



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA
FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS - FATECS
CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL
DISCIPLINA: MONOGRAFIA**

**ÁREA: COMUNICAÇÃO E MARKETING
ORIENTADORA: PROFª CLÁUDIA BUSATO**

O PODER DA APARÊNCIA E DA LINGUAGEM CORPORAL EM UMA ENTREVISTA DE EMPREGO:

***Uma análise dos looks de moda no trabalho nos blogs de Roberta
Carlucci, Galo do Porão e Agenda do Produtor***

**NAYARA TAYAR TEIXEIRA
MATRÍCULA Nº 2087772**

Brasília/DF, Junho de 2011

NAYARA TAYAR TEIXEIRA

**O PODER DA APARÊNCIA E DA LINGUAGEM CORPORAL EM UMA
ENTREVISTA DE EMPREGO:**

**Uma análise dos *looks* de moda no trabalho nos blogs de *Roberta
Carlucci*, *Galo do Porão* e *Agenda do Produtor***

Monografia apresentada à Faculdade Tecnologia
e Ciências Sociais Aplicadas do Centro
Universitário de Brasília - UniCEUB
como um dos pré-requisitos para obtenção do
grau de bacharel em Comunicação Social,
habilitação em Comunicação e Marketing.

Brasília/DF, Junho de 2011



FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS - FATECS
CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL
DISCIPLINA: MONOGRAFIA

ÁREA: COMUNICAÇÃO E MARKETING
ORIENTADORA: PROFª CLÁUDIA BUSATO

Banca examinadora:

Prof(a). Cláudia Busato
Orientador(a)

Prof(a). Tatyanna Castro
Examinador(a)

Prof(a). Úrsula Betina Diesel
Examinador(a)

Brasília/DF, Junho de 2011

Dedicatória

Dedico este trabalho, especialmente, às pessoas mais importantes e essenciais da minha vida: meus pais, que são minha fortaleza. Dedico também a todos os meus amigos e a minha professora orientadora que me ajudaram muito nessa jornada.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a Deus, pela vida e por estar sempre ao meu lado.

Agradeço a meus pais, Hélio e Aida, por todo apoio e dedicação a mim destinado e também pelo exemplo que são de força e perseverança na minha vida.

Agradeço também a todos os meus amigos, pois nos momentos em que eu mais precisei estavam todos prontos a me ajudarem.

Agradeço a professora orientadora, Cláudia Busato, por todo ensinamento e atenção a mim dedicados.

Agradeço a todos que de alguma forma contribuíram para o meu crescimento pessoal. Saibam que todos foram importantes nessa jornada.

RESUMO

Este estudo procura investigar se a aparência e o comportamento corporal são quesitos importantes, além das qualificações do candidato, na situação da entrevista de emprego. Desde a antiguidade a roupa serviu de instrumento na divisão de classes, e depois na delimitação de papéis nas sociedades. Outras vezes foram artifícios de repressão às mulheres e símbolos de superioridade no mundo masculino. Curiosamente, foi através das roupas que as mulheres acharam uma forma de se libertar da opressão social, utilizando roupas que antes eram estritamente masculinas, como calças e gravatas. No período do pós-guerra surgiram as antimodas, que eram grupos de jovens que iam contra a imposição da moda e da cultura da época, vestindo-se de acordo com a sua personalidade e ideologia de vida. Esses grupos e suas referências estéticas acabaram se tornando uma parte importante na moda nos dias de hoje. No presente estudo foi percebido que as empresas cada vez mais se importam com a aparência do empregado ou candidato à vaga na empresa, pois este tem que representar a empresa e estar de acordo com a sua filosofia e ideais. Na análise dos blogs de *Roberta Carlucci*, *Galo do Porão* e *Agenda do Produtor* foi percebido que independente de cada área de atuação a pessoa tende a um padrão de vestimenta, em última análise a um “uniforme”. Numa era em que cada vez mais as pessoas estão em busca da construção de suas identidades, importando-se com a aparência e os estilos de vida, os blogs sobre o vestuário no emprego passaram a orientar os leitores e a ensinar a não errar hora da entrevista.

Palavra- chave: Moda; *ensemble*; aparência; comportamento.

ABSTRACT

This study seeks to discover if the body appearance and behavior are important questions, beyond the candidate's qualifications in the job interview situation. Since ancient times clothing was instrumental in the division of classes, and then the division of roles in society. Other times were fireworks repression of women and symbols of male superiority in the world. Interestingly, it was through the clothes that women found a way out of social oppression, wearing clothes that were once strictly male, as pants and ties. In the post-war came the antimodas, which were groups of young people who were against the imposition of fashion and culture of the time, dressing according to your personality and philosophy of life. These groups and their aesthetic references eventually became an important part in fashion today. In this study we noticed that companies increasingly care about the appearance of the employee or applicant for vacancy in the company, because this one has to represent the company and agree with their philosophy and ideals. In the analysis of blogs Roberta Carlucci, Rooster's Basement and the agenda was realized that an independent producer of each area one tends to a standard of dress ultimately to a "uniform." In an era when more and more people are looking for the construction of their identities caring about appearance and lifestyle blogs on the garment jobs began to teach and guide readers to do no wrong time of the interview.

Keyword: Fashion; *ensemble*, their appearance, behavior

Sumário

INTRODUÇÃO.....	p. 9
1. LINHA DO TEMPO NA MODA.....	p.11
1.2 COM QUE ROUPA EU VOU?.....	p.15
2. O QUE AS ROUPAS PODEM NOS DIZER?.....	p.18
3. OS LOOKS DE MODA NO TRABALHO, SEUS CÓDIGOS E OS EIXO QUE SE ENCAIXAM.....	p.24
3.1 CÓDIGO, SIGNO, PARADGIMA E SINTAGMA.....	p.25
3.2 ANÁLISE DOS <i>LOOKS</i> INDICADOS EM BLOGS.....	p.28
CONCLUSÃO.....	p.37
REFERÊNCIAS.....	p.39
ANEXOS	p.40
ANEXO1.....	p.40
ANEXO 2	p.40
ANEXO 3.....	p.40
ANEXO 4.....	p.41
ANEXO 5.....	p.41
ANEXO 6.....	p.41
ANEXO7	p.42
ANEXO 8.....	p.42
ANEXO 9	p.43
ANEXO10	p.43

Introdução

Este estudo tenciona mostrar a importância da construção de uma imagem quando o candidato vai para uma entrevista de emprego, às vezes um currículo impressionante, cheio de cursos e qualificações não garantirá um emprego. O importante é o conjunto da obra, ou seja, a pessoa ser bem qualificada e ter uma aparência que possa representar a empresa na qual visa trabalhar.

As roupas podem estar relacionadas com a personalidade e o grupo a que uma pessoa pertence.

Nas entrevistas de emprego o modo de vestir-se pode ser até mais importante que as qualificações do candidato, pois em geral as empresas preferem pessoas que as possam representar no mercado competitivo. O candidato pode perder sua vaga tão desejada por causa de um *look* que não vai de acordo com as expectativas do recrutador ou algum comportamento considerado inadequado pela empresa. Esse tema é bastante importante porque em geral candidatos acham que as qualificações contam mais do que as roupas usadas para uma seleção de emprego, mas conforme as exigências do mercado vão aumentando as cobranças nas entrevistas também crescem. Então, pessoas que estão à procura de uma vaga em uma empresa devem estar preparadas para esses tipos de exigências, apresentando-se tanto com as roupas adequadas quanto com as qualificações requeridas.

Neste trabalho também será observado se as roupas para o trabalho estão de acordo com a personalidade daquele que as usa ou se são consideradas um tipo de “uniforme”.

O primeiro e o segundo capítulo deste estudo mostram que a moda tem um papel importante para a sociedade e para a história, servindo de divisor social até hoje, de alicerce para as mulheres se livrarem da repressão masculina e, em outros momentos, revelando a rebeldia dos jovens que eram contra a imposição das vestimentas e outros valores nos anos 50 até os anos 70. Essas revoltas foram importantes para a moda, a partir dessas revoltas foram se formando vários estilos que fazem parte da moda de hoje. Algumas noções de estilo e tendências serão percorridas de modo breve, permitindo uma leitura geral da moda no século XX.

No capítulo seguinte são apresentadas as definições de significante e significado e os signos para a moda. Tecidos, parte de roupas, entre outros são exemplos de signos. Os códigos que as roupas podem passar em uma entrevista de emprego e onde se encaixam serão objeto de demonstração a partir dos eixos paradigmático e sintagmático na moda.

Por fim será feita uma observação de três blogs que ajudam pessoas com dificuldades na hora de se vestir para uma entrevista de emprego, mostrará se as pessoas estão tendo uma maior preocupação com o que vestir e se estão fazendo uso das novas mídias e construindo um *know how* pessoal em moda.

1. Linha do tempo na moda

Como instituição a moda é um fenômeno novo, que data de cem anos pra cá, quando começa a alta costura na França. O marco foram as criações do estilista inglês Charles Frederic Worth, que inaugurou o primeiro atelier de moda no ano de 1857 (GARCIA, 2005, p. 32). Mas o comportamento humano de adornar-se e de cobrir o corpo para comunicar um desejo ou expressar-se é tão antigo como as funções de proteção ao corpo.

No período paleolítico as roupas eram usadas como uma forma de proteção do corpo ante as variações climáticas e condições do ambiente. Com o passar do tempo e a organização das sociedades, as roupas passaram a indicar as diferenças entre classes sociais. Segundo a jornalista de moda Dinah Bueno Pezzolo (2009), os plebeus dos séculos XII e XIV, por exemplo, não podiam usar o mesmo tipo de roupa que os nobres.

Conforme a mesma autora, “a moda passou a existir quando o homem se conscientizou de que um mundo melhor dependia também da aparência” (PEZZOLO, 2009, 11). Ora, na Europa, como as roupas demonstravam riquezas e poder passou a ter importância se vestir melhor, bem como adotar a suavização das maneiras e certos padrões de comportamento. Mas, enquanto as classes sociais populares eram proibidas de usar as mesmas roupas e frequentar os mesmos ambientes da nobreza, a burguesia, que estava tomando seu espaço na sociedade, passa a vestir roupas parecidas com as da aristocracia. É quando a burguesia começa a refletir certo desejo de mobilidade social e as roupas, que sinalizam para essas mudanças estruturais, também passaram a ser objetos de desejo das novas classes, funcionando como um critério de distinção entre elas.

(...) na metade do século XIV, quando aparece um tipo de roupa radicalmente nova que distingui com clareza o sexo de quem a veste: curto e apertado para o homem, longo e aderente ao corpo da mulher. Essa diferenciação, que pode se considerada uma verdadeira revolução do modo de vestir, estabelece as bases da indumentária moderna. Por séculos os dois vestiram o “camisolão”, quase igual para ambos. No século XIV os homens o substituem por uma roupa constituída por um jaleco, uma espécie de casaco curto e estreito, e por meias-calças (dois tubos de tecido que chegam até a virilha, onde se ligam à barra do jaleco por meio de alfinetes, cadarços e fitas que passavam por caseados) aderentes, que delineiam o contorno das pernas. “As mulheres vestem um vestido longo como “camisolão” tradicional, mas mais apertado e decotado. (CALANCA, 2008, 51).

Segundo Daniela Calanca (2008), nesse período a indumentária feminina passa a revelar mais o corpo da mulher, colocando em evidência o colo, alongando-lhe a silhueta com a cauda, acentuando a cintura e as curvas dos quadris.

Depois da revolução francesa, em 1789, a moda tomou o rumo da simplificação. Os homens com o estilo camponês e as mulheres desfilando vestidos com inspiração grega duraram até o período napoleônico. Em 1820, com a simplificação das roupas, a indústria da confecção começou a crescer. Essas confecções eram para a produção de uniformes militares, mas era tão grande a necessidade de roupas de baixo custo que as confecções começaram a fazer roupas para vestirem também as pessoas de baixa renda e, assim, as fábricas de roupas militares começaram a produzir roupas para os civis. (PEZZOLO, 2009 e 12)

Em 1857 Charles Frederick Worth tornou-se o primeiro a usar modelos vivos para mostrar suas coleções e depois dele surgiram outros estilistas famosos como Jacques Doucet e Paul Poiret que fariam da França o berço da moda. No final do século XIX, para atender a burguesia, surgiu um tipo de confecção que fabricavam roupas mais elaboradas. As costureiras e alfaiates com o auxílio de operários fabricava as peças em série e vendiam com um preço mais acessível. Graças a Paul Poiret, as roupas femininas foram feitas de maneira simplificada, com leveza, liberdade e eram fluidas, diferentes das roupas que se usava em períodos anteriores com os espartilhos, muitos panos e vários outros adereços que não eram confortáveis nem funcionais.

Ainda segundo Pezzolo (2009), essa mudança de estilo demorou de dois a três anos, que foram bem rápidos, porque as roupas pomposas com espartilho tinham uma tradição de quatro séculos. Paul Poiret tinha um pensamento sobre o futuro da moda e disse no início do século XX: “Qualquer exagero em termos de moda é sinal de seu fim” e esse pensamento é levado em consideração até hoje. (PEZZOLO, 2009, 16).

A evolução dos transportes, da economia, mudanças de hábitos da sociedade e principalmente a expansão industrial fez com que a confecção e a alta-costura comessem a se juntar e caminhar de mãos dadas apesar de suas diferenças, já que a alta-costura era pra quem poderia pagar uma peça exclusiva

e para pessoas de alto poder aquisitivo e as confecções eram para pessoas de baixo poder aquisitivo e peças simples e parecidas com uniformes.

Durante a primeira guerra mundial a realidade das mulheres mudou drasticamente. Com os homens sendo chamados para defender os interesses de seus países, as mulheres tiveram que tomar-lhes os lugares e fazer trabalhos que eram considerados tradicionalmente masculinos. Por esse motivo elas passaram a usar uniformes, o que ocorreu pela primeira vez na história da moda. Já na segunda guerra mundial, o papel das mulheres foi mais importante ainda. Elas trabalharam como auxiliares nas forças armadas exercendo funções em várias áreas, como as enfermeiras que usavam uniformes compostos por calças compridas e em outras funções secundárias eram usadas saias, mas o marco dessa experiência é que as mulheres começaram a usar roupas tipicamente masculinas, que futuramente influenciariam a moda feminina. Uma das pioneiras a utilizar roupas masculinas foi Coco Chanel, que buscava inspiração nas roupas masculinas. Chanel cavalgava com a roupa de um de seus amantes Arthur Capel. (PEZZOLO, 2009, 17-22)

Em 1941 as mulheres passaram a ter um mesmo padrão de vestimenta e que não tinha na diferenciação de classe a sua motivação. Todos poderiam usar essas roupas que tinham que ter uma durabilidade maior, compostos por *tailleur* clássico de corte reto, com saia na altura do joelho, reta e com uma fenda na parte posterior e blazer cobrindo o quadril. Com esse look as mulheres tinham a facilidade de andar de bicicleta e também eram usadas quando não estavam trabalhando no combate.

O pós-guerra e o avanço industrial fizeram com que a moda ficasse cada vez mais acessível e tivesse mais procura por roupas. O estilista J.C. Weill criou o termo *prêt-à-porter* que nada mais é o *ready-to-wear*, que em português seria o “pronto para vestir”. A moda de confecção eram roupas mais baratas, a moda *prêt-à-porter* mostrava peças luxuosas e a alta costura era mais para pessoas com o poder aquisitivo alto. (PEZZOLO, 2009, 26)

Depois da segunda guerra mundial surgiram os grupos de jovens que iam contra os looks propostos na época.

(...) Tornando absoluta a distância em relação a tudo o que é conforme à regra estética e moral, o elemento central da antimoda consiste na referência a ideias, valores e concepção da existência radicalmente opostos aos padrões vigentes. (CALANCA, 2008, p.191)

Em 1950, os *beatniks*, que eram jovens inteligentes e estudantes de uma faculdade na Califórnia, tinham formas opostas de pensar sobre a sociedade e sobre a política. Destacaram-se por usar roupas de cores sombrias e blusas de golas *role*, gostavam de participar de sarau e encontros de leitura de poesias.

Na década de 60 surgiram os *hippies* e os roqueiros, que não estavam satisfeitos com a moda da época, ambos representavam a rebeldia da juventude. O que era imposto para as pessoas vestirem era sistematicamente recusado por eles e ironizavam aqueles que os consideravam diferentes ou errados.

Os *hippies* foram responsáveis por um estilo na moda e a partir dele se criou uma vertente chamada “Flower Power” em que tudo era paz e amor, liberdade, harmonia com a natureza. As roupas eram saias longas, fluidas e floridas que iam contra as convenções da época. Estampas com motivos étnicos e florais substituíam as cores lisas, eles também usavam peças feitas a mão, reformavam roupas de brechó, além das calças boca de sino, coletes de franjas, sandálias de couro sem salto, entre outros.

Os punks, nos anos 70, já tinham uma ideologia totalmente diferente dos hippies e tinham subdivisões como: *skinheads*, roqueiros, metaleiros e etc. Eram jovens com limitações e achavam que iriam ficar a mercê da sociedade. Tinham um tipo de vestimenta que agredia aos olhos, como roupas com muito couro, correntes, pinturas na boca, no rosto e nas unhas pretas, botas pesadas e alfinetes.

A moda no século XX e XXI tornou-se mais democratizada e a não mais obrigar que se use um tipo de roupa determinada. Ela segmentou-se e responde com ideias aos desejos e necessidades do consumidor. Sem essas “revoluções” ou antimodas¹ isso não poderia ser possível e agora há várias tendências, que podem ser seguidas.

1-Tornando absoluta à distância em relação a tudo o que é conforme à regra estética e moral, o elemento central da antimoda consiste na referência a ideais, valores e concepções da existência radicalmente opostos aos padrões vigentes. É um fenômeno que assume formas e temas de diversas fontes culturais, como a indignação contra o utilitarismo, naturalismo salutar, protestos feministas, ceticismo conservador, a ‘desidentificação’ das minorias e a afronta da contracultura. (CALANCA, 2008, disponível em <http://duodeluxo.wordpress.com/2009/04/09/antimoda/>)

1.2 Com que roupa eu vou?

Quando uma pessoa pretende entrar no mercado de trabalho e consegue a tão esperada entrevista de emprego, vem aquele pensamento: o que devo vestir para esta entrevista? Qual será a vestimenta adequada àquele ambiente? Entre vários outros pensamentos, além do nervosismo e da esperança de ingressar na empresa desejada, o vestuário pode ser um problema.

A primeira noção a ser levada em consideração é de que se não se conhece bem a empresa, é importante pesquisar sobre o estilo da empresa, sua filosofia, seu tamanho, sua história etc. Saber se a empresa em vista é internacional e de que país. Dependendo da empresa ela pode ter um padrão de vestimenta ou não. Por exemplo: empresas internacionais orientais não contratam pessoas que têm unhas compridas, com cores chamativas e saias acima do joelho; algumas empresas americanas dão preferência às funcionárias que usam calças. Já as empresas de cosméticos exigem que as candidatas a um emprego e as que já trabalham lá vão bem maquiadas para mostrarem o quanto sabem sobre maquiagem e o que fica bem em cada rosto, pois que sabem se maquiar corretamente.

Lembre-se de que a entrevista é uma ocasião formal em um ambiente de trabalho. Você não conhece o entrevistador e ele também nunca viu você antes. Portanto, a ocasião merece o mínimo de cerimônia e uma boa dose de simpatia, o que pode, sim, estar retratado na roupa que você veste. Roupa nova, que você ainda não sabe como se comporta em seu corpo, não é ideal para uma entrevista. Prefira uma produção mais familiar, que sempre deixe você bem-vestida e, principalmente, à vontade. Decotes e entrevistas de emprego não fazem uma boa parceria. O mesmo vale para transparências, saias curtas, roupas justas e barriga de fora. Na entrevista de emprego, detalhes mal escolhidos podem pôr tudo a perder. Mas se este não é lugar de ousar, também não é ambiente para você passar despercebida. É preciso marcar presença de maneira positiva. Para se dar bem, escolha um acessório ou uma peça de roupa que você simplesmente adora e pelo qual é sempre elogiada quando usa. É importante que o entrevistador veja em você uma pessoa de personalidade. Se você se orgulha das suas tatuagens, saiba que este não é o local nem a situação para exibi-las. Uma simples florzinha tatuada no ombro pode deixar esse maravilhoso emprego longe de seus olhos. Esconda-as, pelo menos por enquanto. Quando o emprego for seu e você estiver dando conta do recado, não será a tatuagem que vai colocar sua carreira em risco. (CASTRO, 2002, 23)

Segundo Castro (2002) trabalhar em um ambiente formal não quer dizer que a pessoa tenha que ostentar um visual senhoril. É possível realçar o estilo pessoal, mas isso não é o mesmo que colocar um colar gigante ou um brinco de argola caindo da orelha, pois esse tipo de ambiente não comporta exageros como os desses acessórios. Transparências, fendas, saias curtas, acessórios reluzentes e cores fortes que, por serem dominantes e muitas vezes indiscretos, ofuscam o semblante da funcionária são um grande erro.

Segundo Castro (2002) as peças que não podem faltar no guarda roupa para empregados de empresas formais são calças de cores neutras que são coringas de qualquer guarda-roupa e podemos fazer várias combinações em cima delas, mas devemos prestar atenção que não seja uma calça muito apertada e que fique marcando no corpo, tem que ser uma calça reta que vista melhor no corpo. Os blazers também são uma peça coringa, mas temos que tomar cuidado porque temos blazers muito decotados que não são bons para esse tipo de ambiente, dependendo da blusa ou da parte de baixo que usar, pode passar por uma situação desagradável.

Como dito anteriormente, as empresas multinacionais têm suas regras e filosofias sobre vestimentas, maquiagens (anexos 2, 3 e 4), cor e tamanho das unhas (anexo 1), entre outras exigências. Como cita a autora:

(...) nas empresas orientais, por exemplo, não são bem-vindas mulheres com unhas compridas e vermelhas. Já nas americanas o jeans é mais do que mal visto, é um traje tido como de lazer ou uniforme de trabalhador braçal. Em Paris, faça frio ou faça sol, as mulheres usam meias finas e, no México, quem não carrega na maquiagem passa imagem muito malproduzida(...)
(CASTRO, 2002, 114).

Segundo Castro (2002) com isso, pode-se dizer que cada empresa tem seu modo de pensar e agir sobre como deve se vestir e agir o funcionário no seu ambiente de trabalho. Eles não gostam de cores muito berrantes, perfumes que são adocicados, esmaltes coloridos, entre outros. Por mais que estejamos em um país tropical que sempre está fazendo calor a preferência dessas empresas são as mangas três quartos, para blusas, camisas e vestidos. As calças são as preferidas de quem trabalha nesse ambiente, calças pantalonas são uma ótima pedida, cuidado com calças brancas podem ficar vulgar muito justas ao corpo e

dependendo do tecido pode ficar transparente então melhor não usá-las, calças beges e pretas são as mais escolhidas pois são de fácil combinação e podem usar com blazer de diferentes tipos e cores.

Segundo Inês de Castro (2002) pessoas que trabalham com criação, o ambiente é mais descontraído e tem menos regras com a vestimenta, cores das unhas, entre outros. Nesse ambiente o que vale mesmo é a criatividade e não como a roupa pode interferir no seu trabalho. O perigo é o pensamento de que tudo é está liberado e, nesse caso, o indivíduo tem maior chance de errar na hora de vestir-se para o trabalho. E é aqui que podem ser úteis as instruções dos especialistas em moda e blogs: segundo esses blogs (a serem analisados no capítulo 3), ainda que não seja preciso muita formalidade no ambiente de trabalho ele ainda é um trabalho; não pode o trabalhador (a) ir, por exemplo, de chinelos, tops, shorts achando que está em casa. Blusas curtas, lingerie deixar aparente o corpo, roupas e calças muito baixas podem ser autorizadas, mas não são recomendáveis. A questão a observar será: aquela roupa vai deixar o usuário confortável o suficiente para passar o dia e fazer seu trabalho com eficiência?

Ainda citando Castro (2002) os jeans são ótimos para esses ambientes, principalmente os jeans escuros que são mais elegantes, calças cargo também são ótimas para esses trabalhos, pois são confortáveis e também estão na moda. Os *piercings* podem ou não ser aceitos por empresas de criação, assim como as tatuagens, mas só se a pessoa os tem é porque se fazem parte do seu estilo e aí terá de buscar uma maneira de não agredir o ambiente de trabalho expondo-os de maneira ostensiva.

2. O que as roupas podem nos dizer?

Este capítulo discute as mensagens que as roupas podem sugerir, transmitir ou construir. Como foi dito anteriormente, as roupas tinham a função de dizer de que classe social seria quem as utilizava. Depois, com o passar do tempo, elas mostravam a que “tribos” as pessoas pertenciam, que ideologias seguiam e seus modos de vida. Mas uma roupa enquanto não está vestida por alguém é apenas um significante vazio à espera de uma relação com quem a usa e o respectivo contexto que a reveste de significados.

A maioria das pessoas contentam-se com a ideia de que as roupas que usam, e as combinações que com elas fazem, possuem um significado qualquer, ou este significado lhes podem ser atribuídos. (BARNARD, 2003, 109)

Quando uma pessoa famosa e, portanto, formadora de opinião, aparece em determinado lugar ou na mídia com certa roupa ou acessório, ela poderá fazer com que as pessoas que a assistem se espelhem ou que simplesmente gostem do que está usando, passando a imitar. “E muita gente fica perfeitamente feliz em permitir que os significados da roupa dos outros influenciem a maneira pela qual se comportam em relação a esses.” (BARNARD, 2003, 109) Por exemplo, quando uma pessoa não está bem consigo mesma ou passando por algum problema ela poderá se vestir com roupas mais escuras e fechadas, mas se noutro dia ela estiver bem consigo e vestir uma roupa que combine com seu estado de espírito, como roupas leves, claras e vibrantes, ela comunicará essa condição.

As roupas são objetos e cada uma delas pode ter um significado e dizem muito sobre a pessoa que está usando. “As roupas de uma mulher são revelação permanente de seus pensamentos mais secretos, uma linguagem e um símbolo.” (CRANE, 2006, 197).

As vestimentas são mais do que peças de tecido que servem para cobrir nossos corpos, são instrumentos para que uma pessoa se encaixe em um grupo da sociedade, que tenha os mesmos pensamentos, atitudes (filosofia) e discursos. Esses discursos podem ter uma mudança dependendo das transformações econômicas ou outros fatores que não tem poder sobre ela.

O ócio aristocrático era considerado a atividade apropriada para mulheres casadas de classe média e alta. Aos lhes ser negado efetivamente tudo- salvo uma participação muito limitada na esfera pública-, as mulheres eram frequentemente identificadas de acordo com suas roupas. Charges políticas, sátiras e comentários comumente se referiam às mulheres como as “anáguas”. (CRANE, 2006, p. 199)

O trecho acima diz como as roupas tiveram importância enorme por transmitirem informações sobre o papel, posição social e também sobre a própria natureza pessoal das mulheres do século XIX. As roupas seriam uma tradução da opressão e submissão vivida por essas mulheres na época. Segundo Crane, também esses signos do vestuário significavam a exclusão da mulher e dependência financeira de seus maridos ou parentes do sexo masculino.

No século XIX, como já visto, toma forma um estilo de vestuário alternativo ao opressivo do período anterior. Essas novas práticas, as práticas do vestir, revelaram-se uma maneira de a mulher se ver incluída em uma sociedade até então masculina, onde o ser feminino tinha representação inferior à dos homens. Nesse ambiente de questionamentos da ordem social vigente, as mulheres começaram a utilizar peças masculinas, surgindo novos *looks* femininos, como: gravatas, chapéus, paletós e coletes, peças estas que davam certa liberdade de movimentos e conforto, poderiam ser usadas junto com as roupas femininas ou separadamente.

As calças não faziam parte desse estilo alternativo, provavelmente porque, se usadas por mulheres, constituiriam um desafio simbólico mais forte ao sistema do que a maioria delas estava preparada para fazer. As mulheres cujo comportamento era considerado uma desobediência a ordem social eram às vezes desenhadas por escritores satíricos e cartunistas usando calças. (CRANE, 2006, 199)

Ao ousarem um estilo novo, em que tentavam se igualar aos homens, as mulheres acabaram virando motivo de chacota para muitos homens. É possível imaginar o medo das mulheres em relação a essas opiniões negativas e escárnio de que eram alvos: no início a média das mulheres não fazia uso das calças porque não estava preparada para aguentar a ira dos homens. Aos poucos, porém, esses interditos vão sendo superados.

A gravata era usada evocando várias conotações: para os homens, poderia significar ser esportivo, educacional, ou ser um símbolo relativo ao clube a que

pertencia. Mas quando as mulheres usavam uma gravata esse gesto tinha uma conotação de independência ou provocação. Na década 1870, várias jovens passaram a usar fitas de veludo no pescoço que variavam a largura que lembravam as gravatas pretas utilizadas pelos homens da época. No final do século XIX essas fitas passaram a ser utilizadas por todas as classes sociais, inclusive pelas mulheres da classe alta.

Segundo Crane (2006), as mulheres da classe média usavam as fitas com as roupas do trabalho, uniformes escolares e de enfermeiras. As de classe operária usavam com uniformes de empregadas, de babá e também em fabricas. O chapéu, que só era usado por homens, também foi incorporado nos trajes femininos, por exemplo, a cartola passou a ser utilizado pelas mulheres enquanto faziam montaria e passou a ser usada ao longo do século.

Na década de 80 do século XX, as mulheres em suas práticas esportivas passaram a utilizar bonés de jôquei, bonés de caça e chapéus de marinheiro pontudos, na mesma época o chapéu de palha duro passou a ser um item bastante elegante no guarda-roupa masculino e as mulheres fizeram uso desse chapéu também, ficou tão popular o uso dele que foi considerado um acessório unissex.

“O paletó combinado com saia para compor um conjunto foi chamado de “símbolo da mulher emancipada no século XIX”” (CRANE, 209,2006). Através das roupas as mulheres encontraram um jeito que se livrassem das amarras que eram impostas pelos homens e com o passar do tempo e de uma forma sutil elas conseguiram alcançar aos poucos seus objetivos.

Ainda para Crane (2006), depois de um tempo o estilo alternativo não era considerado mais algo antagônico. Após a Primeira Guerra mundial surgiu um estilo alternativo modificado, que remetia a subcultura lésbica de Nova York, Londres e Paris. Mas não foi muito adotado ficando restrito a esses grupos das subculturas.

No século XX o grupo feminista estava tentando induzir uma reforma de vestuário tentando deixar as roupas mais simples, confortáveis e saudáveis, mas já o estilo alternativo não tinha nenhum grupo que se propôs a defendê-lo.

Segundo Crane (2006) as reformadoras do vestuário queriam propor a adesão do uso de calças. Mas o uso das delas era um assunto controverso, pois no século XX a ideologia dizia que os gêneros tinham que ter sua identidade

própria, por exemplo, tinham que ter diferenças no físico, psicologicamente e intelectualmente.

A primeira proposta apresentada foi por Amelia Bloomer na década de 50 nos Estados Unidos. Ela sugeriu que as diferenças entre os gêneros fossem abolidas, que todos poderiam usar o que quisessem sem distinção de sexo. O vestuário proposto por ela foi um vestido curto com uma calça turca usada por baixo. Mas as mulheres que utilizavam esse traje atraíam muitos olhares e demonstrações agressivas que geralmente vinha dos homens.

Quem usava esse modelo passava um ar de independência e também tinha mais livres os movimentos. Segundo Crane (2006) o traje *bloomer* colocava em risco a ideologia da separação dos sexos, porque a roupa vitoriana tinha um controle social que era colocar a mulher numa posição de dependência.

Na década de 60 as mulheres deixaram de usar as calças de modelo turco e passaram a usar calças masculinas criando, assim um modelo que mais para frente seriam os terninhos usados hoje.

Para Malcom Barnard (2003), a roupa pode ter vários tipos de significações dependendo da intenção da pessoa que a utiliza ou da pessoa que está recebendo a informação. Qualquer tipo de sensação, sentimento ou crença que a pessoas tenham pode ser transmitido através da roupa, mesmo que ela não tenha a intenção de passar a mensagem transmitida. Mas essas mensagens podem ser entendidas de formas diferentes, por exemplo, a pessoa pode se sentir muito bem e linda com a roupa que está usando, entretanto a mensagem que a pessoa acha que está passando não é percebida do mesmo jeito pelo receptor, que pode entender que a roupa não a veste bem ou adequadamente ou até que a pessoa está mal vestida para a ocasião ou ambiente.

As escolas, os militares e algumas ideologias de governo escolhem o tipo de corte, cor, tecido e modelos para os uniformes de algumas de suas instâncias com o pensamento de passar um significado e valores das instituições. Segundo Barnard (2003) as escolas, por exemplo, fazem os uniformes para passar uma mensagem de responsabilidade, organização, disciplina entre outras doutrinas pregada pela escola. É a mesma intenção passada pelos uniformes dos militares e dos policiais que significa organização, formalidade, subordinação, etc. Um dos governos que impõem o uso de um “uniforme” para seus cidadãos são os governos comunistas, por exemplo, a China de Mao, esse uniforme passa o

significado de igualdade, subordinação às necessidades do país e não dele próprio entre outros. Mas se esses significados fossem impostos só por cortes, cores e modelos por essas autoridades, os significados não mudariam de acordo com o tempo e espaço.

Normalmente se observa nos textos de moda em revistas que vestidos pretos são considerados “chiques” ou “sofisticados”, que a camisa branca é a peça ‘coringa’ que combina com tudo, que o vestido vermelho é “sexy” e deve-se saber usá-lo, que a lã tricotada é “volumosa” e é preciso encontrar um equilíbrio entre o corpo e os materiais. A leitora das revistas de moda e que também frequenta blogs de moda ou assiste a programas de televisão sobre os modos de vestir ou a moda das passarelas está treinada de tanto ver tais informações. Ela percebe essas significações de cores e texturas, dos simbolismos presentes, dos estilos e suas variações. Muitos desses significados vêm da intuição da pessoa ou ela é simplesmente esportiva ou antiquada. Se o significado estivesse só nas roupas as calças de boca larga ainda estariam na moda, então dependendo da percepção ela muda de acordo com a pessoa.

Segundo Barnard (2003), signo é o conjunto de significado mais o significante. Então tecidos, roupas, partes de roupas, *ensembles*, coleções e imagens são considerados signos. Por exemplo, o colarinho que está aberto e a ausência de gravata é um significante que pode dizer que ele esse homem é desleixado, ou que o ambiente em que ele está é informal, já o colarinho fechado com gravata significa elegância ou formalidade. Um *tweed* pesado pode significar rusticidade e uma lã escovada pode significar modernização, vida urbana. O uso dependerá do contexto social e dos objetivos do usuário.

Outro signo são as cores. Quando alguém está esperando um bebê geralmente ganha roupas e sapatinhos com a cor de acordo com o sexo, azul para menino e cor-de-rosa para menina. As cores em si não possuem qualquer sexo, mas são utilizadas para representar o sexo referente ao bebê esperado. “Numa fotografia de Yves Saint Laurent, por exemplo, as formas e tonalidades ou cores são os significantes, e Yves Saint Laurent, o significado.” (BARNARD, 2003, 123) Esse exemplo explica basicamente o que quer dizer significante e significado. As cores, formas, tonalidades são significantes para quem está usando a roupa, seus objetivos, usos e intenções são o significado.

E a verdade é que o vestuário diz ou fala tanto ou mais do que outros <<sistemas de sinais>> habitualmente tidos em consideração pela paralinguística, como os gestos das mãos, a mímica do rosto e outras atitudes corpóreas. (DORFLES, 1990,65)

No caso de uma entrevista de emprego considera-se que a roupa fala tanto quanto os gestos e atitude corporal. Os entrevistadores têm uma primeira impressão do entrevistado olhando as roupas e o modo com que aquela pessoa se apresenta naquele momento, com o passar da entrevista ele presta atenção no que o entrevistado diz e como a sua atitude corporal está atuando naquele instante enquanto a pessoa fala. A partir daí o entrevistador tira suas conclusões sobre a pessoa que fez a entrevista e vai ponderar se ela está no perfil da empresa ou não. Ou seja: além das qualificações técnicas esperadas o candidato a uma vaga de emprego pode comunicar a imagem de que através da sua atitude e suas roupas pode fazer parte daquela organização e representá-la corretamente segundo os interesses da empresa.

3. Os *looks* de moda no trabalho, seus códigos e os eixos que se encaixam

Neste capítulo serão discutidos e contextualizados os seguintes termos da semiótica: sintagma, paradigma, signo e código. Também será realizada uma análise sobre os blogs de moda no trabalho que dão “dicas” e tiram dúvidas das leitoras sobre como se vestir e não errar frente a uma entrevista de emprego.

O primeiro site escolhido foi o www.robortacarlucci.com.br. Dentro desse site há um blog (anexo 8), onde Roberta Carlucci escreve sobre moda em geral e ajuda as leitoras com as suas dúvidas. Carlucci era uma executiva de uma multinacional que percebeu que aquela profissão não a estava realizando, então decidiu deixar a carreira e se especializar em moda, em universidades dentro e fora do Brasil. Segundo o site de Roberta Carlucci, teve aulas no Instituto Marangoni, em Londres, e com Ilana Berenholc, em São Paulo. Desde então tornou-se uma *personal stylist* requisitada entre empresários e políticos. Em 2010 foi para New York para fazer três cursos de *personal stylist* na faculdade Fashion Institute of Technology que é reconhecida por seus professores renomados. O blog atualmente possui um acesso de vinte quatro mil pessoas mensais.

O segundo blog escolhido foi o *Galo do Porão* <http://galodoporao.blogspot.com/> (anexo 9). Foi criado por um publicitário chamado Edy de Campo Grande, Mato Grosso do Sul, o blog tem o intuito de passar informações, diversão e entretenimento sobre o mundo publicitário. Nesse blog há um *post* interessante, bem escrito e com informações visuais (fotos de *looks* de moda) de determinadas áreas de atuação. Fala também sobre como se vestir em uma entrevista de emprego, dando informações do ponto de vista de um publicitário. E esse blog possui 1.128.888 de visitantes mensais.

O terceiro site escolhido foi www.agendadoprodutor.com.br (anexo 10). O blog é do mesmo formato que o primeiro, ou seja, é um site e dentro dele há um blog. Possui vários colunistas como: Ana Carolina, Bruno Brito, Diego Mercado, Dri Zancanaro, Laura Arruda e Priscila de Cassia, mas todos falam de diferentes tipos de assunto, que vão de informações do mundo dos famosos até saúde e beleza. Cada colunista tem sua página separada no mesmo blog, é só escolher o *link* e irá ver o tema referente ao escritor. O *link* referente ao tema como se vestir

em uma entrevista de emprego é o da colaboradora Laura Arruda, que ajuda seus leitores a se vestir na hora da entrevista de emprego. Também possui um blog próprio chamado Estilo Laura. O blog não disponibiliza o quanto de acesso tem por mês.

3.1 Código, signo, paradigma e sintagma

Segundo o semioticista italiano Giampaolo Proni (2008), os seres humanos se comunicam através dos movimentos do corpo, pelas imagens, por perfumes, pela música, odores, etc. Tudo que o ser humano faz e para onde se dirige pode gerar uma situação de comunicação. Em sociedade essas interações devem, no entanto, ser sincronizadas constituindo-se diferentes códigos.

Segundo Proni, “o costume é o conjunto de modos de se vestir, de ornar, de se comportarem em sociedade, nos vários grupos sociais e nos vários ambientes humanos” (2008, 158). Portanto, o costume é um dos códigos com o que os indivíduos interagem em sociedade. No entanto, a moda está em constante mudança, tendências e coleções estão sempre mudando, ainda que certas regras na hora de vestir-se permaneçam. O público de moda, ou seja, as pessoas que fazem uso de suas ideias e produções a acompanham e podem ou não aderir a uma proposta. Todas essas representações são signos que se organizam sintagmaticamente, variando os paradigmas em menor ou maior grau. Nem todos os modos de vestir permitem a variação, como os uniformes, que são facilmente identificáveis. Também variam pouco no eixo do paradigma as modas (especialmente em culturas mais rígidas) que são ligadas a questões sociais, como o vestir de acordo com o sexo da pessoa. Há, também, os clichês, sancionados pela cultura ou tradição: mulheres devem vestir vestido, saias e saltos altos para ficarem femininas e os homens de calça, blusa, blazer e sapatos. Aliás, a calça tem um significado masculino desde a antiguidade.

O sintagma é uma das formas mais complexas da semiologia. São os textos na linguagem escrita e falada.

A diferença sintagmática tem a ver com seqüências ou todos os significantes, que podem ser construídos com o uso de signos, enquanto que diferença paradigmática tem a ver com conjuntos dos quais são selecionados os signos, de modo a formarem aquelas seqüência ou todos significantes. (BARNARD, 2003, 133)

Quando se pensa por palavras, é a partir daí que se formam as frases e conseqüentemente o encadeamento dos signos. Já na moda um *look* completo como: calça, sapatos, camisa, blazer, cintos seriam exemplos de um sintagma. É a junção dos itens de vestimenta, no caso, que forma o sintagma da moda e que tem como base certas peças de roupas. Mas também poderia ser a seqüência de um jantar, que é formado por: entrada, prato principal e sobremesa.

Diferença sintagmática, pois, é a diferença entre as partes constituintes de uma roupa. É a diferença entre as peças de roupa num traje ou ensemble, e entre coleção de outono e a próxima coleção de primavera. (BARNARD, 2003, 134)

O paradigma são os objetos (roupas) separadamente e não a sua disposição em um conjunto. Diferentes tipos de jaquetas, de camisas, de calças e todos os tipos de roupas que a pessoa pode escolher para formar um *look* ou diferenças entre as peças de uma coleção são exemplos de paradigma. Paradigma não está relacionado ao conjunto, mas sim ao objeto simples.

Segundo Barnard (2003) o conceito mais simples de se entender o sintagma e o paradigma é que o paradigma é isso ou aquilo e o sintagma é isso e aquilo. Ou seja: o paradigma supõe seleção ou substituição, enquanto o sintagma faz a combinação entre os termos. Há paradigma quando a pessoa escolhe uma jaqueta ou um suéter ou um *trend coat*, mas há sintagma é quando a pessoas escolhe peças que irão formar um *look* temático. Assim ela colocará uma calça, uma blusa e um sapato, por exemplo, se fizer uma construção visual clássica para a hora da entrevista. A pessoa passará pelas duas etapas – paradigma e sintagma – tendo que escolher cada peça de roupa e chegando a um texto visual final.

Ainda segundo o Proni (2008) todas as roupas possuem uma sintaxe, que são compostas por camadas. Estas seriam, por exemplo, se a indumentária é voltada para o clima frio: as roupas íntimas, as roupas e sobretudos e cada uma dessas camadas têm suas regras combinatórias. Por exemplo: as mulheres usam calcinha e *soutien* e os homens usam cueca. Terno, camisa, gravata e sapato dão a imagem do sintagma de um executivo, que por sua vez comunica a imagem de uma pessoa que tem responsabilidades. A sintaxe indumentária varia de acordo com a faixa etária, grupos sociais e atividades exercidas; ela muda conforme a

individualidade de cada pessoa e assim faz com que a pessoa siga uma “moda” ou estilo para se adequar a um grupo ou eventos sociais. Mas quando o estilista cria uma tendência isso é uma inovação sintática. Todos os seres humanos têm em seus guarda-roupas uma porção de signos e também possuem uma regra para combiná-las. Quando são só mudadas as cores, tecidos e cortes essas são mudanças nos elementos individuais.

“Vestimo-nos como homens, mulheres, velhos ou jovens, para o trabalho, para a noite, segundo normas que não decidimos”, diz Proni (2008, 160). Nesse comentário está claro que o modo como as pessoas se vestem e se comportam não é por vontade própria e mesmo que uma pessoa diga que não segue moda ou tendências, a sociedade promove tal pressão sobre os hábitos e comportamentos sociais que de modo geral todos seguem as regras criadas por ela, pois é assim que as sociedades se organizam.

De acordo com Proni (2008), as roupas possuíam proibições e suas obrigações (mulheres usando suas saias e corpetes apertadíssimos e os homens com suas calças que era um símbolo da sua masculinidade e o seu poder sobre as mulheres). Nesses períodos, como já visto, o vestuário era um modo de diferenciar as classes sociais e as atividades executadas por aquelas pessoas. Quando há uma correspondência entre a expressão e o significado em um dado contexto aí está o código. Não existem códigos precisos quando as pessoas tentam expressar sua personalidade. Então, é preciso criar uma hipótese para chegar a uma conclusão sobre os significados. Os significados são organizados por oposição e semelhança. “Uma roupa poderá ser definida como “sóbria” em oposição a uma “alegre”, e será semelhante a uma outra “séria”.” (PRONI, 2008, 161) Também são considerados valores, porque para a sociedade têm um peso significativo e marcam certa condição. Por exemplo, um executivo com suas roupas sérias só passam esse “ar de confiabilidade” porque fez essa escolha e não outra, gerando ao fim uma significação adequada.

3.2 Análise dos *looks* indicados em blogs

Nesta parte do trabalho será feita uma análise dos *looks* de moda que foram postados nos blog apresentados acima. Nesses *looks* vão ser analisados como vestimentas que são indicadas para uma entrevista de emprego e ver se tem diferenças de vestimentas entre as profissões.

Começando pelo blog da Roberta Carlucci. No blog ela analisa os *looks* para entrevistas em corporações como as multinacionais, nas quais é obrigatório o uso de roupas sociais.



Figura 1: Foto tirada do blog da Roberta Carlucci

Nesses *looks* estão apontados os erros mais comuns que pessoas cometem quando vão para uma entrevista de emprego em uma corporação ou uma multinacional. Na figura anterior estão indicados os erros nos looks masculino e feminino.

No *look* masculino: a pessoa está com cara de cansada com olheiras, o tecido do terno, a calça do terno não está com a barra feita que pode passar a imagem de desleixo do candidato. A gravata está muito colorida, dependendo da empresa não comporta usar essa gravata e nem do prendedor de gravata. A pasta está com a aparência de ser antiga e o sapato com a borracha muito larga e não está da mesma cor do sapato.

No *look* feminino as mulheres têm a tendência de se maquiar e fazer penteado que na maioria das vezes não são apropriados para uma entrevista de emprego. O terninho usado pela mulher da figura está apertado e a calça curta, com uma blusa com decote muito profundo que não é recomendado para nenhuma entrevista de emprego, seria melhor se fosse usado com uma camisa social. Ela usa um salto que não é recomendado, pois está muito alto e com os dedos de fora que não é uma imagem elegante e refinada, o que nessas empresas é importante. A bolsa é grande e não combina com esse tipo de roupa social.

Esses *looks* analisados estão errados e são os erros que a maioria das pessoas comete quando vai a uma entrevista e com eles não irá causar uma impressão boa ao recrutador da empresa.



Figura 2: Foto tirada do blog da Roberta Carlucci

Nessa figura representa-se o que a personal stylist Roberta Carlucci considera ser o certo de se usar em uma entrevista de emprego para uma corporação ou uma multinacional. No look masculino o terno é de cor neutra, camisa alinhada e bem passada. Ele está com um ar de descansado, pois não tem olheiras debaixo dos olhos. Com sapato bem alinhado sem a borracha aparecendo e todo na mesma cor. Um *look* limpo alinhado que causaria boa impressão em qualquer entrevista e não só em entrevistas, mas também no dia a dia na empresa e nas reuniões.

No *look* feminino o terninho é preto, que é considerado uma cor neutra, com as calças no comprimento certo, a camisa social com o decote com a profundidade correta sem deixar aparecer demais. A maquiagem e o cabelo (anexos 1, 2, 3, 4 e 7) estão mais naturais sem muitos exageros. Sapatos

fechados sem mostrar os dedos, com um salto não tão alto e a bolsa menor e mais simples que combina com o *look* representado na figura acima.

Segundo o eixo sintagmático, para formar a roupa de um empregado de uma corporação ou multinacional é preciso ter um terno, camisa social, sapato social com cadarço e gravata para os homens e para as mulheres o 'terninho' ou *tailleur*, camisa social e sapato fechado.



Figura 3: Foto tirada do blog Galo do Porão

No blog *Galo do Porão* os looks são divididos por áreas de trabalho como essa figura (1.3), que representa os looks de quem quer trabalhar em um escritório de advocacia, como consultor ou em bancos.

Nesses looks foi observado que são utilizadas roupas mais sérias e sociais, porque são profissões que requerem alto nível de profissionalização e responsabilidades. O advogado tem que estar presente ante um juiz (seu superior) ou tem de ir ao encontro de seu cliente. Então, ele tem que comunicar credibilidade, seriedade. Como consultor é preciso passar credibilidade ao cliente,

além da sua expertise e a imagem de uma pessoa moderna, atualizada. Os bancários têm que fazer uso de roupas mais convencionais ou neutras porque é esta a exigência da corporação. Quando são gerentes ou ocupam posto superior em um banco são obrigados a usar terno e roupas formais, mas quando eles são caixas ou ajudantes a roupa é mais informal.

Nas entrevistas de emprego o candidato tem que pesquisar se aquela empresa exige uma vestimenta obrigatória ou se não, mas se está atento ao isto antes a pessoa ganha pontos já na entrevista de emprego.

O eixo sintagmático para o *look* de um bancário, advogado e de um consultor é: terno, camisa social, sapato de cadarço e gravata na vestimenta masculina e no feminino terninho ou *tailleur*, camisa social e sapato fechado.



Figura 4: Foto tirada do blog Galo do Porão

Nos trabalhos que envolvem indústria e varejo os trajes são mais descontraídos tem a presença do terno e gravata, mas se pode perceber que é permitido usar cores mais alegres e sem sapatos com cadarço, considerados sapatos mais sociais. Para as mulheres não há necessidade do chamado

“terninho”, mas as calças de alfaiataria e as camisas sociais estão presentes e podem referenciar bem a candidata.

O eixo sintagmático para formar um *ensemble* de uma pessoa interessada em um emprego na área de varejo ou indústria é preciso observar: na roupa masculina, o terno, camisa social, gravata e sapato sem cadarço. Na roupa feminina, a calça social, camisa ou uma blusa elegante e sapato fechado.



Figura 5: Foto tirada do blog Galo do Porão

Nas empresas de tecnologia o ambiente é mais informal. Não estão presentes nem o terno e nem a gravata. Não necessariamente as mulheres precisam combinar um conjunto de terno e calça. No *look* masculino pode-se perceber o uso de calça (social ou não) e camisa com o primeiro botão aberto, mostrando que o ambiente de trabalho permite uma roupa mais despojada. Já o *look* feminino comporta o uso da calça de cor diferente do blazer, a camisa pode ser mais informal e até mesmo uma blusa com outros adereços; a bolsa pode ser usada um pouco maior do que nos outros looks analisados.

Nas entrevistas de emprego de empresas de tecnologia, que em geral são compostas por jovens, o candidato não precisa ir vestido formalmente à entrevista, pois a roupa formal não é necessária para esse tipo de emprego.

Para construir um sintagma adequado do profissional da área de tecnologia é preciso ter um *ensemble*. O masculino é constituído por camisa social, calça social e sapatos sem cadarço; já o feminino é formado por blazer, calça que não precisa ser igual a do blazer, sapatos fechados e uma bolsa maior e despojada.



Figura 6: Foto tirada do blog Galo do Porão

Nas áreas de comunicação social e arquitetura as roupas são bem informais e descontraídas. Uma característica considerada é a criatividade da pessoa e não a forma rígida com que se veste. Na figura acima pode ser visto que o homem e a mulher estão vestidos mais à vontade e com roupas que exploram com liberdade as cores. Estão usando calças jeans, o que em nenhum *look* citado foi visto.

Para formar o *look* do profissional na área de comunicação e arquitetura considerando o eixo sintagmático é preciso ter no *ensemble* masculino a calça jeans, camisa, blazer e um sapato esporte e no feminino um blazer moderno, uma

camisa simples, calça de alfaiataria, sapatos fechados e uma bolsa grande, compondo assim um *look* moderno e despojado.



Figura 7: Foto tirada do blog Agenda do Produtor

No blog *Agenda do Produtor* a colunista Laura Arruda dá orientação sobre roupas, de como pentear e ornar o cabelo, a cor de esmalte (anexo 1) para uma entrevista. Este blog é voltado tanto para homens como para mulheres. As fotos acima são exemplos das roupas apropriadas para uma pessoa que esteja com dúvidas do que deve usar na sua entrevista de emprego. As roupas acima podem causar “boa impressão”, pois o recrutador pode notar os tons leves e neutros escolhidos, a sobriedade por um lado e a leveza dos trajes por outro.

Nas imagens agrupadas o leitor pode comparar os exemplos de roupas e avaliar qual é a mais indicada para o tipo de organização que pretende conhecer. O nível de detalhamento desse blog é tanto que as roupas estão direcionadas para cada área, como a comunicação social, organizações, multinacionais, empresas de tecnologia, entre outros. Na figura acima pode-se perceber que é

usado o eixo sintagmático que forma o a vestimenta típica de pessoas que trabalham ou querem trabalhar em ambientes mais descontraídos.

Os blogs foram escolhidos porque cada um tem um meio de ajudar seus leitores e de passar as informações. Como o da Roberta Carlucci (anexo 8) que tem como objetivo mostrar o que é certo e errado em um *look* para a uma entrevista de emprego, o blog Galo do Porão (anexo 9) dá exemplos de como todos os ramos de trabalho podem se vestir. Já o Agenda do Produtor (anexo 10) procura mostrar figuras com modelos e roupas mais editoriais, mas todos os blogs têm o objetivo de ajudar seus leitores a tirarem suas dúvidas sobre como se vestir para uma entrevista de emprego.

Conclusão

As roupas desde o período paleolítico até os dias de hoje são um importante registro da cultura. Entre os séculos XVII e XIX, as roupas eram um instrumento de divisão de papéis nas sociedades ocidentais e demarcavam quem seria nobre ou plebeu. Também significaram um instrumento de repressão e controle das mulheres, garantindo a submissão ao encerrá-las em corpetes super apertados, seios estufados e enormes saias, pés apertados em sapatos menores que os seus pés, enquanto os homens usavam as calças, que também eram um símbolo de superioridade. Essa superioridade era descrita pela calça porque era o homem que saía para trabalhar, ele que provia a família, que tinha estudo. Quando normalmente a mulher ficava em casa fazendo seus afazeres domiciliares e cuidando dos filhos.

Durante décadas de submissão das mulheres, elas através das roupas, começaram a se “revoltar” contra a opressão masculina, usando gravatas junto com seus vestidos. Depois começaram a usar chapéus e até as temidas calças debaixo dos vestidos no final do século XIX.

Nos anos de 50 até 70 surgiram as antimodas com os *beatniks*, *hippies*, roqueiros e os *punks*. Eram grupos que iam contra as roupas que eram impostas na época e resolveram criar a seu próprio jeito de vestir. Acabaram se tornando vértices importantes para a moda hoje em dia.

Neste estudo foi percebido que as roupas e a postura que a pessoa tem em uma entrevista de emprego contam às vezes mais do que suas qualificações, pois quando a pessoa vai fazer uma entrevista o recrutador vai analisar se aquela pessoa irá representar a empresa de acordo com sua filosofia, se irá representá-la bem. Apesar dos *looks* de trabalho variarem, eles têm sim um padrão, mesmo os mais despojados. Todos os ramos de trabalho do mais formal até o mais descontraído têm de uma maneira subconsciente um “uniforme” que todos se vestem conforme o seu trabalho.

Através dessas roupas os funcionários e os candidatos a uma entrevista passam sinais de como estão se sentindo no determinado dia e também o quanto querem conquistar a vaga naquela empresa. Os eixos sintagmáticos e paradigmáticos estão presentes na hora da escolha do *look* usado no dia. Quando

o candidato está separando e escolhendo cada peça e compondo um *look* ele usa esses eixos, o paradigmático é cada peça escolhida separadamente e quando eles são colocados juntos formando um *ensemble* ele passa de paradigmático para sintagmático.

Durante a análise dos *blogs* foi percebido que todos davam o mesmo conselho e davam exemplos através de imagens, mas uns colocavam figuras mais editoriais como o blog Agenda do Produtor e outros de figuras mais reais de roupas como os blogs da Roberta Carlucci e o Galo do Porão que poderiam ser usadas por qualquer candidato, mostrando como se vestir e tirando dúvidas de seus leitores. Também foi percebido que tanto os homens quanto as mulheres estão tendo um maior cuidado com o que vestir no trabalho e durante as entrevistas de emprego, pois em algumas empresas é muito importante que o funcionário consiga representá-las de acordo com a própria imagem da empresa.

Foi constatado que as pessoas hoje em dia, querendo ou não, têm uma preocupação maior com sua aparência. Não só durante uma entrevista de emprego, mas também querem se encaixar em um grupo que tenha alguma influência na sociedade. Pessoas podem achar que esse assunto é uma futilidade ou que é uma jogada de marketing das lojas para venderem mais, mas é realmente perceptível que a aparência importa e que as organizações estão cada vez mais preocupadas que seus empregados estejam de acordo para representar a empresa que trabalham ou irão vir a trabalhar.

Referências

- BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro, Rocco, 2003.
- CALANCA, D. **História social da Moda**. São Paulo, Senac São Paulo, 2008.
- CASTRO, I. **A moda no Trabalho**. São Paulo, Panda, 2002.
- CRANE, D. **A moda e seu papel social – Classe, gênero e identidade das roupas**. Tradução Cristina Coimbra. - São Paulo, Senac São Paulo, 2006.
- DORFLES, G. **Modas & Modos**. Lisboa, Edições 70, 1996.
- GARCIA, C., MIRANDA, A. P. **Moda é Comunicação – experiências, memórias, vínculos**. São Paulo, Anhembí Morumbi Universidade, 2005.
- PEZZOLO, D.B. **Por dentro da moda – definições e experiências**. São Paulo, Senac São Paulo, 2009.
- PRONI, G. **Estudar a Moda – Corpos, vestuários, estratégias**. São Paulo, Senac São Paulo, 2008.
- VOLLI, Ugo. **Manual de Semiótica**. Tradução Silvia Debetto C. Reis. - São Paulo: Edições Loyola, 2007.

SITES

<http://www.robertacarlucci.com.br/blog/2206/aparencia-importa-sim/>

30/05/2011 as 15h01min

<http://galodopora.blogspot.com/2011/05/como-se-vestir-para-uma-entrevista-de.html>

30/05/2011 as 15h02min

<http://blog.agendadoprodutor.com.br/2011/02/o-que-usar-em-uma-entrevista-de-emprego/>

30/05/2011 as 15h04min

Anexos



Anexo 1: Exemplo de esmalte e como a unha deve estar em uma entrevista.



Anexo 2: Exemplo de maquiagem para uma entrevista



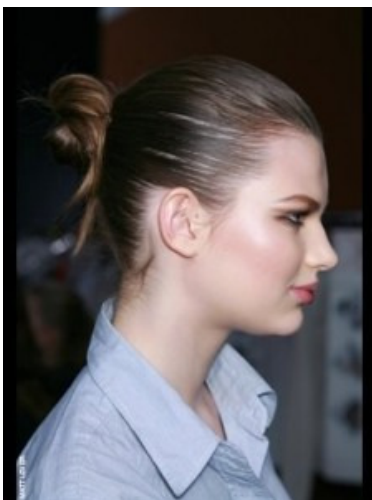
Anexo 3: Exemplo de maquiagem para uma entrevista



Anexo 4: Exemplo de maquiagem para uma entrevista



Anexo 5: Exemplo de cabelo para uma entrevista



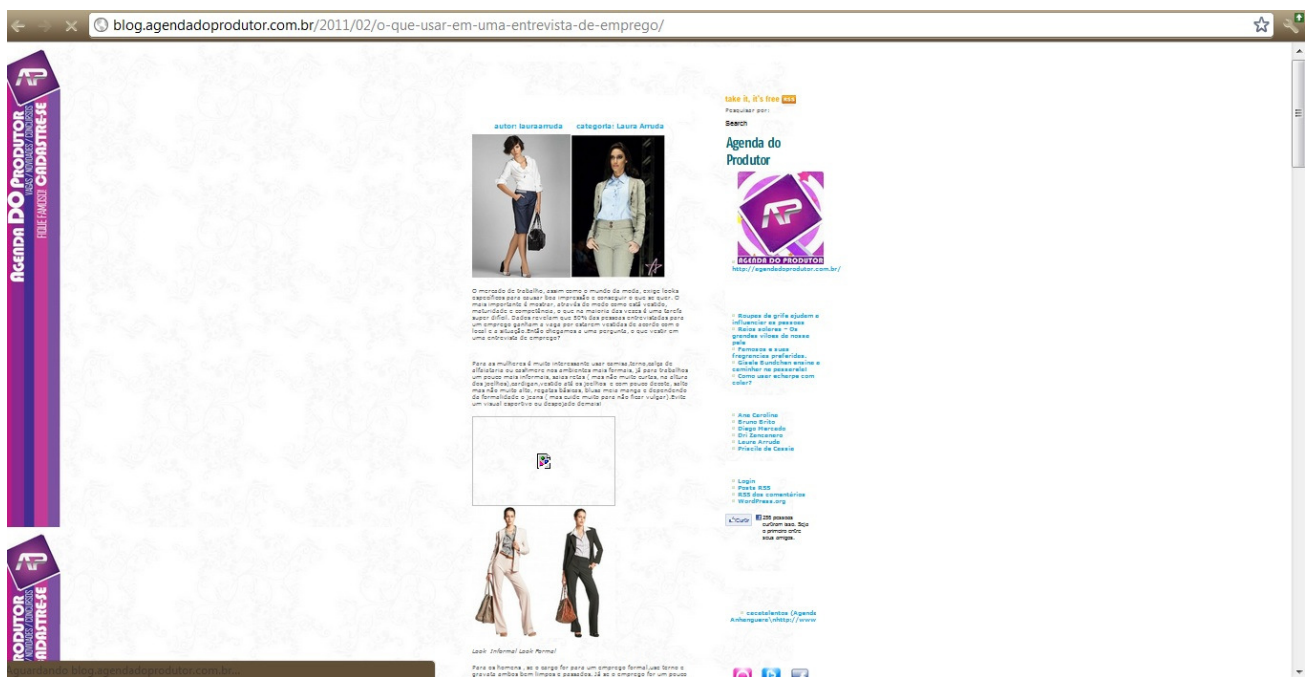
Anexo 6: Exemplo de cabelo para uma entrevista

[illegible]

Anexo 8: Layout do blog da Roberta Carlucci



Anexo 9: Layout do blog Galo Do Porão



Anexo 10: Layout do blog Agenda Do Produtor