

# A IMPORTÂNCIA DA VESTIMENTA NA ENTREVISTA DE EMPREGO

Lívia Marsari Pereira e Michele Santos Tentor\*

**Resumo:** Este estudo, feito por meio de um levantamento teórico, tem como objetivo evidenciar o valor e o papel da vestimenta na entrevista de emprego, uma vez que é um dos requisitos principais analisados pelo recrutador da empresa.

**Palavras chave:** Vestuário. Semiótica. Emprego.

## 1 INTRODUÇÃO

Há uma grande dificuldade de se conquistar um emprego. Portanto, quando se consegue uma entrevista, surgem muitas dúvidas, como saber se portar perante o entrevistador, se está realmente apto para o cargo, se irá agradar ao recrutador e qual roupa deve ser usada para este momento.

Através das roupas comunicamos quem somos e a que viemos, pois ela constitui um sistema de símbolos. Desta forma, é através dela que se mostra a verdadeira personalidade ou outra almejada. Mas independentemente de se pretender mostrar essa personalidade, a informação já é transmitida de maneira inconsciente pelo fato da necessidade de se vestir.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 SEMIÓTICA NA ROUPA

Semiótica é uma ciência que estuda os fenômenos culturais como se fossem sistemas de significação, um processo de representação de um conceito ou idéia, diz o HOUAISS (2001), que a semiótica é usada no sentido de analisar algo com o seu significado.

A roupa é uma linguagem de signos, um sistema não verbal de comunicação. Segundo Castilho e Martins (2005, p.52), as “(...) roupas passam pelo crivo de leituras que extrapolam a sua funcionalidade e adentram as questões de sua valoração subjetiva (...)”. Muito antes de nos expressarmos verbalmente, já o fazemos de forma visual. Dessa forma, explica Lurie (1997), conseguimos comunicar informações como, sexo, idade, classe social, origem, personalidade, opiniões, gostos e humor.

“A consciência de como os outros lêem nossa linguagem de moda nos permite tomar decisões relativas à vestimenta baseadas não só no que é confortável e nos parece agradável, mas no como estamos sendo percebidas pelos outros” conclui Fischer-Mirkin (2001, p.15). Sendo assim, deve-se ter em mente a relevância da mensagem transmitida através das roupas.

## 1.2 APARÊNCIA

De acordo com DINIZ (online 10 mar. 2007) uma pesquisa feita nos Estados Unidos mostrou que, durante uma entrevista de emprego, a aparência tem um peso de 55% enquanto o tom de voz fica com 36% e as idéias ficam com apenas 7%.

Partindo desses resultados pode-se dizer que além do jeito como o candidato se porta e fala de suas habilidades, a preocupação com o vestuário também é essencial, uma vez que a aparência é levada em consideração.

É de suma importância lembrar que alguns figurinos podem garantir uma imediata impressão negativa do entrevistado, ofuscando todas as qualidades profissionais que poderiam ser relevadas. Esta afirmativa é confirmada por Post e Post (2003, p.37) quando colocam: “As roupas que você vestir para uma entrevista serão alvo de um julgamento imediato, difícil de ser mudado, por melhor que seja a impressão que você deixe depois com suas idéias e capacidade de transmiti-las”.

Sendo assim, é a aparência que vai confirmar as competências citadas no currículo, mostrando que está de acordo com as necessidades do cargo e do tipo de atividade que pretende exercer. Mas não se pode esquecer que “O vocabulário das roupas inclui não apenas peças de roupas, mas também estilos de cabelos, acessórios, jóias, maquiagem e decoração do corpo” (LURIE, 1997, p.20).

## 1.3 A EMPRESA

GEHRINGER (online 01 jun. 2007) afirma que é necessário buscar informações sobre a empresa antes da entrevista. Deste modo, verifique a sua nacionalidade, áreas geográficas envolvidas, faturamento, clientes, principais concorrentes; pesquise em jornais e revistas; converse com conhecidos; visite o site, enfim, descubra o maior número de informações possíveis sobre a companhia, não só para demonstrar que você se interessou em saber mais e conhecer o negócio, como também para descobrir o perfil da organização e qual o traje mais

adequado para se apresentar. A roupa escolhida deve estar de acordo com o cargo que se almeja, sendo desnecessárias determinadas formalidades em funções de menor nível hierárquico.

## 2.4 O USO CORRETO DA VESTIMENTA PARA OS HOMENS E MULHERES

### 2.4.1 – Ambos os sexos

Independente do cargo pretendido, algumas regras precisam ser seguidas evitando determinados trajes e acessórios. Quanto às roupas podemos citar, amassadas ou suadas, esportivas, curtas, largas, muito apertadas, coloridas ou muito brilhantes, qualquer tipo de transparência, barriga de fora, estampas exageradas, moletom, jeans, bermuda e shorts. Kalil (1999) acrescenta alguns cuidados pessoais como: unhas mal cuidadas, sapatos inadequados, como os sapatos abertos.

Nunca usar acessórios como gorros; piercings e tatuagens aparentes; óculos de sol no alto da cabeça; fones de ouvido pendurados e sempre desligar todos os aparelhos eletrônicos.

“Escolher roupas, em casa ou na loja, é nos definir e descrever”, coloca Lurie (1997, p.213). Comprar uma roupa apropriada deve ser considerado como um investimento pessoal. Reitera Post e Post (2003, p.37) que “suas roupas devem ser uma versão conservadora do que você estaria vestindo para trabalhar ali se seu nível de ocupação fosse um degrau acima”.

### 2.4.2 Homens

Especificamente para os homens, explicam Post e Post (2003) evite acessórios como: bijuterias; brincos ou jóias; exagero em loção pós barba e perfumes, meias que não combinam com os sapatos ou curtas que deixam aparecer a canela quando se senta, colarinhos abertos e camisas de manga curta com gravata. De acordo com Marra e Rego (2002), alguns cuidados extras devem ser tomados: a gravata não deve conter estampas chamativas, os cabelos não devem estar mal tratados e não se deve usar tênis.

Para aqueles que buscam um cargo que não exige roupas formais, afirmam Marra e Rego (2002), têm a possibilidade de vestir-se com calças clássicas, de gabardine, com pregas na frente, neutras, veludo cotelê ou tweed. Mas sempre use calça social.

As camisas podem ser: social de tricoline; lisa ou com listras; e gola rulê nos dias frios. Já para quem está acima do peso, use camisas de tons escuros, de preferência para fora da calça, mais compridas atrás e com aberturas nas laterais, acrescentam Marra e Rego (2002).

Complementam ainda que, onde as roupas devam ser formais, os homens mais baixos devem usar tons escuros; adote um blazer que modele mais o corpo e colarinhos mais estreitos. Aqueles que estão fora de forma, usar cores escuras e listras discretas, corte reto nos paletós e blazers ligeiramente mais justo na parte de baixo. Para os altos, camisas listradas, cintos e colarinhos contrastantes (os colarinhos e os nós podem ser mais largos) e ombros maiores.

### **2.4.3 Mulheres**

Já para as mulheres não é aconselhável, (MARRA E REGO, 2002), cabelo sujo ou desarrumado, excesso de maquiagem e salto muito alto. Reitera Kalil (1999) que não deve ser usado perfume forte; esmalte de cor escura e lingerie aparente.

Para sentirem-se mais seguras, Marra e Rego (2002) indicam a escolha de peças como tailleur ou terno, tecidos leves, cashmere, camisa social e calça social. Saia reta e ligeiramente godê, envelope, plissada, em linha A, sendo o melhor comprimento na altura do joelho. Camisas de tricoline, listras e modelagem mais ajustada ao corpo. Calça risca de giz ou capri.

Para os acessórios Post e Post (2003) acrescentam que podem ser usadas jóias discretas, delicadas e relógio elegante. Os cabelos preferencialmente presos, porém, quando soltos, não devem cobrir o rosto ou atrapalhar seus movimentos. A maquiagem deve ser sutil, ou seja, somente na medida do necessário. Sapatos sempre fechados e confortáveis. Bolsas de tamanho e alças médias, discreta e elegante, de preferência de couro e cor neutra.

### **1.5 QUE COR USAR?**

A mesma importância atribuída às roupas é associada para as suas cores, devido a sua visibilidade imediata. Isto porque a cor pode ser a propriedade mais importante na comunicação (FISCHER-MIRKIN, 2001).

Algumas cores são mais apropriadas para uma entrevista de emprego, Jones (2005, p.112) complementa que “As pessoas reagem intuitivamente, emocionalmente e até fisicamente às cores”. Dentre elas podemos citar o branco, o preto, o azul e o cinza. O branco transmite a sensação de limpeza, dignidade, ordem e criatividade, afirma Farina, Perez e Bastos (2006). O preto é uma cor com a capacidade de mascarar as imperfeições, (FISCHER-MIRKIN, 2001),

reiteram Farina, Perez e Bastos (2006), que ela transmite sofisticação, seriedade e elegância. Enquanto o azul, para Farina, Perez e Bastos (2006), é a mais indicada para assuntos profissionais, pois transmite serenidade, intelectualidade, confiança, e quanto mais escuro, mais sobriedade, “É a cor da confiança, da fidelidade, e do respeito” acrescenta Fischer-Mirkin (2001, p. 42). E o cinza, “a cor do refinamento, da classe da eficiência” (FISCHER-MIRKIN 2001, p. 49), pode determinar maturidade, sabedoria, serenidade e intelectualidade, completam Farina, Perez e Bastos (2006).

Além da importância das cores propriamente ditas, há a preocupação delas inseridas como listras nas camisas. As listras são adequadas, pois expressam um esforço organizado, um desejo ou capacidade de seguir a linha apresentada por si mesmo ou por outros; ainda podem sugerir segurança e retidão; preferencialmente, as listras devem ser finas visto que essas têm mais relação com a atividade mental e intelectual (LURIE, 1997). As cores mais apropriadas são azul com cinza ou azul com amarelo indicam Marra e Rego (2002).

Segundo Post e Post (2003) deve-se escolher a cor mais adequada, aquela que lhe favoreça, pois “A cor favorável fará com que seus olhos fiquem mais intensos, sua pele mais vibrante, e lhe dará uma aparência de vigor”.

### **3 CONCLUSÃO**

No presente estudo foram informadas idéias de comportamentos, atitudes e a maneira certa de se apresentar em uma entrevista de emprego. Não deve haver somente formalidade e sim adequação, uma vez que o formalismo exigido pode variar de acordo com a empresa e o cargo pretendido.

Diante do atual mercado profissional competitivo, o candidato deve utilizar dos recursos que a aparência proporciona como um diferencial, aliado a sua formação e experiência profissional. Somado a essas considerações é importante o candidato estar tranquilo, seguro de si, vestido confortavelmente, de maneira que lhe agrade e de forma compatível com a expectativa do cargo, para assim transmitir credibilidade e segurança.

### **4 REFERÊNCIAS**

BASTOS, D.; FARINA, M.; PEREZ, C. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2006.

CASTILHO, K.; MARTINS, M. M. Linguagens e comunicação humana: traços da cultura. IN: **Discursos da moda: semiótica, design e corpo**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

**COMO se vestir para entrevista de emprego.** Disponível em: <<http://www.curriex.com.br>>. Acesso em: 10 mar. 2007.

DINIZ, A. C. **Atenção ao vestuário ajuda na contratação.** Jornal do comércio, Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <<http://www.grupofoco.com.br>>. Acesso em: 10 mar. 2007.

**ENTREVISTA de trabalho: a importância de saber como agir.** 2002. Disponível em: <<http://www.terra.com.br>>. Acesso em: 10 mar. 2007.

FISCHER-MIRKIN, T. Trad. Ângela Melim. **O código do vestir: os significados ocultos da roupa feminina.** Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2001.

GEHRINGER, M.. **Como encarar a entrevista de emprego.** 2007. Disponível em: <<http://www.globo.com>>. Acesso em: 01 jun. 2007.

HOUASSIS, A.; VILLAR, M.S.. **Dicionário Houaiss: da língua portuguesa.** Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2001. 2925p.

JANINI, C. **Com que cor eu vou?** 2005. Disponível em: <<http://carreiras.empregos.com.br>>. Acesso em: 10 mar. 2007.

JONES, S. J., Trad. Iara Biderman. Cor e tecido. IN: **Fashion design: manual do estilista.** São Paulo: Editora Cosac Naify, 2005, p. 111 – 136.

KALIL, G.. Trabalho. IN: **Chic: um guia básico de moda e estilo.** 18ª ed. São Paulo: SENAC, 1999, p. 126 – 135.

LURIE, A.. Trad. Luiza Dantas Borges. **A linguagem das roupas.** Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1997.

MARRA, H.; REGO, J.. **Estilo no trabalho.** Rio de Janeiro: SENAC, 2002.

POST, P.; POST P.. Trad. Maria Sílvia Mourão Netto. **Manual completo de etiqueta dos negócios: a vantagem do comportamento certo para o sucesso profissional.** Rio de Janeiro: Editora Campus, 2003.