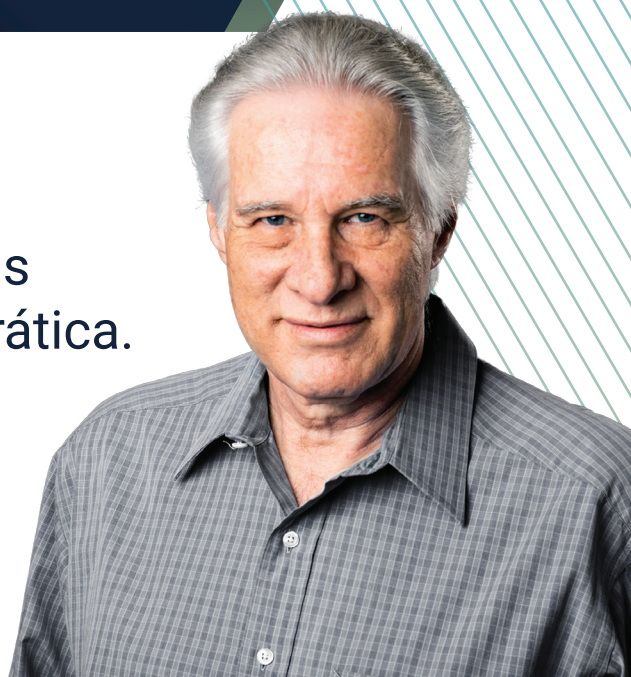


DESTAQUE-SE
PROFISSIONALMENTE

POR **MAX GEHRINGER**

33 lições para se
diferenciar dos demais
de forma simples e prática.



SUA JORNADA

O sucesso na carreira profissional é uma jornada cheia de imprevistos e de surpresas – às vezes boas, às vezes nem tanto. Como qualquer jornada, a do sucesso também começa com um bom planejamento. É o conhecimento básico que deve ser adquirido. Por isso, escolher o curso errado, ou não dar a devida atenção aos estudos, já não é um bom começo.

Em seguida, chega a hora de botar o pé na estrada. Preparar um currículo. Montar uma boa rede de relacionamentos. Saber se comportar em entrevistas. Conseguir o primeiro emprego. E ir aprendendo aquelas coisas que a escola não ensina, como a habilidade para se relacionar bem, ou a capacidade para influir e liderar, antes mesmo de ter um cargo.

A jornada é longa e exige muitos cuidados, além de atualização constante. Mas a boa notícia é que o sucesso estará ao alcance de todos aqueles que souberem tomar as decisões certas nas horas certas. Esta coleção pretende mostrar que o sucesso não está no ponto aonde sonhamos chegar. Está em cada um dos passos que vamos dar.

Max Gehringer

SUMÁRIO

• Saiba como se vender

Marque presença	6
Valorize o seu nome	7
Faça contatos	8
Crie a sua marca	9
Aprenda a se promover	10
Conquiste as pessoas	11
Comporte-se à mesa	12
Aproveite o coffee break	13
Seja especial sendo você	14
Preserve sua imagem	15
Destaque suas qualidades	16
Deixe as portas abertas	17
Fique numa boa	18
» Minhas dicas	19

• Mire em seus objetivos

Ser obediente ou contestador?	21
Confiança e respeito	22
Integre-se ao grupo	23

Igual-se para se diferenciar	24
Ajuste sua postura	25
Saiba apresentar uma ideia	26
Aposte em seu talento	27
Conheça seu potencial	28
Não seja explorado	29
Não seja o quebra-galho	30
Não seja bonzinho demais	31
» Minhas dicas	32

• **Desculpe, falha nossa!**

Que cheirinho, hein!	34
Que bafo, hein!	35
Caspa, eu?	36
Extravagante, eu?	37
O dono da verdade	38
O mala sem alça	39
Tropeçando na língua	40
Tropeçando na escrita	41
Mania de perseguição	42
» Minhas dicas	43

Saiba como se vender

Na vida profissional, ser competente não é tudo. Construir uma imagem positiva no ambiente de trabalho é fundamental para ser reconhecido. Por isso, é preciso que você mostre a sua competência para os outros. O mesmo vale para suas demais qualidades. E como se faz isso? De várias formas. A começar de você valorizar seu nome e marcar sua presença. Passando pela formação de uma boa rede de relacionamentos. E, o mais importante, sabendo ser especial sendo você mesmo.

Marque presença

Em meio a tantos profissionais, como se diferenciar no mercado de trabalho? A resposta é: mostre que você vale mais do que a concorrência. Como? É o que vamos ver aqui.

→ Na prática

Vamos fazer um passeio pelo supermercado. Note que um mesmo produto — sabão em pó, leite, molho de tomate — tem vários fabricantes. Mas a marca mais famosa é a mais cara. As demais marcas não se diferenciam muito entre si. Quando o consumidor não é fiel a uma marca, a escolha ocorre em função do preço mais baixo.

No mercado de trabalho acontece a mesma coisa. Há mais candidatos bons do que boas vagas. E o que faz a maioria dos candidatos para garantir um emprego? Aceita trabalhar por um salário abaixo de sua qualificação. Ou seja, reduz seu preço.

Aí está a diferença em relação às marcas famosas. Pagamos mais por elas porque são mais bem-vistas no mercado. Porque elas são sinônimo de melhor qualidade. Porém, mais até do que o conteúdo, o que conta é a imagem positiva que elas conseguiram criar. É o resultado do investimento em propaganda e marketing.

O profissional é visto do mesmo jeito. É fundamental ter o conteúdo, feito de conhecimento teórico e experiência prática. Mas também é preciso investir na sua imagem, na própria marca.

No dia a dia, o profissional deve aproveitar todas as chances para se fazer notar. Algumas atitudes ajudam a manter o nome em destaque: aceitar convites para participar de grupos de trabalho, dar sua contribuição em atividades fora da rotina promovidas pela empresa e colocar-se à disposição para colaborar em novos projetos.

Não adianta esperar que os outros reconheçam suas qualidades. Igualmente importante é cuidar bem do próprio marketing.

Valorize o seu nome

No caso anterior, vimos a importância do marketing pessoal. Aqui, o assunto é o seu nome. Você já deve ter passado pela desagradável situação de alguém perguntar “Você se lembra de mim?”. E um vazio enorme tomar conta de sua memória.

→ Na prática

A não ser que você tenha problemas de amnésia, não é preciso ficar chateado caso não se lembre de uma pessoa. Na verdade, quem deve ficar preocupada é a pessoa que fez a pergunta. Porque foi ela quem falhou ao não deixar o nome bem fixado em sua mente.

Assim como um fabricante precisa investir para consolidar as marcas de seus produtos, qualquer profissional precisa investir na consolidação de seu nome. E isso começa bem cedo.

Se alguém não consegue fazer com que as pessoas se lembrem do nome dele, como vão se lembrar dos resultados que ele alcançou? O seu nome é a sua marca registrada.

A importância do nome não vem de hoje. No Evangelho de São João está escrito que a primeira providência de Jesus de Nazaré foi fazer com que as pessoas acreditassem em seu nome. Os milagres vieram depois.

Na vida profissional acontece o mesmo. A construção da carreira tem início com a fixação do nome. As pessoas mais bem-sucedidas que conheço sempre começam qualquer conversa dizendo o próprio nome e repetindo-o várias vezes depois — mesmo que essas providências nem sejam mais necessárias, porque essas pessoas já são bem conhecidas.

É claro que de nada adianta ter um nome sem mostrar resultados práticos. Mas marcar o nome é o primeiro passo. Os milagres corporativos vêm depois.

Faça contatos

Um tempo atrás, atendi a uma ligação assim: “Max, como vão as coisas?”. Até aí, nada de mais. A não ser o fato de que não fazia a menor ideia de quem estava do outro lado da linha. Por isso, perguntei: “Desculpe, quem está falando?”. No que veio a resposta: “É o Airton, lembra de mim?”. Hã? Quem?

→ Na prática

A conversa continuou, e descobri que eu e o Airton trabalhamos por um bom tempo em uma mesma empresa. Tivemos contatos esporádicos, insuficientes para conhecermos bem um ao outro.

Conto esta história para falar da importância do networking, o círculo de relacionamentos. Em muitos casos, ter bons contatos vale mais do que um bom currículo. De modo geral, as pessoas acreditam que fazer networking é conhecer gente de outras empresas. Mas não é só isso.

O bom círculo de relacionamentos começa no próprio trabalho. Quem está empregado não deve desperdiçar a chance de fazer contatos com colegas de outras áreas. O que hoje é só um bate-papo, amanhã pode render uma indicação de emprego. Manter um relacionamento interno tem a mesma importância de conhecer pessoas em outras empresas. É uma poupança profissional, à qual devemos recorrer sem constrangimentos, quando necessário.

Para fazer networking interno, o funcionário precisa se mostrar disponível a todos. Circular por outros departamentos, tomar café com colegas de áreas diferentes, compartilhar informações, entender e elogiar o trabalho alheio. Enfim, tornar-se conhecido na empresa.

O Airton não percebeu a importância do networking interno quando estava empregado. Por isso, só se lembrou de me perguntar “como vão as coisas” no momento em que as coisas, há muito tempo, já tinham deixado de ir.

Crie a sua marca

O Rogério foi um colega meu de trabalho. Ele criou uma frase que repetia todo o tempo: “Com Rogério, não tem mistério”. Por isso, era lembrado sempre que alguém tinha um problema com Sistemas, a área dele. Outros funcionários trabalhavam em Sistemas. Mas o Rogério estava na ponta da língua da empresa inteira. Ele havia transformado o seu nome em uma referência.

→ Na prática

Todo produto líder de mercado tem um slogan marcante e que funciona muito bem. Muitas vezes, a pessoa acaba comprando o produto por causa do slogan. No mercado de trabalho, o profissional deve procurar desenvolver o seu slogan. Assim, na hora da promoção ou de uma oportunidade, o nome dele vai ser mais facilmente lembrado. Desde que a marca corresponda, de fato, à pessoa.

Em minha equipe trabalhava o Tiago. Como qualquer outro, ele queria ser promovido. Eu estava convencido de que ele não merecia a promoção. De tanto ele insistir, um dia perguntei ao Tiago: “Qual é seu ponto forte?”. E ele respondeu, sem titubear: “Criatividade!”. Depois, pedi para dez colegas dele definirem o Tiago. Ninguém disse “criatividade”. A maioria o definiu como “mão na massa”. E o Tiago viu que sua palavra-chave estava errada e ajustou o foco. Começou a investir na imagem de alguém capaz de fazer as coisas acontecerem.

A experiência foi tão positiva que implantamos na empresa um programa chamado “Qual é o seu slogan?”. O resultado mostrou que a grande maioria tinha o mesmo problema do Tiago — ou seja, a pessoa achava uma coisa, enquanto os demais enxergavam outra.

E o dado mais importante: aqueles poucos cujas imagens coincidiram com a opinião dos outros foram os que se deram melhor na vida profissional.

Aprenda a se promover

Muitos profissionais fazem seu trabalho bem feito, mas se ressentem da falta de reconhecimento por parte da chefia. E não sabem como fazer para serem valorizados.

→ Na prática

Esta é a chamada “síndrome do pato”. O chefe enxerga o funcionário como aquele que sabe nadar, voar e andar. Mas que não chega a ser um primor em nada. O pato não nada nem voa mais rápido que as outras aves, e seu andar é desajeitado.

O “funcionário-pato” acaba sendo sempre deixado de lado quando o assunto é promoção ou aumento de salário. O remédio para curar a síndrome do pato é uma dose de “efeito pavão”. Ninguém nunca viu um pavão nadando ou voando. E quando anda, anda bem mais devagar que o pato. Mas o pavão tem algo irresistível — suas penas vistosas e coloridas —, que faz qualquer um parar para ver.

O funcionário-pavão tem marketing pessoal. Aparece mais do que os outros. Mesmo que não seja tão multifuncional como o funcionário-pato. Quem se sente um pato onde trabalha precisa desenvolver um pouco o lado pavão. Mostrar que sabe fazer tão bem quanto os demais. É a autopromoção, que se sustenta em três pilares:

1. É preciso que o maior número de pessoas saiba o que eu faço.
2. É preciso que as pessoas saibam a importância do que eu faço.
3. Quando essas pessoas estiverem convencidas disso, elas vão se encarregar da propaganda boca a boca, espalhando que eu sou bom no que faço.

As grandes marcas de produtos se sustentam nesses três pilares. E os ótimos profissionais também. O único cuidado que se deve tomar é de não exagerar na dose do efeito pavão. E se transformar em um funcionário-pavão, que só é bom para fazer cena — e nada mais.

Conquiste as pessoas

Muitas pessoas ficam nervosas ao falar em público. Começam a gaguejar, a respiração se descontrola, o coração dispara, as mãos suam. É o que chamamos de medo irracional. Porque, pensando bem, não há razão para tanto pavor. Mas, com nervosismo ou não, há um segredo para conquistar a simpatia do público.

→ Na prática

Certa vez, eu fiz um curso sobre como falar em público. Éramos oito participantes. Em uma das atividades, cada um recebeu um capítulo de um livro sobre touradas. Tarefa: resumi-lo em uma apresentação de cinco minutos. Um a um, fizemos a apresentação. Um dos participantes montou um excelente trabalho. Conseguiu reproduzir cada detalhe do capítulo e não perdeu o foco. Um outro já se enrolou todo. Misturou tourada com futebol e fugiu da linha de raciocínio.

Com a tarefa finalizada, o professor pediu para elegermos a melhor apresentação. A escolhida foi a do rapaz que repetiu fielmente as principais informações do capítulo. Em seguida, o professor pediu para que cada um escolhesse uma apresentação para ser vista mais uma vez. E, para surpresa geral, acabamos elegendo a do participante atrapalhado. Por quê? Porque todos havíamos gostado dele.

Aí está o segredo de qualquer apresentação em público. Os primeiros 30 segundos são decisivos, porque será nesse curto espaço de tempo que a plateia começará a decidir se irá ou não gostar do apresentador. Se ele conquistar as pessoas, poderá tossir, gaguejar ou tropeçar nas palavras que, mesmo assim, será apreciado e aplaudido.

Agora, se ele for arrogante, distante, ou didático demais, e não conseguir a simpatia logo de cara, cada minuto da apresentação será interminável. Mesmo que o apresentador esteja, tecnicamente, muito bem preparado. Quando não há emoção, sobra chateação.

Comporte-se à mesa

Imagine que você tenha sido convidado para um almoço com seus superiores. Ou para um almoço de negócios com profissionais de outra empresa. Você não está acostumado com esse tipo de ocasião. Como se comportar?

→ Na prática

Aproveitar o horário do almoço para um encontro de trabalho é cada vez mais comum. Afinal, se todo mundo precisa comer, por que não usar o tempo entre uma garfada e outra para uma reunião? Mas todo cuidado é pouco aqui. Porque a sua imagem fica por um fio. Basta uma bola fora, e você será lembrado para sempre como aquele que derrubou a água no colo do chefe. Ou que engasgou, tossiu e atingiu os óculos do diretor com a espinha do peixe. No almoço-reunião, siga estas cinco dicas para não arranhar sua imagem:

1. Evite bebidas alcoólicas. Se for inevitável, beba pouco. Porque, em geral, as pessoas não se lembram do que elas fizeram, mas vão se lembrar perfeitamente do que você fez por ter exagerado na dose.
2. Coma o que está acostumado a comer. Não fique tentado a pedir um prato exótico, com ingredientes pouco conhecidos. O pior é começar a passar mal diante de todos.
3. Evite contar piadas, mas ria das piadas dos outros.
4. Respeite a hierarquia. Mesmo que discorde da opinião de seus superiores, não convém bater de frente com eles durante o almoço.
5. Se no almoço houver também profissionais de outras empresas, não faça críticas ao seu trabalho, nem mencione algum colega seu de modo negativo.

Por fim, não se esqueça da “sobremesa”: no dia seguinte, agradeça o convite e a oportunidade. Uma frase é suficiente. E você será lembrado para futuros almoços.

Aproveite o coffee break

Coffee break é aquele intervalo para o cafezinho durante uma palestra, um curso, uma conferência. A ideia aqui é aproveitar o momento para fazer contatos. Alguns deles poderão ser valiosos para o seu futuro como profissional.

→ Na prática

Preparei oito regras para aproveitar bem o seu coffee break:

1. Não se preocupe se não conhecer ninguém. O intervalo serve exatamente para isso.
2. Aproxime-se de grupos ou de alguém sozinho. Não interrompa uma conversa a dois, porque isso caracteriza intromissão.
3. Ao chegar a um grupo, faça um cumprimento geral e diga seu nome e sua empresa. E comece a ouvir. Não chegue contando uma história, e não corte quem estiver contando uma.
4. Quando falar, repita seu nome, para que ele seja memorizado por todos. E comece de leve, fazendo uma pergunta à pessoa que parece ser a mais influente do grupo. Ela apreciará esse seu interesse.
5. Fique com uma mão livre. Se estiver bebendo alguma coisa, deixe para comer depois e vice-versa. A mão livre serve para cumprimentar e para ajudar em seus gestos.
6. Não saia distribuindo cartões de visita indiscriminadamente. Entregue-o apenas quando alguém demonstrar, de fato, interesse por você e por seu trabalho.
7. Não fale demais sobre você mesmo. Procure ouvir os outros e elogiar sempre que for pertinente. Isso ajuda a criar empatia.
8. Nunca entregue um currículo durante um coffee break. Você está ali para iniciar relacionamentos, e não para pedir emprego.

Com essas dicas, talvez você não saia com a barriga cheia. Mas certamente vai recheiar sua agenda com bons contatos.

Seja especial sendo você

Certa vez, recebi uma mensagem que era assim: “Não sou especialmente brilhante. Não fui a melhor aluna da escola. Não sou muito ambiciosa, nem tenho alguma qualidade que me destaque de meus colegas”. No final, a pessoa pedia para eu lhe dizer alguma coisa.

→ Na prática

Disse-lhe que no mercado de trabalho existem três tipos de pessoa.

Tipo 1: aquela que se acha melhor do que realmente é. É uma pessoa que sofre porque sempre vai se achar pouco reconhecida, não importa o que faça. Se é promovida, acha que demorou muito. Se não é promovida, acha que está sendo perseguida. Além disso, tem baixíssima tolerância a críticas.

Tipo 2: aquela que se acha pior do que realmente é. É uma pessoa que sofre porque lhe falta autoconfiança. Vive perdendo oportunidades de reconhecimento. Deixa de emitir opiniões que, mais tarde, são ditas por outras pessoas, que recebem elogios por isso. Ela não consegue se valorizar.

Tipo 3: é a pessoa consciente de suas habilidades, que consegue se enxergar exatamente como é. Esse perfil corresponde ao caso citado acima. Profissionais desse tipo compõem uma minoria no mercado de trabalho. Fazem planos consistentes com suas habilidades, e sempre entregam o que prometem. E se destacam exatamente por terem os pés no chão.

Não é possível afirmar com certeza que pessoas do tipo 3 terão mais chances de crescer na carreira. Mas, com certeza, irão ter bem menos frustrações do que os tipos 1 e 2.

Preserve sua imagem

Por vezes, arranhamos nossa imagem à toa. Uma discussão boba, uma atitude impensada, uma frase infeliz. E isso pode influir decisivamente em futuras oportunidades. Como se preservar?

→ Na prática

Aqui vai uma lista das cinco atitudes que devem ser evitadas:

1. Prometer demais. É quando alguém fala “Deixa comigo”, e todos ficam impressionados. Mas quando os resultados não aparecem, ou terminam abaixo das expectativas, a pessoa ganha o rótulo de quem promete e não cumpre.

2. Afirmar sem ter certeza. Em uma reunião, é citar números sem base concreta, ou passar adiante uma informação sem checá-la devidamente. Com o tempo, essas falhas geram falta de confiança e criam a imagem de alguém inconsequente.

3. Argumentar sem necessidade. É a pessoa que não deixa de criar uma polêmica ou partir para uma discussão, mesmo quando, no fundo, está de acordo com o que foi dito. Essa é a diferença entre a persistência, que é positiva, e a teimosia, que é negativa.

4. Não se lembrar dos outros. É quando alguém é elogiado por um trabalho e “esquece” de estender os elogios ao restante da equipe. E ganha fama de individualista.

5. Criticar o trabalho alheio. Quem somente fala mal das tarefas executadas por outras pessoas, ou só enxerga os pontos falhos, ficará com fama de invejoso ou criador de caso.

Ter uma dessas atitudes de vez em quando é normal. Mas a repetição delas é ruim. A pessoa ganha uma etiqueta negativa, que gruda mesmo. Na hora de uma promoção, a pessoa “mal rotulada” já sai com uma razoável desvantagem. Para um profissional com ambições, imagem não é tudo. Mas é, no mínimo, metade.

Destaque suas qualidades

Imagine que a sua empresa adote um sistema de avaliação anual em que cada funcionário faz a autoavaliação. Ao mesmo tempo, os superiores avaliam seus subordinados. E a nota dos chefes tem peso maior. Na hora de se autoavaliar, você atribui notas condizentes com seu desempenho. Dá notas baixas para si mesmo nos itens em que ainda não se acha bom. Mas seus colegas não fazem isso. Assim, as notas deles são sempre mais altas do que as suas. Isso não é falta de ética de seus colegas?

→ Na prática

Não. Isso é saber se vender. Ao atribuir notas altas a si mesmo, o profissional tem o objetivo de ressaltar as suas virtudes e minimizar os seus defeitos. É o mesmo princípio usado na propaganda de qualquer produto.

Imagine, por exemplo, como seria o anúncio de uma manteiga que dissesse que gordura faz mal à saúde. Ou um comercial de um carro, que dissesse: "É bonito, mas não é lá muito veloz". Eles estariam sendo verdadeiros, sem dúvida. Mas não cumpririam com o objetivo principal, que é o de ser visto com bons olhos pelo consumidor.

Na autoavaliação ocorre a mesma coisa. Você não precisa se depreciar, nem ser excessivamente crítico consigo mesmo. Não existe falta de ética em destacar todas as suas qualidades e enfatizar que você é bom. É o que os seus colegas fazem. Eles valorizam os pontos positivos, mesmo sabendo que não são tão perfeitos assim. É a mesma coisa que faz o fabricante do creme dental que você compra e usa todos os dias.

Por isso, deixe por conta de seu chefe apontar as suas imperfeições. Essa é a função dele.

Deixe as portas abertas

Você está saindo de uma empresa na qual passou alguns bons anos. Para marcar sua despedida, você pensa em escrever um e-mail de agradecimento a todos, de seus colegas a seus superiores. É a melhor atitude?

→ Na prática

Não. Se você escrever uma mesma mensagem e dispará-la por e-mail para uma longa lista de destinatários, o efeito será nulo. Ou, pior, ao igualar todo mundo no mesmo patamar, sua imagem poderá sair arranhada. Os que mal o conhecem não darão a mínima importância à mensagem. E os mais próximos a você se sentirão menosprezados.

Para mostrar que você se importa com alguns colegas, o melhor é encaminhar mensagens individuais. É uma oportunidade para relembrar as histórias e os bons momentos vividos particularmente. É claro que você também irá se despedir pessoalmente deles. Mas o seu e-mail simpático poderá ser guardado e relido outras vezes.

Outra vantagem: ao fazer isso, você vai perceber que para algumas pessoas não há o que escrever. Logo, não é preciso mandar recado nenhum para esses colegas. Você economiza o seu tempo e o tempo deles.

Com seus superiores, o melhor é conversar pessoalmente. Agradecer as oportunidades, elogiar a empresa e a contribuição deles para sua vida profissional. E perguntar se você pode continuar mantendo contato com eles. Isso lhe trará uma vantagem óbvia. No futuro, quando precisar de uma indicação ou uma recomendação, você terá as portas abertas para ligar ou escrever para eles.

Finalmente, tenha em mente que você será mais lembrado por tudo o que fez durante anos, e não apenas pela última mensagem. Mas, se você fez tudo certo, a mensagem positiva e marcante será a cereja do bolo.

Fique numa boa

Você teve uma passagem marcante pelo último emprego, onde ficou por um bom tempo. Só o trocou por uma oportunidade melhor. Daí, você fica pensando nos comentários que devem surgir a seu respeito na ex-empresa — “Igual a ele não tem”, “Na época dele, tudo funcionava”, “Ele era o cara”...

→ Na prática

A grande maioria das pessoas acha que vai ser eternamente lembrada por seus diversos aspectos positivos: competência, eficiência, determinação, criatividade... Minha experiência diz o contrário. Sete em cada dez pessoas vão ser esquecidas após um par de anos. Se um funcionário mencionar o nome do antigo colega, alguns vão perguntar: “Quem?”. E demorarão a se lembrar.

Das três restantes, duas vão ser lembradas por motivos nada nobres — e não por suas “qualidades marcantes”. “Lembra da Luciana?”, “Ah, aquela que tinha um cabelo que parecia um capacete?”. Ou “Sabe o Amadeu, aquele que fedia como um bode?”.

Finalmente, daquelas dez pessoas, apenas uma vai ser lembrada tal qual gostaria, por seus aspectos positivos. E seu nome será mencionado como exemplo. Quase sempre, essa pessoa era bem-humorada e afável com os colegas. Ninguém se lembrará de seus resultados, mas todos se lembrarão de sua simpatia. Isso é o que realmente fica.

Pessoas que se preocupam demais com o que os outros vão falar delas vão acabar se frustrando. Ou porque ninguém falará nada, ou porque alguns falarão mal. Já pessoas que trabalham com alto-astral serão sempre bem-lembradas. E essas poucas são as que terão mais chances de ser convidadas a voltar à empresa.

Minhas DICAS

- Valorize seu nome. Torne-o conhecido para que você seja o primeiro a ser lembrado quando surgir uma oportunidade de promoção. Mas não esqueça que seu bom nome se sustentará melhor sobre bons resultados práticos.
- Não confie demais em seu bom retrospecto de resultados alcançados. Hoje em dia, o profissional precisa manter seu desempenho sempre em alto nível. Para a empresa, o que vale é agora. Por isso, a dica é: tenha orgulho de seu passado, mas seja bom no presente para garantir um bom futuro.
- Construir uma boa imagem no local de trabalho não se restringe a executar bem as funções e se dar bem com o chefe e os colegas. Também conta pontos atuar em outras frentes — como apresentar ideias e sugestões, participar de grupos de trabalho ou ser voluntário em programas sociais da empresa, entre outras iniciativas.
- O relacionamento profissional é fundamental. Com a grande concorrência atual pelas melhores vagas, muitas vezes não basta ter um bom currículo. Tem mais chances quem, além disso, conhece as pessoas certas que ocupam os cargos certos nas empresas certas.
- Sorrir é um ótimo cartão de visitas. Demonstra simpatia, quebra o gelo e ajuda a sair de situações embaraçosas. Além disso, não tem contraindicações. Você se surpreenderá com a imediata mudança de atitude da maioria das pessoas que forem agraciadas com seu sorriso.

Mire em seus objetivos

Como sabemos, a vida é feita de escolhas. A todo momento, em todo lugar. De modo que aprender a observar as situações para fazer as melhores escolhas pode ser considerado uma verdadeira arte. Que requer jogo de cintura e convicção de suas ações. Neste capítulo, você vai ver como acreditar em si mesmo contribui para ser dono do próprio destino. Assim, você ganha maior segurança para ajustar a sua vida profissional de acordo com os seus objetivos — e não conforme as ordens dos outros.

Ser obediente ou contestador?

Quem tem mais futuro: o funcionário que segue à risca o que a empresa quer e obedece cegamente ao chefe ou aquele que tem espírito crítico, é sincero e fala o que pensa?

→ Na prática

Depende do que se entenda por “futuro”. Se for um longo tempo de permanência na empresa atual, é melhor ser obediente do que ser contestador. Porém, se a questão for ampliada para a carreira, incluindo passagens por diversas empresas, aí “o futuro” muda de cara. Neste caso, os contestadores têm mais chances de subir na vida profissional.

Mas, claro, não basta contestar a tudo e a todos, todo o tempo, para chegar lá. Se a pessoa for simplesmente uma contestadora, não vai chegar a lugar nenhum. Pelo contrário. Corre o risco de ser rotulada como “cricrí”, “do contra” ou “desestabilizadora de ambiente”. Daí, a única coisa que ela vai conquistar é uma carta de demissão.

O bom contestador é quem sabe diferenciar a crítica útil da crítica desnecessária. E para cada crítica útil apontada, ele tem uma boa sugestão de melhoria. E mais: sabe a hora de criticar e o jeito de apresentar suas sugestões. Com dados concretos e ideias viáveis.

O bom crítico também tem consciência de que não adianta ficar reclamando da vida nos corredores da empresa. Ele apresenta suas observações diretamente para seus superiores, que têm poder de analisá-las e implantá-las.

Mas... e se os superiores não apreciam boas sugestões e preferem os funcionários obedientes, que só cumprem ordens? Aí, o melhor é partir para a próxima empresa. Ficar significaria perder um tempo precioso contestando o que não será mudado.

Confiança e respeito

Uma vida profissional bem-sucedida está ao alcance de todos, não é? Então, por que algumas pessoas dão certo e chegam lá, enquanto outras acabam não chegando a lugar algum?

→ Na prática

Na minha opinião, porque boa parte dos profissionais acaba cometendo dois erros básicos na gestão da própria carreira.

São eles:

Erro 1: mau relacionamento com o chefe. Qualquer funcionário, independentemente da função que exerça, é contratado para ser uma peça dentro de um sistema. A opinião que o subordinado possa ter sobre o chefe em nada vai alterar o sistema nem a hierarquia. Logo, não é conveniente bater de frente com os superiores. Ainda que com aqueles que parecem incompetentes para ocupar o cargo que ocupam. Mesmo nesses casos, é mais sensato manter um relacionamento cordial e respeitoso.

Erro 2: direcionar os holofotes para si mesmo. Você não é a estrela principal do espetáculo. Seus colegas de trabalho são tão importantes quanto você, e dividem igualmente o mesmo palco. Chamar toda a atenção para si mesmo, ao invés de repartir os méritos, só vai despertar um sentimento de antipatia por parte dos colegas. Como já vimos, divulgar coisas que foram bem feitas é essencial para a carreira. Mas tentar mostrar que tudo foi feito sem qualquer auxílio ou ajuda é prejudicial.

Em resumo, uma vida profissional bem-sucedida se assenta sobre dois pilares: a confiança do chefe e o respeito dos colegas.

Integre-se ao grupo

Um profissional está em seu quinto emprego. Até agora, não acertou em nenhum. Ele sempre esbarra em um mesmo problema: não consegue se dar bem com os colegas. O que fazer?

→ Na prática

O mais fácil é colocar a culpa nos outros. Mas isso nunca funciona. Aqui vão as dicas para criar um bom clima no próximo emprego:

1. No primeiro dia, apresente-se a todos. Um aperto de mão e um “Muito prazer” são suficientes. Nada de beijos, abraços ou tapinhas nas costas. Você ainda não sabe como é a cultura da empresa.
2. Quando alguém conversar com você, mesmo que não goste do assunto, pare o que estiver fazendo e lhe dê total atenção.
3. Não use suas ex-empresas como exemplo a ser seguido. Só as mencione para dizer que o trabalho atual é muito melhor.
4. Nas conversas informais com os novos colegas, deixe que eles contem suas histórias. Fale pouco e seja um bom ouvinte.
5. Pergunte a cada colega algumas coisas cujas respostas você, no fundo, já sabe. É um termômetro para você descobrir quem é sincero e quem não merece sua confiança.
6. Não faça comentários pessoais a respeito de seus colegas. Você não sabe quem é amigo de quem. Só sabe que você ainda não é amigo de ninguém.
7. Se for convidado para sair com um grupo de colegas após o expediente, aceite. Divirta-se com eles. E, da próxima vez, diga que infelizmente não poderá comparecer. É um jeito de não ficar preso em uma panelinha antes de conhecer todas as outras.

Com tudo isso, você terá maiores chances de construir uma imagem positiva. E só depois de provar que você sabe ser igual é que poderá começar a mostrar que pode ser diferente.

Igual-se para se diferenciar

Um profissional — vamos chamá-lo de Fábio — saiu de uma grande empresa para uma menor. O Fábio entendeu que a experiência e o conhecimento dele seriam aproveitados no novo emprego. Mas não foi o que aconteceu. Qualquer sugestão do Fábio é barrada sem explicação. Como agir nesse caso?

→ Na prática

Em primeiro lugar, o Fábio precisa consolidar a imagem dele entre os novos colegas de trabalho. Mostrar a todos ali que ele chegou para ajudar, para fazer parte da equipe, como qualquer outro funcionário. Enfim, quebrar a impressão de que é “superior” porque veio de uma empresa maior.

Para começar, é importante ajustar o modo de falar. Quem vem de empresa grande acaba usando, sem querer, termos e expressões que não fazem parte do vocabulário das empresas menores. Ou mencionando processos que a maioria desconhece. Ou se vestindo de uma maneira que ninguém se veste. Tudo isso, em vez de impressionar, pode intimidar a maioria e acabar criando uma antipatia desnecessária.

Para ir ganhando, aos poucos, a confiança dos demais, o Fábio deve seguir as sete dicas do caso apresentado na página anterior. Assim, ele não será visto como “aquele cara que veio de fora”, e sim como “gente como a gente”. E quando as pessoas começarem a confiar nele, aí sim o Fábio poderá voltar a apresentar sugestões.

Em resumo, o primeiro passo do profissional recém-chegado é se parecer com a empresa. Para só depois pensar em fazer com que a empresa se pareça um pouquinho com ele.

Ajuste sua postura

Você é jovem, cheio de energia e está de emprego novo. Não vê a hora de mostrar seu potencial, para começar a ganhar elogios, aumentos e promoções. Isso é ótimo, mas... Vamos com calma.

→ Na prática

Não adianta sair atropelando o sistema e achar que vai receber aplausos pela ousadia. Eu conheci muitos profissionais promissores, na casa dos 20 anos, que, passados 10, 15 anos, estavam com a carreira estagnada e não entendiam por quê. Então, listei cinco erros que podem comprometer a vida profissional:

1. Fazer o mínimo e esperar o máximo. Parte da imagem positiva vem do esforço de produzir sempre mais do que é esperado.
2. Comportar-se como um oásis no meio de um deserto de mediocridade. A pessoa não admite os próprios erros, não aceita críticas nem conselhos e é incapaz de elogiar os outros. Assim, fica com a imagem de antipática.
3. Apresentar variações emocionais. Um dia, a pessoa está feliz da vida e distribui sorrisos a todos. No outro dia, está azeda e não admite nenhuma brincadeira.
4. Não se dar bem com a chefia. O chefe deve ser respeitado em qualquer situação. Quem consegue estabelecer uma relação de confiança com o chefe tem muito mais chances de ser promovido. Mas sempre lembrando que confiança nada tem a ver com bajulação.
5. Ser cabeça-dura. A pessoa não é flexível o suficiente para se adaptar aos novos processos da empresa. Aí, acaba sendo ultrapassada por outros funcionários mais maleáveis.

Cada um dos itens acima pode ser trabalhado e evitado. Mas apenas uma minoria de profissionais dá a devida importância a todos eles. Não por acaso, é a mesma minoria que consegue as promoções.

Saiba apresentar uma ideia

Qualquer empresa gosta de ter funcionários criativos. Os funcionários, por sua vez, acreditam que são criativos por natureza. Logo, as duas partes deveriam compor a mais perfeita união. Mas não é o que acontece no dia a dia. Porque não basta ter uma boa ideia. É preciso saber apresentá-la.

→ Na prática

Para que sua ideia imperdível saia da cabeça e vire algo prático, contenha a empolgação. E vislumbre a sua ideia criativa dividida em três partes: conhecimento, curiosidade e imaginação.

Conhecimento significa entender os detalhes de um processo. A curiosidade é que permite perguntar: “Dá para fazer isso de outro jeito?” (porque muita gente se acostuma com um processo e acha que ele só pode ser feito daquela maneira). E a imaginação leva às várias opções de melhoria, substituindo o processo inteiro ou partes dele.

Em geral, na hora de apresentar uma ideia, a pessoa já emperra na primeira parte: o conhecimento. Um chefe, com 20 anos de casa, até pode não ter muita imaginação ou um pingão de curiosidade. Mas tem conhecimento de sobra. E, invariavelmente, faz uma série de perguntas específicas, dando ao subordinado a impressão de não estar interessado ou de querer boicotar os criativos.

Assim, quando apresentar uma sugestão, não é uma boa chegar dizendo “Chefe, tive uma ideia”. Antes, é melhor conversar com ele sobre o processo. Mostrar que você conhece o assunto. Despertar o interesse dele para uma mudança e até pedir sugestões. Só então apresente a ideia, com ênfase nos resultados práticos. Por último, nunca se esqueça: se a ideia for implantada, apregoe que nada teria sido possível sem a ajuda e a participação do chefe. Essa providência elementar lhe abrirá as portas para apresentar novas ideias.

Aposte em seu talento

Uma vez, recebi uma mensagem interessante de uma profissional. Ela dizia que o lema da empresa em que trabalhava era contratar, desenvolver e reter talentos. Só que ela não via nada disso no dia a dia. Ela mesma não se considerava talentosa, e nenhum dos colegas tinha algo de especial. O discurso da empresa estava errado?

→ Na prática

O lema da empresa realmente pode dar a impressão de que um lugar assim vai estar repleto de gente com superpoderes. Pessoas capazes de proezas inimagináveis para atingir suas metas. Mas não é isso.

Talento, no caso, significa que um profissional é capaz de exercer a sua função, por mais simples e corriqueira que ela pareça ser, acima da média de profissionais de outras empresas. Mas sem a necessidade de recorrer aos poderes típicos de um super-herói.

Quando uma empresa tem funcionários assim distribuídos por todos os setores, eles não se diferenciam claramente, mas o resultado geral aparece. A qualidade, a produtividade e a lucratividade ficam acima da média do setor em que a empresa atua.

Portanto, a profissional em questão de fato tem talento. Se não tivesse, não estaria mais empregada ali. Cabe a ela se convencer de que, apesar da aparente normalidade de cada um de seus colegas e dela mesma, a empresa está sabendo tirar proveito da soma de talentos internos.

Mas é possível, também, que a empresa tenha lido o lema em algum outro lugar e decidido copiá-lo. Se isso for verdade, os resultados práticos mostrarão que os concorrentes é que têm os verdadeiros talentos.

Conheça seu potencial

Você tem tudo de que precisa para ser promovido: boa formação, experiência, liderança, espírito de equipe e bom relacionamento interno. Mas sua vez nunca chega. Três colegas seus já foram promovidos. E você os ajudou a chegar lá. O que está errado?

→ Na prática

Muito provavelmente sua autoavaliação está fora de foco. Você se enxerga de um jeito — como alguém eficiente, camarada e merecedor de um cargo mais alto. E seu chefe o enxerga de outro, como alguém que ainda está "verde" para ser lembrado para uma promoção.

Com o tempo, você foi se convencendo de que já possuía os pontos positivos mencionados. E não teria mais nada a melhorar em seu comportamento ou em seu desempenho para ganhar um cargo superior. Mas está claro que seu chefe não compartilha da mesma impressão. Caso contrário, ao menos ele diria algo como “Não fique frustrado. Conheço seu potencial e novas oportunidades vão surgir”.

Mesmo que você esteja certo sobre a sua autoavaliação, no fim das contas é o seu chefe quem decide sobre a promoção. Por isso, minha sugestão é que você marque uma conversa com ele.

Pergunte o que você precisa fazer para merecer uma promoção futura. E ouça os conselhos dele com atenção, sem contradizê-lo. Uma discussão nessa hora não aumentaria suas chances. E depois coloque os conselhos dele em prática.

Desse modo, você vai mostrar a seu chefe que acreditou nele, e esse será o primeiro passo para que ele possa acreditar mais em você. Mesmo que nada aconteça, a conversa com o chefe será válida, porque ainda é melhor você sair frustrado dela (e, eventualmente, procurar um chefe melhor) do que não dizer nada e continuar imaginando que está sendo vítima de um complô.

Não seja explorado

Você é um profissional extremamente dedicado. Cumpre tudo no prazo e não deixa nada para depois. Em seu departamento, trabalham mais sete funcionários. Mas, na hora do aperto, seu chefe sempre passa a tarefa mais urgente para você. Mesmo sabendo que você já está atolado de trabalho. Não é injusto ter que trabalhar por você e pelos colegas menos produtivos?

→ Na prática

Se quiser, você pode enxergar a situação como injusta. Afinal, se existem oito empregados na seção, por que seu chefe não distribui os serviços por igual? Mas o melhor é olhar a situação por outro ângulo. Com certeza, seu chefe sabe que você trabalha mais, melhor e mais rápido que os outros. E justamente por isso passa ainda mais trabalho para você. Por quê?

Por uma questão de eficiência. Imagine que um chefe tenha um trabalho que precise ser feito com urgência e sem erros. E que ele tenha duas opções: um subordinado com bastante tempo livre ou um muito ocupado. Qual ele deve escolher?

Pela regra da eficiência, o chefe deve escolher o funcionário mais ocupado. Porque essa eficiência é a verdadeira garantia de que o trabalho será feito como se deve.

É exatamente o caso aqui. Com a sua dedicação, você conquistou a confiança do chefe. Algo que os outros ainda não conseguiram. Entre todos os colegas, certamente você é quem tem as maiores chances de crescer profissionalmente. Só é preciso ficar de olho em um detalhe: você está sendo reconhecido ou apenas sendo usado?

Se um de seus colegas menos eficientes for promovido e você não, não tenha dúvidas: você está sendo usado. Ser útil é ótimo. Mas ser explorado é péssimo.

Não seja o quebra-galho

No caso anterior, vimos o profissional que acaba assumindo diversas tarefas ao mesmo tempo. Aqui, vamos conhecer aquele que pula de área para área, como um autêntico curinga corporativo. Mas nunca é promovido.

→ Na prática

"Curinga corporativo" é um nome bonito para o eterno quebra-galho. Uma hora ele está em um galho. Depois, está em outro ao lado. De repente, aparece em outro galho, do lado oposto. Enquanto isso, seus colegas vão saltando para os galhos mais altos da hierarquia.

Em geral, o funcionário quebra-galho faz de sua maior virtude — a funcionalidade — o seu maior defeito. Como se adapta rapidamente a qualquer nova função, ele é muito conveniente para a empresa. Se precisar tapar algum buraco, lá está o "curinga corporativo".

Ser quebra-galho por um curto período é bom. É uma chance para o profissional adquirir experiência e conhecer as diversas áreas. Ser o eterno quebra-galho é ruim. A carreira, em vez de deslanchar, começa a patinar, com o funcionário sendo requisitado por outros setores e empurrado de um lado para outro. O importante é não se transformar em um mico, de tanto pular de galho em galho.

Nesse caso, a sugestão é que o profissional se decida por alguma função que goste de desempenhar e que a execute com eficiência. Isso se chama foco.

Um curinga sofre porque, depois de algum tempo, a empresa só o vê como um tapador de buracos ou um bombeiro sempre pronto a apagar incêndios. E não quer correr o risco de promovê-lo para uma função só e perder o faz-tudo. A sugestão para quem está nessa situação é: procure outras empresas. A experiência generalista contará pontos na hora de conseguir outro emprego.

Não seja bonzinho demais

Um funcionário — vamos chamá-lo de Eduardo — está há muitos anos na mesma empresa, em uma função que sempre cumpriu com competência. Várias vezes surgiram vagas melhores que ele poderia ocupar. Mas o dono da empresa vive repetindo que o Eduardo é perfeito na função que executa e que seria impossível substituí-lo. E o Eduardo continua no mesmo lugar. O que fazer?

→ Na prática

No que depender do dono da empresa, o Eduardo vai continuar ali até o fim dos tempos. Nesse caso, o Eduardo precisa se lembrar de que tudo tem um preço. E o preço por ele continuar onde está pode ser mais alto do que é atualmente. Afinal, se o próprio dono da empresa reconhece o seu valor e dá sinais de que ele é insubstituível, é hora de ter uma recompensa.

Se a recompensa não vem em forma de promoção, pode vir em forma de aumento de salário. O que, de certo modo, compensaria o fato de não ser promovido. Caso o aumento não seja concedido, algo está errado. Mas... com quem? Com o dono ou com o Eduardo?

Com os dois. Com o dono, por estar impedindo que um bom profissional progrida na carreira. E com o Eduardo, por não tomar uma atitude em relação a essa situação de “reconhecimento sem reconhecimento”.

O problema do Eduardo é de medo. Medo de falar seriamente com o dono ou medo de não encontrar outra empresa que o “proteja”, como ele se sente protegido. O dono, por sua vez, respeita o Eduardo. Mas não quer dar nada em troca.

Se ele ficar sem promoção e sem aumento de salário, só resta uma solução: procurar outro emprego. Porque ser bom no que faz é uma coisa. E ser bonzinho é outra coisa, bem diferente.

Minhas DICAS

- Nenhum profissional é contratado para construir uma carreira. Em princípio, é contratado para executar uma tarefa. A carreira bem construída é a consequência das tarefas bem executadas.
- Se você está sobrecarregado em sua função e seu chefe continua dando mais e mais tarefas, fique atento. Por um lado, é um indício de que seu chefe confia em você. Por outro lado, se essa sobrecarga não resultar em promoção ou aumento, você pode estar sendo apenas um funcionário útil. É hora de começar a procurar outras opções.
- Se você é novo no emprego, fique de olho nos critérios usados para promoção. Veja o que conta pontos e o que não funciona, baseando-se em seus colegas que foram promovidos. E procure seguir o exemplo daqueles que deram certo.
- Ficar mais de cinco anos na mesma função não é um bom sinal. Indica que sua carreira está estagnada. Aí, você precisa descobrir se o problema está em você ou na empresa. Se estiver em você, converse com seu chefe, melhore o que não está bom e procure se atualizar. Se o problema estiver na empresa, não fique parado. Antes de ficar vermelho de raiva, busque outro lugar para não ficar verde de mofo.

Desculpe, falha nossa!

Ninguém é perfeito. Mas também não precisamos usar essa frase como desculpa a toda hora. Porque sempre dá para melhorar um pouquinho a nossa imagem, nem que seja só um detalhezinho. Muitas vezes, pequenos ajustes fazem uma grande diferença. Coisas simples, como ter cuidados básicos com higiene e aparência, manter um comportamento adequado com os colegas e dominar minimamente o nosso idioma para falar e escrever corretamente. Pode ser o empurrão que falta para a carreira decolar.

Que cheirinho, hein!

Você tem algum colega que emana, digamos, um cheirinho mais forte? O mau cheiro causado pela transpiração é um problema que fica mais evidente em ambientes fechados. Aí não tem escapatória. Como lidar com esse colega?

→ Na prática

Exalar um odor desagradável é ruim para a imagem de qualquer pessoa. O problema é que muitas vezes o malcheiroso não sente o próprio odor. Isso acontece porque a percepção dos próprios cheiros é diferente da que os outros têm. O que para o dono do odor é imperceptível, para o colega ao lado é algo insuportável.

Assim, se você dá uma indireta — ou uma direta —, o "cheirosinho" vai negar o fato. Não por ele querer esconder algo que está debaixo do nariz de todo mundo, mas por não se dar conta de seus odores. E vai achar que você está pegando no pé dele.

Contra o popular ce-cê — as iniciais de "cheiro de corpo" —, só tem um jeito: apresentar uma reclamação coletiva para o chefe. Se apenas um reclamar, só vai causar encrenca.

Aí, representando todos, o chefe deve sugerir que o "cheiroso" procure um médico, para descobrir as causas do odor. O que muita gente atribui a falta de higiene costuma ser, na verdade, um problema clínico — a chamada sudorese. Ao saber que (1) cheira mal, (2) todo mundo sente, (3) ninguém o está criticando e (4) há uma solução, o "cheiroso" aceita o conselho de procurar orientação médica.

Mas... e se o chefe tem ce-cê? Nesse caso, é preciso ter prudência. Uma reclamação coletiva não vai cheirar bem. A única solução é ficar bem longe dele.

Que bafo, hein!

Depois de ver a questão do ce-cê, continuamos nos odores. Desta vez para falar do mau hálito. Assim como o ce-cê, o bafo de múmia é algo que precisa ser cuidado. Por prejudicar não apenas a imagem pessoal, mas também a própria carreira.

→ Na prática

Eu não conheço um só diretor ou presidente de empresa que tenha mau hálito. Pode ser coincidência, e pode não ser. Eu acredito que não seja. O mau hálito cria uma imagem negativa, e a pessoa acaba sendo barrada nas promoções para cargos mais altos, cujos ocupantes representam a empresa em reuniões ou contatos externos.

Mais ainda do que no caso do ce-cê, quem tem mau hálito não percebe que tem. Por isso, uma das experiências mais desagradáveis é conversar com alguém com mau hálito, porque a pessoa parece que faz questão de chegar bem perto da gente.

A boa notícia é que todo mundo tem mau hálito. O que varia é a intensidade. Para saber o seu grau de mau hálito, existe um teste bem simples. (1) Coloque a língua para fora o máximo possível. (2) Com a parte posterior da língua (aquela que fica perto da garganta), dê uma lambida em seu pulso. (3) Conte bem devagar até cinco. (4) Cheire seu pulso a 10 cm de distância. Esse é o cheiro de seu hálito que as outras pessoas sentem quando falam com você.

Portanto, ninguém pode afirmar com absoluta certeza que não tem mau hálito. Esse é um daqueles casos em que os outros sabem mais de nós do que nós mesmos. As prevenções são a boa escovação após as refeições e o uso de fio dental e antisséptico bucal. Também é recomendável consultar o dentista. Ele não apenas dirá qual é o seu grau de mau hálito, como também recomendará a solução mais adequada. A sua carreira agradecerá. E os seus colegas, mais ainda.

Caspa, eu?

Você acabou de conhecer uma pessoa, colega ali do trabalho. A conversa está animada, até você bater os olhos nos ombros dela. E ver uma infinidade de floquinhos esbranquiçados. Não, não é a pintura do teto que está descascando. É caspa mesmo. A visão da caspa repele e cria uma instantânea sensação de desconforto.

→ Na prática

A dermatite seborreica, popularmente chamada caspa, é algo que salta aos olhos. Para quem vê, dá até a impressão de que a pessoa não deve lavar os cabelos direito. Talvez nem tome banho todos os dias. E será que ela lava as mãos antes de sair do banheiro? Enfim, formamos uma má imagem imediata, mesmo que tudo isso esteja muito longe da realidade.

Mas a caspa é mais comum do imaginamos. Afeta quatro em cada dez pessoas. Na proporção de seis homens para cada mulher. Entre os afetados, sete em cada dez não notam que têm — ou ficam torcendo para que os outros não percebam. Um último dado: o problema é agravado nas épocas frias do ano.

Há algumas formas de controlar a descamação do couro cabeludo. A primeira providência, claro, é a pessoa se tocar de que tem caspa. De preferência, sem precisar que alguém lhe dê a desagradável notícia.

O passo seguinte é consultar um dermatologista. Ele dará várias recomendações, do uso de xampus específicos à temperatura da água do banho, passando pelo tipo de alimentação. E o melhor: não vai doer nada e a pessoa ainda vai poder abusar de roupas escuras.

Apenas como aviso a quem tem ambição: não conheço um só diretor de empresa que tenha caspa. Tal qual acontece com o mau hálito, essas “coisinhas sem importância” ganham muito peso na hora de subir a escada da hierarquia.

Extravagante, eu?

Este caso trata de um tema bem atual e polêmico, na opinião de muitos recrutadores. E está à vista de todos. Até que ponto tatuagens, piercings e outras extravagâncias visuais podem prejudicar a imagem do candidato a uma vaga de emprego?

→ Na prática

Conheço casos de candidatos com tatuagens ou piercings que foram seguidamente rejeitados em entrevistas de emprego. Eles tinham certeza de haver perdido a vaga por essa razão. E me perguntavam se a rejeição era preconceito. Eu sempre respondo que ser diferente tem suas vantagens e desvantagens. Uma vantagem é visual. Uma desvantagem é profissional.

Podemos separar as empresas em dois tipos: conservadoras e liberais. As primeiras são mais formais tanto no traje como na aparência física. É o caso dos bancos, onde homens usam terno e gravata, e mulheres, vestidos discretos. Todos com cabelos bem cortados e estilo comportado.

Já as empresas liberais são menos formais. Os funcionários costumam usar roupas casuais, como jeans e tênis. Há maior aceitação de acessórios e penteados. É o caso de diversas empresas do ramo de novas tecnologias.

Também há distinção entre as funções internas e as que têm contato com o público. Quem nunca é visto pelo cliente pode ter maior liberdade de estilo. Diferentemente de quem fica diante das pessoas e representa a imagem da empresa. Para os adeptos de tatuagens ou piercings, as chances de emprego são maiores em empresas liberais.

Pode até parecer preconceito, mas não é crime. Afinal, cada um faz com o corpo o que bem entende. E cabe à empresa decidir, na hora de contratar, se o candidato tem o estilo dela.

O dono da verdade

O turrão discorda pelo prazer de discordar. As opiniões dele são sempre contrárias às da pessoa com quem esteja conversando. E o turrão faz questão de dizer o que pensa, doa a quem doer. Ele é autêntico? Ou não passa de um chato?

→ Na prática

Toda empresa tem o seu turrão. O dono da verdade, que não gosta de ser contrariado e nunca se dá por vencido em uma discussão. Quando parece que se convenceu, ele descobre outro argumento, para não dar o braço a torcer.

Você, certamente, não é turrão. E tem certeza disso. Mas tem gente que diz que você é. Como as pessoas chegaram a essa conclusão? Simples: elas perceberam — e você ainda não — que toda vez que você interrompe alguém é para contrariar. Nunca para apoiar ou elogiar. Elas podem estar erradas? Até podem. Mas, em empresas, a opinião geral é que faz a imagem de um profissional.

Há uma providência simples que você pode tomar na próxima vez em que sentir aquela irrefreável vontade de interromper e contrariar. Comece a recitar, mentalmente, as letras do alfabeto de trás para diante: Z, Y, X, W, V... Quando chegar ao P, você já terá tido tempo para refletir melhor. E talvez conclua que uma interrupção não levaria a nada. Ou que discordar não seria a melhor política. Ou que, simplesmente, a pessoa estava certa.

Esse simples exercício irá refrear seu impulso de criticar. O que incomoda num turrão é a crítica que não melhora nem esclarece. Pelo contrário, a opinião dele pode gerar um clima de hostilidade. E, o que é pior, criar a fama de chato. É claro que ninguém precisa ficar mudo para subir na carreira. O equilíbrio está em guardar as opiniões para os momentos em que elas serão realmente úteis.

O mala sem alça

Cuidado com o mala sem alça! Porque ele pode estar dentro de você. Os outros notam a presença dele na hora. Mas você pode não perceber. E, aos poucos, ele vai tomando conta de você. E, de repente, ninguém aguenta mais ficar a seu lado.

→ Na prática

Todo chato se acha legal. Chatos são os outros. Mas a chateação é uma questão de percepção. Aqui vai uma lista de atitudes que chateiam a maioria e podem atrapalhar a ascensão profissional:

1. Procurar pelo em ovo. Quando a pessoa começa a fazer isso, já passou do grau aceitável de perfeccionismo. Suas intervenções só fazem todos perderem tempo.
2. Fechar-se no próprio trabalho. A pessoa não dá atenção a quem vai falar com ela. Isola-se dos colegas e é isolada por todos.
3. Ficar se gabando. A pessoa não se cansa de contar histórias para mostrar que é a tal.
4. Ficar dando voltas. A pessoa gasta um tempo enorme para dizer algo que poderia ser dito em pouquíssimas palavras. E torra a paciência de todos.
5. Fazer brincadeiras na hora errada. A pessoa não se toca de que é hora de se concentrar no trabalho. Fica fazendo piadinhas e ainda reclama que ninguém tem senso de humor.
6. Reclamar de tudo. Nada está bom. A pessoa passa o dia encontrando defeito em tudo e em todos.
7. Dizer a verdade para ferir. A pessoa sabe que não é preciso escancarar uma verdade. Mas faz com gosto, só para constranger.
8. Irritar-se quando alguém faz com ela a mesma brincadeira que ela havia feito com um colega. Esse é o perfeito mala sem alça, aquele que acha que ser chato é um privilégio só dele.

Tropeçando na língua

Uma apresentação para o público pode estar impecável, com conteúdo interessante e discurso cativante. Mas uma única palavra errada é capaz de estragar tudo. Ninguém perdoa.

→ Na prática

Eu trabalhei com um gerente de Vendas que até sabia conduzir bem as apresentações da empresa. Mas ele tinha um vício imperdoável: vivia falando “seje”, como se em português existisse o verbo “sejar”. Ele costumava encerrar cada discurso com uma mensagem do tipo “A empresa pode ficar tranquila, porque cada um vai dar o máximo de si, ‘seje’ o vendedor, ‘seje’ o supervisor, ‘seje’ o gerente”. No dia seguinte, claro, todo mundo só se lembrava daquele famigerado “seje”.

Até que um dia, na véspera de uma reunião com clientes, nós decidimos ajudá-lo a corrigir o erro. Ao saber que “seje” não existia em nossa língua, o gerente ficou estupefato. Mas, quando lhe mostramos uma cartilha de conjugação do verbo “ser”, ele finalmente se convenceu de que o certo era “seja”.

No dia da apresentação, esperamos pelo final. E o gerente fez aquele discurso brilhante de sempre. Na conclusão, ele tomou fôlego e disse, pausadamente: “Seja o vendedor, seja o supervisor, seja o gerente”. Quando íamos aplaudi-lo de pé, ele emendou: “Por isso, ‘estejem’ tranquilos”. Uma tremenda bola fora!

Não é preciso ser catedrático para ter sucesso. Mas é preciso evitar erros gramaticais que vão ficar gravados na memória de quem ouve. O gerente do “seje”, passados mais de 15 anos, continua na mesma função, apesar de ter qualidades técnicas para um cargo mais alto. Seu jeito de falar o transformou no chamado “gerentão”, o profissional bom, mas inculto. O que bloqueou sua carreira.

Tropeçando na escrita

Escrever errado atrapalha uma carreira. Muita gente está se esforçando para aprender inglês, o que é ótimo. Mas nos testes de seleção em empresas, 70% dos candidatos são reprovados já no teste de português. Nem chegam ao teste de inglês.

→ Na prática

Num processo de seleção, uma empresa pediu que doze candidatos fizessem uma pequena redação com o tema “Sugestões para um Brasil melhor”. Como a responsável pelo processo apenas ditou o título, os candidatos o colocaram no papel. Dos doze, nada menos que sete escreveram “sujestões”, com jota. E foram eliminados do processo logo na primeira palavra.

Aplicativos de comunicação, redes sociais e e-mails deixaram claro que existe uma necessidade de as pessoas prestarem mais atenção à maneira como redigem. Sem as secretárias para corrigir seus memorandos, muitos profissionais tiveram de se expor quando passaram a digitar suas mensagens.

Por isso, a língua pátria vem sofrendo barbaridades. O certo é “ascensão”, “ascenção”, “acenção” ou “assenção”? Um bom dicionário resolve a dúvida, mas as pessoas só recorrem a ele, quando recorrem, ao se depararem com palavras mais complicadas. Porém, ainda tem gente, muita gente, que escreve “você” com cedilha.

Não é preciso ser erudito. Basta evitar as aberrações gramaticais. Elas podem complicar, e muito, a vida profissional de quem realmente deseja chegar lá. Por isso, antes de pensar em aperfeiçoar o inglês ou o espanhol, não custa dar uma polida no português.

Ler bons autores já ajuda, mas um curso seria mais que recomendável. Não apenas porque escrever corretamente é obrigação, mas também porque erros elementares podem custar boas oportunidades de emprego.

Mania de perseguição

Neste livro tratamos de temas variados que corroem a imagem profissional: do mau cheiro à má postura profissional, passando pelo despreparo para falar e escrever. Em seu trabalho, você deve conhecer pelo menos um bom exemplo para cada situação. E, com certeza, conhece alguém que, de tanto ouvir indiretas, pôs na cabeça que é perseguido. Este é o tema de nosso último caso.

→ Na prática

Não raramente, recebo consultas de profissionais que se sentem perseguidos pelos colegas. Eles se queixam de que não são respeitados. E alguns desconfiam (enquanto outros têm certeza) de que seu trabalho está sendo sabotado, por inveja ou má-fé. E finalmente me perguntam o que está errado... com “os outros”.

Eu sempre respondo que, no mais das vezes, o problema está dentro da própria pessoa. Quando uma mesma situação se repete em ambientes diferentes, ou em empresas diferentes, é bem pouco provável que o mundo tenha resolvido se unir para azucrinar alguém ou para conspirar contra quem é mais eficiente.

Claro que sempre é mais fácil transferir o problema para os outros. Adotando ou a postura de vítima (“ninguém me entende”) ou de superior (“como os outros me veem não é problema meu”). Evidentemente, se a maneira como os outros nos veem pode atrapalhar nossa carreira, o problema passa a ser totalmente nosso.

Psicólogos são profissionais que podem ajudar muito quem se sente deslocado por causa da incompreensão alheia. Um dia, em resposta a essa sugestão, um leitor me escreveu: “Não vou a psicólogos porque eles não vão me entender”. Esse já é o estágio da paranoia. O mundo corporativo não está contra nós. Alguns é que se colocam contra ele, como se fosse possível moldá-lo ao nosso gosto.

Minhas DICAS

- Fique atento a seu comportamento diante dos colegas. Trate cada um como gostaria de ser tratado. E dê atenção e importância às opiniões que eles manifestam sobre você. Sem querer, você pode estar incomodando alguém. Isso não é um problema. Mas se você está incomodando um grupo inteiro, isso é um problema. E só seu.
- Cuide da higiene pessoal. Ela é importantíssima para a sua imagem. São dicas básicas, que todo mundo conhece. Incluem usar um desodorante para não dividir o odor de sua transpiração com os colegas. Cuidar da higiene bucal, para não ficar com bafo de jiboia. E verificar a saúde do couro cabeludo, para não esparramar a caspa ao sabor do vento.
- Dominar a língua portuguesa é obrigação. Seja para falar, seja para escrever. Não tenha vergonha de rever as lições básicas de nosso idioma. Mesmo que seja preciso estudar com um professor particular. Aperfeiçoar-se num idioma estrangeiro é positivo, mas são os testes escritos de português que eliminam a maioria dos candidatos a emprego.
- O objetivo desse livro não é ditar regras. É ajudar você com orientações e sugestões. Por essa razão, também é importante ler outros autores. Depois, as conclusões ficarão por sua conta. Afinal, uma carreira bem-sucedida é construída por quem sabe tomar as decisões apropriadas nos momentos certos.

DESTAQUE-SE **PROFISSIONALMENTE**

POR **MAX GEHRINGER**

33 lições para se
diferenciar dos demais
de forma simples e prática.

Textos originais e autoria
Max Gehringer

© 2019, 2008, Gold Editora
São Paulo, Brasil

Todos os direitos reservados
A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em
parte, constitui violação de direitos autorais (Lei nº 9.610/98)