

Adriana Prates – Presidente
Daniel Rezende – Diretor
Paulo Ângelo C. Souza – Presidente do Conselho

DNEWS
Órgão de divulgação da Dasein Executive Search

JORNALISTAS RESPONSÁVEIS:

Aline Ferreira (MTB – 11.559/MG) e Pollyanna Alcântara (MTB – 11.233/MG)

uma análise mais aprofundada. Outro ponto importante destacado por Adriana é um traço especial que a Dasein faz questão de inserir em cada projeto. “É um toque pessoal já internalizado na cultura da Dasein por toda a equipe, o uso da empatia que busca conciliar as expectativas de todos envolvidos. Se existe um meio em que todos possam sair ganhando, essa passa a ser a intenção mais importante de um projeto.”



Adriana Prates e Daniel Rezende em celebração dos 10 anos da Dasein, no espaço Imperador Eventos.



“O serviço prestado pela Dasein foi bastante profissional e assertivo. Toda a equipe nos transmitiu muita seriedade e comprometimento com nossa demanda e o resultado final atendeu totalmente às nossas expectativas. Somos muito satisfeitos com o trabalho da Dasein e o recomendamos a quem deseja investir em pessoas-chave para incrementar seus negócios.”

André Albuquerque, diretor do Grupo Meia Sola.

Para além das metodologias que são muito importantes, mas compõe o ciclo básico de um produto de qualidade, Adriana ressalta que a empresa aposta também em inovação com procedimentos

exclusivos e customizados em todas as linhas de atuação. “Sabemos que nosso público não espera de nós escala, espera altíssima efetividade, com impactos imediatos que reflitam nas pessoas, nos números e nos stakeholders.”



Malu Antonio, Paulo Navarro e Adriana Prates em celebração dos 10 anos da Dasein, no espaço Imperador Eventos.

Para Paulo Ângelo, conselheiro da Dasein e renomado consultor do mercado financeiro e capitais, outra questão que diferencia o trabalho da consultoria é saber exatamente as necessidades do cliente. Para isso a Dasein se vale de toda sua experiência de anos de mercado, assim como de suas relações nacionais e internacionais na cadeia AESC, o que complementa com extrema expertise as necessidades para uma seleção “top” de um profissional absolutamente alinhado e nivelado com as efetivas necessidades do cliente.



Erun Diniz, Adriana Prates e Paulo Ângelo na Dasein, em 2013.



Jordana Alves, Adriana Matta, Adriana Prates e Daniella Caçado na Dasein, em 2018.



Daniel, Adriana e Pedro em evento de confraternização da Dasein, 2012.

“Poderia citar diversos aspectos marcantes ao longo da parceria com a Dasein, mas quero me concentrar em um relevantíssimo aspecto muito raro por não ser único e exclusivamente um aspecto corporativo, mas um valor intrínseco da CEO Adriana Prates. A sua competência e capacidade de ajustar as competências de determinado profissional às reais e mais relevantes necessidades da empresa.”



Roberta Martins, Erun Diniz, Ana Cristina de Boer e Irani Feliciano.



Gustavo Neves e Adriana Prates na sede da Dasein em Recife (PE), 2013.

“

“Trabalho com a Dasein há quase uma década e tive o privilégio de receber serviços de executive searching e coaching de excelente qualidade. A equipe, sob a competente liderança da Adriana, sempre foi muito profissional e focada nas necessidades da Largo. Aliás, este é um diferencial. Me lembro, na primeira oportunidade que trabalhamos juntos (eu estava em outra empresa), a Adriana foi pessoalmente visitar a nossa unidade operacional, conversou com a equipe, presenciou reuniões de trabalho e entendeu a cultura daquela empresa. Não foi surpresa que o resultado tenha sido o melhor possível e, a partir daí, desenvolvemos uma parceria que nos ajuda até hoje.”

Paulo Misk, presidente da Largo Resources Brasil.

De acordo com Paulo Ângelo, não é incomum que uma organização gaste energia inutilmente por não conseguir encontrar no mercado um profissional adequado. Enquanto isso, o nível de eficácia na reposição de profissionais da Dasein é altíssimo. Significa que o profissional selecionado pela consultoria se encaixa 100% nas empresas contratantes. “Não se trata apenas de um profissional com um bom/ótimo currículo acadêmico, trata-se de um profissional diferenciado e que vai agregar valor de forma intrínseca e extrínsecas à empresa, uma pessoa pronta aos seus interesses estratégicos.”



“O romance ‘O Feijão e o Sonho’, de Orígenes Lessa, no fundo sugere que precisamos do alimento (feijão) para manter vivo o corpo e também do sonho para sermos mais completos e felizes. No meu relacionamento com a Dasein, ficou evidente a impecável condução de ações eminentemente técnicas, como a seleção de pessoas para ocupar determinadas posições vitais para uma empresa, assessment para autoconhecimento dos líderes e/ou coaching para aprimorar o seu desempenho. Todavia, ao desenvolver ações técnicas com objetivos concretos, a Dasein adota uma abordagem que abre espaço para reflexões sobre os propósitos da vida, sobre a importância do executivo estar inteiro na sua relação com a empresa, com sua equipe e com seus anseios pessoais maiores. Na minha opinião, líderes “resolvidos” são mais abertos a compreender os outros, colaborar, acolher e conduzir seu time com carisma. O executivo que tem a oportunidade de passar pela Dasein certamente será instado a identificar o que lhe faz brilhar os olhos e trilhar seus caminhos com mais assertividade, foco, felicidade e menos desgaste físico e emocional. Líderes mais conscientes de seus gaps, de seus pontos fortes, assim como de sua indissociável condição humana (permeada de anseios e contradições) torna-os senhores de sua trajetória pessoal e profissional, trazendo ganhos para seus empregadores através de uma mais harmoniosa e exitosa ação dos seus líderes.”

Laurindo Leal, diretor científico do Instituto de Tecnologia da Vale

Para a Dasein, a manutenção de uma reputação exemplar está conectada a um radar atento ao hoje e às necessidades do futuro. Veja as apostas de nossa CEO Adriana Prates sobre temas essenciais para o mercado de trabalho:

FIDELIDADE ÀS REGRAS INTERNACIONAIS DE CONFIDENCIALIDADE.

Garantir total sigilo e segurança das informações do

cliente faz com que a Dasein se posicione ao lado dos melhores do mundo. A convivência com concorrentes, parceiros no mundo todo, faz com que enxerguemos as coisas sob um olhar global como a necessidade de investimentos em segurança da informação.”



Adriana Prates, Helio Koscky e Beatriz Flecha em evento de lançamento do livro Pontes do Psicodrama, 2007.

IDENTIDADE DIGITAL COM FOCO EM CONTEÚDO

“Investimento em informações de qualidade para os perfis digitais, tanto no site como nas redes sociais. Somos, na verdade, pioneiros em nosso setor nas principais mídias como Instagram, LinkedIn, Twitter e Facebook. Nos dedicamos a trazer pesquisas, cases e assuntos do cotidiano que facilitarão a vida dos nossos seguidores. Além disso, sempre colocamos juntos uma dose de humor, carinho, poesia, artes e mostramos que um profissional bem-sucedido é capaz de ter vida de qualidade fora do trabalho; isso reenergiza e beneficia muito a empresa.”



Maria Helena, Adriana Prates, Adriana Matta e Daniel Rezende em workshop de desenvolvimento, 2017.



Equipe Dasein em celebração dos 10 anos da empresa no espaço Imperador Eventos.

APRENDENDO COM AS NOVAS GERAÇÕES

“A Dasein também tem em seu quadro de clientes empresas lideradas por profissionais de 25 a 35 anos. Eles têm nos ensinado muita coisa, temos essa humildade para ouvir, aprender e desaprender de maneira a sabermos que os ciclos estando mais curtos, precisamos de adotar um maior dinamismo e aproveitar o timing certo de oferecer determinadas linhas de serviços ou pelo contrário descontinuarmos outras.”

e diplomas. Do outro profissionais igualmente preparados mas que sabem lidar melhor com os revezes, entendem como ninguém a importância de um plano B bem arquitetado. Essa junção entre jovens e profissionais maduros tem funcionado de forma sinérgica, trazendo mais alegria e criatividade para os ambientes de trabalho que estavam muito estagnados.”



No Metropolitan Club, em Nova York, Daniel, Adriana, Renata, Alfredo e Cabrera em evento de certificação da Dasein na AESC, 2010.

PROFISSIONAIS MADUROS TAMBÉM SÃO O FUTURO

“Muitas das nossas posições são preenchidas por profissionais que já passaram dos 50 anos. Percebo que a resistência do mercado diminuiu bastante e é um momento de virada importante, porque a transferência de know how precisa acontecer. De um lado jovens cheios de informações, conteúdos

“Disponibilidade, prontidão, técnica, consistência, apresentar candidatos de referência e informações bem estruturadas são muito importantes para que um cliente se sinta confortável em qualquer seleção, principalmente as de C-level. Os passos acima foram nítidos na trajetória de parceria da Dasein no projeto que realizamos. Há na empresa contratante, sempre uma tensão, sobre o momento de troca de alguém que não performa, principalmente quando inserimos um parceiro novo. A Dasein entrou trazendo credibilidade para os executivos, tanto no RH, quanto na área solicitante, minimizando claramente esta tensão todas as vezes que inseria uma entrega.

Priscilla Neves, gerente corporativa de consultoria interna Hermes Pardini



Confraternização da Equipe Dasein, em 2006.

ROBÔS X HUMANOS.

“A inteligência artificial tem trazido impactos, gerado incertezas. Todavia, tem estimulado a geração de novos cargos e demandas por atividades que trazem maior realização, já que a automação irá resolver os trabalhos repetitivos, que não criam motivação. Para a área de executive search, a inteligência artificial expande a capacidade de gerarmos resultados significativos com análises eficazes e rápidas.”



Primeira equipe da Dasein celebrando três anos de empresa - Adriana, Erika, Michele, Amanda e Daniela, 1998.

HOME OFFICE E FORMAS MAIS FLEXÍVEIS DE TRABALHAR EM EQUIPE.

“O mundo físico é cheio de barreiras, de filtros e restrições. Já o mundo da lógica cooperativa é conectado, valoriza resultados, é mais horizontal, tem um direcionamento mais coletivo, foca-se no compartilhar. Ou seja, deixa para trás a lógica tradicional de controle, hierarquia e direcionamento egoísta. Isso atinge em cheio as mulheres que estão muito mais motivadas a contribuir nos times das empresas já que existe agora uma orientação maior para a contribuição efetiva do que meramente estar ali figurando no ambiente de trabalho. O aumento exponencial dos coworkings são uma prova de como

as empresas tem de fato apostado nessas soluções, pois sabem que ao expor seus executivos a pessoas de cultura, hábitos e costumes diferente os fazem ser mais criativos, produtivos e felizes. E todos têm a ganhar com a felicidade no trabalho.”

“

“Em um país em que 5 anos após serem criadas, 60% das empresas fecham as portas, fazer 23 anos, é para poucos. E somente com muito trabalho, dedicação, ética e a construção de relações duradouras que empresas como a Dasein, ano após ano constroem a sua reputação e consolidam sua presença no mercado. Além de já ter participado de processos seletivos, fiz parte do quadro de colaboradores da Dasein e conheço a seriedade e imparcialidade com que os processos são conduzidos.”

Pedro Ferreira, gerente de vendas de aeronaves Líder Aviação



Adriana Prates, Eliane Ramos, Inácia Soares, Maria Clara no congresso Infovarejo, Hotel Ourominas, 2018.



Equipe Dasein realiza o 1º workshop de jogos dramáticos de Minas Gerais, no Hotel Grandarrell, 2001.

GARIMPO



A BRAVO! ESTÁ DE VOLTA

Depois de sair de circulação por alguns anos, a principal e mais abrangente revista dedicada à reflexão cultural está de volta. Em formato digital (portal e newsletter) e impresso, a publicação mantém seu valioso diferencial de reunir escritores de altíssimo nível. Literatura, cinema, teatro, artes visuais e tantas outras manifestações artísticas são abordados de maneira clara, crítica e espirituosa. Detalhe: as edições impressas, bimensais, mais lembram uma obra de arte. Até quem já se desligou do formato impresso se surpreende. Visite: www.bravo.vc



HUMOR NO PONTO POR AZIZ ANSARI

Diversidade cultural e étnica, imigração, dilemas profissionais e pessoais são tratados com humor ácido e inteligente na premiada série Master of None (sem título em português), escrita e dirigida pelo jovem comediante Aziz Ansari, de origem hindu, radicado em Nova York. Os episódios, que são livremente inspirados na vida do seu criador, ganham um interessante ponto de vista crítico, com um tom leve e engraçado. Exatamente o que o aproxima e o diferencia de grandes comediantes como Woody Allen, Seinfeld e Louis C.K. **Disponível no Netflix.**



PRECIOSIDADES DA CULINÁRIA MINEIRA

Para quem ama gastronomia e é de Belo Horizonte (MG), ou vai visitar a cidade, temos uma dica imperdível: a Casa Ataré. Localizada no bucólico bairro de Santa Tereza, o lugar abriga cursos e oficinas, entre outros eventos que valorizam ingredientes da culinária regional, cultivados por pequenos produtores. Já passaram pelas mesas da casa queijos, cafés, cachaças, azeites e cervejas artesanais, em mais de 20 eventos. O que não falta são delícias a serem descobertas ou redescobertas. Faça sua reserva: www.atare.com.br



UPER EAST SIDE POLEMIZADO

O livro "Primates da Park Avenue" traz a história da pesquisadora e sua autora Wednesday Martin em um momento específico de sua vida. Casada e com filho pequeno, ela e a família se mudam para o Upper East Side em Nova York. Essa transição acontece pela ascensão profissional do marido e como pesquisadora ela aproveita a oportunidade para analisar e estudar os costumes, rituais, regras e dinâmicas sociais da elite americana. Em um ambiente de recursos abundantes e luta por status, a autora propõe uma reflexão sobre um local onde a dinâmica social é intensa e o jogo de poder, constante.

Gostou das nossas escolhas? Para saber mais sobre cada dica, acompanhe nossas redes sociais no Facebook, LinkedIn, Instagram e Twitter. Basta procurar por Dasein Executive Search e seguir nossas páginas.

REPORTAGEM



DNEWS 10 ANOS: INFORMAÇÃO HUMANIZADA E DE QUALIDADE SEMPRE TERÁ LUGAR AO SOL

Da Acta Diurna, placas de madeira que difundiam informações do Império Romano, ao salto evolutivo para a prensa de Gutemberg. Impressos, rádio, televisão, blogs, YouTube, podcasts, redes sociais, Whatsapp. Essa viagem pelos séculos mostra mais que a evolução e transformações de um meio de comunicação para o outro. Mostra duas características humanas que atravessam os tempos: a necessidade de se informar e também de se reinventar.

Conhecer coisas novas, experimentar, investir em educação para se desenvolver. Essas são vontades intrínsecas à maioria dos seres humanos (salvo as devidas proporções, é claro). E apesar do salto evolutivo dos meios de comunicação, ter acesso à informação de qualidade, aquela que desperte o senso crítico do leitor, tem sido cada vez mais desafiador. Tanto pela superficialidade dos conteúdos que inundam nossas telas (quanto menos volume de texto, mais visibilidade na internet) e também devido a um momento conhecido como era da pós verdade (fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e crenças pessoais.)

Por essas e outras razões, faz-se cada vez mais necessário defender o conteúdo aprofundado e combater certas convicções - no caso do jornalismo, nem sempre menos é mais. Propósitos que são levados a sério por esta revista, desde a sua fundação em 2008. “Sempre pensamos no leitor como um ser integral e não apenas em sua dimensão profissional”, destaca Adriana Prates, CEO da Dasein. “Acreditamos que profissionais felizes são, antes de tudo, pessoas felizes. Nesse sentido percebemos que poderíamos exercer alguma influência com um conteúdo mais amplo, mostrando perspectivas diferentes, visões

de outras culturas e trazendo também informações sobre qualidade de vida, literatura e cultura.”

A dirigente conta que uma das motivações para a criar a Dnews foi a falta de empatia que sentia no conteúdo produzido por grande parte das organizações. “Quando recebia newsletters das empresas percebia que o conteúdo sempre era muito direcionado à venda de produtos e serviços e isso gerava um desconforto. Aquele informativo não havia sido feito pensando nos meus interesses ou dos leitores em geral, mas somente nos interesses da empresa. Paralelamente eu sentia a necessidade de que a Dasein tivesse um meio diferente que conversasse com as pessoas e em 2007 fizemos um planejamento e a primeira edição circulou no ano seguinte. Foram muitas evoluções desde então, de newsletter, revista impressa, até chegarmos ao formato de hoje, uma revista digital, cujo conteúdo ganha novo formato nas redes sociais.”

Para a diretora de jornalismo e apresentadora do Programa RCVips/SBT, Adriana Bagno, profissional que esteve à frente do primeiro projeto editorial da Dnews, humanizar é preciso, e essa foi uma grande sacada da Dnews. “Nem só de números e estatísticas vivem os executivos e as empresas hoje em dia. A revista é leve, elegante, fácil de ler e traz seções com assuntos diversos: grandes executivos sendo entrevistados ou mesmo dando sua opinião no Ponto de Vista, ou mostram sua sensibilidade na seção O Verso Inverso. E as seções Panorama, Inspire-se e Reportagem tratam de assuntos relevantes para o setor de forma séria, sem ser sisuda. Conteúdo rico, com muita qualidade de informação”, destaca.

DESAFIOS DO CONTEÚDO EM TEMPOS DE REDES SOCIAIS

Defender, por tantos anos, a produção de um conteúdo especial, com foco no leitor, é sinônimo também de persistência. De acordo com Adriana Prates, há hoje uma tendência muito grande em ser sucinto demais, superficial, e muitas pessoas acabam se seduzindo por essas pílulas de informação, deixando de aprofundar seja num tema relevante ou numa reportagem. “Então resolvemos apostar na contramão. Não reproduzimos conteúdo de forma nenhuma, trazemos pessoas que tenham um diferencial para mostrar e para contar. Nossos convidados são interessantíssimos, com histórias sempre peculiares e com experiências ricas em campos diferentes. Esse mix, associado ao nosso contínuo esforço em pesquisar com intuição e sensibilidade, conquistou muitos leitores fiéis à nossa revista. Queremos ir ainda mais longe nisso, expandindo e variando os canais para chegarmos a mais pessoas.”



“Humanizar é preciso e essa foi uma grande sacada da Dnews.”
Adriana Bagno

De acordo com Adriana Bagno, jornalista que passou por veículos de renome como Band, Record e Rede Minas, o momento digital, marcado pelas redes sociais, é uma nova fase e temos que vivenciá-la profissionalmente com uma nova mentalidade, pois os processos jornalísticos são outros. “Mas há uma característica no jornalismo que é seu fundamento: a credibilidade do profissional. E isso, não há tecnologia que consiga tirar de um bom jornalista ou de um bom veículo de comunicação”, sublinha.

“Parafrazeando a professora e doutora em Teoria Literária e livre-docência em Ciências da Comunicação, Lúcia Santaella: ‘(...) mídias são meios. E os meios nada mais são que os suportes materiais nos quais as linguagens - essas, sim, protagonistas da comunicação como um todo -, tomam corpo e transitam.’ O bom jornalista e sua credibilidade, através de uma boa e adequada linguagem, sobreviverá!”, sublinha Bagno.

De acordo com a jornalista, o avanço tecnológico está provocando uma enorme mudança no “fazer” jornalístico. Ele está se transformando, mas não vai acabar devido às redes sociais. “Os desafios na era atual são, na verdade, propulsores fantásticos para que nós, jornalistas, aproveitemos os recursos que a tecnologia nos oferece para usá-los de maneira criativa, e, não, acomodada. Mudanças sempre ocorreram, só que antes, tínhamos mais tempo de nos adaptar a elas. O que acontece nos dias de hoje é que mal conseguimos absorver uma nova plataforma, um novo suporte de mídia, e já nos apresentam outra nova forma de comunicarmos.”

“

“Conheço e leio a Dnews desde o primeiro número. Ela está sempre evoluindo, tanto no design, tornando-se cada mais atraente, como em conteúdo. A diversidade de seções é um ponto alto da revista pois agrada a todos os públicos. Sempre me acrescenta conhecimentos e me coloca up-to-date com as novidades da área empresarial e outras. O que mais me atrai é algo que considero imprescindível aos profissionais de todas as áreas, que é provocar reflexões e desenvolver o pensamento crítico. Parabéns-a pelo 10 anos e desejo vida longa à Dnews.”

Thelma Teixeira, psicóloga e psicodramatista.



“Sempre pensamos no leitor como um ser integral e não apenas em sua dimensão profissional.” Adriana Prates

Para Adriana Bagno, “é preciso repensar o jornalismo como um todo. Fazer desse limão não uma limonada, mas um bolo de chocolate! É isso que o momento nos pede: fazer jornalismo digital com uma mentalidade digital. E o que

está ocorrendo é que vários veículos de comunicação e muitos jornalistas insistem ainda em trabalhar com uma mentalidade analógica.”

“

“O papel destas revistas, especificamente da Dnews é levar a informação de forma fidedigna ao leitor, ou seja, ele vai ‘beber diretamente da fonte’, através de matérias que foram escritas justamente pelos formadores de opinião ou detentores de conhecimento sobre aquele tema. Além disso, a Dnews atua de forma imparcial, conseguindo até mesmo englobar assuntos similares vistos por pontos de vistas diferentes. Propicia ao leitor ter o conhecimento sob vários ângulos e perspectivas. É uma revista moderna, atual, diversificada e leve, oferecendo assuntos que vivemos em nosso dia a dia e que podemos colocar em prática.”

—
Ana Cristina de Boer Canto, consultora.

DESCONFIE, COMPARE, PESQUISE

Como hoje a ordem é chegar ao leitor e não esperar que ele venha até você, as redes sociais nunca tiveram tanto poder de informar. O lado positivo: democratização do conteúdo, mais vozes são ouvidas e não somente os grandes veículos da mídia têm o poder de noticiar. No entanto, a falta de apuração da informação criou vários problemas, entre eles as fake news.

De acordo com pesquisa realizada em Stanford com mais de 7 mil alunos norte-americanos do ensino médio e superior, 40% deles tiveram problemas para checar a credibilidade das informações divulgadas na internet e não conseguiram detectar fake news. Esse estudo, afirmam os especialistas, não é um caso isolado e serve como um reflexo de outros países que estão à mercê das notícias enganosas.

E você pode se questionar: as notícias falsas sempre existiram. Sim, isso é verdade. Mas o que mudou é a intensidade de sua circulação. Hoje, com as redes sociais e WhatsApp, elas se alastram com muita rapidez. Segundo a agência de notícias Reuters, 65% dos brasileiros usam o celular para ler notícias e 45% usam o WhatsApp para se informar. Ou seja, o compartilhamento está a um clique e é feito, na grande parte das vezes, sem checagem da veracidade da informação.

Nesse aspecto, Adriana Bagno ressalta que não só o leitor precisa estar atento, mas também o jornalista. “Ganhamos hoje um novo gatekeeper no ecossistema jornalístico: o próprio leitor, que tem poder de compartilhar informações quando e como lhe convier, por vezes, sem nenhuma responsabilidade. Mas o jornalista precisa buscar apurar detalhadamente a veracidade das informações, seja através de sua fonte, dos colegas ou mesmo de especialistas, se o assunto assim exigir. A credibilidade das informações que o jornalista passa é o legado da profissão.”

De acordo com a jornalista, existem hoje no Brasil boas agências checadoras de notícias. É primordial que elas sejam consultadas também para se ter uma referência. Não apenas pelo consumidor de notícias, mas, também por jornalistas que acaso tenham dificuldades de apurar algo por si mesmos. E nunca, mas nunca mesmo, passar uma informação no caso de ter alguma dúvida sobre sua autenticidade.

Para Martin Baron, editor executivo do jornal americano The Washington Post (jornalista retratado no filme vencedor do Oscar em 2016 “Spotlight: Segredos Revelados”) é essencial também refletir sobre um efeito ainda mais grave em relação à pós-verdade e fake news. “A pior consequência é fazer um trabalho sério de apuração, algo que demanda dedicação e tempo, e as pessoas não acreditarem nele. Se nós tivermos investido muitos recursos, tempo e dinheiro tentando encontrar os fatos e então as pessoas simplesmente os rejeitarem porque eles não concordam com as conclusões. Então essa é uma preocupação real com qualquer notícia agora. Que nós façamos o trabalho e então as pessoas automaticamente o rejeitem por não se encaixar no seu próprio ponto de vista preexistente.”

“

“A DNews me ajuda muito no campo comportamental, pois com os exemplos de grandes executivos podemos refletir sobre nossas atitudes diárias e saber como grandes profissionais se valeram de conhecimento para solucionar problemas. Me ajudou muito com o processo de liderança de equipes, a entender as necessidades dos outros e as interfaces com outros departamentos, ajudando-me na solução de conflitos. Não deixem nunca morrer esta ideia, pois é um farol em meio a tantos conteúdos de origem duvidosa.”

—
Eduardo Borga, executivo de auditoria, compliance e governança

INSPIRE-SE COM STELA CAMPOS

“O JORNALISTA, ASSIM COMO TODO PROFISSIONAL, TEM QUE TER A HUMILDADE DE OUVIR E A SENSATEZ DE TRANSMITIR O CONHECIMENTO ADQUIRIDO DA MELHOR MANEIRA POSSÍVEL.”



Stela Campos é editora da área de carreira do jornal Valor Econômico.

Olhar e ouvidos atentos a cada nova experiência, conversa ou reportagem. A jornalista Stela Campos, editora da área de carreira do jornal Valor Econômico, está no veículo desde a sua fundação, em 2000. Considerada uma das jornalistas mais respeitadas do Brasil, ela faz questão de cultivar sua afeição pelo aprendizado. Está sempre aberta a conhecimentos que surgem nas pequenas coisas, como um simples bate-papo. Humildade, sensibilidade para compreender o outro, honestidade ao relatar fatos. Esses são alguns valores, ou melhor, escolhas que ela fez para sua vida. Para saber mais sobre suas referências profissionais e pessoais, acompanhe entrevista exclusiva:

A circulação de informações foi imensamente ampliada com a internet e redes sociais. O lado positivo: democratização do conteúdo, mais vozes são ouvidas. No entanto, a falta de apuração criou vários problemas, entre eles a fake news. Diante dessa realidade, qual o papel da imprensa, qual o papel do repórter?

Mais do que nunca, cabe aos jornalistas exercer o seu papel genuíno. O rigor na apuração, a clareza na mensagem e a isenção devem prevalecer sob qualquer circunstância. Quanto mais o mundo é inundado por uma quantidade infinita de informações, a curadoria do jornalista capaz de separar o joio do trigo, de checar o que é verdade e o que é mentira, tende a ser mais valorizada.

Tentando se adequar aos novos formatos de comunicação, muitos veículos tradicionais (impressos ou não) perderam em profundidade, vários nem fazem jornalismo mais. São poucos os que promovem uma apuração bem feita, que investem em pesquisa, que investigam a fundo os fatos, que enviam repórteres para conversar com as pessoas, para visitarem locais. Como e porque devemos garantir a sobrevivência desse formato?

De uma certa forma, a eleição de Donald Trump, nos Estados Unidos, levou a um ressurgimento do jornalismo investigativo. Muitos jornais recontrataram jornalistas experientes para levantar histórias e dados que colocassem à prova o novo governo. O jornalismo digital tende a ser mais rápido, sucinto, talvez esse modelo represente o grosso do que é produzido on-line, mas sempre existirá espaço para análises mais aprofundadas. Quanto mais mergulhamos em um mundo bombardeado por fake news, mais as pessoas vão querer ler os veículos e os jornalistas nos quais confiam.

“De uma certa forma, a eleição de Donald Trump, nos Estados Unidos, levou a um ressurgimento do jornalismo investigativo. Muitos jornais recontrataram jornalistas experientes para levantar histórias e dados que colocassem à prova o novo governo.”

Em relação ao seu próprio desenvolvimento, quais são suas fontes de informação? Você busca orientação ou mentoria de profissionais? Recorre a outros métodos que gostaria de compartilhar?

Hoje é possível ter todo tipo de fonte de informação à nossa disposição, diferente de quando comecei na profissão. Isso pode dispersar muito a nossa atenção. Tenho fontes com as quais falo há muitos anos, nas quais confio e acredito e estou sempre em busca de outras novas. Estou sempre aprendendo com cada matéria, coluna ou entrevista que faço. O bonito do jornalismo é justamente poder fazer essa imersão em assuntos diferentes e estar aberto para aprender sempre. Com o tempo, acho que a maior lição que tive é que todo mundo tem algo a dizer que pode ser útil. O jornalista, assim como todo profissional, tem que ter a humildade de ouvir e a sensatez de transmitir o conhecimento adquirido da melhor maneira possível. Mas é muito importante ouvir o que as pessoas têm a dizer sobre o assunto que elas dominam e não ser presunçoso e achar que entende um pouco de tudo.

“Acho que o importante de incluir na sua rotina a arte, o esporte ou qualquer atividade diferente da sua principal, é que ela te tira da zona de conforto e possibilita conhecer pessoas com novos perfis, além de uma outra maneira de se expressar. Isso ajuda a ampliar o universo do próprio trabalho, estimula a criatividade, mesmo que você nem se dê conta disso.”

Com um trabalho exemplar, você é uma inspiração para jornalistas e outros profissionais. Mas gostaríamos de saber quem te inspira?

Não tenho uma fonte de inspiração única, mas na minha área gosto muito do trabalho que é feito pelos jornalistas do Financial Times, da Fast Company, do Wall Street Journal, entre outros veículos especializados. Sou muito fã da Lucy Kellaway, que publicamos no Valor durante muitos anos e que agora decidiu ser professora de matemática. Acho que é importante o jornalista hoje ler muito, acompanhar sites, redes sociais profissionais e estar atento às mudanças nas tendências, que acontecem cada vez mais rápido.

É essencial manter-se curioso e aberto para aprender sempre.

“O bonito do jornalismo é justamente poder fazer essa imersão em assuntos diferentes e estar aberto para aprender sempre. Com o tempo, acho que a maior lição que tive é que todo mundo tem algo a dizer que pode ser útil.”

Na sua trajetória profissional, alguma referência cultural (livro, filme, música, um esporte etc) a influenciou de forma marcante? Se sim, cite a obra e nos diga o porque.

Sou uma pessoa muito ligada ao mundo das artes, especificamente à música. Acredito que todo conhecimento adquirido nessa área, praticando ou escutando, acaba se refletindo no meu trabalho como jornalista. O olhar mais humano, a sensibilidade para entender universos tão distintos foi adquirida ao longo do tempo transitando entre esses dois mundos. Seria muito difícil indicar uma obra apenas, porque tenho um gosto bastante diversificado. Acho que o importante de incluir na sua rotina a arte, o esporte ou qualquer atividade diferente da sua principal, é que ela te tira da zona de conforto e possibilita conhecer pessoas com novos perfis, além de uma outra maneira de se expressar. Isso ajuda a ampliar o universo do próprio trabalho, estimula a criatividade, mesmo que você nem se dê conta disso.

Gostaria de compartilhar com nossos leitores algum ensinamento marcante para você, algo sempre presente na sua memória?

Guardo experiências no jornalismo das mais diversas. Já fui repórter de rádio, de televisão, locutora, trabalhei em revista, jornal e aprendi que a essência do que fazemos não muda, apenas a forma da entrega. O desafio é diferente em cada tipo de veículo. Hoje, vejo como tudo o que vivi em lugares tão diversos me ajudou a ser a profissional que sou hoje. Me sinto feliz por nunca ter dito não para uma proposta diferente. Até hoje gosto de executar projetos novos e uma coisa boa de ser jornalista é que um dia nunca vai ser exatamente igual ao outro, isso porque as histórias mudam e a gente precisa encontrar sempre uma forma atraente de contá-las.

PONTO DE VISTA

COMO CUIDAR DA (SUA) EMPREGABILIDADE



Luiz Carlos Cabrera, autor do artigo, é professor e sócio fundador da Panelli, Motta Cabrera.

O conceito de empregabilidade eu comecei a desenvolver no início da década de 80, no momento em que o chamado “vínculo tradicional” dava os primeiros sinais de ruptura, deixando claro que a troca simbólica de “lealdade” por “segurança” não existia mais entre as empresas e seus funcionários.

O “vínculo tradicional” durou, no mundo, cerca de 80 anos caracterizando o contrato proposto pela Revolução Industrial para atrair a massa necessária de trabalhadores. O enunciado real era: “sejam obedientes e seus empregos estarão garantidos”. No pós-guerra (metade da década de 40), inteligentemente o discurso mudou para “sejam leais e seus empregos estarão garantidos”.

No fim da década de 70 e início da década de 80, a crise econômica começou a exigir, das empresas, nos Estados Unidos, uma dramática redução de seus quadros. Na verdade, tudo começara com a crise do petróleo do início da década de 70 e suas consequências na indústria automobilística americana. Quando começaram os processos conhecidos com “downsizing” o tal vínculo tradicional foi para o espaço, pois os obedientes, ou

melhor, os leais também foram demitidos. Aliás, vale a pena explicar que a palavra “downsizing” nasceu de uma associação de ideias entre o que acontecia com o tamanho dos automóveis e com o tamanho das organizações. Por causa da necessidade de economia de combustível e da concorrência dos japoneses, os carrões americanos tiveram que diminuir de tamanho, ou seja, tiveram que sofrer um “downsizing”, daí quando as indústrias começaram a cortar os funcionários, usou-se a mesma palavra como gíria. Fazer um “downsizing” significava diminuir o tamanho da organização.

E a empregabilidade, você deve estar perguntando. O conceito de empregabilidade nasce neste momento de ruptura do “vínculo tradicional” e ficou assim expresso: empregabilidade é a capacidade que um indivíduo desenvolve de acumular e manter atualizadas suas competências, o seu conhecimento e a sua rede de relacionamentos, de forma a ter sempre em suas mãos o arbítrio sobre seu projeto de carreira.

Veja, caro leitor, quanta coisa importante neste conceito. Em primeiro lugar a empregabilidade é sua, e é uma capacidade dinâmica, isto é, a empregabilidade evolui quando bem cuidada.

Como você pode perceber a empregabilidade está baseada num tripé formado por competências, conhecimento e pela rede de relacionamentos. Você precisa cuidar das três partes com igual carinho e intensidade.

“A empregabilidade está baseada num tripé formado por competências, conhecimento e pela rede de relacionamentos. Você precisa cuidar das três partes com igual carinho e intensidade.”

As competências você começa a desenvolver desde que começa a vida social. Lembre-se que competência é aquilo em que você é bom e os outros acreditam. Para desenvolvê-la é preciso praticar. Por exemplo, ter competência para lidar com pessoas, saber ouvir, ter

empatia, ter competência para lidar com informações, saber ler e sintetizar, saber comunicar suas ideias. Estes são exemplos de competências que são adquiridas ao longo da vida e que precisam ser mantidas em constante evolução.

O conhecimento é hoje um grande desafio, pois está disponível de várias formas e através de vários meios. O importante é você saber com clareza qual é o conhecimento que você está precisando adquirir ou atualizar. Se você não tiver bem claro o que você precisa saber, será envolvido por um entulho de conhecimento desnecessário que ocupará seu tempo e espaço no seu computador cerebral.

Outra coisa importante é você ter bem claro como é que você aprende melhor! É lendo? É ouvindo? É através de observação? É fazendo? Procure perceber com clareza como é a sua maneira de aprender. Isto facilitará muito você a não desperdiçar o seu precioso tempo.

“Pense em tudo o que você já estudou, trabalhou e se esforçou, complementado pelas relações com todas as pessoas que você conheceu e interagiu, isso forma um patrimônio muito valioso para ser tratado sem cuidado.”

Completando o tripé, vem a rede de relacionamentos que é o conjunto de pessoas que você conhece e se relaciona desde os amigos de infância, de colégio, de faculdade, do bairro, do esporte, e do trabalho. São as pessoas com as quais você desenvolve uma história de vida. É um dos componentes mais importantes da empregabilidade, e em geral a mais descuidada.

É a rede de relacionamentos que transmite para toda a sociedade sua imagem profissional e pessoal. É a rede de relacionamentos que divulga suas competências percebidas e sustenta sua empregabilidade, sendo estatisticamente responsável por cerca de 70% das oportunidades de trabalho. É verdade. Cerca de 70% das pessoas que encontram uma nova posição no mercado de trabalho o fazem através de indicações da rede de relacionamentos. É claro que cuidar da rede é difícil, exige tempo, dedicação, paciência. O que preocupa é que as pessoas ao invés de tomar este cuidado sempre, só se lembram de resgatar a rede de relacionamentos quando existe uma crise, ou uma necessidade específica. Aí complica. É constrangedor procurar alguém que você não vê (nem fala) há vinte anos e restabelecer o elo perdido.

Lendo de novo o conceito de empregabilidade você vai perceber que o objetivo final é que você tenha o arbítrio sobre o seu projeto de carreira. Então, é fundamental que você tenha um projeto de carreira. Um projeto verdadeiro, escrito, pensado, detalhado e muito bem feito, afinal estamos falando é da sua carreira. Este projeto deve ser sempre feito por escrito. Os itens são simples. Em primeiro lugar você coloca os seus sonhos para dez ou quinze anos. Quem não tem sonhos não tem projetos. Os sonhos expressam o que chamamos de felicidade. E são os sonhos que movem os projetos.

Em seguida você tem que fazer uma boa autoanálise. Como estão suas competências, seu conhecimento e sua rede de relacionamentos e o que você vai fazer naquele ano para melhorá-los. A terceira parte é o “onde”. É a escolha do cargo, posição, ou área, onde você quer trabalhar na sua empresa ou fora dela (se este for o caso).

A quarta parte é bem operacional. É o “como”. Se for dentro da sua empresa, isto significa um mapeamento das alianças que você terá de fazer para chegar no “onde”. Com quem você precisa falar, quem você precisa conhecer, quem precisa falar de você. É uma articulação perfeitamente ética que deve respeitar os valores da empresa e os seus próprios. Uma articulação bem-feita, bem conduzida e movida pelo seu genuíno interesse pessoal. Se o que você almeja está fora da sua empresa atual, ou se você estiver disponível, enfrentando um período de transição, o procedimento para escrever o “como” é o mesmo. O mapeamento das pessoas com as quais você precisa falar é que pode ser mais complexo.

Como você pode perceber, cuidar da empregabilidade exige tempo e dedicação, mas é a única maneira de você poder ter o arbítrio sobre onde vai aplicar o seu projeto de carreira. Quem tem baixa empregabilidade não decide sobre sua carreira. Anda a reboque, levado pelas circunstâncias, pela sorte ou pelo azar. Você não pode fazer isso com a sua carreira. Pense em tudo o que você já estudou, trabalhou e se esforçou, complementado pelas relações com todas as pessoas que você conheceu e interagiu, isso forma um patrimônio muito valioso para ser tratado sem cuidado.

Cuide de sua empregabilidade, afinal de contas poder ter arbítrio sobre o seu projeto de carreira, que é uma parte integrante do seu projeto de vida, é realmente uma expressão concreta de cidadania e um excelente caminho para ser feliz.

*Luiz Carlos Cabrera é sócio fundador da Panelli Motta Cabrera. É professor da EAESP - Fundação Getúlio Vargas, do IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa e da EMI - Escola de Marketing Industrial.

DASEIN EXECUTIVE SEARCH

comunicacao@dasein.com.br

Tel: (31) 3291-5100

www.dasein.com.br