

# ETIQUETA EMPRESARIAL, COMPORTAMENTO SOCIAL E POSTURA PROFISSIONAL



*Rogerio Martins*

## **Importante:**

**Este E-Book não tem finalidade comercial. É de distribuição gratuita. Reúne uma coletânea de informações e artigos adquiridos em fontes diversas e explícitas em cada parte. Os textos onde não há autor específico é porque são de domínio público.**

*Publicado em agosto de 2014.*

## **Sobre o autor**

**Rogério Martins é Psicólogo, Palestrante, Escritor e Professor Universitário. Um dos primeiros profissionais no Brasil a tratar do tema Marketing Pessoal e durante 10 anos treinou mais de 100 mil pessoas neste assunto que envolve etiqueta empresarial, comportamento social e postura profissional. Desde 2008 tem focado seus estudos, palestras e treinamentos nas áreas de liderança, motivação e produtividade, mas ainda ministra palestras e treinamentos sobre Marketing Pessoal.**

# Conceitos fundamentais para o sucesso nas relações profissionais e sociais

Etiqueta é um conjunto de regras cerimoniais de trato entre as pessoas e que são estabelecidas a partir do bom senso e do bom gosto. Diferentemente do que muita gente pensa, essas regras não são privilégios de determinada classe social; qualquer pessoa pode aprendê-las e fazer delas uma ferramenta a seu favor. É importante considerar que nesse mundo altamente competitivo, a pessoa que cultiva os bons modos tem mais chances de ascensão pessoal e profissional. Todo homem bem-sucedido sabe disso. Esse tipo de comportamento — fino e de bom gosto — com certeza faz a diferença entre o sucesso e o fracasso; entre avançar ou ficar para trás. Neste manual, você vai ver como a autoconfiança e a elegância — tanto na maneira de se vestir, como na postura e apresentação pessoal — podem melhorar a sua imagem, abrindo as portas de um novo mundo. Você também vai saber, de forma precisa e adequada, como se comportar em diversas situações, desde as mais complicadas às mais comuns no cotidiano profissional, e como evitar aqueles "descuidos" que podem comprometer a sua carreira. Aprenda e siga essas regras. E se mesmo assim, em qualquer momento, bater uma dúvida, lembre-se que ser gentil, sincero e atencioso, é a regra-mestre para granjear respeito e confiança.

Viver com cordialidade e segurança no trato social é algo que parte de uma importante premissa: conhecer a si mesmo e a cultura do ambiente onde vivemos. Aqui estão algumas informações para facilitar a colocação destes conceitos em prática:

## ***Roteiro de Autoconhecimento:***

Quem é você?

Que características o tornam uma pessoa interessante e especial?

O que você faz?

Qual sua formação?

Qual sua imagem perante os demais?

O que tem a oferecer?

Quais seus pontos fortes e habilidades?

Quais são seus pontos a desenvolver?

Sua imagem pessoal e profissional está adequada para a instituição que você representa?

# MARKETING PESSOAL

Você às vezes se pergunta por que algumas pessoas, apesar de serem muito competentes, não se destacam no seu meio profissional?

A resposta costuma ser simples. É que algumas pessoas sabem que não basta mostrar competência, mas também 'vender' a sua imagem. De novo é preciso lembrar o seguinte: não basta que você seja bom, mas é preciso que muitas pessoas saibam que você é bom.

Divulgar a sua imagem é fazer o marketing pessoal. Quem não é visto, raramente é lembrado. Mas não basta ser visto. É preciso que as pessoas vejam você de maneira a gravarem a sua imagem na memória de uma maneira simpática, agradável e duradoura.

## *Você é o seu produto*

Você, como profissional no mundo corporativo, tem muito a oferecer: seu talento, sua experiência, seu conhecimento.

*Talento* é a sua vocação para determinada ocupação ou função. As pessoas nascem com isso. A primeira coisa a fazer na vida profissional é respeitar o seu talento e seguir a carreira para a qual você tem vocação. Somente assim você estará realizado trabalhando, e somente assim conseguirá ser feliz profissionalmente.

*Experiência* é o que se adquire executando trabalhos e aprendendo sempre com cada etapa da execução. *Aperfeiçoamento* é uma atitude positiva na direção da experiência. Faça sempre o melhor que puder em tudo, planeje corretamente, estude situações e prepare-se para novas oportunidades.

*Conhecimento* é a soma das experiências que você adquire ao longo dos trabalhos para os quais tem talento. Para melhorar neste item é que você pode aplicar uma atitude de esforço contínuo e se aperfeiçoar a cada momento. Estude, pesquise, interesse-se. E avance.

O sucesso de sua carreira depende de como você lida com esse produto, que é **você** mesmo, como cuida da 'embalagem', da apresentação. E aí entra o diferencial de quem tem sucesso: a habilidade de relacionamento.



Executivos em posição de contratar ou de promover executivos normalmente buscam selecionar pessoas que eles conheçam e a quem eles respeitem. O caminho, então, para ser promovido ou ser contratado é fazer-se conhecido desses executivos e respeitado por eles. Mas como fazer isto?

### **1) ENCONTRE GENTE**

Encontre pessoas. Converse com as pessoas. Faça contato, onde quer que vá e seja lá o que estiver fazendo. Todas as pessoas são importantes ou um dia serão importantes. Trate todos com educação e urbanidade. E esqueça a timidez – isto não é desculpa para não se relacionar.

### **2) ADAPTE-SE**

A sabedoria popular diz que 'quem espera sempre alcança'. Mas a mesma sabedoria popular afirma que 'quem espera desespera'. Há tempo para tudo, mas agir é sempre melhor solução do que esperar as coisas acontecerem. Porque sucesso é muito mais freqüentemente o resultado de identificar e aproveitar oportunidades do que resultado de sorte. Se você não agir, se não anunciar o produto que

você é, como as pessoas vão conhecer você? Planeje a aja conforme a situação. No mercado profissional não basta sobreviver. É preciso se destacar. E isto requer autoconfiança e trabalho.

### **3) FAÇA O SEU COMERCIAL**

O primeiro trabalho é certamente definir uma espécie de anúncio para você mesmo. Um pequeno resumo que você pode passar para as pessoas informalmente numa conversa. Pense que está fazendo um comercial de 30 segundos sobre si mesmo, com ênfase em seus pontos fortes. Ensaie, pensando em como as pessoas receberiam o seu comercial, para não cometer erros que causem uma impressão desagradável sobre você.

### **4) TENTE NÃO COMETER ERROS**

Se você está indo para um congresso, uma reunião ou mesmo para um encontro mais informal, procure saber quem vai estar lá. É uma forma de preparar o discurso que vai praticar.

- **Não se esqueça de levar cartões de visita.** É desagradável ter que dar desculpas ao receber o cartão de uma pessoa que você acaba de conhecer e não ter o seu próprio cartão para entregar.

- *Pratique o seu aperto de mão. Deve ser firme sem ser agressivo, e com três sacudidas compassadas. Olhe nos olhos da pessoa enquanto a cumprimenta, sorria e ouça.*

- *Pratique as expressões polidas, como 'por favor', 'obrigado' e 'com licença'.*

- *Está sem assunto? Leia jornais, acompanhe o noticiário de televisão. A pessoa sem assunto é chata.*

### **5) DEDIQUE TEMPO**

Sempre que puder, participe de reuniões, happy hours e passeios com os colegas do trabalho ou do clube. Pratique esportes coletivos, porque além de ajudarem você a manter a saúde, também oferecem importantes oportunidades de promover a sua imagem. Seja participativo. Claro que isto requer tempo, mas fazer o marketing pessoal envolve dedicação de tempo.

### **6) PROMOVA-SE**

Modéstia à parte. Isto mesmo: ponha a modéstia à parte e fale dos projetos que você está desenvolvendo, as conquistas que obteve. Se tiver talento para escrever, escreva artigos para jornais. Apareça.

### **7) VISTA-SE BEM**

Bom senso é uma qualidade na apresentação pessoal. Não descuide da aparência. A pessoa elegante é bem vista e bem lembrada.

# MARKETING PESSOAL, SUCESSO GLOBAL

por Rogerio Martins

Abordar o tema Marketing Pessoal após tantos outros autores já tendo escrito sobre ele não é tarefa simples, exige um algo mais e é exatamente este algo mais a grande chave, ou o ponto central de quando tratamos deste assunto.

É importante, antes de aprofundarmos sobre o tema central, entendermos o momento pelo qual passamos, suas transformações e seu legado, para que possamos compreender a importância e aplicabilidade do Marketing Pessoal.

É fato que grande parte de todo este processo de mudanças e velozes transformações pelo quais todos estamos vivenciando, é decorrente de dois fatores principais: a globalização e o desenvolvimento tecnológico. O mundo como o conhecemos hoje faz parte deste processo ou advém dele. Octávio Ianni afirma que a globalização está presente na realidade e no pensamento, desafiando grande número de pessoas em todo o mundo. O desenvolvimento da tecnologia acelerou o processo de globalização e vice-versa, promovendo um ciclo contínuo e irreversível, capaz de alterar culturas, sociedades e o próprio homem.

A partir destes dois fatores, outros vieram compor o cenário atual: busca permanente pela qualidade de produtos, serviços e de vida; maior presença da mulher no mercado de trabalho e em outros segmentos da sociedade, até então predominantemente masculina; segmentação do consumo, para atender novos mercados cada vez mais competitivos e exigentes; trabalho em equipe, como propulsor da revolução do comportamento interno nas organizações, onde se faz mais com menos gente; conceito e prática da melhoria contínua - aplicada a processos e pessoas; terceirizações, quarteirizações, downsizing, preocupação com o meio ambiente e a comunidade etc. Diante deste cenário e muitas outras transformações ocorridas no meio organizacional e social, surgiu o Marketing Pessoal, como forma de revalorização das capacidades e competências do homem.

O cineasta americano Woody Allen, afirma que oitenta por cento do êxito consiste em aparecer. Mas é óbvio que para passarmos do ridículo ao êxito na arte de aparecer, faz-se necessário uma boa dose de planejamento e estratégia, que são os pilares do **Marketing Pessoal**, ou seja, como se destacar em meio a tantos e atingir o sucesso global. Para isto destaque algumas delas a seguir, lembrando que em todo processo de desenvolvimento pessoal é importante preservarmos nossas características, evitando a busca de ser aquilo que não somos.

O primeiro passo é construir uma auto-imagem positiva e otimista. As pessoas esquivam-se daqueles que estão sempre mal humorados ou torcendo para tudo dar errado.

Como nos ensina as sucedidas estratégias do marketing tradicional, todo produto necessita de uma boa embalagem. Portanto, cuide da sua comunicação e apresentação pessoais, pois são os seus cartões de visitas.

Demonstre iniciativa, persistência e motivação em tudo que faz. Certamente isto trará a atenção das pessoas, identificando-o como alguém interessante e interessado. Fique atento ao **Feedback**. Saber o que as pessoas pensam a seu respeito pode ajudar a mudar pequenos hábitos e costumes, se necessário.

Muitas vezes pela pressão do dia-a-dia, esquecemo-nos das pessoas consideradas "sem importância", como o porteiro, a faxineira, o guarda, o manobrista, o atendente etc. Porém, imagine o mundo sem o trabalho e a dedicação destas pessoas? Muitas vezes, um simples "bom dia" é o suficiente para tocarmos o coração das pessoas e cativá-las para sempre. Lembre-se: todos são importantes e assim devemos nos sentir!

Outra estratégia interessante para o aprimoramento diário é utilizar a técnica do benchmark. Normalmente utilizado pelas empresas, podemos adaptá-la, fazendo o benchmark de pessoas que admiramos, ou seja, aprender com elas como desenvolver as características que as tornam tão especiais.

Seja justo e pontual com seus compromissos. Atenda as pessoas rapidamente, se não for possível pessoalmente, escreva, telefone, mas responda as chamadas depressa!

Saiba atender um pedido, auxilie, preste ajuda. Muitas vezes uma ajuda desinteressada pode transformar-se em uma grande amizade ou a conquista da admiração pelas demais pessoas.

Tenha prazer no que faz e faça com prazer, pois se você não fizer por você, quem o fará?

Tente sinceramente não dizer nada negativo ou de julgamento sobre outra pessoa durante todo um dia. Se você conseguir, tente outro dia. A disciplina verbal pode se tornar um hábito e vale a pena.

Venda corretamente sua imagem: ser competente e parecer competente!

Com todas estas estratégias em mãos, utilize o bom senso para distinguir aquilo que é possível fazer, aquilo que não irá comprometer sua essência. Sem dúvida, o Marketing Pessoal é uma técnica eficaz para o sucesso global, mas se utilizada de forma correta e bem intencionada, valorizando as pessoas no caminho para o sucesso pessoal e profissional.

Para finalizar, vale refletir sobre o que o jornalista Whit Hoss escreveu: "*Sucesso é acordar de manhã - não importa quem você seja, onde você esteja, se é velho ou se é jovem - e sair da cama porque existem coisas importantes que você adora fazer, nas quais você acredita, e em que você é bom. Algo que é maior que você, que você quase não agüenta esperar para fazer hoje*".



# MARKETING PESSOAL VERSUS SUPEREXPOSIÇÃO

*por Rogerio Martins*

Você realmente sabe o que é **Marketing Pessoal**? Ainda tem muita gente que por aí confundindo marketing pessoal com superexposição. Uma coisa é uma coisa e outra coisa é outra coisa, como diria uma amiga minha. E veja que são coisas bem distintas, mas, acredite se quiser, tem profissional que confunde tudo. Deve ter lido em algum lugar ou escutado algum consultor ou amigo dizendo que tem de se promover e pronto: catástrofe. Cria-se mais um monstro da superexposição.

Para colocarmos as coisas em ordem, vale lembrar que marketing pessoal é uma ferramenta para o gerenciamento da imagem pessoal e profissional. Serve para melhorar a imagem que as pessoas têm a respeito de alguém, por exemplo. No trabalho o marketing pessoal pode ser utilizado como forma de valorização das atividades que um indivíduo executa. Ele faz, ele divulga. Ele cria um projeto, ele apresenta. Obviamente que estes exemplos são apenas uma vaga idéia do potencial que está por trás das diversas técnicas que esta ferramenta proporciona.

O fato é que algumas pessoas exageram na dose e acham que estão fazendo marketing pessoal. É como o bêbado social: enche a paciência de todo mundo com aquelas piadinhas sem graça e acredita que está agradando. A todo instante “querem aparecer” e isso mais atrapalha do que ajuda.

Uma das premissas do marketing pessoal é justamente saber dosar a exposição. De menos, você não será lembrado. Aquela vaga tão sonhada ou a promoção que estava por vir, não chegará. É preciso que as pessoas realmente saibam do seu potencial, das suas qualidades e qualificações. Ninguém quer ou vai adivinhar, é preciso mostrar. Para isso é necessário criar estratégias de exposição. Saber estar nos lugares certos, participar dos eventos e reuniões mais estratégicos e, mais do que tudo, agir naturalmente.

Agora, quando a exposição é demasiada cria-se um outro problema: o “mala”. Com tudo que tem direito: sem alça, sem rodinhas, pesada e velha. Ninguém agüenta! Sabe aquele cidadão que quando chega na rodinha do café todo mundo vai embora porque lembrou de alguma coisa pra fazer? Na verdade, todos estavam é querendo fugir daquela pessoa chata que só conta vantagem, só fala de si mesmo, que olha para o próprio umbigo o tempo todo. Mesmo quando não há a oportunidade para falar ele resolve abrir a boca.

Para não ser taxado de mala é preciso tomar alguns cuidados. O primeiro é fazer uma auto-análise profunda. Muitas vezes isso não é possível sozinho, pois a tendência é não enxergar o que faz de errado. Se for o caso pergunte para um amigo próximo, uma pessoa de confiança ou a ajuda de um profissional, um consultor de imagem. Avalie como está sua exposição. Faça o teste da rodinha do café.

Em segundo lugar tenha em mente que cuidar da imagem pessoal é preciso observar. Veja aquelas pessoas que são bem sucedidas. O que elas fazem? Como se comportam? Converse com elas, sinta o que elas transmitem a você. Nunca copie, mas aprenda com elas.

E por último esteja aberto para as críticas. Ouça, reflita, filtre e mude sempre que necessário. Vivemos um mundo de intensa transformação. Precisamos nos adaptar às mudanças do mundo ou ficamos para trás. Transforme-se, seja melhor para si mesmo. Cuide da sua imagem, da sua exposição e faça o marketing pessoal correto. Sucesso!

# ETIQUETA NA VIDA PROFISSIONAL

As novas exigências da realidade empresarial estão levando o profissional deste final de século a relacionar-se com um número cada vez maior de pessoas, com menor formalismo. Nesse ambiente, saber comportar-se adequadamente em almoço de negócios, reuniões ou mesmo no local de trabalho passou a contar pontos valiosos na construção da imagem profissional. A proliferação dos manuais de boas maneiras para executivos mostra que, apesar dessas exigências, o mundo dos negócios é um terreno fértil para as gafes, e quem quiser manter-se competitivo no mercado deve aprender rapidinho a evitá-las.

"Ninguém duvide da importância da etiqueta na vida profissional", aconselha Célia Ribeiro, autora do livro *Boas Maneiras & Sucesso nos Negócios*. "Até mesmo na competição por uma vaga no mercado de trabalho, entre dois candidatos igualmente capacitados, tem maiores chances aquele com boa apresentação e que saiba comportar-se". As dicas são muitas e variadas. Algumas situações, pela frequência com que ocorrem na vida profissional, exigem maior cuidado. Entre elas:

**(1) Cartão de Visitas** - Seu uso é freqüente e, muitas vezes, inadequado. Em um encontro de negócios nunca se deve sair distribuindo cartões a torto e a direito. Deve-se entregar apenas a uma pessoa que se acabou de conhecer e nunca, nunca mesmo, deve-se dobrar a ponta.

**(2) Pontualidade nos Compromissos** - Uma regra básica que, apesar de indispensável, é uma das mais desrespeitadas. Para profissionais e executivos atrasar-se em um encontro ou reunião de negócios é uma atitude injustificável. Segundo Célia, simplesmente não se pode atrasar, salvo se ocorrer uma situação absolutamente imprevisível. E, neste caso, é preciso telefonar avisando.

**(3) Uso do Celular** - Telefonar, aliás, é um verbo que costuma ocupar pelo menos um capítulo nos manuais para executivos, por ser um campo vastíssimo de infrações às boas maneiras. Em almoços de negócios, reuniões de empresas ou encontros com clientes deve-se evitar sacar o celular e engatar um bate-papo, deixando os presentes como espectadores de um "show" que não pediram para ver. A única exceção pode ser aberta quando se está aguardando uma notícia importante e, mesmo assim, as pessoas em volta devem ser avisadas e se deve pedir licença para atender a chamada. Percy Barnevik, presidente mundial da Asea Brown Boveri, tem uma definição dramática para isso: "só se justifica deixar o celular ligado durante um almoço de negócios se você estiver esperando a notícia da morte de sua mãe".

**(4) Telefonemas** - Ainda no quesito telefonemas, é importante lembrar-se sempre de retornar todas as ligações recebidas que não se pôde atender pessoalmente. Não fazer isto é considerado falta de educação e pode vir a atrapalhar as relações profissionais.

**(5) Desatenção** - Ser desatento com o interlocutor, olhando insistentemente para os lados durante um almoço ou evento, como se não se pudesse perder um lance do que acontece em volta, é um dos pecados mais graves. Gafe gravíssima.

**(6) Memória Falha** - Ninguém está livre de esquecer o nome da pessoa com quem está falando. Nesses casos, a regra é apenas uma: esforçar-se para lembrar ou conseguir a informação de alguma maneira. Deve-se evitar a pergunta clássica: "qual é mesmo o seu nome?". Para o esquecido, é uma desatenção muito grande.

**(7) Estrangeiros** - Regras de etiqueta são como moeda, mudam de país para país. O ideal, para quem vai ter contato com profissionais de outros países, é procurar informar-se sobre alguns hábitos culturais dos visitantes. Um dos erros mais comuns dos brasileiros é saldar americanos, japoneses ou europeus com beijos e abraços. Para eles, esse tipo de atitude é embaraçosa, além de não ter significado algum. O correto é esperar que os visitantes estendam a mão.

# DICAS DE ETIQUETA E COMPORTAMENTO

## *Regras para Cumprimentar e Apresentar Pessoas*

As regras de etiqueta são uma espécie de código através do qual nós informamos aos outros que somos preparados para conviver harmoniosamente no grupo. Essas regras tratam basicamente do comportamento social, e englobam desde o modo de vestir-se adequadamente às diversas ocasiões, até os modos de comer, de freqüentar ambientes públicos e, principalmente, de como se relacionar com as pessoas. Por isso, vamos começar falando da etiqueta dos cumprimentos e apresentações.

Há uma regra básica para todos os tipos de apresentação: quem quer que esteja se apresentando ou sendo apresentado, deve sorrir e olhar a pessoa nos olhos. Seriedade e tensão não funcionam bem nas apresentações. Outra regrinha diz que:

"A pessoa mais importante é quem recebe a outra e tem seu nome dito primeiro. No meio empresarial, é interessante dar ao cliente essa importância maior."

Outra coisa importante que deve ser observada — tanto por homens como por mulheres — é que o tapinha nas costas e os beijinhos devem ser evitados sempre, a menos que haja grande intimidade entre eles e a ocasião permita esse tipo de carinho. Pode ocorrer, também, que a pessoa apresentada — por uma questão de descortesia — não estique a mão para receber o cumprimento. O que fazer? Se ao esticar a mão para apresentar-se a alguém, ela não retribuir esse gesto, retire a mão mas continue a apresentação. Esta atitude é a correta. Para apresentar alguém a um grupo, aproveite o momento em que estiverem reunidos e diga algo mais ou menos assim: "Oi, pessoal, queria apresentar a vocês a Luciana Forli, designer da Briattore, em Milão." Saiba também que nas apresentações para um grupo estão dispensados os apertos de mão.

Ao ser apresentado, se estiver sentada, a pessoa deve se levantar. Esta regra se aplica aos homens.

- Se não levantar-se, pode parecer que está desinteressado ou alheio.
- As mulheres, se estiverem sentadas, só devem levantar-se se a pessoa apresentada for a anfitriã ou uma senhora de idade.
- Quando lhe cabe apresentar alguém, diga o nome completo da pessoa e algo que propicie o início de uma conversa.
- O "olá!" e o "como vai?" são considerados cumprimentos padrões. Você não precisa usar aquele tradicional "muito prazer!"
- As mulheres também se cumprimentam apertando as mãos.



### *Uma dúvida muito comum*

Algumas pessoas ficam em dúvida na hora de apresentar o cônjuge. A principal, é sobre a expressão a ser utilizada: se esposo, esposa... marido, mulher. Independentemente se são casados ou não, o mais adequado é apresentar o parceiro como meu marido, ou minha mulher. Algo do tipo: "Olá, esta é minha mulher, Denise." É de bom tom e evita constrangimentos.

### *Pergunta indiscreta*

Nunca deve-se perguntar a uma mulher se ela está grávida. Se ela realmente estiver esperando um bebê não há problema, mas se, por outro lado, ela só tiver engordado, a situação é muito constrangedora.

### *Uma recomendação importante:*

Quando você se apresentar a alguém, não se intitule doutor, professor etc. Se você é doutor, professor ou magistrado, todos saberão no momento oportuno. Isso não é de bom tom na hora da apresentação. Você deve apenas dizer o seu nome.

### ***Etiqueta ao Telefone:***

Ter bons modos ao telefone pode fazer uma diferença enorme na carreira de uma pessoa. Veja a seguir como evitar alguns erros muito comuns, que são cometidos, inclusive por executivos experientes:

- Tenha sempre papel e caneta e anote os recados; pergunte se o outro pode falar naquele momento; desligue o celular em reuniões, eventos e locais públicos – a menos que esteja aguardando uma ligação urgente!
- Se o celular de outra pessoa tocar nunca atenda!
- Ao atender ao telefone, diga o seu nome e pergunte "em que posso ajudar?". Evite perguntar "quem fala?". Só faça esta pergunta se não conseguir identificar quem está falando.
- Se a pessoa se identificar usando o título de doutor, professor, etc., trate-o pelo título, nunca somente pelo nome.
- Enquanto estiver falando ao telefone, não faça outras coisas como digitar, mexer com papéis etc. A pessoa do outro lado, com certeza, vai perceber e pode achar que você não está lhe dando a devida atenção.
- Não coma enquanto estiver ao telefone. Mesmo o som de uma simples bala, chiclete ou pastilha é percebido pelo interlocutor e pode ser interpretado como pouco caso seu.
- Não tussa, espirre nem assoe o nariz diretamente diante do telefone. Desculpe-se e afaste-se do aparelho por alguns instantes.
- Se precisar deixar o aparelho por alguns instantes, coloque-o com cuidado sobre a mesa para não fazer barulho.
- Durante uma reunião na sua sala, se o telefone tocar, peça licença aos demais, atenda e, ao desligar, desculpe-se pela interrupção.
- Se você recebeu a ligação e precisa de algum tempo para dar uma resposta, comprometa-se a ligar, informando quando e a que horas telefonará.
- Já se foi você que fez a ligação, e a outra pessoa precisa de um tempo para dar uma resposta, pergunte quando e a que hora você pode voltar a ligar.
- Sempre que ligar ou atender o telefone, esqueça seus problemas pessoais.



Sua voz deve soar calma e agradável, por mais que esteja sobrecarregado de trabalho.

E lembre-se: quem faz a ligação deve desligar primeiro.

Esta regra só deve ser quebrada quando o outro estende demais a conversa e não percebe que está na hora de desligar, mesmo depois de você dizer que está muito ocupado ou que tem um compromisso urgente naquela hora.

Uma saída educada é interromper a conversa dizendo "foi um prazer receber sua ligação, mas eu preciso desligar". Se ele mesmo assim não desligar antes, você pode desligar primeiro.

### *Etiqueta na Secretária Eletrônica*

Os recados e as mensagens de gravação devem ser curtos. É inconveniente gravar uma trilha sonora demorada, ou deixar recados engraçadinhos. Da mesma forma, ao ser atendido por uma secretária eletrônica, as mensagens devem ser breves. Deixe registrado seu nome, dia e hora que ligou, um telefone de contato, e, se necessário, um resumo do assunto a ser tratado. Veja um exemplo:

Mensagem gravada:

"Olá, eu sou Rogerio Martins e esta é uma gravação. Por favor, deixe seu nome e telefone que eu retornarei a ligação em breve. Obrigado!"

Como deixar o recado:

"Dr. Rogerio, aqui é Otacílio Câmara, da GrafiSul. Preciso falar a respeito do Seminário em Brasília. Meu telefone é 60008888. Obrigado!"

### ***Dicas de almoço e jantar de negócios:***

- Almoço ou jantar de negócios: quem convida paga a conta;
- Opte por refeições e bebidas leves; lembre-se que a finalidade é comercial e não nutricional;
- Evite: palitar os dentes, mastigar com a boca aberta, cotovelos na mesa, olhar só para o prato, arrastar a cadeira, comer antes de todos estarem servidos, chamar o garçom por outro nome, usar o celular.

### ***Etiqueta no elevador:***

- Nos elevadores, o homem sempre deve segurar a porta para a entrada da mulher. Da mesma forma, os idosos têm a preferência.
- Se duas pessoas forem descer no mesmo andar, o homem, ou a pessoa mais jovem, deve abrir a porta para que a mulher ou o mais idoso saia do elevador.
- Em elevadores de empresas, o homem deve entrar após a mulher e permitir a passagem para que ela saia primeiro. Se o elevador estiver muito cheio e essa delicadeza representar incômodo para as pessoas, o homem deve pedir licença e sair primeiro.
- Qualquer pessoa que entra no elevador deve cumprimentar aqueles que já estão dentro.

# APRESENTAÇÃO PESSOAL

Competência é o que interessa, mas *o jeito de se vestir soma pontos na carreira*. Se você quer ser uma pessoa de sucesso, tenha a aparência de uma pessoa de sucesso. *Um guarda-roupa com peças adequadas e de boa qualidade não é vaidade, mas uma ferramenta de trabalho que categoriza o profissional*.

Qualquer um pode controlar a aparência em benefício próprio. Encare a roupa de trabalho como uma forma de exibir conceitos e códigos de valores seus e da sua empresa.

A chamada roupa de trabalho é diferente das escolhas para o final de semana ou lazer, onde incluir toques de moda é obrigação. A roupa profissional tem a tarefa de passar o conceito da empresa e um depoimento da pessoa que a está usando. Mas nem pense em vestir roupas caretas ou azul-marinho todo o tempo. Conforme dados das empresas de Recursos Humanos de seleção profissional, vestir roupas discretas ou muito tradicionais no trabalho podem vender uma imagem falsa e muito conservadora.

Porém, liberdade significa responsabilidade. Portanto, mesmo com *o casual* ditando algumas regras na hora de se vestir para trabalhar, o bom senso sempre valoriza o currículo. Como no ditado romano: “A mulher de César não basta ser honesta, mas também parecer honesta”.



# COM QUE ROUPA EU VOU?

por Rogerio Martins

Duas perguntas são freqüentes nos seminários que apresento sobre Marketing Pessoal por todo o Brasil:

- **A primeira imagem é a que fica?**
- **Qual a melhor roupa para eu usar no trabalho?**

Para responder às duas perguntas vou contar uma história que nos foi relatada por uma das participantes destes seminários.

Rita buscava um novo emprego há mais de quatro meses. Naquele momento trabalhava no departamento de informática de uma empresa de grande porte, mas não percebia perspectivas de crescimento profissional. Isto a desmotivava. Rita enviou diversos currículos, porém poucas foram as ofertas realmente interessantes.

Como o costume vigente na empresa para o vestuário era de sobriedade, Rita usava *tailleurs* e conjuntos clássicos, maquiagem leve (batom claro, rímel nos olhos), saias sempre na altura dos joelhos, acessórios elegantes e discretos, e blusas que compunham o visual com classe e credibilidade. Todos os colegas a viam como uma pessoa competente.

Numa sexta-feira Rita recebeu uma ligação logo pela manhã. A gerente de Recursos Humanos de uma empresa multinacional ligou para agendar uma entrevista para aquele mesmo dia.

“Não poderia ser outro?” – perguntou Rita a si mesma.

A empresa em que trabalhava tinha instituído o “*casual day*” às sextas-feiras havia dois meses. Como Rita trabalhava internamente sem visitar clientes externos, também aderiu àquela prática com entusiasmo.

Neste dia, por conta do “*casual day*”, Rita estava com uma calça *jeans*, sapatos baixos ao estilo *dockside* e uma blusa com estampa floral. Tudo perfeitamente adequado para o ambiente casuístico da organização naquele dia.

Rita sabia que se comparecesse vestida daquela forma logo na primeira entrevista transmitiria uma primeira impressão de descaso, desleixo e até de incompetência. Se fosse para casa trocar de roupa iria se atrasar. Conseqüentemente, também prejudicaria sua imagem diante de uma empresa que a interessava muito.

“E agora, o que fazer?” – pensou novamente naquela fração de minuto.

- Podemos agendar para outro dia? – perguntou desconcertada.

- Não! - respondeu enfaticamente a gerente de Recursos Humanos - estamos concluindo o processo seletivo e seu currículo foi muito bem indicado, por isso estamos abrindo esta exceção para entrevistá-la hoje – continuou.

Aqui cabe uma pausa para reflexão: o que você faria no lugar de Rita? Coloque-se na posição dela e imagine sua reação. Era uma oportunidade que poderia mudar sua vida profissional. Não sabemos como são os valores desta empresa e do entrevistador quanto à apresentação pessoal, ou melhor, quanto à vestimenta adequada para aquele novo ambiente. Também não temos noção de como a gerente de Recursos Humanos reagiria se houvesse um atraso para a entrevista.

Muitas dúvidas? Ótimo, pois não há uma resposta pronta, mas diversas formas de abordar esta mesma situação. Vou apresentar duas. Uma que foi a escolhida pela nossa “heroína” e outra que ilustrarei como alternativa. Cabe a você, leitor, analisar ambas e sentir qual tem a ver com seu

perfil. Se possível, pense em outras respostas, mas sempre lembrando que uma primeira imagem bem sucedida abre muitas portas. Uma impressão ruim logo de início é muito mais difícil de ser revertida. Portanto, a primeira impressão pode não ser a que fica, mas marca profundamente a ponto de favorecer ou prejudicar o alcance de seus objetivos.

Vemos isto ocorrer em nosso cotidiano com políticos, artistas, empresários, atletas renomados e também com pessoas de nosso convívio diário. Quantas destas pessoas tiveram suas carreiras afetadas por uma imagem negativa causada logo no primeiro contato? Uma exposição infeliz pode acarretar sérios danos na imagem que pretendemos construir ao longo de nossa carreira profissional.

Voltando ao nosso caso, Rita tomou a seguinte decisão: passou em um shopping center próximo do trabalho e comprou roupas novas e adequadas à entrevista. Chegou no horário marcado e com uma apresentação pessoal mais sóbria. Isto reforçou sua confiança no momento da entrevista, a ponto dela comentar com a entrevistadora sobre a situação que passou ao final do processo. Este comentário rendeu-lhe uma boa impressão perante a gerente, pois demonstrou jogo de cintura, capacidade para resolver situações inesperadas e criatividade. Aliados ao seu excelente currículo, estas características fizeram com que Rita conseguisse o emprego e sua história serve de *benchmark* para todos nós.

Mas você deve estar se perguntando: muito bem, mas se não houver um shopping center aqui por perto ou condições financeiras para arcar com esta compra? O que pode ser feito?

É aí que apresento uma alternativa. Sabemos que agendar para outro dia é impossível. Atrasar-se logo no primeiro contato é totalmente descartável. Uma das possibilidades é falar com o entrevistador ainda pelo telefone e explicar a situação. Com isto você evita chegar na entrevista de forma a causar uma surpresa para a outra pessoa. Garante também que você conhece a importância da apresentação pessoal e respeita os valores daquela organização. É possível transmitir uma boa impressão já ao telefone. Para isto trate o caso com naturalidade, demonstrando interesse, disposição e segurança. Como? Bem, isto é assunto para outro artigo.

Para concluir, lembro a famosa frase de **Vinícius de Moraes**: “as feias que me desculpem, mas beleza é fundamental”. No nosso caso faço uma importante alteração para complementar a resposta às questões iniciais: “os despreocupados com a aparência que me desculpem, mas apresentação pessoal é fundamental.”

# DICAS DE VESTIMENTA

## *Dicas importantes ao vestir no ambiente de trabalho:*

- Na dúvida opte pelo clássico; cuidado com a moda e os modismos
- Cores escuras emagrecem e passam sobriedade e segurança; cores claras engordam e passam descontração; faça uma composição que equilibre estes dois fatores
- Invista em roupas discretas em cores harmoniosas para realçar sua competência e não seu corpo
- Cuidado com o perfume! Nem muito e muito menos nenhum
- Escolha relógio e acessórios que complementam sua roupa; cuidado com os excessos; a gravata também é um acessório

## *Dicas para as profissionais modernas*

- Aposte nos básicos modernos, peças combináveis entre si, tecidos que não amassem e nem atrapalhem os movimentos.
- Escolha peças práticas, econômicas e versáteis, que não interfiram no estilo individual e tipo de trabalho.
- Adote tendências com critério, sem carregar na sobriedade e nem escorregar nos exageros.
- Tempo é dinheiro. Invista em roupas que enfrentem qualquer ocasião e dispensem o ferro de passar.
- Aprenda a avaliar se o que mostram as vitrines de moda de fato combinam com seu tipo físico e seu ambiente de trabalho.
- Roupas clássicas de boa qualidade duram até cinco anos impecáveis e, por isto, valem o preço.
- Vista-se para se sentir confortável, apreciada e adequada. Opte por roupas que priorizem versatilidade, e não só a beleza.
- Profissionalmente, sempre é *melhor chamar a atenção pela elegância do que pela ousadia ou irreverência.*
- Prefira cores discretas, neutras e sem estampas marcantes e também peças ou conjuntos inteiros, fáceis de vestir e melhor para combinar.
- Imprima as tendências da moda nos acessórios e use roupas básicas fáceis de portar e econômicas na manutenção.
- Use sapatos confortáveis e com saltos médios ou sandálias mais fechadas.
- Se você lida com o público, sua imagem deve comunicar eficiência e gentileza (roupas básicas, poucos complementos).
- Caso trabalhe num escritório de advocacia ou em outro ambiente sóbrio, sua imagem pede maneiras discretas e roupas mais formais.



- Agências de publicidade, empresas de marketing, o mundo da moda e escritórios de arquitetura permitem trajes criativos e aceitam estilos mais ousados.
- Para negociar com clientes conservadores, um *tailleur* ou roupa escura e acessórios discretos transmitirão seriedade e segurança.
- Já a apresentação de um projeto inovador pede roupas de corte moderno, cores fortes e acessórios inventivos para imagem e idéia não colidirem.
- Para se adaptar a ambientes mais sóbrios, as mais jovens podem dar um toque nas roupas básicas, inventando combinações inéditas e usando acessórios leves e coloridos.
- De modo geral, quem escolhe peças básicas para trabalhar pode imprimir o tom de cada estação aos acessórios, mas não deve exagerar nos complementos.

### ***Dicas para a executiva de sucesso***

- Para a mulher que ocupa posição de destaque, a roupa clássica é sempre a grande solução. Mas não confunda clássico com antigo: o estilo vale sempre, mas deve ser renovado e atualizado.
- Até mesmo a moda clássica das executivas acompanha as mudanças no comportamento. Com a valorização do corpo, as formas ajustadas trazem saias sensatas, na altura do joelho, e paletós mais acinturados.
- As cores claras são energéticas, mas as escuras tradicionalmente projetam uma aura de poder.
- Austeridade demais também pesa. Amenize, jogando acessórios ou desmembrando o *tailleur* com novas parcerias. Lembre-se: os acessórios e complementos podem ser arrojados, mas a peça principal deve ser comportada.
- Um bom paletó é indispensável. Pode ser usado sobre uma saia, calça ou vestido. Roupas mais estruturadas, de linhas rígidas, impõem autoridade.
- Se o seu trabalho permite, use e abuse das calças. Elas escondem e insinuam as pernas e, usadas com paletó e camisa aberta, são modernas e discretas.

### ***PERIGO: o que evitar no ambiente de trabalho***

- Explorar tendências modernas na roupa de trabalho. Estar na moda é menos importante que representar bem o seu negócio, a não ser para profissionais do setor “*fashion*”.
- Excesso de produção que pode comprometer o conforto e a imagem profissional.
- Trajes exóticos ou descontraídos demais, destoando do ambiente.
- Sobrepor cores ou estampas em uma aquarela que pode cansar.
- *Usar justos, curtos, transparências, fendas e decotes. Discrição no trabalho não é apenas recomendável, mas imprescindível.*
- Roupas que envelhecem o visual ou muito “*lolitas*”.
- Atenção especial a detalhes como: lingerie aparecendo, saltos altíssimos, bainhas malfeitas, roupas manchadas ou amassadas, muita maquiagem ou cara lavada, cabelos maltratados, unhas muito longas ou mal cuidadas, perfume demais, meias desfiadas, mini-saia, bermudas,

sapatos, bolsas e cintos em mal estado de conservação, excesso de bijuterias, brilhos e roupas que “marquem” as formas.

- Para ser levada a sério, a profissional feminina não precisa vestir-se de homem. Mas é bom deixar para os embalos de sábado à noite os decotes audaciosos, as mini-saias, as roupas colantes e os saltos altíssimos e finíssimos, a não ser que seu trabalho exija roupas sedutoras.

## ***A profissão e o sapato certo***

Algumas profissões exigem sapatos adequados e confortáveis. Outras pedem modelos mais formais ou até mesmo sapatos de salto (que o bom senso aconselha não deixar que ultrapassem cinco centímetros).

Executiva: lembre-se de que seu colega homem não comparece ao trabalho usando sandálias ou sapatos chamativos (além de não reclamar por ter que usar sapatos fechados!). Para dar o mesmo pique ao visual, escolha escaarpins, mocassins e uma coleção de sapatos mais fechados. Mesmo sendo a bossa do verão, a sandália deve ficar reservada às horas de lazer.

Publicitária, arquiteta, comerciante, artista plástica: Estas profissionais gostam de roupas básicas, e os sapatos não precisam acompanhar modismos. Aposte na criatividade, sem cair no exagero, e nos modelos em estilo masculino.

Professora, atleta: Use sapatos de saltos mais baixos e confortáveis. A moda permite muitas possibilidades de sapatos baixos charmosos e que completam com elegância o visual.

Médica, enfermeira, profissional da área de saúde: Quando o branco vira moda na estação, aproveite para fazer um estoque de modelos básicos e confortáveis (tênis, mocassins, sapatilhas e escaarpins).

Produtora de moda, modelo, dona e vendedora de loja, estilista: Estar ligada nas propostas de moda de cada estação é obrigação profissional. Portanto, assimile os sapatos modernos como um cartão de visitas para seu trabalho.



## **Cores para homens – como combinar**

- Homens de cabelos e olhos escuros e tez morena combinam com trajes marinho, verde musgo ou castanho. As camisas são em marfim, azul claro, branca, bege claro
- Homens de cabelos, pele e olhos claros: trajes em qualquer tom de azul, verde escuro ou de cinza, com camisas em tons de azul médio, beges e cinza pálido.
- Homens de cabelo grisalho devem usar trajes em tons de cinza, marinho bem escuro ou preto, com camisas brancas, rosa ou listrada em cinza.
- Para homens de pele escura, afro-brasileiros, use traje azul médio, marinho, cinza médio e preto (risca-de-giz), combinando com camisas brancas, marfim ou azul-claro.
- Para homens orientais, os ideais são os ternos marinhos, castanhos e cinza asfalto, usados com camisas claras que não sejam variantes do cáqui ou amarelo.



## ***Roupa de trabalho***

A roupa de trabalho pode não fazer o monge, mas ajuda a conquistar os locais sagrados. A maneira como uma pessoa se veste pode ser uma pista para saber se ela se respeita, se é desleixada, se tem disciplina, é social ou introvertida, dinâmica, moderna, clássica ou até um narcisista de plantão.

## ***Peças básicas de um guarda-roupa formal:***

O figurino básico ideal para um executivo pode ter cinco ternos ou costumes (dois marinhos de modelos diferentes, um cinza escuro, um preto e outro mais claro para ocasiões menos formais), dez ou doze camisas sociais (quatro ou cinco brancas) e sete gravatas, para variar durante a semana.

## ***Evite sempre que puder:***

- Meias claras e brancas com trajes escuros. A meia deve ser um prolongamento da calça ou do sapato.
- Mangas e calças curtas ou volumes exagerados.
- Sapato esporte com traje completo.
- Roupas variando muito de acordo com a ocasião.
- Perfumes mais fortes. Para o dia-a-dia prefira colônias frescas.

# OS DEZ MANDAMENTOS PARA NÃO ERRAR NA ROUPA DE TRABALHO

1. Os colarinhos sociais e esportivos são os sinais mais visíveis da elegância de um homem. Maiores que o pescoço desabam qualquer rosto. Apertados, sufocam o visual.
2. A combinação da camisa com a gravata pode demonstrar atitude moderna ou decepcionar de cara. Estes itens devem ser atualizados a cada estação, como as bijuterias femininas.
3. Os ombros do paletó devem ser naturais. Maiores ou menores criam um ar "desmontado" ou desconfortável.
4. As mangas devem cair impecáveis em camisas e paletós com os comprimentos certos. Curtas deixam qualquer um deselegante ou mesmo cafona. Compridas, acabam com qualquer sinal de elegância. E não basta dobrar as mangas para dentro. O conserto deve ser feito por pessoas especializadas.
5. A largura do casaco deve ser do tamanho do corpo. Justo demais parece que encolheu na lavagem. Largos, engordam e deixam a silhueta mais baixa.
6. Use botões discretos e, sempre que possível, abotoados.
7. O comprimento dos casacos não deve passar muito das nádegas e nem ser muito curto. Quanto mais longo, menores parecem as pernas.
8. Calças também definem a elegância. As modelagens de volume moderadas para o ajustado são as que vestem eternamente bem.
9. O comprimento das calças, especialmente as formais, deve ter a bainha marcada corretamente. Curtas comprometem, longas demais acabam com o visual.
10. Escolha sapatos adequados ao tipo de roupa. Os amarrados combinam com tudo, até com roupas informais. Os esportivos só se prestam a produções informais. Atenção com as meias. Na dúvida, combine com os sapatos.



# APARÊNCIA IMPORTA, SIM

*Por Daniela Diniz*

Dois segundos. O tempo que você leva para dizer bom-dia a um headhunter é exatamente o tempo de que ele precisa para formar a primeira impressão sobre você. Os dados são de uma pesquisa da Universidade Harvard e, no mundo dos negócios, podem ser traduzidos assim: sua aparência é tão importante quanto a sua formação e experiência profissional. Se o visual não agradar, pode dizer adeus àquele cargo que você tanto deseja. Porque ele jamais será seu. Numa entrevista de emprego, não tem currículo, plano de carreira e referência profissional que resistam à má impressão provocada por um terno de segunda, um decote exagerado ou uma maquiagem carregada. Num primeiro olhar, são esses pecados que grudam no subconsciente da pessoa que está lhe avaliando. E é praticamente impossível conseguir arrancá-los de lá.

Foi exatamente isso o que mostrou um teste feito com exclusividade para esta reportagem, para verificar até que ponto o visual interfere na contratação. A pedido da VOCÊ S/A, dois executivos paulistas passaram pela avaliação de quatro recrutadores (dois homens e duas mulheres): Sabrina Carbone, de 35 anos, executiva de marketing com especialização na Universidade da Califórnia-Santa Bárbara, e Emerson Walter dos Santos, de 29 anos, executivo de marketing com MBA Executivo pelo Ibmecc. Os headhunters analisaram currículo, aparência, experiência, comunicação e adequação a uma vaga fictícia, criada por nossa equipe.

Nas duas primeiras ocasiões, os dois usavam roupas, sapatos e acessórios inadequados para uma entrevista de emprego. Nas outras, estavam cuidadosamente vestidos e maquiados, seguindo as orientações da consultora de imagem Ilana Berenholz. O resultado deixou todo mundo de queixo caído. Com o mesmo currículo e a mesma experiência profissional, os dois arrancaram elogios de uma das duplas de headhunters e várias críticas da outra. A única diferença de uma entrevista para a outra era exatamente a aparência.





Para começo de conversa, numa das empresas Sabrina não ganhou nem cafezinho quando estava mal produzida. No quesito aparência, ela foi criticada pelo decote profundo, pelo terno justo e de cor clara, pelos acessórios brilhantes e pela maquiagem pesada. Os dois headhunters que a avaliaram nessa versão não ficaram impressionados com seu currículo, nem se deram ao trabalho de conversar com ela em inglês, procedimento rotineiro numa seleção desse porte. Ambos foram taxativos: não encaminhariam a executiva para nenhuma das empresas que atendem. "Parecia que ela ia para uma festa e não para uma entrevista de emprego", disse um deles. Com Emerson, o desastre se repetiu. Quando foi indagado sobre o visual do profissional, um dos headhunters disparou uma metralhadora contra o executivo. "Ele estava malvestido e com ar de cansado. Dava para perceber que o terno era novo, mas inadequado para a ocasião e para o próprio profissional. Vestia mal e ficava ainda pior com a camisa de tom amarelo-claro e o prendedor de gravata! Sem falar naquela pasta horrível e no sapato com solado de borracha." Resultado: desclassificado.

Um dia depois, Emerson e Sabrina foram entrevistados por dois outros headhunters. Ela usava terninho preto de uma conceituada grife brasileira, escarpim preto de salto médio, acessórios e maquiagem discretos, cabelo na escova. Ao vê-la entrar, um dos recrutadores disse que ficou convencido de que ela justificaria um salário de 15 000 reais, mesmo antes de entrevistá-la. Outro revelou que, apenas com o currículo em mãos, não tinha ficado muito curioso para conhecê-la. "Mas, quando a vi, pensei: 'Ela vai ter uma boa justificativa para sua vivência profissional e deve ter boas histórias para contar'." Emerson não deixou por menos. Vestiu terno cinza-escuro, camisa branca, gravata de seda e sapatos pretos de amarrar. Transmitiu tanta credibilidade que um dos headhunters perguntou se podia ficar com seus contatos para o caso de surgir uma vaga de verdade, em uma das empresas com que trabalha. Tanto ele como Sabrina disseram que, quando estavam clássicos e elegantes, conseguiram o dobro do tempo nas entrevistas e passaram pelo teste da conversa em inglês. "Me senti muito mais valorizada. Quando estava malvestida, a entrevista mais parecia um check-list", diz Sabrina.

	
<p><b>CAMISA</b> branca  <b>GRAVATA</b> de seda com listras diagonais e nó Windsor (clássico)  <b>BOTÕES</b> Último botão do terno aberto  <b>TERNO</b> de cor escura, de tecido adequado: lã fria com padronagem discreta  <b>BAINHA</b> na medida certa  <b>SAPATO</b> preto de amarrar</p>	<p><b>CABELOS</b> com escova  <b>MAQUIAGEM</b> discreta em tons de marrom  <b>CAMISA</b> branca sem expor o colo  <b>TERNO</b> clássico e escuro, com detalhes sutis  <b>ANEL</b> Discreta peça de designer: toque de personalidade sem perder a classe  <b>BOLSA</b> média, preta e discreta  <b>BAINHA</b> na medida certa  <b>ESCARPIM</b> preto com salto médio</p>

## OS FEIOS QUE ME DESCULPEM...

O teste é uma mostra do que acontece diariamente nos processos seletivos realizados Brasil afora. VOCÊ S/A ouviu alguns dos principais headhunters do país sobre a questão da aparência. E o que eles revelaram não é muito diferente do que Emerson e Sabrina sentiram na pele. "A primeira impressão conta muitos pontos na seleção", diz Renata Filippi Lindkuist, headhunter da Mariaca & Associates, consultoria de recrutamento e aconselhamento de carreira, em São Paulo. "O executivo feio, baixo, fora dos padrões básicos de beleza precisa estar impecavelmente vestido para ganhar mais tempo na entrevista e provar sua competência. "Em contrapartida, os bonitos já são recebidos com bônus. "Você não espera alguém lindo na sua sala. Mas espera alguém adequado para uma entrevista", afirma Carlos Diz, sócio do Instituto de Liderança Executiva, no Rio de Janeiro, e ex-sócio da SpencerStuart, uma das maiores empresas de recrutamento do mundo. "Estar bem vestido nessa hora faz muita diferença, pois você mostra para o entrevistador que está preocupado com a imagem que está passando", explica.

A preocupação dos headhunters com a aparência dos candidatos é tanta que rendeu um capítulo inteiro do livro *Como Conquistar Uma Ótima Posição de Gerente ou Executivo... E Dar Um Salto Importante em Sua Vida Profissional* (Editora M. Books), da consultora Sharon Voros, recém-lançado no Brasil. Num dos trechos, a autora descreve o comportamento dos headhunters norte-americanos antes de conhecer um profissional. "Alguns dos momentos mais tensos acontecem no aeroporto, onde os recrutadores costumam marcar reuniões com os candidatos", escreve Sharon. Quando os passageiros desembarcam, todo headhunter torce para que o seu candidato seja alto, bonito e muito elegante. Exatamente como no Brasil. Alguns dos recrutadores entrevistados para esta reportagem dizem fazer até apostas sobre o candidato que seus clientes vão escolher. "Nem sempre é o melhor", diz uma ex-headhunter paulista, com 15 anos de experiência em seleção de altos executivos. Ela conta que uma vez apresentou cinco profissionais para um cliente. A seleção estava na etapa final, o que significa que todos eles apresentavam um ótimo padrão de competência e adequação ao cargo. "Um deles tinha o melhor perfil. E nós sabíamos disso. Mas sabíamos também que ele não seria o escolhido, pois tinha uma grande cicatriz no rosto", lembra. "Entre os cinco, havia um que, além de competente, era muito bonito. Sem dúvida, ele foi o escolhido."

Outro experiente headhunter conta que, uma vez, ficou muito impressionado com o currículo de uma candidata. Ao entrevistá-la por telefone, sentiu a mesma energia positiva. No dia da entrevista pessoal, porém, veio a grande **decepção**. "Ela estava preparada para sair à noite e não para uma entrevista", lembra. "A roupa era justa e tinha um decote muito exagerado. Apesar de excelente, não poderia apresentá-la para meu cliente." Sim, eles prestam atenção em todos os detalhes. Todos mesmo. Antes de apresentar um ótimo candidato ao cliente, uma consultora paulista preocupou-se em avisar o representante da empresa: o profissional tinha um furo na orelha. Não usava brinco, mas tinha um furinho comprometedor. "O cliente disse que não havia problema e que o candidato era muito bom. Mas que não iria contratá-lo porque não havia a tal química entre eles. Entendi muito bem o que isso significava", diz ela.

## BONITOS E RICOS

Uma boa aparência não garante apenas uma vantagem competitiva numa seleção de emprego. Profissionais considerados bonitos e elegantes também costumam ganhar mais e conquistar as melhores posições. Estudo conduzido pelos economistas americanos Daniel Hamermesh e Jeff Biddle avaliou o impacto da aparência nos ganhos dos executivos. A pesquisa mostrou que quem estava abaixo do padrão de beleza recebia 9% a menos por hora e quem estava acima do padrão ganhava 5% a mais. O economista sênior do Federal Reserve de Saint Louis (uma das unidades do banco central norte-americano) Michael Owyang, aprofundou um pouco mais a questão. Segundo ele, as diferenças entre os salários dos mais bonitos e mais feios são resultados de uma queda na

produtividade dos menos favorecidos. A explicação de Owyang é que quanto mais bonita for a pessoa, mais confiante e confortável ela se sente e, portanto, mais produtiva ela é.

Economistas parecem adorar essa questão. Nicola Persico, Andrew Postlewaite e Dan Silverman, das universidades da Pensilvânia e Michigan, nos Estados Unidos, realizaram um estudo sobre a relação entre os salários e a altura dos executivos. A partir de análises com americanos brancos, chegaram à conclusão de que cada 1,8 ponto percentual acrescentado ao salário correspondia a 1 polegada a mais na altura. Uma pesquisa do jornalista norte-americano Malcolm Gladwell, autor de *Blink -- The Power of Thinking Without Thinking* (Ed. Hardcover), com os CEOs das 500 maiores empresas americanas listadas na revista Fortune parece comprovar a teoria. Na totalidade, os CEOs são aproximadamente 3 polegadas (cerca de 7,5 centímetros) mais altos do que a média do homem americano.

## PRECONCEITO?

Você pode estar pensando que as histórias acima refletem sobretudo o preconceito que reina no meio corporativo. É verdade. Há, sim, um estereótipo a ser preenchido quando se está à caça de executivos. E isso pode ser uma tacada perigosa no jogo da contratação. "O preconceito existe, sim. É natural do ser humano. Se você acha uma pessoa interessante, há uma predisposição para encontrar pontos positivos nela", diz o psicólogo Moacir Carlos Silva, do Instituto Sedes Sapientiae, em São Paulo, especializado em comportamento organizacional. "É muito importante que o headhunter se cerque de outros dados objetivos, para não comprar uma fraude", afirma.

Os recrutadores concordam e procuram ressaltar que o que está em jogo não é apenas a aparência. Ela conta muito, mas está longe de ser o único fator avaliado. "**Beleza abre portas, mas isso não significa que a pessoa vai tê-las sempre abertas**", afirma o consultor Carlos Diz, do Instituto de Liderança Executiva. "Para isso, você precisa provar sua competência, habilidade política e jogo de cintura no dia-a-dia." A questão é: fica mais fácil provar que você tem conteúdo quando tem uma aparência nota 10. "Quando nivelamos candidatos em termos de competência e perfil, é claro que há um favorecimento para os mais bonitos", afirma Sofia Esteves do Amaral, da DM Recursos Humanos, em São Paulo. "Mas estamos falando de candidatos com o mesmo nível de currículo e experiência profissional", esclarece. Ou seja, nem pense em torrar as economias do MBA no próximo shopping. Você pode deixar todo mundo morrendo de inveja da sua produção, mas é claro que não vai ser contratado só por causa disso. E tem mais. De nada adianta gastar uma bolada se você não souber exatamente o que é que os recrutadores consideram um visual competente. Há uma série de regrinhas para o guarda-roupa corporativo, que incluem desde a cor da camisa até o tecido do terno. O que parece lindo para você às vezes é uma heresia para os headhunters.

## O PESO DA IMAGEM

"Por mais competente e elegante que fosse, eu sempre seria uma pessoa com 130 quilos", diz o consultor de empresas familiares René Werner, de 52 anos, hoje com 75 quilos. No começo do ano passado, René fez uma cirurgia no estômago. Além de cuidar da saúde, ele constatou que um visual mais saudável iria render bons resultados no trabalho. "A aparência comprova a sua competência. O fato de corresponder à imagem esperada de um bom profissional ajuda a consolidar meus contatos com clientes", afirma. A obesidade é um fator grave de desclassificação de candidatos. Todos os headhunters entrevistados disseram que há uma forte rejeição a obesos. Segundo eles, pessoas gordas passam a idéia de lentas, doentes e preguiçosas. E René sentiu a diferença assim que fez a cirurgia. "Um dos clientes viu uma foto em que eu ainda era gordo e disse que não me contrataria se eu tivesse aquele peso", conta. René trabalha com empresas familiares e muitas vezes ajuda na seleção de candidatos. Sempre há uma preferência por profissionais que sejam elegantes e educados. "Competência é algo que se treina. Postura e boa educação, não".

## QUE PRIMEIRA IMPRESSÃO

Publicitário, diretor de atendimento na McCann-Ericsson em São Paulo, MBA da FGV, inglês fluente, experiência internacional, gerenciamento de equipes. Gostou do currículo? E se o dono for um belo executivo de 30 anos, 1,86 m de altura, olhos verdes, sorriso carismático, guarda-roupa impecável e cabelo bem cortado? É claro que a história fica bem mais interessante. E o pernambucano Maximiliano de Lacerda sabe disso. "Rostinho bonito não vale nada se você não é competente. **Mas uma boa aparência é, sim, uma vantagem competitiva**", afirma. Em entrevistas de emprego, por exemplo, ele está acostumado a receber um tratamento muito mais receptivo pessoalmente do que por telefone. Cara a cara, o impacto positivo da primeira impressão transmite credibilidade e facilita a conversa. "Ganho mais tempo e liberdade para passear sobre diversos temas. Assim, tenho mais chances de mostrar os meus pontos fortes", diz. Para garantir a aparência da foto acima, o publicitário faz academia com personal trainer, corta o cabelo todo mês e investe em roupas e sapatos. Segundo ele, um visual de primeira também ajuda a negociar o salário. Afinal, a imagem representa o seu padrão de vida: se ele é alto, a remuneração não costuma ficar atrás. Existe preconceito? Às vezes. Mas ele não perde tempo com quem acha que beleza e inteligência não andam juntas. E até brinca: "Uma boa imagem não é decisiva, mas é fundamental nos negócios. E ajuda nos momentos mais inusitados. Numa reunião tensa, nada como uma tirada engraçada e um bom sorriso. Não tem quem resista", diz ele, com uma boa gargalhada.

---

### FIQUE BEM NA FOTO

---

Antes de ir para uma entrevista, preste atenção em alguns pontos:

#### AS VIRTUDES

Forma física  
Apresentação impecável  
Relação adequada entre peso e altura  
Roupa conservadora, adequada ao ambiente da empresa  
Roupa de qualidade  
Ternos e sapatos escuros

#### OS PECADOS

Roupas baratas  
Má postura  
Uso exagerado de perfume  
Unhas com esmalte lascado Brincos com pingentes  
Ternos de poliéster  
Camisas de manga curta  
Roupas brilhantes  
Pernas nuas à mostra  
Sapatos sem engraxar, desgastados  
Sobrancelhas que viram uma só

*Fonte: Como Conquistar Uma Ótima Posição de Gerente ou Executivo...*

*E Dar Um Salto Importante em Sua Vida Profissional, de Sharon Voros (Editora M. Books)*

---



# COMPORTAMENTO SOCIAL

## OS DEZ VALORES DO JOGO

*Por Bill Bradley*

***"Campeonatos não são ganhos sem um time com forte sentimento de unidade, o que só é possível com o desprendimento de cada jogador"***

1. PAIXÃO - Envolver-se, colocar emoção no que faz é o primeiro passo para ser bem sucedido.
2. DISCIPLINA - Treinar, treinar, treinar. Na vida profissional o verbo é estudar, estudar, estudar.
3. DESPRENDIMENTO - No basquete quem faz o passe é tão importante quanto quem faz a cesta. A equipe equilibrada é aquela que tem bons arremessadores e bons armadores. Gente que pensa com gente que faz.
4. RESPEITO - Aja de acordo com as regras do jogo, atue com ética, não menospreze o adversário.
5. PERSPECTIVA - Por ser um jogo que pode ser decidido nos segundos finais, o basquete mostra quão tênue é a linha entre a vitória e a derrota. Desenvolver essa percepção é um bom caminho para o autoconhecimento.
6. CORAGEM - No basquete as decisões são tomadas rapidamente. A bola quase perdida pode transformar-se em pontos. Nunca desista.
7. RESPONSABILIDADE - Seu trabalho é muito importante para o desempenho da equipe. Concentre-se para fazer bem feito na primeira vez. O dever do técnico, por sua vez, é definir claramente o que espera de cada jogador. O paralelo com o ambiente empresarial é perfeito.
8. RESISTÊNCIA - A vida é bela, mas é dura também. Saber lidar com a adversidade é desenvolver a capacidade de aprender com os erros e com as derrotas.
9. IMAGINAÇÃO - Inovação e criatividade são irmãs gêmeas no basquete. Trazer esse espírito para a empresa é ser capaz de reinventar, sonhar, olhar para o futuro.
10. LIDERANÇA - Significa levar as pessoas a pensar, acreditar, ver e fazer o que possivelmente não fariam sem você. Significa jamais conjugar "eu ganhei, nós empatamos, eles perderam".

# EXERCÍCIOS DE AUTODESENVOLVIMENTO

## **EXERCÍCIO 1:**

### **PLANO DE AÇÕES**

I - O que poderia melhorar sua imagem profissional / empregabilidade?

a - Fatores internos (atitudes e comportamentos pessoais):

b - Fatores externos (apresentação pessoal, networking, etc):

II - Descreva cinco ações que ajudarão no seu Marketing Pessoal e estabeleça um prazo para iniciar  
- realizar - concluir

## **EXERCÍCIO 2:**

### **AUTO-DIAGNÓSTICO DA IMAGEM PESSOAL** (Responda mais completo possível)

I - Quem é você? Qual sua origem? De onde veio?

II - O que faz? Quais são suas ocupações?

III - Qual sua formação?

IV - Qual sua imagem perante os demais?

V - O que tem a oferecer?

VI - Quais seus pontos fortes, suas habilidades, suas qualidades?

VII - Quais são seus sonhos?

VIII - Quais foram suas maiores conquistas?

IX - E suas maiores derrotas?

X - O que aprendeu com elas?

XI - Que outras lições tirou da vida e não esquece?

XII - Quais são seus pontos a desenvolver?

XIII - Qual é o seu legado?

XIV - Se fosse um produto quais seriam as características mais marcantes?

XV - Escreva abaixo um texto com as informações que julga mais importantes para vender você como um produto (imagine um texto promocional sobre você)

### **EXERCÍCIO 3:**

**Quais os locais onde me socializo?** Descreva abaixo os locais e situações onde você mantém contato com outras pessoas.

### **EXERCÍCIO 4:**

#### **Seu Projeto de Vida**

Descreva abaixo o que você deseja ter, realizar, conquistar, fazer etc conforme os prazos abaixo e o que precisa fazer para isso acontecer:

- *Daqui a três meses:*  
O que é necessário para isso acontecer?
- *Daqui a um ano:*  
O que é necessário para isso acontecer?
- *Daqui a cinco anos:*  
O que é necessário para isso acontecer?
- *Daqui a dez anos:*  
O que é necessário para isso acontecer?

# DICAS DE LEITURA COMPLEMENTAR

- **BOAS MANEIRAS E NEGÓCIOS A MESA** - CÉLIA RIBEIRO - Editora: L&PM
- **CHIC[ÉRRIMO] – MODA E ETIQUETA EM NOVO REGIME** - GLÓRIA KALIL - Editora: CÓDEX
- **CARREIRA E MARKETING PESSOAL - DA TEORIA A PRÁTICA** - ALFREDO PASSOS e EDUARDO RIENZO NAJJAR - Editora: NEGOCIO EDITORA
- **ETIQUETA EMPRESARIAL** - MARIA APARECIDA A. ARAÚJO - Editora: QUALITYMARK
- **ETIQUETA NO MUNDO DOS NEGÓCIOS** - LYNNE BRENNAN e DAVID BLOCK - Editora: FUTURA
- **FAÇA SEU MARKETING PESSOAL E PROFISSIONAL** - JEFF DAVIDSON - Editora: MADRAS
- **MARKETING PESSOAL** - NELSON EDUARDO PEREIRA DA COSTA - Editora: AB EDITORA
- **MARKETING PESSOAL** - DERRICK SCOTT-JOB - Editora: BEST SELLER
- **MARKETING PESSOAL E O NOVO COMPORTAMENTO PROFISSIONAL** - MARCO LAURINDO - Editora: ALTANA
- **MARKETING PESSOAL - 100 DICAS PARA VALORIZAR SUA IMAGEM** - SADY BORDIN FILHO - Editora: RECORD
- **MANUAL COMPLETO DE ETIQUETA NOS NEGÓCIOS - VANTAGEM DO COMPORTAMENTO CERTO P/ O SUCESSO PROFISSIONAL** - PETER POST - Editora: NEGOCIO
- **NETWORKING – COMO CRIAR, MANTER E USUFRUIR DE SUA REDE DE CONTATOS** - ANDRÉA LEBRE - Editora: QUALITYMARK
- **O ESSENCIAL** - COSTANZA PASCOLATO - Editora: OBJETIVA
- **REFLEXÕES DO MUNDO CORPORATIVO** - ROGERIO MARTINS - Editora: Scortecci

## *Sobre o autor: ROGERIO MARTINS*

- Graduação em **Psicologia** pela Universidade Católica de Santos – 1986, Pós-Graduação em Recursos Humanos pela Universidade Metodista de SP e Especialização em Psicodrama pela Associação Brasileira de Psicodrama e Sociodrama – ABPS;
- **Consultor Empresarial** e Sócio-Diretor da Persona Consultoria & Eventos, empresa criada em 1996;
- **Palestrante** - suas palestras, cursos e workshops já foram assistidos por mais de 300 mil pessoas em todo o Brasil. Suas apresentações mesclam conteúdo prático e interatividade;
- **Congressista** em diversos eventos com destaque para: Congresso Brasileiro de Treinamento - CBTD 2003 (ABTD) e CBTD 2004; CRIARH 2008; Congresso Estadual do Empreendedor 2009 (FACEB); Secretária Executiva 2008 (IBC); Gestão de Pessoas no Chão de Fábrica 2006 e 2008 (IBC); Simpósio de Biomedicina 2008 (UNIFENAS); Congresso de Farmácia 2006, 2007 e 2011 (UNIFENAS); Liderança no Chão de Fábrica 2005 e 2009; Jornada da Qualidade 2004 e 2005 (Santa Casa de SP); Feira do Empreendedor SEBRAE 2012; 7º CONVIRH 2013; entre outros.
- **Professor Universitário** desde 2011 na Faculdade Flamingo e desde 2014 na FMU. Atuou como professor efetivo na Faculdade Integração Zona Oeste - FIZO (Osasco/SP) de 2002 a 2006 e convidado nas seguintes instituições: ESPM, Universidade Anhembi Morumbi, UNISA, FASP e Universidade São Francisco;
- **Escritor** - autor do livro “Reflexões do Mundo Corporativo” – 2ª edição – Editora Scortecci, do E-Book “O Poder da Motivação”, “Etiqueta Empresarial, Comportamento Social e Postura Profissional” e “20 Dicas para Liderança Eficaz”;
- Autor de mais de 250 artigos sobre gestão empresarial e comportamento humano, publicados em revistas especializadas, jornais e sites do Brasil e Portugal; Colunista do Portal Administradores, Portal O Gerente, RH.COM.BR e outros sites de referência.
- **Coach Profissional** com foco em Liderança e aconselhamento de carreira desde 2.000;
- Profissional com mais de duas décadas de atuação na área de consultoria e recursos humanos nas seguintes empresas: Danone, Petybon, Tec Toy Brinquedos, Tyco Electronics (AMP do Brasil), SEBRAE e Eletropaulo;
- Atuou como Psicólogo Clínico (Psicoterapia) entre 2.000 e 2.009
- Criador e Coordenador do grupo virtual de estudos sobre liderança – E-LIDERES;
- Presidente do Rotary Club de São Paulo Santana (Distrito 4.430) – gestão 2005-2006. Forte atuação em atividades rotárias, incluindo palestras em Conferências Distritais, Seminários de Capacitação e eventos voluntários em comunidades carentes atendidas pelo Rotary Club International.

**Site** - [www.rogeriomartins.com.br](http://www.rogeriomartins.com.br) / [www.palestranterogermartins.com.br](http://www.palestranterogermartins.com.br)

**Facebook** – [www.facebook.com/palestranterogermartins](http://www.facebook.com/palestranterogermartins)

**Youtube:** [www.youtube.com/palestranterogermar](http://www.youtube.com/palestranterogermar)

**E-mail** – [contato@rogeriomartins.com.br](mailto:contato@rogeriomartins.com.br)