

Estilo e roupa são essenciais para a ascensão profissional

Márcia Maria da Silva

A primeira impressão é a que fica. A frase soa familiar? De fato, não se pode ignorar a idéia de que a imagem é o cartão de visitas de um profissional. Em um contato inicial, a aparência é o principal indício para que se defina a personalidade de alguém. A partir dela, é possível imaginar, por exemplo, a profissão, as afinidades, o ciclo de amigos e as preferências de uma pessoa. E isso vale também no campo corporativo.

Conclusão: em pleno século XXI, em uma época em que tanto se fala em diversidade, as escolhas da roupa e do corte do cabelo, acredite, ainda são fundamentais para a carreira. Assim, pequenos detalhes ligados ao estilo, à vestimenta e à conduta podem ajudar ou prejudicar o profissional que busca uma promoção ou aguarda um convite para um novo posto.

A identidade profissional deve ser um fator determinante para os hábitos e a maneira de um executivo se vestir. Via de regra, um estilo esportivo não combina com um posto elevado em uma grande companhia. "Em ambientes corporativos, é preciso coerência e bom senso", sugere o diretor geral da Thomas International Brasil, Victor Martinez.

Para o consultor, a imagem é importante e deve caminhar junto com vocabulário, postura e comportamento adequados. "É necessário equilíbrio nestes aspectos para ter uma carreira de sucesso", sugere Martinez. "O profissional precisa fazer uma leitura do seu local de trabalho e ter a maturidade suficiente para entender os hábitos da empresa e da sua área."

Na percepção de alguns executivos, uma carreira promissora depende apenas de uma boa formação acadêmica, aliada a uma boa aparência. Mas essa, segundo o consultor, não é uma boa forma de pensar. "Profissionais com essa mentalidade não terão vida longa no mercado de trabalho", adverte.

Conforme o especialista, o corpo também se comunica, transmitindo uma outra face do profissional. Por isso, a postura do executivo deve estar em sintonia com o conceito que se ele quer transmitir. Ao se pensar em um gerente de conta, por exemplo, imagina-se, inconscientemente, alguém com perfil de credibilidade, segurança e seriedade. E quando esse retrato imaginário não coincide com a realidade, surge a desconfiança em relação ao gestor em questão.

Ou seja, a imagem não foi transmitida conforme o planejado, o que gera dúvidas e incertezas sobre o profissional. Situações como esta podem ser desastrosas, tanto para a empresa quanto para o executivo.

Apenas mais um

A maioria dos executivos mantém um padrão básico de vestimenta - ternos escuros, camisas claras, gravatas lisas e estampadas. Mas o que fazer para não errar na medida, tornando-se apenas mais um executivo de man in black? A melhor saída é estar em sintonia consigo mesmo, com a própria profissão e o ambiente de trabalho.

Muitas vezes, na busca por uma imagem adequada, os profissionais optam por soluções que não combinam com o seu próprio estilo. "As pessoas querem parecer mais velhas. Assim, acreditam transmitir espírito de liderança", diz Sabina Donadelli, consultora e especialista em imagem corporativa.

Mas, segundo ela, o fator idade depende da atividade do executivo. "Quando o trabalho é de criação, numa agência de publicidade, a cobrança para o vestuário é menor, assim como a linguagem é mais solta e descontraída", explica a consultora. "Já numa área financeira, a coisa muda figura. Em posições de comando, é fundamental aparentar mais idade", diz Sabina, que indica cores mais sóbrias a quem pretende parecer mais velho.

Em sua consultoria, ela dá dicas de estilo, de roupa, de combinações de cores, de postura e comportamento. Tudo isso, em conjunto, resulta na imagem que será passada aos interlocutores. Mas, conforme Sabina, o primeiro passo para se criar a imagem profissional é descobrir o próprio estilo. "Deve-se identificar seu próprio DNA e, conseqüentemente, moldar sua vida e carreira com essas informações."

Visual feminino

Entre as executivas, a orientação é não errar na medida. Para as mulheres em cargos de comando, mostrar uma aparência mais "sênior" pode até ser interessante, ajudando a moldar uma imagem de credibilidade e competência. "O público feminino peca na escolha da roupa", sentencia o especialista em treinamento, Silvio Celestino. "A mulher executiva ainda confunde roupa bonita com adequada. É preciso cuidado para associar a imagem a uma carreira de sucesso."

Para Celestino, inicialmente, a executiva deve avaliar o ambiente onde atuará, para depois escolher a roupa ideal. "Ela deve deixar de lado a roupa que gostaria de usar pela mais adequada. As apresentadoras de telejornais são uma boa referência", sugere o especialista. Após anos de profissão a arquiteta Renata Affonso sentiu que precisava cuidar de sua imagem. "Acho fundamental a imagem. Ela transmite o reflexo dos nossos valores", afirma Renata. "Ela determina a boa educação, o comprometimento, a pontualidade e a tranquilidade de cada um", resume.

Escolhas fundamentais

No seu dia-a-dia, Celestino percebeu que precisava unir sua experiência como coach a uma imagem adequada. Por isso, decidiu procurar ajuda especializada. E o conhecimento aprendido também acabou incorporado às informações que ele repassa durante as sessões de treinamento de executivos. "Percebi a necessidade de buscar ajuda e, assim, orientar com maior segurança meus clientes", relata. "Numa negociação, a escolha da roupa poderá ser determinante", assinala.

Conforme Celestino, a roupa e a conduta do profissional devem compor um conjunto harmonioso. "O executivo precisa entender que existem três itens essenciais para uma carreira de sucesso, além da formação acadêmica: imagem, postura e vocabulário."

Já segundo Sabina, na escolha da roupa é importante caprichar no tecido e no corte. No que tange à linguagem, o uso do "gerundismo" e de frases e palavras impróprias resulta em perda de eficiência e gera dúvidas no interlocutor. E, mais do que qualquer profissional, quem está nos níveis mais elevados deve ser preciso, claro e objetivo. Mas, em todos os casos, é importante não errar na dose, para não causar uma imagem distorcida.

Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 4 set. 2008, Vida Executiva, p. C10.