

## **Aparência pode decidir contratação?**

*Angela Souza*

*De acordo com uma pesquisa da Universidade de Yale candidatos menos atraentes ganhavam 10% a menos que os mais bonitos.*

A aparência pode contar pontos não apenas no momento de conseguir um emprego, mas também na hora da definição do salário. A polêmica afirmação foi resultado de uma pesquisa realizada recentemente pela Universidade de Yale, em Connecticut, nos Estados Unidos. O estudo mostrou que, entre os entrevistados, os considerados menos 'atraentes' ganhavam em média 10% a menos em comparação com os de melhor aparência.

Ao analisar esse estudo, fica difícil aceitar que ele se aplica em sua totalidade à realidade brasileira, principalmente ao afirmar que a beleza garante não só uma vaga como um salário maior. Isso se aplica, obviamente, às empresas cujo negócio é a "boa aparência" – moda, estética, publicidade, eventos.

Mas, se não podemos afirmar que a pesquisa se aplica ao Brasil, tampouco pode-se afirmar o contrário. A dimensão estética é um importante valor em todas as culturas. Diante do belo, das belas formas, do gracioso, jovial, suave, agradável e harmonioso cria-se uma atmosfera de boa vontade e empatia. Os recrutadores não são super-homens ou super-mulheres imunes às emoções que a presença do belo suscita. Mas os bem preparados são capazes de manter a objetividade e escolher um candidato avaliando as competências, as habilidades e as atitudes necessárias ao trabalho que irá realizar.

O belo, quando é mera aparência, sem essência, muito depressa é desmascarado. Uma recepcionista atenta é de grande ajuda para o recrutador. Ela observa o comportamento do candidato a emprego enquanto ele espera ser chamado para a entrevista e poderá traçar um perfil só com as respostas a essas perguntinhas bem básicas: como se apresentou à recepção? Chegou no horário? Estava tranquilo? Esbaforido? Foi educado e gentil? Cumprimentou outras pessoas presentes? Sentou-se e portou-se sobriamente? Apanhou uma revista para ler? Qual revista? Abriu o próprio computador? Falou ao celular discretamente? Pareceu impaciente? Transpirava? Tomava café ou água demais?

Além disso, hoje há câmeras por todos os lados. Ficou fácil confrontar a percepção sobre a pessoa.

Conteúdo define a escolha

No fim das contas, as empresas contratam as pessoas afinadas com os seus valores, visão e missão. Nos processos seletivos costumam deixar claro "como são as coisas por aqui". Ou seja, qual a cultura prevalecente. E essa cultura decorre dos valores que as pessoas compartilham, explicitados, por exemplo, em comportamentos, vestuário e postura no trabalho.

É comum que pessoas se candidatem a empregos em empresas cujas culturas ou "jeito de ser" façam sentido para elas. Algumas buscam empresas por serem "cool", oferecerem "mimos" como liberdade e informalidade. Outras preferem empresas com estilos de negócio e gestão mais tradicionais. Num caso ou noutro, a aparência das pessoas segue o estilo da empresa e a percepção do belo pode variar.

## Aparência, essência e sedução

Mesmo que a pesquisa aludida não se aplique à nossa realidade, empresas e candidatos a emprego se esmeram na arte da sedução. Um quer ser atraente para o outro. Quer ser a escolha do outro. Seduzir é fazer crer que se pode propiciar ao outro, melhor do que ninguém, o que ele deseja.

O sedutor faz-se encantador, irresistível. Sabe o que pode encantar e oferece - seja "boa aparência", comportamento ou atitude. Isto não precisa implicar numa deliberada, contínua e penosa "representação". Se for pura aparência, sem essência, não há como sustentar-se por muito tempo. Ainda que amem o belo, as empresas precisam de resultados. Se for possível ter o melhor dos dois mundos (beleza e resultados), por que não?

**Fonte: HSM Management. Disponível em: < <http://br.hsmglobal.com> >. Acesso em: 9 mar. 2010.**

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais