

NETWORKING: muito se fala, pouco se entende



Especialista explica por que a construção de conexões verdadeiras virou peça-chave no crescimento de negócios, reputações e oportunidades.

Se tem uma palavra que circula livremente no ambiente corporativo, mas raramente é compreendida em profundidade, é networking. Repetida à exaustão em eventos, palestras e manuais de carreira, a expressão muitas vezes ganha tons genéricos, quase vazios.

Na prática, saber cultivar uma boa rede de conexões pode ser a diferença entre crescer ou estagnar no mercado. “Networking não é sobre ter contatos. É sobre ter conexões que fazem sentido, que somam reputações, que se lembram de você quando surge uma boa oportunidade”, afirma Paulo Motta, empresário e fundador da The Networkers, que conecta lideranças de diferentes setores e movimenta mais de R\$ 500 milhões por ano em negócios.

De acordo com a consultoria The Adler Group, cerca de 85% das vagas de emprego hoje são preenchidas por meio de networking e não por anúncios públicos. Um levantamento da Harvard Business Review reforça o impacto dessas conexões: profissionais com redes de relacionamento ativas têm 42% mais chances de conquistar uma promoção. Além de acelerar o crescimento na carreira, o networking também amplia o acesso a oportunidades, informações estratégicas e contribui para o desenvolvimento de habilidades interpessoais, segundo dados do Global Mentoring Group.

O empresário observa que o desafio está justamente no excesso de informação rasa sobre o tema: “As pessoas confundem networking com socialização. Achem que é só trocar cartões ou ter muitos seguidores. E não é. Trata-se de um processo de construção que exige entrega, escuta e clareza sobre o que você representa”.

Paulo, sócio de Marcos Koenigkan nos eventos do Mercado & Opinião em São Paulo, que reúne lideranças do alto escalão corporativo responsável por 35% do PIB nacional, também está à frente de negócios como a IMvester, a Agência Blays e o Roga Village. Com trajetória marcada por atuação direta em redes de influência e geração de negócios, ele acumula vivência prática no tema. “O que aprendi nesses anos é que gente boa atrai gente boa. Mas, para isso, é preciso ter consistência e intenção. Você não atrai boas conexões se sua presença no mercado é superficial”, afirma.

Na visão dele, o networking eficaz acontece em três camadas:

Visibilidade com propósito

Não basta aparecer. É preciso ser lembrado pelo que você entrega. Em um mercado saturado de informações e promessas vazias, destacar-se não significa ser o mais visto, mas o mais relevante. Visibilidade com propósito envolve consistência, coerência e uma identidade profissional bem definida. É estar nos lugares certos, com o conteúdo certo e pelas razões certas.

Reputação compartilhada

Quem te apresenta diz muito sobre você. E vice-versa. Neste nível, o networking deixa de ser individual e passa a ser coletivo. A força da rede está na confiança que se constrói e se empresta. Quando uma conexão é feita, as reputações se entrelaçam. Por isso, a importância de estar cercado por pessoas que compartilham valores semelhantes e atuam com credibilidade, o que potencializa não apenas o alcance, mas também o peso das oportunidades que chegam.

Reciprocidade ativa

Networking não é sobre pedir. É sobre oferecer antes de esperar retorno. Aqui, o foco está na generosidade estratégica. Em vez de acionar a rede apenas quando se precisa de algo, o verdadeiro valor está em ser útil, abrir portas, compartilhar contatos e contribuir com inteligência. Essa postura cria um ambiente de confiança e reconhecimento mútuo, onde os laços se fortalecem com base na troca genuína e não na cobrança silenciosa.

Ao contrário do que muitos pensam, networking não exige grandes palcos. Pode começar com pequenos gestos, desde que haja intenção real. “Às vezes, uma mensagem bem colocada, uma ponte feita com generosidade ou um feedback sincero abrem portas que nenhum pitch de venda conseguiria”, afirma.

Com linguagem direta e foco em relações que geram valor real, Paulo defende que o networking bem feito vai além de acelerar negócios: ele reposiciona pessoas e marcas no mapa das decisões relevantes. Em um mercado cada vez mais competitivo, essa pode ser a diferença entre estar à margem ou ocupar o centro das conversas que movem oportunidades. O alerta, segundo ele, não deixa espaço para dúvida. “Networking não é opcional, hoje, visibilidade é poder. Se você não constrói pontes, está aceitando ser invisível para as melhores oportunidades do mercado”, conclui.

Foto: Freepik / Divulgação

<https://www.jornalpanfletus.com.br/noticia/6850/networking-muito-se-fala-pouco-se-entende-em-23/06/2026-01:27>