

COMO PODE MELHORAR A IMAGEM E SUBIR NA CARREIRA

## Sócrates foi o último exemplo de alegada tentativa para mudar a imagem, debatida nos media e no Parlamento.

Ana Petronilho

ana.petronilho@economico.pt

Uma imagem pode valer mais que mil palavras. Num ambiente profissional cada vez mais global e mediatizado é crucial garantirmos uma boa imagem. Quem quer ter sucesso tem de cuidar a fundo a apresentação. Porque ela revela muito do que somos, como queremos ser vistos, e a que nível socio-económico pertencemos ou queremos vir a pertencer.

Mas estas preocupações não se restringem a carreiras profissionais anónimas ou mediatizadas pela sua natureza, como o cinema. Também os políticos cuidam a imagem por meios próprios ou através do aconselhamento de agências e assessores de comunicação. O primeiro-ministro José Sócrates foi o último exemplo de uma alegada tentativa de mudança de imagem. Largamente debatida nos media e no Parlamento. Mas neste ponto ainda estamos longe do que se faz em marketing político nos EUA ou no Reino Unido.

“Mas já não são apenas os actores e cantores os perseguidos para ver como se vestem e se apresentam. Também os políticos, empresários e futebolistas não escapam a esta análise de aparência”. Quem o diz é Manon Alves, colour & image consultant da Colour me Beautiful, empresa líder mundial, na área de consultoria de imagem. “Cada vez mais somos avaliados na base da nossa aparência”, afirma Manon Alves.

Os homens considerados bonitos ganham mais cerca de 15% mais do que os homens menos bonitos. É este o resultado de um estudo realizado em Inglaterra, em 2000. Um dos vários que comprovam a importância de uma boa apresentação.

Esta associação entre boa apresentação e sucesso é reforçada pelo estudo de Albert Mehrabian, professor de Psicologia da UCLA, que conclui que

temos apenas 30 segundos para causar uma boa primeira impressão. Tempo suficiente para definir a impressão que vai ficar associada a uma pessoa, durante os próximos 15 anos. Segundo Manon Alves: “É importante assegurar que esta é a impressão que desejamos deixar”.

Este estudo mostra, ainda, que quando conhecemos alguém, fazemos uma avaliação de passa por 55% do seu comportamento e aparência, 38% pela forma como fala e apenas 7% pelo conteúdo da conversa. A colour & image consultant explica que “é importante pensar sempre naquilo que se vai vestir, pela simples razão de que quando se sentir confortável, a linguagem corporal será mais positiva, o contacto visual será melhor e passa uma imagem mais confiante”.



Manon Alves, colour & image consultant da Colour me Beautiful. A empresa está em Inglaterra há 25 anos, mas apenas desde 2008 em Portugal.

Esta importância do impacto visual e da comunicação não verbal, numa sociedade cada vez mais competitiva, é uma noção que já existe nos EUA e nos países do Norte da Europa. Em Portugal, num contexto de crise, a área de consultoria da imagem ainda está a crescer.

As pessoas sentem que “têm de tomar as rédeas da sua vida e não estarem dependentes da empresa”, diz Ana Teixeira, ‘country manager’ de Portugal, Angola e Moçambique da MRI Network, uma empresa de ‘executive search’. É com o objectivo de “aprenderem a ser adequadas, mais competentes e desenvolverem as áreas de potencial adormecido”, que os clientes procuraram os serviços da MRI Network, acrescenta Ana Teixeira.

Com o desenvolvimento desta área, têm vindo a surgir vários serviços e várias empresas a que se pode recorrer, para se conseguir ter uma boa apresentação.

As empresas de consultoria de imagem prestam serviços de consulta de cor, estilo, ‘personal shopping’ e análise de guarda-roupa. Já as empresas de ‘coaching’ e gestão de imagem, que ajudam no desenvolvimento de competências pessoais e profissionais, têm serviços de preparação para falar em público, a melhoria de ‘skills’ comportamentais e de relacionamento, entre outros.

Embora tenha vindo a crescer a procura destes serviços pelos homens, “a maioria dos clientes são mulheres”, salienta Alexandra de Carvalho, consultora de imagem da Style Your Life. Em termos de perfil, “é bastante diversificado”, acrescenta. Desde recém-licenciados que pretendem ajustar a sua imagem ao mercado de trabalho, até empresários e executivos que pretendem refinar a sua imagem e apresentação. São já inúmeras as pessoas que procuram, cada vez mais, estes serviços. ■