

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 louro 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 fazem 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>