

A man in a dark suit and light blue shirt is shown in profile, smiling and talking on a black mobile phone. The background is a blurred outdoor setting with greenery and a body of water. The image is overlaid with a dark blue geometric shape on the right side.

POR FELIPE JHONY ZARANSKI ELIAS

**É POSSÍVEL SEPARAR IMAGEM
PESSOAL DA PROFISSIONAL?**

É POSSÍVEL SEPARAR IMAGEM PESSOAL DA PROFISSIONAL?

A autopromoção ou Marketing pessoal deve ser algo presente na vida de qualquer pessoa, pois, hoje, com a inclusão digital, não se consegue separar a imagem pessoal da imagem profissional.

Você já ouviu falar sobre alguém que teve sua vida profissional e pessoal afetada devido à internet? Pode-se pegar como exemplo o caso Justine Sacco que, em 2013, por causa de um post numa rede social, perdeu seu emprego, foi vítima de ódio por milhões de pessoas e teve de passar por sessões psicológicas para tratar de uma depressão profunda que adquirira. No post, que foi notado até por Donald Trump, Justine comentava para seus 170 seguidores: Estou indo à África, espero não pegar HIV. Brincadeira, sou branca. Segundo Justine este post era uma crítica irônica à bolha na qual vive a sociedade norte-americana, porém, ela foi compreendida de maneira equivocada e seu nome é lembrado por este caso até hoje.

Obviamente há casos negativos como esse relatado, entretanto, nos dias de hoje, é muito mais fácil de autopromover-se positivamente na internet, pois tem-se ferramentas poderosas que auxiliam na construção de uma imagem: as redes sociais.

As redes sociais vão muito além de simplesmente fazer check-in nos seus

lugares favoritos ou postar fotos fofas de seu animal de estimação. Hoje, as redes são usadas como indicadores de personalidade para uma entrevista de emprego, marco inicial na construção de um relacionamento, ferramenta de captação de dados para profissionais de Marketing, entre outros.

Por exemplo, a advocacia é um serviço que lida com bens e pessoas e, sendo um serviço, o seu consumo e sua produção acontecessem simultaneamente. Sendo assim, é difícil para um cliente de advogados qualificar o serviço prestado pelo jurista antes de fechar negócio. O que o consumidor faz é buscar aspectos que possam indicar que aquele serviço prestado é de qualidade, alguns deles são: a estrutura do escritório de advocacia, rapidez do atendimento por parte do advogado, forma pela qual o jurista se porta e, finalmente, sua comunicação digital por meio das redes sociais.

Entende-se que as redes sociais ditam como será a percepção de quem você é no olhar de pessoas que, nem mesmo, conhecem você pessoalmente. Por este motivo, deve-se atentar na maneira a qual você está transmitindo sua identidade através de sua imagem. Mas, você sabe a diferença entre identidade e imagem? A Identidade é quem você realmente é, e imagem é como você quer que os outros te enxerguem. No entanto,

vale constatar que não pode haver discordância entre identidade e imagem; as duas devem caminhar juntas. Caso contrário, pode ocorrer um choque de realidade quando sua imagem é muito elevada positivamente e sua identidade não está no mesmo patamar.

Para construir uma boa imagem, o autoconhecimento é extremamente necessário. Se você sabe quais são suas forças e qualidades, poderá explicitá-las de forma mais assertiva, não havendo discordância entre sua identidade e imagem pessoal. Entretanto, para isso, é necessário ter uma boa capacidade de comunicação, pois não se deve falar muito, mas sim o necessário para que a pessoas entendam sua mensagem. Outro ponto relevante é ser diferente, sair da mediocridade e destacar-se por algo que está em sua identidade. Steve Jobs, por exemplo, destacava-se por sua capacidade intelectual, liderança, visão de futuro e, também, por suas roupas minimalistas e seu tênis old school. Bem, isso era o que o identificava intra e externamente, e no seu caso: o que te identifica?

Não se deve deixar de ser quem você realmente é ou, simplesmente, viver um “eu profissional” 24 horas por dia. Não se esqueça de que as redes sociais podem ser ferramentas profissionais importantíssimas,

porém a ideia inicial delas é reunir e relacionar pessoas. Use-as ao seu favor!

POR FELIPE JHONY ZARANSKI ELIAS

(Graduando em Marketing pela Universidade Positivo e responsável pelo setor de Marketing no escritório Fabiano Alves e Advogados Associados).