

Visual para o trabalho: afinal, com que roupa?



O que vale e o que não vale? Difícil dar uma orientação super precisa uma vez que esse é um assunto muito pessoal. Mas, talvez valha a pena a gente parar para rever alguns ícones de vestuário.

Gravata– algumas instituições financeiras super tradicionais já aboliram a gravata de seu **dress code**– mesmo para quem ocupa cargos mais altos. Estão, na verdade seguindo uma tendência mundial, que vem adotando uma informalidade cada vez maior mesmo no ambiente de trabalho.



Paletós e calças sociais– continuam em alta, pelo menos nas áreas financeira e jurídica mas hoje é possível ver executivos e funcionários com calças modelo *skinny*, mais modernas assim como os paletós mais acinturados, que ajudam a quebrar o tom de formalidade muito forte.



Não vale tudo– mesmo sem um *dress code* rigoroso ainda é preciso se vestir de modo a refletir os valores de sua empresa e a sua identidade – assim como a roupa deve estar de acordo com a sua ocupação. E isso vale para homens e mulheres.

Se você trabalha com agronegócio ao ar livre, é natural adotar um visual mais despojado e esportivo. Se trabalha na área jurídica, o tom é um pouco mais formal. É o que já não acontece com quem trabalha em áreas artísticas ou criativas como comunicação, publicidade etc.



S
i
g
o
o
c
l
i
e
n
t
e
o
u
m

eu estilo? A ideia de se vestir de acordo com os clientes tem a ver com o desejo de estabelecer uma sintonia para facilitar a comunicação. Se o cliente se identifica no momento em que bate o olho em você, é mais fácil envolvê-lo e, literalmente conseguir uma cumplicidade que, sem essa empatia torna-se muito mais difícil..

Eternos curingas– alguns itens como camisas brancas – tanto para homens quanto para mulheres – são clássicos do guarda-roupa corporativo. No caso de mulheres, saias-lápis, vestidos

envelope, pantalonas escuras e lisas e vestidos tubinho mais estruturados são alguns dos itens que nunca saem de moda e sempre podem ser usados com outras peças – variando do mais conservador ao mais descolado.



“Sou mais eu”– tem gente que se recusa a adotar um visual mais antenado com a empresa o os clientes pois acredita mais no seu estilo. Beleza. Mas isso pode tanto ajudar quanto atrapalhar a comunicação entre clientes e fornecedores e muitas vezes até “empacar “ um negócio.

Moda é um mix de tendências, estilo, estado de espírito e, naturalmente de adequar tudo isso a ocasião e ao biotipo.

Portanto é uma coisa dinâmica e que podemos perfeitamente adaptar sem adotar uma postura rigorosa – seja para um lado ou outro. E é para ser, principalmente uma coisa divertida – lembre disso!