

(R)evolução

Ainda há poucos meses almocei com uma grande amiga – que conheci numa das empresas por onde passei e com quem tive o prazer de trabalhar lado a lado nos últimos anos em que a minha atividade era por contra de outrem – e ela comentou comigo: «Ainda me lembro de quando te conheci, em 2005... Tu eras diferente das outras pessoas, vestias-te com roupa mais informal e maquiavas os olhos com um risco bem marcado e longo...»

Tinha uma imagem e uma postura diferentes, o que infelizmente prejudicou a minha progressão de carreira nessa empresa. Por quê? Estava no sítio errado à hora errada. Apesar de trabalhar num departamento supostamente menos rígido em termos de 'dress code' – Departamento de Marketing –, o meu visual era demasiado informal para uma empresa de um sector ainda bastante tradicional em diversas áreas, entre elas a imagem. Trabalhei nesse sector até 2012, tendo acrescentado duas tatuagens ao meu 'look' irreverente, mas que só ficavam expostas ao vestir determinadas peças de roupa.

Os anos vão passando, as organizações renovam gradualmente os seus recursos humanos e tecnológicos e com essa renovação surgem novas ideias e formas de comunicação, em que a imagem ganha terreno e importância como ferramenta de comunicação das organizações e dos seus colaboradores. Num ambiente em que as novas tecnologias reinam e assumem

um papel dominante na forma de comunicação e autoexpressão dos indivíduos, a imagem ganhou relevância não só no mundo real (o dia-a-dia no local de trabalho) como no mundo virtual (a Internet e respetivas redes sociais). Quase que me atrevo a dizer que os 'smartphones' têm a mesma importância (ou mais) que a carteira com os nossos documentos: se nos esquecermos deles em casa, voltamos atrás para ir buscar, para além de ambos revelarem a nossa identidade.

As novas tecnologias geram oportunidades para novos negócios e

tão expostos à avaliação contínua dos primeiros.

É verdade que os tempos mudam (assim como as vontades) mas a sociedade e os valores incutidos pelas gerações precedentes não mudam assim tão rapidamente e ainda estão bastante presentes no dia-a-dia e intrínsecos na sociedade em geral, num país com um cenário de pirâmide invertida de faixas etárias.

O grande desafio reside na busca incessante do equilíbrio, do «socialmente aceitável», sem nos sentirmos oprimidos e desequilibrados no local de trabalho. Se por

As novas tecnologias geram oportunidades para novos negócios e novos líderes, que adotam uma postura e uma imagem mais informal e que as gerações mais recentes privilegiam.

novos líderes, que adotam uma postura e uma imagem mais informal e que as gerações mais recentes privilegiam: ambientes mais descontraídos, cuja descontração se exprime através do vestuário e na aparência em geral. São gerações mais práticas e gostam de marcar a diferença através da sua imagem, quer ao nível do vestuário, quer de acessórios ou até mesmo no corte de cabelo.

No meio desta (r)evolução, as organizações não podem – de forma alguma – esquecer os seus clientes, principalmente as que têm colaboradores a nível de 'front-office': são estes últimos que es-

um lado vamos ganhando terreno e alguma liberdade para revelar a nossa personalidade e marcar a diferença através da imagem, por outro temos que realizar alguns ajustes para não gerar conflitos com gerações anteriores.

Os líderes das organizações deverão ser os pioneiros da busca desse equilíbrio nas suas equipas, munindo os seus colaboradores de ferramentas para o dia-a-dia, estabelecendo diretrizes e disponibilizando (in)formação regular, atualizada e adaptada ao sector em que a empresa se insere. Marcar a diferença? Sim, mas no sítio certo... E à hora certa. ©



Alexandra Lopes
Consultora de Imagem
Pessoal e Empresarial
alexandra.lopes@outlook.com