

OPINIÃO

Networking VII – Networking “pessoal” vs. Networking “virtual”



Luis Miguel
Henrique

17.07.2017 16:30

Os meios de comunicação electrónicos aperfeiçoaram e intensificaram a maneira como comunicamos com os outros.

No artigo deste mês de Julho, tentaremos tratar de forma diferenciada mas através de uma visão de complementaridade, a diferença estratégica e operacional entre aquilo que poderemos designar de networking “pessoal” versus networking “virtual”.

Antes da chegada das redes sociais e de todo o mundo de oportunidades que a Web nos oferece, a única forma de criar uma boa rede de relacionamentos (o modelo correcto de encarar o Networking como temos vindo a escrever desde o nosso [primeiro artigo aqui no Dinheiro Vivo](#)) era através da gestão quase exclusiva do contacto pessoal em oportunidades como por exemplo de reuniões, feiras, congressos, conferências e almoços de negócios, ainda que com o auxílio das ferramentas e utensílios de comunicação que a tecnologia foi trazendo à história do Homem, desde o papel e tinta para uma simples carta, ao telefone, passando pelo telégrafo ou qualquer outra forma de comunicarmos directamente uns com os outros.

Ainda que cada uma daquelas invenções supra referidas no final do parágrafo anterior, no seu devido tempo tenham provocado pequenas “revoluções” na forma de interagirmos e encurtarmos distâncias e tempos de contacto, o fim do século XX e principalmente o início do século XXI trouxe-nos, mais do que uma novo instrumento de contacto, uma nova forma de pensar e agir na nossa interacção com o mundo e todos aqueles que nos rodeiam.

A massificação, primeiro da internet nos finais do século e posteriormente das redes sociais já mais recentemente, como em tudo o mais, trouxe-nos desafios e oportunidades na forma como idealizar, criar e gerir o nosso networking.

Contudo e salvo melhor opinião, sendo modelos complementares, ainda é possível (no futuro não sabemos) criar uma boa rede de relacionamentos através do networking pessoal sem o uso das redes e ferramentas sociais.

Porém, o inverso não é, para já e no meu entendimento, possível (salvo raríssimas excepções não aplicáveis a cada um de nós, comum dos mortais) e por vezes vejo essa “confusão” instalada na cabeça de alguns interlocutores.

Conforme temos vindo a explicar ao longo destes artigos aqui no Dinheiro Vivo, imaginar que, à data de hoje, se consegue criar uma verdadeira rede de relacionamentos, com tudo aquilo que a pressupõe e envolve, única e exclusivamente baseada no imenso mundo virtual que o mundo web e as redes sociais já nos presenteiam, parece-nos uma missão verdadeiramente impraticável e pouco exequível na cultura profissional e de negócios presente, particularmente em Portugal que ainda se mostra relativamente tradicional na reacção e resposta a determinado tipo de impulsos mais impessoais e despersonalizados.

Ter 5.000 contactos no LinkedIn e 2.000 “amigos” no Facebook *per si* não pressupõe a existência de um bom Networking pessoal e/ou profissional.

É obvio que o não aproveitamento e utilização dessa tecnologia que a capacidade inventiva do Homem nos disponibiliza seria um total e insultuoso desperdício de recursos para quem deseja e/ou precisa de criar e principalmente gerir uma rede de contactos.

Penso que ninguém discordará de que os meios de comunicação electrónicos aperfeiçoaram e intensificaram a maneira como comunicamos com os outros.

Ou seja, as redes sociais são magníficas ferramentas de potencialização da nossa rede de contactos e nos dias de hoje não podem de modo algum ser esquecidas ou negligenciadas, até porque elas próprias surgem, crescem e desenvolvem-se a partir do próprio conceito de trabalho em “rede”.... Elas vivem disso e para isso.

A cada um de nós cabe saber aproveitá-las em toda a sua plenitude sem cair em excessos ou exageros, gerindo com equilíbrio a cada momento cada uma destas ferramentas, seleccionando de forma criteriosa não só em que plataformas queremos estar como principalmente a maneira de estar nas mesmas, mas nunca deixando de lado ou negligenciando a oportunidade de poder interagir de forma pessoal com quem desejamos criar um correcto relacionamento, desenvolvendo as devidas “propostas de valor”...tema de que especificamente falaremos num dos próximos artigos.

*– Director Área de Mentoring Corporativo e Docente de Networking da
Católica Lisbon School of Business and Economics – miguel.henrique@ucp.pt*