

SKU – 050.031

Códigos subliminares da imagem pessoal



Como ter uma imagem de prestígio e sucesso além da vestimenta

Introdução

O comportamento, os traços fisiológicos, símbolos da imagem, gestos, tom de voz, cores, postura, fragrâncias são alguns dos elementos que compõem a comunicação não verbal de uma imagem pessoal de sucesso que vai muito além de escolher trajes bonitos.

Ao mesmo tempo que as pessoas desejam pertencer a um grupo e serem aceitas, elas também desejam se diferenciar, parece contraditório, mas o autêntico se destaca, conecta, chama e cativa por transmitir segurança e ordem.

Abordaremos o uso dessa poderosa ferramenta de comunicação, marketing e vendas que é a comunicação não verbal, elemento indispensável para o ambiente de trabalho.

Linguagem Visual

Quando uma pessoa fizer referência a outra ela sempre mencionará características físicas e que ela interpretou sobre a personalidade desta. A porção emocional do cérebro que faz esses julgamentos é muito mais rápida do que a parte racional, ou seja, após um julgamento emocional é que a pessoa vai racionalizar o que viu, porém se a percepção que ela viu for diferente do que

a pessoa verbaliza, possivelmente essa pessoa cairá em descrédito pela incongruência da comunicação verbal com a não verbal.

É imprescindível parecer tão qualificado quanto realmente se é no mundo corporativo, e isso não está apenas restrito a ambientes dentro da empresa, mas também para cargos em que o colaborador representa a sua empresa para o mercado (fornecedores, clientes e parceiros). A imagem do profissional é o cartão de visitas desta empresa, então estar com uma imagem congruente com a qualificação e valores da empresa é irretocável.

A beleza e estética por si não bastam, tomar como base padrões predeterminados, os quais se imagina ficarem esteticamente bem dentro de padrões da moda é perigoso pois poucos profissionais tem a consciência do efeito psicológico das suas escolhas. As qualidades que uma pessoa deseja expressar devem ser autênticas e corresponder a personalidade de cada indivíduo.

Não adianta uma pessoa querer expressar discrição se é altamente extrovertida, essa máscara poderá funcionar esteticamente no primeiro momento, mas logo ela terá um efeito inverso e prejudicial.

A linguagem visual é um conjunto de imagens e símbolos que são projetados e que determinam em grande parte a forma com que os outros respondem a estes estímulos. Essa comunicação é usada desde os gregos antigos, primeiros povos a procurar representar a realidade visual.

Como os símbolos afetam as emoções, ao olhar uma estrutura geométrica é possível que ela sinta alegria ou desespero, pois as pessoas reagem emocionalmente as linhas e formas que estão presentes nos elementos da imagem pessoal.

Estar apto a comunicar o que se deseja ou necessita oferece vantagens competitivas tanto pessoais quanto profissionais.

A simbologia das formas

Os símbolos geométricos são os mais simples, porém potentes. Eles são formados por quatro linhas ao todo, verticais, horizontais, curvas e inclinadas, e elas possuem significados universais representados não apenas na vestimenta, mas também nos gestos.

As cores, linhas e formas são a base universal da comunicação não verbal responsáveis pela construção de toda e qualquer imagem que transmite uma intenção. Para transmitir uma intenção corretamente e analisar uma imagem é necessário conhecer o significado das linhas e formas.

As linhas verticais denotam força, controle, estrutura e poder, estão associadas a energia yang de força energética masculina, liderança e autoconfiança. Elas são frias e não expressam muita emoção.

Linhas horizontais são imóveis, e expressam segurança, poder, são barreiras e assim como a linha vertical é fria, yang e imutável. Apesar de ser fria ela proporciona sensação de conforto e segurança, pois remete a linha do horizonte.

As linhas inclinadas são dinâmicas e dependendo da sua posição pode demonstrar introversão ou extroversão, por isso são instáveis. Quando apontada para cima mostra dinamismo, ação e leveza, para baixo introspeção e peso visual.

As linhas retas possuem uma estética mais formal com tecidos como lã fria, tricoline, seda, estampas de risca de giz, caimento mais rígido e impactante.

As curvas são mais quentes e emotivas, possuem uma energia yin, feminina e transmitem suavidade, aconchego, doçura. É preciso usar com cuidado pois em excesso pode transmitir ingenuidade. A sua estética é mais casual com tecidos como malha, veludo, linho, tricô, estampas arredondas, caimento com movimento.

Considerações finais

As formas são extremamente relevantes em como as pessoas são percebidas, as retas e com estrutura são interpretadas como mais sérias e associadas a formalidade, já as curvas a casualidade. Essa percepção não ocorre apenas na vestimenta, mas também nos traços faciais, no penteado arrepiado ou organizado, na curvatura do cabelo, nos gestos quando são mais abertos ou fechados, na oratória contínua ou volúvel, no formato dos acessórios e até mesmo no formato das unhas.

Como as pessoas se apresentam gera sensações e impressões, e nem sempre é possível ter a oportunidade de consertar uma primeira impressão, então saber utilizar os símbolos da imagem pessoal é imprescindível para uma carreira de sucesso e uma empresa inabalável.

Informações do Autor

Carol Nogueira

É especialista em Imagem e Marca Pessoal Comportamental, graduada em Marketing pela ESAMC, Técnico em Estilismo e Coordenação de Moda pelo SENAC, Psicanálise com Linguagem do Corpo pelo Instituto Cristina Cairo, Morfopsicologia por Julian Gabarre e Microexpressão facial por Dr. Freitas Magalhães entre outras especializações como Visagismo e Fisiognomia.

Para Carol, a identidade de uma pessoa é uma Marca Pessoal que vai além da aparência, ela precisa estar conectada a essência e valores, isso inclui a sua fisiologia, personalidade e comportamento.

Com essa determinação, Carol desenvolveu seu próprio método ao conectar consultoria de imagem e análise comportamental psicanalítica que possibilita a pessoa usar a sua Marca Pessoal de forma estética e estratégica para atingir resultados lucrativos.

Carol tem entre seus clientes empresários e instituições como Hyperapharma, Shopping Cidade Jardim, Resound GN, Camicado, SBTB, Mustela, Reckitt Benckiser e Boehringer Ingelheim

carolnogueira@carolnogueira.site

Direitos Autorais

O conteúdo deste artigo é de inteira propriedade do “Autor”, e seus respectivos direitos autorais são protegidos pela Lei 9.610 de 19.02.1998. Qualquer uso, divulgação, cópia ou disseminação de todo ou parte deste material sem a citação da fonte, são expressamente proibidos.

Responsabilidades Autorais

Adicionalmente além dos direitos da posse do conteúdo, também incide sobre o “Autor” os deveres e responsabilidades sobre sua criação de conteúdo. Este artigo é de inteira responsabilidade do

“Autor” e pode não refletir necessariamente a linha educacional, conceitual, ideológica ou programática da SBTD – Sociedade Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento.

Key Words deste Artigo (em ordem alfabética)

- Dress Code
- Imagem Pessoal
- Linguagem Visual
- Marketing Pessoal
- Simbologia das Formas

