

Bom senso e naturalidade

Vinicius Medeiros

Além do que celebrar o ano que se encerra, as festas de final de ano nas empresas são também ótima oportunidade para aumentar a integração entre os departamentos e empregados. A ocasião cria um ambiente favorável para o profissional fortalecer a rede de contatos e estreitar o relacionamento com os colegas. Todo o esforço vai por água abaixo, no entanto, em caso de exageros, seja na bebida, no modo de se comportar ou vestir. Para especialistas em comportamento corporativo e etiqueta empresarial, um bom marketing social passa pela simpatia e, principalmente, equilíbrio nas ações. Tudo com muita naturalidade, é claro.

O publicitário Gustavo Bastos sabe bem disso. Sócio da agência 11/21, já promoveu e participou de muitas festas de final de ano em empresas. "O publicitário é um dos profissionais mais festeiros que existe. Portanto, já passei por muitas situações. Nessas ocasiões, um bom comportamento abre portas. São momentos em que não há chefes e funcionários. Todo mundo é igual, está lá para curtir e relaxar. Não há hora melhor para aumentar a rede de contatos", afirma. Mas o que é um comportamento adequado? "Deve-se evitar beber, comer e falar demais, enfim, abusar de tudo e de todos", aconselha.

A consultora Jacqueline Resch, sócia-diretora da Resch RH, concorda com o publicitário. Para Jacqueline, os excessos são altamente prejudiciais. "São momentos de descontração, mas ninguém pode esquecer que está dentro de um contexto de trabalho. O clima é informal, mas os exageros podem comprometer as pessoas. O novato é ainda mais visado. Dele, demanda-se um comportamento perfeito. Cabe a ele observar bem o ambiente, ver como as pessoas reagem e, a partir daí, tentar aumentar a rede de contatos", afirma.

Amenidades

Segundo a consultora, um bom caminho é conversar sobre amenidades. "Procure gostos em comum. Desses bate-papos nascem boas amizades. Certamente isso pode render um retorno positivo no ambiente de trabalho. Já para quem está entrando numa empresa, críticas ao trabalho são muito mal vistas. Como é que alguém pode falar mal se acabou de entrar?", acredita.

Com boas histórias para contar em seu vasto currículo de festas, Bastos acredita que os excessos podem marcar a reputação de uma pessoa. "Nunca vi ninguém ser demitido por algum exagero, mas, certamente, não pega nada bem. Quem comete perde prestígio e, em consequência, acaba preterido em alguns projetos. Além disso, a pessoa fica marcada, porque ninguém esquece o porre do colega nos anos seguintes", afirma Bastos.

Autora do livro "Gestão da educação corporativa", a professora Eleonora Jorge Ricardo, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), acredita que as festas de final de ano são realmente ótimas oportunidades para aumentar a rede de contatos. Segundo Eleonora, há muitas maneiras de se relacionar sem parecer exagerado ou chato.

"Grandes negócios surgem numa boa mesa, por isso um sorriso sempre é eficiente. Procure ser atencioso com todos, mas com cuidado para não soar falso", afirma. Para ela, as pessoas também devem ser verdadeiras. "É muito importante ser quem é no dia-a-dia. Nunca se aproxime de alguém querendo algo em troca, mesmo em bate-papos informais com pessoas de nível hierárquico superior. O melhor é agir, sempre, com naturalidade", revela.

Já a consultora Andrea Huggard-Caine Reti, acredita que uma boa apresentação também conta bastante nessas ocasiões. "São ocasiões muito boas para a pessoa se vender. Nessas horas, estar bem vestido é importante, de modo informal, mas sem ser inadequado. Afinal de contas, embora haja um clima de descontração, trata-se de um ambiente de trabalho", afirma.

Fonte: Jornal do Commercio, Rio de Janeiro, 7, 8 e 9 nov. 2008, Seudinho, p. B-20.