



**Imagens com valor: o *corpo em ações* entrevistas de emprego**

João Valente Aguiar<sup>1</sup>

**Resumo**

Num primeiro momento, este artigo procura refletir sobre a relação entre corpo, imagem e práticas e de como estas se articulam. A noção de um *corpo em ação* deriva precisamente dessa prévia discussão teórica. Nesse sentido, este conceito abre caminho para uma abordagem empírica do conteúdo disposicional das entrevistas de emprego. Explicitando de outra maneira, o principal objetivo deste artigo é então o estudo das interações do *corpo em ação* no contexto das entrevistas de emprego. O artigo conduziu uma análise de conteúdo de um conjunto de materiais empíricos dirigidos especificamente para entrevistas de emprego. Em última instância o artigo conclui que a formação de um *corpo em ação* representa uma parte relevante dos mercados de trabalho mais flexíveis.

**Palavras-chave:** Corpo; Mercado de trabalho; Imagem; Disposições; Performance

**Abstract**

In a first level, this article reflect upon the relation between the body, the image and the practices and how they intertwine. The notion of a *body in action* derives from that previous theoretical discussion. In this way, this concept paves the way for an empirical approach on the dispositional content of job interviews. So to speak, the main goal of this article is the study of the interactions of the *body in action* in the context of job interviews. The article conducted a content analysis of a vast array of empirical material directly related with job interviews. Ultimately the article concludes that the formation of a *body in action* represents a relevant piece of flexible labour markets.

**Keywords:** Body; Labour market; Image; Dispositions; Performance

**Introdução: Do corpo à imagem do *corpo em ação***

Num texto que se tornou clássico, José Madureira Pinto sublinha que “o corpo é o centro ou origem de toda a percepção, onde se inscreve o sistema de condições de possibilidade da ação e de apreensão do mundo” (PINTO, 1984, p.45).

---

<sup>1</sup> Pesquisador de pós-doutorado no Instituto de Sociologia da Universidade do Porto com a bolsa SFRH/BPD/85425/2012.



Esta noção ancora-se na dialética da interiorização do exterior e de exteriorização do interior (BOURDIEU, 2002) que constitui o âmago da constituição do corpo como plataforma giratória entre os processos de assimilação e de disseminação de práticas sociais.

No final do século XIX, Simmel tinha-se dado conta desta dinâmica, nomeadamente a propósito do paradoxo entre a “impessoalidade do agir económico” (SIMMEL, 2009, p.43) e o apelo à individua(liza)ção. Dito de outra maneira, por um lado “o dinheiro originou para todos os seres humanos um nível vastíssimo de interesses comuns, que as eras da economia natural de nenhum modo poderiam desenvolver” (idem, p.46-47), o que acarretaria a supremacia das relações meta-pessoais no desenvolvimento e expansão do mercado e da esfera económica. Mas, por outro lado, essa expansão da impessoalidade das relações económicas mais vastas só se tornaria possível na medida em que o dinheiro não se configurava apenas num nível de interesses comuns, de articulação de relações sociais. De fato, ao lado desta vertente, o *self* individual transmuta-se em capital para o espaço público e/ou para as empresas (GOFFMAN, 1993), em fator de potenciação mais eficaz e criativa dos recursos disponíveis.

Daí que, o desenvolvimento da moderna economia capitalista implicasse o surgimento da figura do cidadão, consubstanciado em termos sociais, e não apenas políticos, como um processo de individuação. De acordo com Skeggs, “o personalismo também influenciou as ideias de individualidade, o que é uma ideia do cultivo do indivíduo especial”, por conseguinte, “enfatizando o julgamento estético, a criatividade, a emoção e a consciência própria” (SKEGGS, 2011, p.498). Abercrombie já tinha defendido algo de muito semelhante em meados da década de 80. Para este autor, o primado do indivíduo na armadura política do liberalismo político e da economia capitalista não se desliga de dinâmicas culturais e mesmo estéticas.

O individualismo era, na sua origem, principalmente político e subsidiário de uma doutrina económica relacionada com os direitos e obrigações das pessoas» postulados por uma «teoria política do século XVII e que mais tarde influenciou enormemente a cultura britânica e americana. A individualidade relaciona-se então a educação do sentimento interior e com a subjetividade (ABERCROMBIE, 1986, p.2).

Por outras palavras, “o indivíduo é soberano no que diz respeito ao seu *self*. Esta soberania está expressa na capacidade que os indivíduos têm para a ação e para a transformação” (LURY, 1998, p.8). A ênfase conferida ao papel da individuação é igualmente veiculada por Mark Seltzer a propósito do individualismo



possessivo como pilar do liberalismo: “o discurso do individualismo possessivo postula um mundo animado através e através de intenções, um pan-intencionalismo que aparece na compreensão das coisas como extensões prostéticas do *self* e dos seus desejos” (SELTZER, 1993, p.102).

Temos assim que os processos de individuação se alçam em dois patamares interpenetrados: o jurídico-político e o estético. Num primeiro patamar isso significa que “os indivíduos são constituídos como tais através do reconhecimento da sua posse de um *corpo único*” (LURY, 1998, p.7) (itálicos no original). Nesse sentido, a individuação do corpo pessoal consiste num processo propenso à ativação de práticas sociais em termos de performance social (ALEXANDER, 2006).

Em termos analíticos, Giddens toma como ponto de partida uma bidirecionalidade entre a estrutura e o ator social. Quer dizer, em Giddens tanto a sociedade influenciaria os comportamentos do indivíduo como este teria uma relativa margem de manobra de atuação no seio das instituições. Neste segundo movimento de moldagem da sociedade pelo indivíduo, Giddens (1993, p.5) acentua o papel da reflexividade como catalisador da ação individual: “a monitorização reflexiva da atividade é uma característica crónica da ação quotidiana (...). Isto significa dizer que os atores não apenas monitorizam continuamente o fluxo das suas atividades; eles também rotineiramente monitorizam aspetos, sociais e físicos, dos contextos em que se movem:”

A noção que Giddens avança sobre a estruturação da sociedade não se descarta dessa performatividade do agente social (nas suas palavras, do ator social). Assim, não apenas o ator social é concebido numa ótica de individualização dos fenómenos sociais, como, em paralelo, só uma ação criativa e que acione um *self* reflexivo, atuante e estilizado poderia contribuir para o seu desenvolvimento pessoal. Em paralelo, a ênfase colocada no termo “monitorização” apela precisamente para a dimensão de relativa independência do ator. No fundo, o ator é, pleonasticamente, um *performer* no palco da vida social. A apreensão de técnicas de compreensão cognitiva do real desenrola-se em simultâneo com a sua performance na realidade social envolvente. Assiste-se a uma circularidade conceptual entre estrutura e ação, mais ainda formulada em termos de uma circularidade percorrida pela performatividade do ator.

Multiplicando a complexidade deste tema, acrescenta-se, conseqüentemente, mais um vetor de análise. Com efeito, a ação do agente social nos diferentes campos da vida social não contempla apenas dois elementos – o corpo e a performance/ação. A estes dois acrescenta-se a imagem (AGUIAR, 2010). Como lembra Bragança de Miranda (2008, p.94), “faz-se sempre corpo com uma



ideia, com uma imagem”, ou para utilizar uma imagem conceptual mais poderosa do mesmo autor, o *corpo em ação* consubstancia-se como “ecrã para a projeção de imagens potentes” (idem, 96).

Constitui-se, desta forma, um triângulo conceptual entre uma matéria biológica intensamente socializada<sup>2</sup> (o corpo), um vetor operatório e socializador (a performance) e a reverberação visual e simbólica do dínamo social mobilizado no seu conjunto: o *corpo em ação*. Dentro deste triângulo que procura articular o material e o simbólico – isto é, o corpo, a prática social e a imagem – procura-se ampliar o escopo do corpo performativo (BUTLER, 2005). Por outras palavras, a problematização do papel da imagem na modelação do corpo performativo estende-se para além dos efeitos da autoimagem, ao mesmo tempo que percorre a difusão visual que a ação espoleta e proporciona<sup>3</sup>. Em suma, a imagem tem tanto de estritamente visual como de narrativo. Consubstancia-se uma relação entre o *corpo em ação*, a imagem e a formação de uma linguagem performativa: “a linguagem pertence à materialidade da circulação social, todo o significante (social) é um *corporal*, um *somaton*. A linguagem, privada de massa material, é essa emissão da materialidade social que não cessa de produzir sobre ela ações” (FAYE, 2009,p.143) e imagens.

Entretanto, da combinação entre trabalho, arte, inovação e criatividade, Pierre-Michel Menger vai desenvolver hipóteses teóricas sobre o artista (e da sua condição laboral e disposicional) como paradigma do trabalhador qualificado no capitalismo toyotista. Assim, dá-se o surgimento de um “trabalhador de portfólio”, um tipo de trabalhador disponível, adaptável a variadas circunstâncias laborais e portador de capitais aplicáveis no mercado.

O indivíduo ele mesmo é apelado a se comportar num “empresário da sua própria carreira”, num trabalhador de portfólio, ao preço de uma forte individualização do seu sistema pessoal de atividade e de uma gestão racionalizada dos seus capitais pessoais (tempo, esforços, competências, empregabilidade, reputação) (MENGER, 2002,p.80).

A constituição de uma força de trabalho no capitalismo toyotista (ANTUNES,2008; CORIAT, 1994; KOVACS, 2006; OHNO 1997; LIKER E MEIER, 2005) atravessada por novas qualificações, consumos e desempenhos socioprofissionais recoloca em distintos patamares a produção das imagens do *self*

---

<sup>2</sup> “O processo pelo qual o valor é transportado até aos corpos e os mecanismos pelos quais este é retido, acumulado, perdido ou apropriado” (SKEGGS, 2005, p.46).

<sup>3</sup>“A agência (...) é a coleção e recoleção contínua da imagem individual humana do fluxo e refluxo da dispersão” (COOPER, 2001, p.26).



produtivo no mercado de trabalho. E nesse aspecto, a imagem expectável do *self* produtivo nos processos de trabalho e de acesso ao emprego assumiu patamares qualitativamente diferenciadores, inclusive em termos de maior ou menor probabilidade de singrar no mercado de trabalho.

Desta forma, através deste exemplo de inter-relação entre estética, mercado de trabalho e *self*, tornou-se possível desdobrar o triângulo corpo-performance-imagem para um menor nível de abstração, no caso o mercado de trabalho. Este exercício torna possível articular o triângulo conceptual com outras variáveis. Esse será o objetivo fundamental das duas secções subsequentes acerca da presença do *corpo em ação* numa das portas de acesso ao mercado de trabalho: a entrevista de emprego.

Por conseguinte, uma das mais poderosas esferas de produção e legitimação de novas imagens do *corpo em ação* no mercado de trabalho é a entrevista de emprego. Esta será abordada a partir de dois objetos complementares. Na secção seguinte o centro de análise estará em cursos para entrevistas de emprego, sendo que na secção III se problematizará a construção das disposições posturais e imagéticas do *corpo em ação* em avaliação nas entrevistas de emprego.

### **Um exemplo de formação das imagens do *corpo em ação*: os cursos para entrevistas de emprego**

A ação humana no mercado desdobra-se na prossecução de ações instrumentais e representacionais, portanto, agregando racionalidade e cálculo económico com subjetividade. Porém, a prossecução de tais ações implica um ritmo alucinante, decorrente tanto da velocidade do mercado em constantemente regenerar e ampliar o ciclo económico, como decorrente da flexibilidade laboral e da maior facilidade detida pelas empresas em alocarem ou desalojarem a sua força de trabalho de acordo com o estrépito frenético do mercado.

Neste cenário volátil, José Machado Pais resume alguns dos pontos das suas pesquisas sobre a forma como os jovens produtores de histórias aos quadradinhos têm evidenciado uma criatividade que se “baseia numa capacidade – feita de astúcias e sagacidades – para interconectar ocorrências, circunstâncias, ideias, oportunidades” (PAIS, 2011). Para Pais (2011),

os jovens de hoje confrontam-se com o desafio de se adaptarem a circunstâncias de vida mutáveis – o que pressupõe uma capacidade de ajuste, um domínio da arte da pirueta, um saber caçar oportunidades, uma mão cheia de perícias para ultrapassar a contradição entre a calculabilidade e a qualidade do fortuito.



Na criativa formulação de Pais, “a arte da pirueta” não é mais do que a assunção da performance criativa, flexível e adaptável às circunstâncias como motor do complexo comportamental esperado aos jovens trabalhadores para sobreviverem às convulsões do mercado (da força) de trabalho.

Com efeito, concentrar-se-ão esforços analíticos no estudo de algumas das ações corporais utilizadas para adquirir capital simbólico, um aspecto essencial para que o trabalhador individual(izado) possa ser bem-sucedido no mercado de trabalho. Por outras palavras, a “valorização econômica e simbólica do corpo como um capital expressamente mobilizável” (FERREIRA, 2009,p.45). Ou, como LoicWacquant mencionou, “estando carnalmente disponível para ser comprado, vendido e permutado” (WACQUANT, 2001, p.6) nas melhores condições para ser transacionado no mercado.

Adicionalmente, o *corpo em ação* opera no mercado de trabalho, não apenas como uma propriedade econômica, mas na medida em que a formação do *self* é concretizada pela “ênfase e singularização do sujeito marcado” (FERREIRA, 2009, p.26), então “a experiência ocupacional da auto-produção corporal” (WACQUANT, 2001, p.188) cria o corpo como um repositório singular e único de capitais a ser desenvolvido, melhorado e aprimorado pelo indivíduo. Onde na classe trabalhadora fordista (e na subclasse, um dos principais focos do trabalho de Wacquant) se pode encontrar um “sentido visceral da exploração e da subordinação a ditames externos” (idem, p.183), com o advento da “acumulação flexível” (HARVEY, 1990: 124-142), o corpo dos trabalhadores parece concordar com a noção de um capital personificado. Tanto por via da apropriação pessoal de capitais como na correlativa e imbricada exteriorização de valências posturais, comportamentais e disposicionais no mercado de trabalho.

Fruto das mudanças no processo de recrutamento da força de trabalho, os empregados contemporâneos são contratados de modo mais individualizado (portanto, com menor recurso à negociação e contratação coletiva com os sindicatos), tornando-se potenciais portadores de capital econômico (a força de trabalho propriamente dita), cultural (um *self* pró-ativo, performativo e flexível) e humano (envolvimento afetivo e pessoal com os desígnios competitivos da empresa) de modo a que os possam acionar, *individualmente*, no mercado (da força) de trabalho.

Por conseguinte, as imagens do *corpo em ação* transformam-se num dispositivo simbólico para incrementar o capital competitivo, sem o qual a janela de oportunidades de se ser selecionado para um emprego pode desaparecer do horizonte de possíveis do competidor. De acordo com a perspectiva apresentada, um



momento ou fenômeno que pode apresentar evidência empírica substantiva são os cursos para as entrevistas de emprego. Apesar destes cursos serem relativamente recentes e de não serem absolutamente transversais a todos os trabalhadores, a verdade é que os referidos cursos têm uma boa dose de efetividade empírica, quanto mais não seja pelo conteúdo e substância simbólico-normativa inscritos neles. Ao fornecerem capital social e simbólico aos trabalhadores, especialmente em tudo o que diga respeito com a apresentação e controlo (para o exterior) do corpo, os cursos para entrevistas de emprego consubstanciam-se como um tipo de modelo-padrão para os comportamentos tidos por legítimos e apropriados no mercado de trabalho. Por outro lado, estes cursos são uma forma possível de apreender algumas das posturas, gestos e, ainda mais importante, o compromisso e o comprometimento dos trabalhadores com os objetivos de uma empresa. Este comprometimento expectável (das entidades empregadoras relativamente a possíveis candidatos) não tem de surgir como uma prescrição vaga. Ele implica e necessita de todo um compromisso corporal e de toda uma produção corporal das gerações mais recentes de trabalhadores.

Desta maneira, a análise de conteúdo de cursos para entrevistas de emprego pode providenciar dados empíricos relevantes. Reportando-nos ao país europeu onde este “mercado” mais está desenvolvido, só no Reino Unido registava-se a existência de pelo menos 113 escolas com cursos deste tipo a decorrer (Hot Courses, 2010).

Um dos aspetos-chave descortinados na nossa pesquisa é o discurso de que “as pessoas precisam saber que o indivíduo que está a ser entrevistado é *genuíno*” (Impact Factory, 2010a). Nesse sentido, “isso significa que *personalizar* o que se diz, utilizar a *autoapresentação* de si mesmo, e contar histórias e uma ou outra anedota que *ajude a outra pessoa a “vê-lo” pelo que você é*” (idem) (itálicos nossos). Conquanto, “*ser-se nós mesmos* não signifique que você tenha de contar tudo sobre si” (idem), a verdade é que uma abordagem individualizada aos trabalhadores surge como um tópico inquestionavelmente inultrapassável na formação do *self* legítimo e esperado pelo mercado de trabalho.

Todos estes cursos também tentam providenciar socializações que sejam úteis para que os trabalhadores encontrem novos empregos. E controlar o corpo de uma maneira *natural* é outra peça essencial no puzzle pelo qual o candidato se vê confrontado. “*Controlar os seus nervos, gerir a arena da entrevista, saber que questões perguntar, o que fazer quando se sentir sem pé-assente, o que fazer quando lhe surgir uma “branca”, tornar-se um bom contador de histórias, como expressar se a empresa é a correta para si*” (Impact Factory, 2010b) (itálicos



nossos). Todas as expressões citadas em itálicos assinalam, por um lado, um controle das emoções na entrevista e, por outro lado, um *self* performativo. Um *self* performativo capaz de apresentar e/ou desenvolver diferentes habilidades e competências (reais e ficcionais) no momento da entrevista, mas que também são esperadas posteriormente no desempenho de tarefas profissionais.

Outro exemplo similar pode ser encontrado no tópico acerca do “controle da ansiedade”, onde ao agente social é requerido que “faça uma primeira boa impressão; faça um bom contato ocular; preste atenção ao significado do aperto de mão” e não se esqueça de se “vestir para o sucesso; fazer perguntas difíceis” incluindo a “questão “fale-me de si próprio”” (idem). Assiste-se assim a um agrupamento de pistas significativas de algumas das modalidades que os empregados (e os futuros empregados) com que são esperados determinados comportamentos legítimos.

Relativamente ao processo de autocontrole do corpo, o tema do nervosismo é recorrente nos guias das entrevistas de emprego. Se se relacionar este assunto com a espontaneidade requerida aos indivíduos, parece então que a “verdadeira” espontaneidade seria aquela trabalhada e socializada nesses cursos em ordem a prevenir ou livrar-se de toda a ansiedade e nervosismo humanos inerentes a qualquer situação de *stress*.

Eliminar o nervosismo e o *stress*, antes e durante a entrevista ao praticar as respostas difíceis e aferir a sua recetividade. Você passará de um candidato inseguro a um candidato confiante e bem-disposto. (...) Tornar-se confiante e convincente por desenvolver uma estratégia personalizada com o seu formador de modo a falar abertamente das suas forças e fraquezas e como se pode tornar num ativo para um emprego em particular. (...) Melhore o seu estilo como entrevistado» e «pratique a resposta a questões como se soasse sem ser algo decorado (Entrevista a uma orientadora deste tipo de cursos, 2010).

Todo este processo de modelagem do *self* é complementada por uma aura relativamente a modelos significativos: os CEO's (chief executive officer) e executivos que retratam um “hexis corporal” (BOURDIEU, 1991) “natural”, com um comportamento aparentemente inato e continuamente espontâneo nas suas atividades diárias.

*Algumas pessoas, assim parece, têm algo que é muito difícil de definir, mas que causa um tal impacto sobre os outros que têm menos dinâmica. Isso pode ser chamado de presença, faro ou estilo; mas o que quer que se lhe chame, essas pessoas deixam-nos a quererem ser mais. Quando alguém tem presença, então esse alguém cruza-se connosco de modo natural – genuinamente como eles mesmos (ImpactFactory, 2010c) (itálicos nossos).*





Este é considerado como o primeiro movimento para conquistar o público: ser-se socialmente espontâneo nas interações de negócios.

Você acredita neles. Você sente que eles estão a ouvi-lo e a ser levados pelo que você diz, porque eles estão literalmente presentes: eles tomam atenção. Eles não têm máscara, ou "frente" ou "fachada". Você tem a capacidade de estar mais "presente" do que é normal. Quanto mais *à-vontade* estiver *consigo mesmo* e mais confiante se tornar sobre as contribuições que pode fazer, mais presença mais terá. As pessoas irão ouvi-lo não porque você é assertivo ou controlador, mas porque *você mostra autoridade e segurança* (idem).

Com efeito, ser capaz de jogar um papel confiante nas relações laborais, significa expor um novo, claro e proficiente *self*. Proficiente significa aqui que o agente social pode convencer as outras pessoas no mercado ao apelar à sua personalidade. Ao mesmo tempo, "a aquisição de presença pessoal" (idem) relaciona-se com as formas com que o trabalhador individual lida com a sua linguagem corporal.

O que você faz enquanto está a dizê-la (à sua linguagem corporal) pode ter um efeito dramático na mensagem que as outras pessoas recebem. Este exercício explora como a linguagem corporal que apresentamos pode encorajar as pessoas a inconscientemente chegar a conclusões sobre nós. Escolher o impacto que fazemos, ao mesmo tempo que sentimos e nos comportamentos com maior clareza (ImpactFactory 2010d).

Em suma, "geralmente a imagem é tão importante como o conteúdo. O que você aparenta e como diz algo são tão importantes como o que diz. Estudos mostram que 65% da mensagem transmitida é não-verbal; gestos, a aparência física e o vestuário são fortemente influentes durante as entrevistas de emprego" (Job Interview, 2010a).

A insistência na apresentação – que é sempre uma apresentação imagética – implica uma dinâmica de divulgação de si mesmo. "Nunca se esqueça que está a publicitar-se [*marketing yourself*] – e a forma como se apresenta pode ter um impacto no entrevistador (...). A apresentação pode fazer toda a diferença entre o sucesso e o fracasso. *A imagem é tudo!*" (INNES, 2009, p.22) (itálicos nossos).

Esta ênfase na imagem decorre do cruzamento entre o universo simbólico próprio do visual e a venda de si mesmo no mercado de trabalho. Isto quer dizer muito simplesmente que numa entrevista de emprego "você está lá para vender-se a si mesmo" (idem: 48). Portanto, se houver oferta de posições de emprego no mercado de trabalho, a empregabilidade é uma faculdade que o candidato deverá aprimorar. Empregabilidade que implica a reunião de uma série de fatores – apresentação de si, linguagem corporal, atitudes de entusiasmo e de confiança, pró-



atividade, conhecimento e adaptabilidade à organização. O autoaperfeiçoamento da empregabilidade pelo próprio trabalhador implica que este deva atuar no sentido de não

falhar efetivamente na venda de si próprio. Muitos candidatos falham em vender a si mesmos numa entrevista – dando respostas aborrecidas, monossilábicas e não suportadas em exemplos da vida real. É essencial que pense e crie as suas próprias respostas a questões potenciais. Sempre que possível tente integrar exemplos da vida real nas suas respostas em vez de apenas falar hipoteticamente. Apresentar exemplos relevantes e específicos da sua própria experiência é uma forma ideal de reforçar os seus pontos na mente do entrevistador (idem,p.222).

Em consonância, sentimentos de entusiasmo e confiança surgem como determinantes para um desempenho laboral consentâneo com o complexo disposicional esperado pelas entidades empregadoras. “As pessoas confiantes inspiram confiança nos outros; é quase contagioso. Se aparecer confiante para a execução do trabalho, o empregador está mais inclinado a acreditar que você consegue fazê-lo” (idem, p.18). Em suma, a conjugação de confiança com entusiasmo revelam um trabalhador passível de maior disponibilidade, entrega e identificação com os intentos da empresa de vencer os seus competidores no mercado, “se não estiver entusiástico sobre o papel – e sobre a organização – então não fará justiça a si mesmo. Junto com a confiança, o entusiasmo é um traço garantido para impressionar um entrevistador” (idem,p.19).

Estes são outros padrões exemplares da produção do *self* e do comportamento corporal “correto”<sup>4</sup> esperado no mercado de trabalho. Anexada à comunicação e aos sinais que o corpo é esperado codificar e incorporar, o código de vestuário é também parte desta prática social de composição de um trabalhador performativo.

A chave sobre o código de vestuário para entrevistas: as tuas roupas (e sapatos) têm de ser vistas como se lhe pertencessem a si, não compradas ontem ou pertença do seu irmão, irmã ou colega de quarto. Se se sentir desconfortável nas suas roupas, os entrevistadores notarão isso. (...) Tenha também um bom corte de cabelo, barba aparada, cabelo lavado, evite montes de joias e assegure-se que a sua roupa está limpa independentemente do que vestir (Impact Factory 2010e).

---

<sup>4</sup> Como insistentemente observa Innes o lema deverá ser: «apresentação, apresentação, apresentação», isto porque, como afiança o mesmo autor, “a forma como [o candidato] se apresenta fisicamente irá fazer uma impressão no entrevistador antes mesmo de ter a oportunidade de abrir a boca. Apresente-se profissionalmente e o entrevistador irá vê-lo como um profissional. Nunca se esqueça que está a publicitar-se” (INNES, 2009,p.220).



Sintomaticamente, os conselhos fornecidos são se resumem apenas ao que é suposto fazer-se mas igualmente ao que é suposto não se fazer (ou não se demonstrar) numa entrevista. Innes apresenta neste ponto alguns tópicos significativos de

traços negativos e como a sua linguagem corporal pode apresentá-los:

Estar na defensiva: cruzando os braços;

Aborrecimento: bater com o pé, brincar com a caneta, olhar para o chão;

Nervosismo: mexer no cabelo, brincar com os dedos;

Arrogância/Confiança exagerada: mãos colocadas atrás da cabeça;

Agressividade: mãos nas coxas, apontar ou abanar com o dedo indicador;

Dúvida: esfregar os olhos ou o nariz (INNES, 2009, p.29).

Outra característica relevante é a compatibilidade entre o código de vestuário e as expectativas da empresa, “combine as suas roupas com a cultura da empresa onde vai fazer uma entrevista” (idem).

Desta maneira, um último passo rumo ao indivíduo propenso a enveredar por uma performance triunfante no mercado de trabalho é a absorção do espírito da empresa<sup>5</sup>, do seu conjunto de disposições. A personificação dos objetivos empresariais, as necessidades correlativas de atingir o lucro e, ainda mais importante, o aceitar de maior flexibilidade nas relações de trabalho passa por o trabalhador “se colocar na sua equipe. *Aliar-se com o empregador em perspetiva ao usar, por exemplo, o nome do empregador e os seus produtos e serviços*” (Job Interview, 2010a) (itálicos nossos) nas entrevistas. Isto é possível se os candidatos “pesquisarem a organização. É mais fácil convencer o empregador que se pode ser benéfico para a organização se tivermos conhecimentos sobre a mesma” (Job Interview 2010b). Em poucas palavras, a empresa “quer saber o que o motiva” (idem) a querer pertencer a uma determinada organização. Como afirma Innes, terá de ocorrer uma compatibilidade entre os interesses da organização empresarial e o interesse individual de cada candidato com a dinâmica da primeira.

Se fez pesquisa estará relativamente bem informado sobre a organização à qual está a candidatar-se. Contudo, a chave para responder a esta questão está na forma como comunicar o conhecimento ao entrevistador ao mesmo que liga isso com os motivos que o levam a querer trabalhar para eles. O seu foco deve ser no que o atrai particularmente na organização (INNES, 2009, p.99).

---

<sup>5</sup> Para um dos especialistas desta matéria, o primeiro passo na preparação para uma entrevista de emprego (e possível subsequente contratação) passa por, antes de mais conhecer a organização “ao demonstrar que fez ao menos uma pesquisa preliminar sobre a organização, estará a sublinhar o seu interesse, entusiasmo e motivação” (INNES, 2009, p.11).



Esta adequação “em termos das necessidades da empresa” (idem, p.144) pode passar, no contexto de entrevista, por explicar “de forma precisa como as suas competências e experiências correspondem à descrição do emprego e à especificação da organização” (idem).

Antes de terminarmos esta secção, é pertinente citar ainda um outro aspeto: a maioria dos coordenadores dos cursos para entrevistas de emprego é proveniente do meio artístico. Por exemplo, repare-se no perfil de dois desses coordenadores e que podem ser encontrados num dos mais visitados *websites* da área.

Ator, leitor numa universidade, artista, tradutor, escritor e coordenador de eventos. X está comprometido do fundo do coração a uma abordagem criativa de todos os níveis de desenvolvimento pessoal e profissional.

Actor em West End, *entertainer*, *anfitrião de públicos*, Y oferece uma *presença acolhedora e empenhada ao seu trabalho*» (ImpactFactory 2010e) (itálicos nossos).

Estes trabalhadores contratados para ensinar outros trabalhadores a atuarem corretamente no palco dos competitivos mercados de trabalho emergem dentre os mais performativos. Onde seria de esperar que apenas especialistas dos Recursos Humanos coordenassem estes cursos, a formação dos trabalhadores para o mercado neste ramo tem sido também acompanhada por artistas e agentes culturais. Neste sentido, a socialização de um *self* performativo pode tornar-se extremamente relevante nos processos de contratar novo pessoal. Não apenas a arte e as dinâmicas de estetização fornecem algumas linguagens simbólicas e práticas para a produção de novos colaboradores para o mercado de trabalho, mas também é através de uma aproximação estética ao corpo (e predominante através das suas ações) que os comportamentos laborais são esperados que aconteçam. De modo a produzir um corpo performativo no mercado (da força) de trabalho, a ação individual representa uma incorporação de disposições que suportem a noção de um *self* autónomo e empreendedor. Em suma, um *corpo em ação* comprometido com a construção de uma aparência corporal e de ações capazes de inserir o trabalhador, do modo menos friccional possível, nas dinâmicas voláteis e flexíveis dos mercados de trabalho.

### **Disposições do *corpo em ação* para as entrevistas de emprego**

Relativamente às entrevistas de emprego propriamente ditas, verifica-se a difusão acentuada de um *ensemble* de características – especificadas e detalhadas –



com que entidades empregadoras, imprensa e especialistas nas áreas dos Recursos Humanos e da Psicologia do Trabalho vão esperando da parte dos candidatos a um determinado emprego. Do ponto de vista da visibilidade pública e mediática, a proliferação de textos de aconselhamento aos candidatos a uma entrevista de emprego concentra-se na adição de outras propriedades expectáveis, para além das de tipo mais académico e da experiência profissional e/ou técnica. Essas outras propriedades expectáveis de um candidato encontram-se nomeadamente no plano da construção de atitudes, de comportamentos, posturas e de composição ornamentária. Quer dizer, da construção de um corpo legítimo e captável pelas entidades empregadoras (e por todas as agências de comunicação e de veiculação de discursos mediáticos) como requeridas para o desempenho profissional no seu seio. Nesta secção examinar-se-ão elementos providenciados pelas áreas da consultoria de imagem, da psicologia organizacional, da imprensa generalista e da literatura especializada em recursos humanos. Depois de uma análise mais exaustiva de um setor específico (os cursos de entrevistas de emprego da secção anterior), preferiu-se uma abordagem multissetorial de modo a poder enumerar exemplos empiricamente significativos da difusão transversal deste ideário de composição simbólica e imagética do *corpo em ação* esperado no momento de possível contratação de candidatos a um emprego.

Na medida em que, perante a abertura de uma vaga de emprego numa empresa, a procura supera quase sempre a oferta, as entidades empregadoras recorrem, numa primeira fase, a dois critérios eliminatórios: por um lado, uma análise curricular e, por outro, aquando de uma entrevista de emprego, a avaliação da imagem do corpo em presença. Nas palavras de uma consultora de imagem, “os entrevistadores muitas vezes dão uma olhada geral nos candidatos, antes de começar a entrevista, procurando dicas visuais para economizar seu tempo. Assim já são eliminados automaticamente os que estão passando mensagens negativas por meio de sua aparência ou maneiras, como um homem de meias brancas, a mulher que está roendo as unhas, etc.” (BIANCHINI, 2013).

Assim, nesta vertente da imagem externa e mais diretamente apreensível enumerem-se apenas alguns dos traços comportamentais manifestos. Daí que se difundam materializações corporais e comportamentais materializados em expressões como: “irradie entusiasmo”, “seja natural e espontâneo”, “não demonstre ansiedade durante a entrevista”, “olhe nos olhos”, “olhe para a pessoa com quem está a falar”, “não fique mexendo em objetos, estalando muito os dedos ou olhando para o relógio. Isso demonstra ansiedade”; “Confie em você”, “Se a



resposta não for positiva, não se sinta mal. Foi apenas um processo que não deu certo, mas que serviu como treino para as próximas vezes” (MOREIRA, 2013).

A ênfase depositada na imagética do candidato assume-se como um dado relevante para as entidades de recrutamento. Desse modo, não é despidendo que seja transversal a diversos protagonistas a mensagem transmitida. Uma exemplificação notória encontra-se ao nível da condensação e concentração da avaliação do candidato potencialmente colocada nos momentos iniciais das entrevistas de emprego.

O entrevistado deve ter sempre presente que as pessoas formam 90% das suas opiniões sobre alguém após um minuto e meio de contacto com essa pessoa. Assim sendo, a impressão que o entrevistado causa é dada pelo seu aspeto e comportamento. Convém ter em consideração que são avaliados aspetos verbais mas também os não-verbais (GOMES, 2013).

A reiteração na importância depositada nos períodos iniciais de entrevista – “a maior parte das pessoas formam julgamentos sobre as outras em apenas 30/60 segundos de um contacto inicial” (Sapo Empregos 2013) – acaba por conferir ainda mais acuidade à dimensão imagética do *corpo em ação*. O corpo enquanto ação disposicional manifesta e enquanto imagem de linguagens não verbalizadas comunica intensamente, tornando-se num instrumento integrado de critérios de avaliação. Mais do que qualquer documento, a imagem do *corpo em ação* certifica características disposicionais que poderão ou não estar conforme as expectativas dos empregadores. Se a realidade corporal não é nunca isenta de contradições e dissonâncias, e que é passível de introduzir um grau de imprevisibilidade nas avaliações, o guião conceptual das entrevistas de emprego é, todavia, relativamente unívoco. Nessa medida, se ocorrer um desajustamento entre a forma corporal e o conteúdo que o candidato pretendia veicular, o eventual insucesso convoca o candidato a enveredar por um rearranjo postural e disposicional.

Na medida em que o *corpo em ação* se apresenta como uma forma de documentação de competências sociais e sociabilitárias importa referir que, proporcionalmente, alguns guias de entrevistas contêm mais indicadores de avaliações relativos ao capital corporal e humano do que às competências técnicas, académicas e profissionais. O que não quer dizer que estas sejam secundárias, mas que as entrevistas de emprego são momentos de charneira para uma avaliação mais aprofundada de outras características.

Recorrendo a uma exemplificação institucional fornecida por um gabinete de psicologia numa instituição portuguesa de Ensino Superior, o quadro 1 “agrupa os



aspectos que, normalmente, o entrevistador avalia no decorrer de uma entrevista” e um conjunto mais genérico de disposições.

Quadro 1 – Disposições e manifestações concretas consideradas em contexto de entrevista de emprego

<b>Disposições gerais a observar e a considerar pelo entrevistador</b>	<b>Manifestações concretas das disposições</b>
<i>Disposições cognitivas e com potencial de aplicação prática</i>	Adaptação a situações imprevistas
	Facilidade de tomada de decisões
	Capacidade de liderança
	Capacidade de argumentar
	Espírito de análise
	Capacidade de julgar
	Sentido de responsabilidade
<i>Disposições expressivas e psicossociais</i>	Capacidade de expressão oral
	Empatia
	Gosto do risco
	Adaptabilidade
	Iniciativa
	Sociabilidade
	Fluência verbal
<i>Disposições posturais</i>	Capacidade de autodomínio
	Estabilidade emocional
	Autocontrolo
	Atividade motora, tiques, fluência verbal, etc.
	Andar, expressão facial, gestos, contacto ocular, postura
	Observação dos modos de conduta, visíveis ou subliminares
	Coerência
<i>Disposições de comprometimento</i>	Energia
	Entusiasmo
	Ambição
	Perseverança



	Otimismo
	Espírito de equipa

Fonte: GOMES, 2013.

No quadro dos quatro conjuntos de disposições aqui definidas verifica-se a existência de um tipo mais diretamente operacionalizável em termos laborais e organizacionais – as disposições cognitivas e com potencial de aplicação prática. Estas disposições ajustam-se com particular incidência às modalidades mais qualificadas, analíticas e criativas de trabalho. Por seu turno, as disposições de comprometimento refletem o possível processo de conexão simbólica e prática entre os possíveis colaboradores e a cultura de uma determinada empresa. Entretanto, os dois restantes conjuntos de disposições – posturais e expressivas/psicossociais – denotam um carácter mais diretamente corporal. Assim sendo, a colocação e o controlo do *corpo em ação* em ambientes de sociabilidade surge como esfera central na avaliação dos entrevistadores.

Dentro deste último espectro de disposições, o sentimento de autoconfiança, especificamente a autoconfiança espelhada para o exterior de modo a ser percebida pelo interlocutor empresarial, assume um aspeto preponderante. Como é afirmado num espaço dedicado à divulgação de ofertas de emprego, “a confiança é a sua melhor indumentária” (Alerta Emprego, 2013c).

Porém, a imagem esperada pelas entidades empregadoras está muito longe de se resumir à ornamentação e aos adereços utilizados, apesar da sua importância<sup>6</sup>. O mesmo se aplica às disposições manifestadas corporalmente. De fato, é a coerência entre a linguagem verbal, a linguagem corporal e o vestuário que compõem a unidade corporal em equação pelos departamentos de Recursos Humanos. Esta coerência esperada adequa-se, portanto, à própria imagem que a empresa procura evidenciar para a comunidade e, desse modo, trata-se de uma extensão da sua cultura corporativa. “Como uma identidade visual de uma empresa, que é repetida da mesma forma, seja qual for sua aplicação, é que dá consistência e credibilidade a marca” (BIANCHINI, 2013). Dito de outra maneira, “as pessoas têm uma resposta mais positiva a quem se assemelha visualmente a si mesmo. Assim, deve tentar saber que tipo de vestuário é considerado correto na empresa onde será

---

<sup>6</sup> Deste ponto de vista, assumem importância a atenção ao *blazer*, ao *tailleur*, às camisas, calças, saias, vestidos, sapatos, cintos e meias. Estes são os itens/adereços mais evidenciados pela literatura da especialidade. No caso dos candidatos do sexo feminino, a bijuteria, o cuidado com as mãos e a maquilhagem assumem preponderância. “Cores sólidas e sóbrias e acessórios para mostrar a personalidade são uma combinação infalível!” (Alerta Emprego. 2013c)





entrevistado. Ajuste a sua imagem à cultura empresarial e será mais bem-sucedido” (Alerta Emprego, 2013b).

Com efeito, o sucesso ou insucesso assumem-se como evidentes consequências pessoais e profissionais para os candidatos. E como sinalizações simbólicas profundas no seu âmago. Mas a sua avaliação reporta igualmente às empresas, pelo que se tornam frequentes as rubricas relativas aos motivos de exclusão de candidatos em entrevistas de emprego. Num breve exemplo, de nove principais razões apontadas pelas empresas, quatro diziam respeito a aspetos diretamente relacionáveis com a imagética corporal e disposicional configurada nas entrevistas: “vestuário impróprio para a entrevista”; “cumprimento e saudação fracos”; “não olhar nos olhos”; “hesitação e nervosismo excessivo” (Alerta Emprego, 2013a). Mesmo das restantes razões apresentadas o fato de diversos candidatos apresentarem-se com “falta de objetivos e ambição” e de efetuarem “pouca pesquisa sobre a empresa”, denuncia o desfasamento entre o *corpo em ação* esperado e o insuficiente complexo disposicional acionado pelos candidatos.

O mesmo quadro de referências é encontrado numa diversidade de materiais. Mais uma vez, a reiteração da postura corporal e disposicional passa por elementos como o aperto de mão que “deve ser firme e breve”, o caminhar “sempre em passos firmes seguindo o seu entrevistador” e que desde o início até ao final da entrevista, o “candidato procure manter o contato visual com o entrevistador” (Sapo Empregos, 2013).

Num artigo do semanário *Expresso*, sugestivamente intitulado *Guia da entrevista de emprego – 15 erros fatais*, são entrevistados três agentes ligados a áreas do recrutamento para dar conta dos maiores erros dos candidatos no momento das entrevistas de emprego. Num primeiro momento, o recurso à terminologia do erro assume o desnivelamento da relação entre a entidade empregadora e os potenciais candidatos. Estes incorreriam em erro na medida em que não se apresentariam – visual, postural e motivacionalmente – ao nível do que lhes é esperado pelas agências de recrutamento. Explicitando, as empresas e as entidades de recrutamento estabelecem os padrões culturais e pré-disposicionais requeridos. Nesse sentido, alguns dos desfasamentos ocorridos no plano corporal e comportamental são considerados nos seguintes termos pelos especialistas em recrutamento:

Vestir-se de forma descontraída. Não é porque se candidata a uma vaga de jornalista numa revista de informática ou de *copy* numa agência de publicidade que deve apresentar-se de *jeans* e *t-shirt* ou vestido de flores até aos pés. Só há um estilo válido para uma entrevista de recrutamento: clássico e sóbrio, seja qual for o lugar e a empresa, esclarece Mafalda Figueiredo, do Grupo Egor;



Denotar excesso de ansiedade;  
Falar demais. Tenha calma e escute bem o que lhe perguntam  
(Expresso, 2012).

No mesmo registo o portal das universidades *Universia* elenca um vasto conjunto de sugestões para estudantes universitários. Neste caso, a brevidade dos tópicos traduz um caráter lapidar da mensagem veiculada.

Quadro 2 – Exemplo de sugestões de índole corporal/disposicional dirigidas a estudantes universitários

"Não te inquietes"
"Fala claramente"
"Não te intimides"
"Estar confiante sem ser arrogante"
"Não exageres nos teus atos"
"Sê tu mesmo"
"Sê positivo"
"Não reclames ou fales mal de pessoas; sê positivo na tua entrevista. Não passes uma má imagem"
"Não pareças desesperado"
"Pensa no recrutador"
"Não penses apenas no que tens que falar, mas no que o recrutador gostará de ouvir"

Fonte: *Universia* (2012)

Mais uma vez, as disposições que acima foram designadas como tendo um caráter mais diretamente corporal (as posturais e as expressivas e psicossociais) conferem coerência à visão de que numa entrevista de emprego se interpenetram variáveis de avaliação técnica de competências profissionais e variáveis de avaliação de competências e imagens corporais. De acordo com as expectativas enunciadas pelas empresas, não basta ao candidato aspirar a uma vaga de emprego, o candidato tem de a querer arrebatar e de, ao mesmo tempo, a sentir como parte integrante do seu *self* no mercado de trabalho. Nesta ótica, o comprometimento com as práticas quotidianas da empresa necessitam da demonstração efetiva e perceptível de um *corpo em ação* mobilizado e mobilizável para as respetivas tarefas profissionais. É deste nó central que advém a insistência das entidades empregadoras no que diz respeito à avaliação da imagem mais superficial



(vestuário, penteado, acessórios) e da imagem disposicional manifesta: o *corpo em ação* espontânea e rapidamente visualizado em termos da sua justaposição com os propósitos dos empregadores. Afigura-se como admissível considerar a categoria do colaborador a partir deste pressuposto da (busca de uma) coincidência de interesses socioprofissionais e simbólicos entre a empresa e os empregados.

Retomando o fio à descrição, esta coincidência é menos manifestada em palavras e mais em atos. Entre vários exemplos possíveis, quando se preconiza e aconselha, de modo enérgico, o candidato para que “Sorria! Uma cara sorridente suscita mais simpatia do que uma cara “fechada”, para além de transmitir entusiasmo e uma atitude positiva” (Sapo Empregos, 2013), a normatividade aqui expressa surge como secundária. Por outras palavras, mais do que consagrar um imperativo, este tipo de enunciado procura fecundar práticas de adequação da força de trabalho às expectativas das empresas contratantes. Nesse sentido, o “entusiasmo” e a “atitude positiva” expandem-se para além do universo de uma eventual, e não necessariamente concretizada, atitude de *joyfullness* no trabalho. Tornam-se predicados da conexão entre o empenho, a motivação e o compromisso do (candidato a) colaborador e as expectativas de ampliação de novos negócios da parte das empresas.

### Conclusão

Em Dezembro de 2010 foi tornado público que o banco suíço UBS, um dos maiores do mundo, estava aplicando um novo *dresscode* (UBS 2010) aos seus funcionários. Dentre vários tópicos contemplados e exigidos aos seus trabalhadores, o código ia das peças de vestuário mais adequadas até à sugestão de certos atos como o evitar a “ingestão de cebolas e de alho” ou a colocação de “perfume durante ou após o intervalo de almoço”. De acordo com um responsável do banco citado pelo Wall Street Journal o propósito é claro: “os clientes reconhecerem que estão no UBS assim que entram no banco” (BERTON, 2010a).

Como se verificou acima, a imagem do *corpo em ação* dos empregados assume uma correspondência íntima com a imagem comercial que a empresa pretende disseminar para o exterior. Imagens potentes que não se resumem aos membros da empresa mas apelam ao público mais vasto, de clientes a simples curiosos, de outras empresas a outros (candidatos a) colaboradores. Em última instância, a imagem é tão-somente o lampejo visual de relações sociais, pelo que as imagens veiculadas dos *corpos em ação* no espaço de trabalho redimensionam outras esferas da vida económica. Neste ponto, a entrevista de emprego consubstancia-se como um simultâneo espaço de seleção e recrutamento – com



base na dupla avaliação de competências técnico-profissionais e de competências disposicionais – e de transmissão de prerrogativas simbólicas com um impacto público assinalável. Nos moldes em que as entidades empregadoras e/ou de recrutamento têm definido e estabilizado a entrevista de emprego, os marcadores simbólicos e disposicionais que esta transmite para os potenciais candidatos pavimentam a formação de um *corpo em ação* legítimo e, conseqüentemente, de um capital imagético-corporal.

É precisamente neste sentido que se pronuncia Lucinda Slater, consultora de imagem, a propósito do supramencionado *dresscode* do UBS. “No atual contexto, onde as pessoas desempregadas estão a competir por menos empregos disponíveis, tomar atenção à apresentação pode aumentar as hipóteses de se ser contratado” (citada em BERTON, 2010b). E assim uma cadeia longa e complexa de entidades – empresas, agências de emprego, gabinetes de psicologia, universidades, imprensa – promove a formação de um *corpo em ação* que se adequa às novas modalidades de organização do trabalho.

Tal como o dinheiro (BERENTSEN, ROCHETEAU, 2004; DEFLEM, 2003), as imagens do *corpo em ação* tornam-se assim num veículo simbólico de informação e de capitalização variável dos recursos sociais disponíveis. Mais do que uma questão de posse, o *corpo em ação* no mercado de trabalho é, em suma, um ligame estrutural entre, por um lado, os processos de recomposição no seio da força de trabalho e do capital humano na economia global e, por outro, as necessidades operacionais das empresas.

As imagens do *corpo em ação* surgem, deste modo, no centro dos mecanismos da oferta e da procura de trabalho. Será a imagem de um *corpo em ação* para o mercado sinónimo de um mercado em ação tornado imagem num corpo? O dilema é irresolúvel, se é que há dilema. Entretanto, o *corpo em ação* reproduz, produz e re-produz mercado, caleidoscópio onde imagens, linguagens e práticas materiais se condensam, se trocam e se recriam.

### **Bibliografia**

ABERCROMBIE, Nicholas (1986). *Sovereign Individuals of Capitalism*, London: Allen and Unwin

AGUIAR, João Valente (2010). A imagem na cultura do pós-modernismo. *Tempo Social*, vol.22 (1), p.179-198

ALERTA EMPREGO (2013a). Entrevistas de emprego: guia prático de preparação. Alerta Emprego. URL: (<http://blog.alertaemprego.pt/como-prepara-se-para-entrevistas-de-emprego/>)



ALERTA EMPREGO (2013b). Guia para ter uma boa apresentação na entrevista de emprego. Alerta emprego. URL: <http://blog.alertaemprego.pt/guia-para-ter-uma-boa-apresentacao-na-entrevista-de-emprego/>

ALERTA EMPREGO (2013c). O que vestir na entrevista de emprego. *Alerta Emprego*. URL: <http://blog.alertaemprego.pt/o-que-vestir-na-entrevista-emprego/>

ALEXANDER, Jeffrey (2006). Cultural pragmatics: social performance between ritual and strategy. In ALEXANDER, Jeffrey; GIESEN, Bernhard; MAST, Jason (org.) – *Social Performance: Symbolic Action, Cultural Pragmatics and Ritual*. Cambridge: Cambridge University Press, p.29-90

ANTUNES, Ricardo (2008). Desenhando a nova morfologia do trabalho. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 83, p.19-34

BERENTSEN, Aleksander; ROCHETEAU, Guillaume (2004). Money and Information, *Review of Economic Studies*, Oxford University Press, vol. 71(4), p.915-944

BERTON, Elena (2010a). Dress to Impress, UBS Tells Staff. *Wall Street Journal*, edição de 14 de Dezembro de 2010

BERTON, Elena (2010b). UBS DressCode Is SmartIdea. *Wall Street Journal*, edição de 15 de Dezembro de 2010

BIANCHINI, Silvana (2013). Sua imagem é importante?. *Empregos.com.br*, URL: [http://carreiras.empregos.com.br/carreira/administracao/ge/entrevista/artigos/141003-imagem\\_importante.shtm](http://carreiras.empregos.com.br/carreira/administracao/ge/entrevista/artigos/141003-imagem_importante.shtm)

BOURDIEU, Pierre (2002) – *Esboço de uma teoria da prática*, Oeiras, Celta

BOURDIEU, Pierre (1991) – *Language and symbolic power*. Cambridge: Harvard University Press

BUTLER, Judith (2005) – *Giving an Account of Oneself*. New York: Fordham University Press

COOPER, Robert (2001) – Interpreting mass: collection/dispersion. In LEE, Nick; MUNRO, Rolland (org.) – *The Consumption of Mass*. Oxford: Blackwell, p.16-43

CORIAT, Benjamin (1994) – *L'atelier et le robot*. Paris, Christian Bourgois

DEFLEM, Mathieu (2003) – The Sociology of the Sociology of Money: Simmel and the Contemporary Battle of the Classics. *Journal of Classical Sociology* 3(1): 67-96

EXPRESSO (2012) – Guia da entrevista de emprego – 15 erros fatais. *Expresso*. Edição de 18 de Dezembro de 2012

FAYE, Jean-Pierre (2009) – *Introdução às linguagens totalitárias*. São Paulo: Perspectivas

FERREIRA, Vítor Sérgio (2009) – O corpo tatuado sob o olhar dos outros: a gestão social de um projecto corporal, In AGUIAR, João Valente; LOPES, João Teixeira; PEREIRA, Virgílio Borges (org.) – *O Corpo*, Coleção Arte e Sociedade, Lisboa: Apenas Livros, p. 25-50

GIDDENS, Anthony (1993) – *The constitution of society*. Cambridge, Polity.

GOFFMAN, Erving (1993) – *A apresentação do eu na vida de todos os dias*. Lisboa: Relógio d'Água



GOMES, Daniela (2013) – *Manual de apoio ao Workshop – Entrevista de Emprego*. Barcelos: Instituto Politécnico Cávado Ave

HARVEY, David (1990) – *The condition of postmodernity*. Oxford and Cambridge, Basil Blackwell

HOT COURSES (2010) – Search Courses for job interviews. *Hot Courses online*, URL (consultado Janeiro 2010): [http://www.hotcourses.com/uk-courses/Job-Interview-courses-in-the-](http://www.hotcourses.com/uk-courses/Job-Interview-courses-in-the-UK/hc2_search.adv_col_do/16180339/0/search_category/HC.63/qualification/Z,Y,Q,R,T,U,V,C/town_city/United+Kingdom/page.htm)

[UK/hc2\\_search.adv\\_col\\_do/16180339/0/search\\_category/HC.63/qualification/Z,Y,Q,R,T,U,V,C/town\\_city/United+Kingdom/page.htm](http://www.hotcourses.com/uk-courses/Job-Interview-courses-in-the-UK/hc2_search.adv_col_do/16180339/0/search_category/HC.63/qualification/Z,Y,Q,R,T,U,V,C/town_city/United+Kingdom/page.htm)

IMPACT FACTORY (2010a) – Be Yourself. *Impact Factory – More than just training*, URL (consultado Janeiro 2010): [http://www.impactfactory.com/p/be\\_yourself\\_interview\\_skills\\_training\\_development/snacks\\_113-11108-22410.html](http://www.impactfactory.com/p/be_yourself_interview_skills_training_development/snacks_113-11108-22410.html)

IMPACT FACTORY (2010b) – Body language. *Impact Factory – More than just training*, URL (consultado Janeiro 2010): [http://www.impactfactory.com/p/body\\_language\\_skills\\_training/snacks\\_1142-11105-96849.html](http://www.impactfactory.com/p/body_language_skills_training/snacks_1142-11105-96849.html)

IMPACT FACTORY (2010c) – Personal presence. *Impact Factory – More than just training*, URL (consultado Janeiro 2010): [http://www.impactfactory.com/p/presence\\_skills\\_training/snacks\\_1740-2103-43666.html](http://www.impactfactory.com/p/presence_skills_training/snacks_1740-2103-43666.html)

IMPACT FACTORY (2010d) – Body language course. *Impact Factory – More than just training*, URL (consultado Janeiro 2010): [http://www.impactfactory.com/p/body\\_language\\_skills\\_training\\_development\\_course/open\\_1516-7107-28918.html](http://www.impactfactory.com/p/body_language_skills_training_development_course/open_1516-7107-28918.html)

IMPACT FACTORY (2010e) – Interview dress code. *Impact Factory – More than just training*, URL (consultado Fevereiro 2010): [http://www.impactfactory.com/p/interview\\_dress\\_code\\_skills\\_training\\_development/snacks\\_1114-11108-24614.html](http://www.impactfactory.com/p/interview_dress_code_skills_training_development/snacks_1114-11108-24614.html)

INNES, James (2009) – *The Interview Book*. London: Prentice Hall

JOB INTERVIEW QUESTIONS (2010a) – Ten rules about interview. *Job Interview Questions*, URL (consultado Novembro 2010): <http://www.jobinterviewquestions.org/questions/interview-rules.asp>

JOB INTERVIEW QUESTIONS (2010b) – Preparing an interview. *Job Interview Questions*, URL (consultado Novembro 2010): <http://www.jobinterviewquestions.org/questions/interview-preparing.asp>

KOVACS, Ilona (2006) – Novas formas de organização do trabalho e autonomia no trabalho. *Sociologia, problemas e práticas*, 52, p.41-65

LIKER, Jeffrey K.; MEIER, David (2005) – *The Toyota Way Fieldbook: A Practical Guide for Implementing Toyota's 4Ps*. McGraw-Hill

LURY, Celia (1998) – *Prosthetic culture*. London: Routledge.

MENGER, Pierre-Michel (2002) – *Portrait de l'artiste en travailleur*. Paris: Seuil.

MIRANDA, José Bragança de (2008) – *Corpo e Imagem*. Lisboa: Vega

MOREIRA, Sandra (2013) – 20 dicas para se dar bem na entrevista de emprego. *Empregos.com.br*, URL:



[http://carreiras.empregos.com.br/carreira/administracao/ge/entrevista/pratica/210708-20dicas\\_bementrevista.shtm](http://carreiras.empregos.com.br/carreira/administracao/ge/entrevista/pratica/210708-20dicas_bementrevista.shtm)

OHNO, Taiichi (1997) – *O Sistema Toyota de Produção: além da produção em larga escala*. São Paulo: Bookman

PAIS, José Machado (2011) – A arte da pirueta, *Público – caderno P3*, edição de 21/09/2011

PINTO, José Madureira (1984) – Questões de metodologia sociológica (II). *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 2

SAPO EMPREGOS (2013) – Causar uma boa impressão inicial. *Empregos Sapo.pt*. URL: <http://emprego.sapo.pt/guia-carreira/artigo/317/causar-uma-boa-impressao-inicial.htm>

SELTZER, Mark (1993) – *Bodies and Machines*. New York and London: Routledge

SIMMEL, Georg (2009) – A psicologia do dinheiro e outros ensaios. Lisboa: Edições Texto e Grafia

SKEGGS, Beverley (2011) – Imagining personhood differently: person value and autonomist working class value practices. *The Sociological Review* 59 (3), p.496-513

SKEGGS, Beverley (2005) – “The re-branding of class: propertising culture”. In DEVINE, Fiona et al (ed.) – *Rethinking class: culture, identities and lifestyle*. New York: Palgrave

UBS (2010) – Dresscode UBS à l'attention des collaborateurs. Basileia e Zurique: UBS (URL: [http://www.letemps.ch/rw/Le\\_Temps/Quotidien/2010/12/09/Culture%20&%20Societe/ImagesWeb/Dresscode\\_F.pdf](http://www.letemps.ch/rw/Le_Temps/Quotidien/2010/12/09/Culture%20&%20Societe/ImagesWeb/Dresscode_F.pdf))

UNIVERSIA (2012) – 88 dicas para a tua entrevista de emprego. *Universia.pt*. URL: <http://noticias.universia.pt/destaque/noticia/2012/08/10/957641/88-dicas-tua-entrevista-emprego.html>

WACQUANT, Loic (2001) – Whores, slaves and stallions: languages of exploitation and accommodation between boxers. *Body and Society* 7 (2-3), p. 181-194