

Contributos para a definição de uma visão estratégica na construção de um percurso profissional de sucesso¹

Rui Santos²

Câmara Municipal de Santo Tirso e
Instituto de Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Resumo | O contexto de crise que atravessamos motiva a definição de estratégias bem definidas de entrada e de permanência no mercado de trabalho. Neste artigo pretendemos contribuir para a criação dessas estratégias, com recurso a uma abordagem da prática profissional assente em três conceitos fundamentais: qualificações, competências e *marketing* pessoal.

Palavras-chave: qualificações; competências; *marketing* pessoal.

Abstract | *Contributions to the development of a strategic vision to build a successful career*

The current crisis context justifies the setting of well-defined strategies in order to enter durably the labour market. In this article we will try to help the elaboration of such strategies, resorting to a professional practice based on three main concepts: qualification, skills and personal marketing.

Keywords: qualification; skills; personal marketing.

¹ O presente artigo resulta de uma comunicação feita nas *Noites de Sociologia* da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, no dia 25 de maio de 2012.

² Sociólogo. Técnico Superior de Sociologia da Câmara Municipal de Santo Tirso (Santo Tirso, Portugal). Investigador do Instituto de Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto (ISFLUP) (Porto, Portugal). Endereço de correspondência: Câmara Municipal de Santo Tirso, Praça 25 de Abril, 4780-373 Santo Tirso, Portugal. *E-mail*: rsantos@cm-stirso.pt; rsantos@letras.up.pt

Résumé | *Contribution à l'élaboration d'une vision stratégique de construction d'un parcours professionnel réussi*

Le contexte de crise que nous traversons justifie la mise en place de stratégies bien définies afin d'entrer et de perdurer dans le marché du travail. Dans cet article nous prétendons contribuer à la création de ces stratégies, en ayant recours à une pratique professionnelle fondée sur trois concepts fondamentaux: la qualification, les compétences et le *marketing* personnel.

Mots-clés: qualification; compétences; *marketing* personnel.

Resumen | *Contribución para la elaboración de una visión estratégica para la construcción de un camino profesional de suceso*

El contexto de crisis que estamos atravesando motiva la elaboración de estrategias bien definidas de entrada y de permanencia en el mercado del trabajo. En este artículo pretendemos contribuir en la creación de esas estrategias, recurriendo a una práctica profesional basada en tres conceptos fundamentales: calificación, competencias et *marketing* personal.

Palabras clave: calificación; competencia; *marketing* personal.

A questão que constitui o tema da edição das *Noites de Sociologia* do Porto de 2012 não podia estar revestida de maior pertinência, no atual contexto de incerteza face ao futuro. As recentes alterações ao código do trabalho e a consequente flexibilização laboral, a instabilidade profissional, as constantes revisões em baixa dos relatórios das instituições nacionais e internacionais que avaliam os indicadores de desempenho do nosso país relativamente às previsões do Governo, o aumento gradual da taxa de desemprego e a ausência de expectativas de curto e médio prazo, são indícios bem evidentes da preocupação dos jovens licenciados, que acabam por não saber o que lhes reserva o seu futuro profissional.

Algumas alternativas podem adiar essa indefinição, mas não a resolvem verdadeiramente. É o caso do prolongamento dos estudos e a elevação do grau de formação académica, que, ainda que desejáveis, mantêm os recém-licenciados numa espécie de parque de estacionamento, adiando, desse modo, a entrada no mercado de trabalho. É também o caso dos movimentos migratórios, que parecem acentuar-se na atual conjuntura. Mas, neste caso, se essa poderá ser uma solução alternativa e uma oportunidade de mudança para alguns, parece-nos que apenas ocorrerá em última instância para outros. Podemos ainda referir o próximo quadro comunitário de apoio –

Quadro Estratégico Comum – para o período compreendido entre 2014 e 2020, o qual pode trazer alguma esperança para o futuro profissional dos nossos jovens. No entanto, ele não deixa de comportar, ainda, uma boa dose de incerteza.

Na nossa perspetiva, um investimento pessoal e estratégico iniciado no percurso académico e reiterado em qualquer profissão, poderá, pois, constituir a chave para uma carreira de sucesso, apesar de todos os constrangimentos que o futuro previsivelmente possa reservar. E esse investimento deverá passar, em nossa opinião, e entre outros fatores, por um triângulo concetual, centrado nas qualificações, nas competências e no *marketing* pessoal.

No campo das qualificações, elas constituem, sem qualquer margem para dúvida, um dos pilares onde assenta o futuro que profissionalmente vamos construindo. A frequência e a conclusão de uma licenciatura encerram, em si, um conjunto de saberes adquiridos em que alicerçamos esse mesmo percurso profissional, esteja ele relacionado ou não com a área de formação. Com um curso superior obtemos um leque de ferramentas – teóricas, metodológicas e práticas – indispensáveis ao exercício de qualquer atividade e que não teríamos, seguramente, sem a sua frequência.

De resto, a par daqueles que prosseguem uma carreira coincidente com a área da licenciatura, poderíamos multiplicar os exemplos de casos em que os recém-licenciados seguem outro rumo, ora em outras áreas do conhecimento, ora em empregos menos qualificados, mas que se afiguram uma alternativa possível num mapa nacional caracterizado por baixos índices de empregabilidade e com taxas elevadas de desemprego jovem. Por este motivo, afirmamos, com segurança, que as qualificações resultantes de um curso superior desempenham um papel determinante na construção de uma carreira de sucesso.

O mesmo acontece com os saberes e as competências adquiridos durante a licenciatura e que se estendem e se enriquecem ao longo de todo o percurso profissional. Falamos de competências no sentido do desenvolvimento de uma capacidade que permita responder às necessidades e aos imprevistos da entidade patronal, bem como da importância da flexibilidade que deve existir em prol do tipo de atividades que nos propõem realizar, nomeadamente (mas não apenas) através da mobilização de um conjunto de conhecimentos adquiridos com a formação de base. Importa, por isso, distinguir aquilo que é a aquisição e acumulação de saberes num percurso académico, seja ele de maior ou menor duração e qualificação, daquilo que é a sua aplicação em contexto de trabalho e a capacidade necessária – e normalmente

valorizada – para o fazer. Não será despiciendo afirmar que todos conhecemos autodidatas competentes e diplomados incompetentes, o que apenas reforça a necessidade de qualificações e competências andarem de braços dados.

Nesta linha, a realização de trabalhos ocasionais no decurso da licenciatura – coincidentes, ou não, com a área da formação inicial – pode comportar um conjunto de vantagens, algumas delas já enumeradas por outros autores (Gonçalves, Parente, Veloso, 2004: 269-270), como são disso exemplo: i) a referência em termos biográficos no momento da seleção para um posto de trabalho; ii) a inclusão em redes sociais de interconhecimento; iii) a cooperação dos professores com vista ao ingresso no mercado de trabalho; iv) o enriquecimento do *curriculum vitae*. Em oposição, a separação rígida entre o mercado de trabalho e o mundo universitário, por um lado, e a desvalorização das atividades profissionais não relacionadas com o perfil desejado, por outro, podem constituir um forte obstáculo à entrada e/ou permanência no mercado de trabalho.

Sem negar o papel fundamental da Universidade, do Estado, dos empregadores e de outros agentes sociais, percebe-se, pelo que expusemos, que o investimento pessoal se afigura nuclear na construção de uma carreira de sucesso. A aquisição de saberes e a acumulação de experiência resultam, por isso, em dois excelentes indicadores a ter em conta para uma boa estratégia de *marketing* pessoal, já que nos permitem tomar consciência das nossas limitações – que queremos eliminar ou minimizar – e dos nossos pontos fortes – que desejamos potenciar, rumo a patamares de excelência profissional.

O *marketing* pessoal representa um conceito que deve, pois, ser trabalhado continuamente ao longo de qualquer atividade, mas é, igualmente, um conceito que pode ser adotado e adaptado logo no momento da formação escolar. Não se trata de construir uma personagem profissional de cariz fictício; trata-se, antes, de definir uma visão proeminentemente estratégica e de acionar os mecanismos necessários para alcançar objetivos pessoais, que possam, paralelamente, ir de encontro aos objetivos da entidade empregadora.

Com uma boa estratégia de *marketing* pessoal são também adquiridas algumas vantagens face aos nossos pares, que podem revelar-se extremamente úteis no momento da seleção de candidatos ou da avaliação de desempenho. Referimo-nos, por exemplo, à comunicação interpessoal, à configuração de uma densa malha de relacionamentos e à edificação de uma forte imagem pessoal. Para tal, podem ser deixadas no traçado académico e profissional algumas marcas (i) de otimismo (sabendo aceitar críticas construtivas), (ii) de empatia (valorizando o trabalho dos outros), (iii) de espírito de

equipa, (iv) de solidariedade (pessoal e profissional), (v) de visão estratégica (propondo soluções inteligentes) e (vi) de liderança (tentando exercer uma boa influência nos outros), entre outras, capazes de fomentar uma imagem e uma visibilidade profissionais que abram caminho a uma carreira bem-sucedida³.

Não é difícil vislumbrar, portanto, que uma estratégia que congregue o melhor de cada um dos conceitos referidos poderá, mais facilmente, responder às exigências dos empregadores e aos desafios com que nos deparamos em qualquer profissão. Em simultâneo, uma estratégia visionária contribuirá, seguramente, para a obtenção de melhores resultados pessoais e profissionais, num mercado de trabalho cada vez mais seletivo e em que os desafios parecem aumentar em proporção direta ao decréscimo das oportunidades. O caminho é estreito e sinuoso, mas a sua consciencialização e consequente adaptação terão fortes impactos no reconhecimento pessoal, social e profissional.

No atual contexto laboral, a polivalência de funções, a adaptação à modernização tecnológica, a capacidade de aplicarmos e correlacionarmos saberes teóricos e saberes práticos e a disponibilidade para nos voluntariarmos em determinados momentos são fatores-chave para o sucesso pretendido. Dito de outra forma, impõe-se a criação de um perfil de banda larga, que junte saberes escolares a outros instrumentos transversais de aquisição de conhecimentos, que possibilite a aprendizagem de saberes procedimentais, que permita operacionalizar saberes relacionais e, ainda, que seja capaz de alargar as capacidades de interagir, comunicar e cooperar (Parente, 2004: 305-306). Um perfil capaz, enfim, de construir um percurso profissional de sucesso.

Referências bibliográficas

- GONÇALVES, Carlos; PARENTE, Cristina; VELOSO, Luísa (2004), “Licenciados em sociologia e mercado de trabalho na transição do milénio”, in *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, 14, pp. 253-297.
- PARENTE, Cristina (2004), “Para uma análise da gestão de competências profissionais”, in *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, 14, pp. 299-343.

³ Estes e outros pontos-chave que podem contribuir para um *marketing* pessoal de excelência podem ser consultados, por exemplo, em: <http://marketingpessoal.org/128-marketing-pessoal-excelencia/>.

Webgrafia

<http://marketingpessoal.org/>

Leituras adicionais

PARENTE, Cristina (2008), *Competências: Formar e Gerir Pessoas*, Porto, Edições Afrontamento.

VELOSO, Luísa (2004), “A configuração das trajetórias profissionais numa empresa do sector electromecânico”, in *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, 14, pp. 345-385.

Texto recebido a 28 de fevereiro de 2013. Publicação aprovada a 1 de setembro de 2013.