

Management and Performance Associates – Janeiro 2012

Paris Hilton, quem diria??

“A única regra é: não seja chato e onde quer que você vá esteja sempre com uma roupa legal. A vida é muito curta para ser mais um.” *Paris Hilton, Socialite.*

Talvez você esteja achando muito exótico começar esta newsletter com uma declaração da Paris Hilton. Afinal, ela não é exatamente uma referência no mundo corporativo, mas ela não deixa de ter alguma razão.

A vida – sobretudo a corporativa – pode ser muito curta e cruel para aqueles que não se preocupam em criar uma imagem que traduza seu melhor conteúdo e a promessa de uma contribuição diferenciada.

Mas como a autoimagem é construída e como ela é percebida pelos demais?

Autoimagem é o conceito que temos de nós mesmos. Projetamos de forma voluntária ou não, através dos nossos comportamentos, aquilo que valorizamos, aquilo que acreditamos que nos fará ser aceitos e admirados pela comunidade que estamos inseridos ou que gostaríamos de estar.

Observe as pessoas com atenção. A maneira como se vestem, os adereços que exibem, a maneira como se aproximam – ou se afastam – das pessoas, a maneira como se expressam e se posicionam. Cada gesto, cada palavra revela um aspecto do conceito que elas têm de si mesmas.

Se você tiver 2 minutos, vale a pena acessar o YouTube através do link

<http://youtu.be/WAOVZ70QItY>.

Nesse vídeo você terá a oportunidade de ver o Steve Ballmer e o Steve Jobs em uma situação similar, porém com comportamentos diametralmente opostos. Ambos entram no palco diante dos funcionários de suas respectivas empresas. Ambos levam aproximadamente um minuto para iniciar uma apresentação. A mensagem não verbal que cada um passa, não poderia ser mais

antagônica. Um não poderia ser mais diferente do que o outro. Vale a pena conferir e tirar suas próprias conclusões.

Voltando para nosso mundo, a questão é: será que estamos projetando a imagem que gostaríamos que as pessoas que nos importam tivessem a nosso respeito? Pode ser que sim, pode ser que não. Existem muitas variáveis que interferem na construção de percepção. Uma palavra mal colocada, um gesto involuntário, um tom desafinado, podem colocar em risco a imagem que tentamos construir ou consolidar junto a essas pessoas.

As pessoas nos vêem a partir de suas referências, de seus valores, de suas premissas. Só isso já é suficiente para distorcer a imagem que projetamos. A experiência que construímos juntos pode nos ser favorável ou não.

O que fazer, então, para construirmos uma imagem corporativa positiva?

1) Tenha clareza de qual é o seu papel e o que é esperado de você

Lembre-se de que sempre que você trabalha com terceiros (clientes e outros), além de seus próprios valores, você está representando os valores da sua empresa. Sua imagem pessoal se confunde com a imagem corporativa. Portanto, atenção redobrada. As empresas investem tanto na construção da marca, cultivam tanto uma imagem positiva junto ao mercado em que operam e algumas vezes acabam perdendo todo esse investimento porque alguém que a representa não tem clareza de seu papel na consolidação da imagem que essa empresa tenta consolidar. Seguramente todos nós já tivemos experiências desagradáveis com profissionais que não honraram a imagem da empresa para a qual trabalhavam. Outro dia, em uma papelaria muito conhecida e renomada, observamos uma cena insólita: um supervisor, aos berros e proferindo palavras de baixo calão, demitiu um funcionário na frente

de todos os clientes que estavam na loja naquele momento. Totalmente desnecessário...

2) Esteja aberto(a) a feedback

Muitas pessoas passam pela vida em um perigoso voo cego, simplesmente porque não aceitam feedback. Embora possamos admitir que nem sempre é fácil receber feedback, não conhecemos nenhum meio mais eficaz para checar quão efetivos estamos sendo na projeção de nossa autoimagem. Feedback é um espelho que nos permite checar se a imagem que queremos projetar é a imagem que o outro construiu a nosso respeito. Se há diferenças, melhor saber para poder agir e ajustá-la.

3) Questione as premissas

Se você não consegue reduzir o gap de percepção entre sua autoimagem e a imagem que alguém importante para você construiu a seu respeito, está na hora de abrir a conversa e ir além de um feedback. É fundamental que a conversa se aprofunde e que você investigue quais são as premissas que essa pessoa está utilizando para chegar a determinadas conclusões a seu respeito. Muitas vezes o problema não está na sua capacidade de ajustar a autoimagem e sim na base de julgamento do outro.

Um clássico da literatura brasileira – Dom Casmurro – de Machado de Assis - ilustra muito bem esse ponto. Esse livro é uma narrativa em primeira pessoa que relata a história de Bentinho com seu grande amor Capitu. Ele acredita piamente que a Capitu, seu amor de infância, com quem se casou, o traiu com seu melhor amigo. A genialidade do livro repousa no fato de que todos os eventos que ele relata para provar que a Capitu foi infiel a ele, podem, igualmente, provar que ela jamais o traiu. A interpretação e, portanto, a conclusão ou veredicto, depende apenas das premissas que se usa para ir de uma conclusão a outra.

Será que não estamos usando sempre as mesmas lentes para julgar situações diferentes?

Voltando para a Paris Hilton, lembre-se de:

- 1) “colocar uma roupa legal”, isto é, caprichar e construir sua melhor imagem,
- 2) “de não ser chato”, ou seja, ser coerente com a imagem que você quer projetar e
- 3) fazer a diferença no meio que você vive e na empresa que você trabalha.

Até a próxima! Seu feedback é muito bem-vindo!

Visite-nos em www.mapa-way.com