

Artigo exclusivo: O poder da imagem na comunicação empresarial: Como criar uma identidade visual?

Criar uma Identidade Visual ou construir estratégias de comunicação capazes de influenciar os outros e criar impacto é crucial para ter uma imagem que comunica, sem verbalizar uma única palavra.

Muitas vezes o sucesso depende do desempenho de tarefas diárias, mas também de fatores externos como a forma de apresentação. É fundamental deixar uma marca pessoal com impacto. Muitas empresas estão a apostar na reformulação da Imagem dos candidatos e dos que integram as suas estruturas.

Essa aposta, define um estilo como:

- Casual Chique;
- Smart Casual;
- Clássico renovado;
- *Business* Casual;
- Corporative Chique;
- Corporative Casual;
- Sporty Chique;
- Clássico formal.

É feita através da oferta de serviço completo de **imagem** e **branding**, onde é proporcionado a cada candidato(a) um *welcoming pack*, para ajustar ou definir uma Imagem adequada à nova função de acordo com o cargo.

Para desenvolver o serviço de imagem e *branding*, existem equipas especializadas em assessoria de imagem e *personal branding* que reorganizam e fazem triagem do guarda-roupa e acompanhamento nas compras. As peças que não servem, que estão desatualizadas, que não assentam bem, são repensadas. São sugeridos looks para trabalho e lazer, através do *Personal Shopper Service*.

O **Causal Friday**, proveniente dos Estados Unidos, é instituído na maioria das Empresas. Nesse dia é permitido aos colaboradores vestirem-se de forma mais descontraída, elegante e cuidada, não deixando de parte para os cargos de direção, formação ou para os asseguram funções de responsabilidades comerciais, um plano B como um *blazer*, uma gravata, que pode sempre socorrer

em caso de necessidade.

É preciso determinar:

- Como se vê a si?
- Como é visto?
- Como quer ser visto?

Pesquisas indicam que são necessários apenas 30 segundos para formarmos uma primeira impressão de alguém, onde 55% são baseados no aspeto visual, 38% na maneira como fala e nos gestos e apenas 7% no que diz. Comunicamos visualmente com uma percentagem elevada de 93%, o que é um indicador claro da importância destes critérios. Neste curto espaço de tempo, qualidades como **pontualidade , personalidade, origem, sentido de humor, nível de sofisticação e autoconfiança** são analisados cuidadosamente e criteriosamente.

Pode até parecer que a imagem é um conceito passivo, que existe apenas na mente do nosso interlocutor ou da outra pessoa e que não depende de nós.

O primeiro passo para escolher o que vestir é **definir qual a imagem que deseja projetar e essa deve refletir sucesso.** Cuidado! Não falamos em tentar vestir-se de forma a parecer alguém que não é: isso seria descoberto em poucos segundos! Pense nas qualidades e valores pessoais que a (o) distinguem e que farão com que terceiros possam interceder favoravelmente a seu favor.

Deve refletir: **Que tipo de profissional é?** Assim, facilita o seu diálogo visual e intelectual.

Como um produto, qualquer um (a) que deseje a sua inserção no mercado de trabalho precisa de um esforço de **Marketing Pessoal** para promover a sua própria imagem, **pois quanto mais valorizado o profissional, mais as empresas e clientes vão pagar por ele e melhor.**

Há diversos tipos de biótipos ou silhuetas(Ampulheta, Triângulo Invertido, Maçã, Pêra Quadrado, Retângulo) e a escolha de roupas deve sempre levar em consideração a característica de cada um:

No Feminino

A personalidade através do cabelo

A adequação, ou escolha certa da cor do cabelo deve ser definida através de dois pilares: cor da pele e cor dos olhos, sobretudo no caso das Mulheres.

Nem sempre o que é bonito é adequado. Por exemplo, se a pessoa quiser expressar força e determinação, o cabelo loiro pode ser leve demais, porque o amarelo expressa energia e dinamismo. Nesse caso, se a aparência desejada é a de uma loira, o melhor será aplicar um castanho mais escuro no fundo e, depois, madeixas loiras.

Quanto mais clara for a cor, maior leveza proporcionará à imagem. Cores escuras são densas e pesadas, então, assentam a pessoa e expressam firmeza, poder e força.

Romântica – Caracóis definidos. Ganchos, laços, bandoletes, faixas. cabelo nas tonalidade de loiro ou ruivo.

Clássica – Cabelos lisos, cortes a direito (*bob/ chanel*). Cores monocromáticas nos tons Preto, Castanho Escuro ou Médio, Louro Escuro.

Sexy – Cabelos com extensões, muito volumosos. Tons Vermelho, Irizado, Violeta, Loiro platinado., franja,

Cargos decisores – Cabelos curtos, sem movimentos e sem franjas. As Cores monocromáticas nos tons Castanho avelã, Louro caramelo, Preto, castanho escuro dourado. Quanto mais prático for o corte melhor. O alisamento é uma opção pois retira o excesso de volume e facilita o dia-a-dia.

A personalidade através da roupa

Romântica – Laços, os padrões como bolas e/ ou rendas. Tons pasteis, Saias rodadas, evasé,

Clássica – Peças clássicas, intemporais e acessórios discretos. Combinação Preto e Branco.

Sexy – Saias e vestidos justos, decotes pronunciados, cintura definida.

Cargos decisores e de poder – Peças de roupa, têm tendências a ser mais simples e com menos detalhes...

A simbologia da cor, no vestuário.

O **Preto** é uma cor transversal a diversos registos profissionais e transmite poder, confiança, segurança e ainda reduz a ideia visual de volume.

Cinzentos, revela uma pessoa metódica, razoável. Revela ainda impassividade. Se gosta desta cor, complete com uma cor mais viva para retirar este efeito negativo.

Castanho, revela confiança e segurança.

Amarelo, estimula a conversa, é uma cor alegre e feliz, contudo, é considerada instável.

Azul, calma, confiança e segurança, nível elevado de concentração

Verde, Crescimento, tranquilidade, vitalidade,

Vermelho, Relacionado com o apetite, compradores compulsivos. No trabalho, pode ser considerado Hostil, portanto é de evitar usar, sobretudo em entrevistas pois é muito impositivo.

Branco, Relacionado com a paz, tranquilidade, pureza, denota timidez. Excelente escolha para camisas e blusas.

Exemplo de estilo CORPORATIVE CHIQUE

Trata-se de **um estilo clássico mas elegante e feminino**, que tanto pode ser sinónimo de um fato de saia ou calça, como também de peças separadas: uma saia com um *cardigan*, por exemplo. Poderá usar **jeans**, mas só se estes forem **sofisticados e em ganga escura**, se forem acompanhados por *blazers* ou outro tipo de casaco, mais sofisticado.

No masculino

Na FORMALIDADE, o casaco deve corresponder ao mesmo tecido e à mesma cor que as calças. A cor das meias deve estar de acordo com a cor do fato e com a cor dos sapatos. A combinação ideal no fato preto é a meia ser preta e os sapatos pretos, assim como no fato azul escuro, as meias devem ser azuis escuros e os sapatos pretos. O cinto é essencial ser da mesma cor que os sapatos.

Na Informalidade, a calça não tem que corresponder ao casaco e o uso da gravata é opcional.

No estilo Casual Chique ou Sporty chique já é permitido casaco de malha e calçado como os ténis. O desporto veio para a o dia-a-dia e hoje é muito frequente combinar calças estilo *jogging* com blaser ou um blusão *bomber* com calça de sarja, calças chino.

A Barba voltou em todas as faixas etárias e profissões. No mundo da Moda, por exemplo os modelos com barba têm muito mais trabalho, em comparação com

os restantes modelos.

Existem 4 tipos de códigos de guarda roupa profissional e cada um desses códigos localiza-se numa parte da escala de formalidade.

- **Formal**
- **Semi-formal**
- **Casual**
- **Desportivo Formal**

Quais os sabotadores de imagem?

Numa imagem que até é cuidada, muitas das vezes, pode ser ofuscada e arruinada por alguns detalhes como: peças mal conservadas, com costuras desfeitas), peças justas ou largas demais, calças com bainhas por fazer, roupa excessivamente transparente e com a roupa interior à mostra, verniz lascado e berrante ou excesso de informação nas unhas, unhas sujas ou por cortar, Roupa desajustada ao momento e ao local de trabalho, Excesso ou ausência de perfume, calçado em mau estado, padrões infantis na roupa , decotes excessivos, tecidos que fazer ruído visual (muito brilho), cabelos sujos, pontas estragadas, coloração por fazer com crescimentos (raízes) enormes, cabelos amarrados com mola ou elásticos à mostra

Para quem tem menos disponibilidade, é importante recorrer a serviços de profissionais que apoiam nas compras, nas melhores escolhas e que facilitem a selecção o guarda-roupa ideal.

Estes serviços integram ainda as compras personalizadas e que nem precisa de sair do escritório.

Autora: Adelaide Nunes – Fashion Consultant

adelaidenunes6@gmail.com

<https://www.facebook.com/Betweenitfashion/?ref=hl>

<https://www.facebook.com/adelaidenunescom-229514667140058/?ref=hl>