

Orientações para a realização da atividade:

- 1- Escreva o cabeçalho em seu caderno com seu nome completo, turma e a data da realização da atividade.**
- 2- Leia o pdf proposto e arquive-o em seus materiais online, para futuras pesquisas.**
- 3- Copiar e responder as perguntas do exercício, em seu caderno.**
- 4- Enviar as fotos da atividade realizada à docente.**

Empregadores estão migrando do LinkedIn para o TikTok para atrair jovens talentos

Kristin Stoller e Ariel Shapiro

21 de maio de 2021 Carreira, Negócios

Nos últimos tempos, o TikTok se tornou um fórum improvável para discussões sobre o trabalho.

A Chipotle é uma das empresas que melhor sabe usar o TikTok, pelo menos em termos de padrões corporativos. A rede de restaurantes acumulou 1,8 milhão de seguidores na plataforma – quase tantos quanto os rivais McDonald’s (1,1 milhão) e Taco Bell (861.700) juntos – ao apostar em um conteúdo rápido e livre como os usuários desejam. Mas entre as postagens de vídeos de adolescentes dançando músicas sobre guacamole e a previsão dos pedidos dos clientes com base em seus signos do zodíaco, os executivos da empresa identificaram uma tendência. “Vimos um grande aumento no número de jovens da geração Z em busca de um emprego na plataforma”, disse Tressie Lieberman, vice-presidente de marketing digital e externo da Chipotle.

A rede tem, como muitos restaurantes em fase de recuperação, muitas vagas para preencher – 20 mil, para ser exato. Com isso em mente, a Chipotle se juntou a mais de 20 empresas, incluindo a Sweetgreen, a Boston Scientific, a Shopify e a NBA, para lançar o “TikTok Resume”, um programa piloto no qual os usuários podem pesquisar e se candidatar para empregos através de vídeos que mostrem suas qualificações. A iniciativa foi confirmada à Forbes e contará com mais de 200 vagas, que vão desde atendimento ao cliente até social media.

“Isso permite que as pessoas mostrem quem elas são, o que eu considero um mérito incrível do TikTok”, diz Nick Tran, chefe de marketing global da empresa.

Nos últimos tempos, o TikTok se tornou um fórum improvável para discussões sobre o trabalho. Se o LinkedIn é a fachada que você coloca para o seu chefe – polido, produtivo, implacavelmente positivo -, o TikTok é a catarse compartilhada apenas durante o happy hour. Quando a pandemia fechou os escritórios (e bares), os funcionários recorreram à plataforma para lamentar as intermináveis reuniões no Zoom, zombar dos clientes desagradáveis e reclamar do esgotamento.

Esse tipo de franqueza significa que os empregadores podem obter mais informações sobre funcionários do que o esperado, algo que não chega a preocupar Tressie. “Ter uma visão de quem as pessoas realmente são é exatamente o que queremos”, diz ela.

Além disso, o TikTok não é o primeiro a tentar agitar o processo de contratação com currículos em vídeo. O LinkedIn anunciou em março o lançamento de um recurso chamado “Cover Story”, que permite que os usuários façam uploads de vídeos curtos em seus perfis. Mesmo assim, as empresas que procuram jovens têm maior probabilidade de encontrá-los na outra rede. Uma pesquisa do Pew Research Center revelou que menos de um terço dos entrevistados com idades entre 18 e 29 anos usaram o LinkedIn. Por outro lado, quase metade usou o TikTok.

Para a Contra – uma plataforma lançada recentemente que permite que freelancers apresentem projetos, definam preços e negociem com clientes sem taxas de comissão, o TikTok provou ser essencial. Um dos participantes do programa-piloto da empresa disse que mais de 40% dos usuários chegaram ao site através da rede social.

“Vimos muitos influenciadores no TikTok falando sobre conselhos de carreira e as diferentes ferramentas que eles estavam usando no momento. Para ser honesto, eu realmente não achava que era assim que as pessoas usam o TikTok. Achei que eram só vídeos de dança”, diz Zoë Colivas, chefe de pesquisa e comunidade de usuários da Contra. “E quando vimos isso, pensamos: se os influenciadores falam sobre isso, por que não podemos abordar o tema como uma empresa?”

Foi quando Zoë começou a postar vídeos mostrando oportunidades de trabalho exclusivas para funcionários autônomos e remotos – tomando cuidado para não conectar a Contra e sua própria plataforma. Um vídeo de 40 segundos destacando um trabalho de especialista em suporte ao cliente na Tesla gerou quase um milhão de visualizações. Outro vídeo, promovendo um emprego remoto em um site de letras de músicas, ganhou 1,1 milhão de visualizações.

Após o sucesso viral desses vídeos, a executiva e sua equipe apresentaram a Contra aos espectadores do TikTok. Desde então, ela diz

que muitos dos seguidores da rede entraram em contato com ela para fazer perguntas sobre a startup.

“A geração Z não quer estar em um monte de outras plataformas. Eles não querem estar em um LinkedIn obsoleto, onde precisam se conectar com as pessoas e contatá-las por meio de uma mensagem fria”, diz Zoë. “Eles querem ir para o TikTok, onde já se sentem confortáveis, onde tudo é rápido e fácil, e encontrar empregos dessa forma. Portanto, é interessante ver como, do ponto de vista da empresa, temos sido capazes de usar isso a nosso favor”, finaliza.

(Revista Forbes Brasil)

Atividades

1- E você usa as redes sociais para trabalho e estudos? Por quê?

2- Quais redes sociais você mais acessa no momento? Por quê?

3- Essas redes sociais tem lhe auxiliado na aquisição de novos conhecimentos e oportunidades de empregos? Por quê

4- Você, em seu tempo livre, costuma utilizar as redes sociais ou utiliza esse tempo para ler livros, fazer cursos ou aperfeiçoar de alguma forma os seus conhecimentos. Justifique sua resposta.

5- Se você tem acesso às redes sociais, quais assuntos mais lhe interessam. Caso não tenha acesso às redes sociais, qual o seu principal motivo para o não acesso?

6- Você utiliza ou já utilizou o TikTok? Por quê?

Se você já utilizou o aplicativo em que ele lhe auxiliou?

Bons Estudos!!!