



Alice Ferraz *moda@estadao.com*

Talento x esforço

Entre as características pessoais que mais admiramos como sociedade está o talento. Ter um talento especial parece ser uma bênção preestabelecida como uma mostra do quão especial é o detentor daquela qualidade. Como se nascer com determinada habilidade fosse símbolo de virtude. A injustiça se faz presente na base desse pensamento, já que não depende de nós nascer com determinada capacidade. Ficamos à mercê da sorte, do destino ou de uma bênção.

A situação se agrava com o passar do tempo. Mas quando o talento específico se torna reconhecido pela sociedade temos

aquilo que é chamado de efeito halo. Tal acontecimento foi estudado e nomeado pelo psicólogo norte-americano formado em Harvard Edward Thorndike. De acordo com ele, esse efeito acontece quando temos a avaliação de um aspecto do indivíduo e essa característica intervem no julgamento da personalidade por inteiro dessa pessoa.

O efeito halo demonstra a interferência na simpatia que temos por pessoas que apresentam certas características que admiramos. O talento de alguém, mesmo que específico, nos leva a admirá-lo em outras áreas, como um efeito daquela impressão. Dessa forma podemos



JULIANA AZEVEDO

considerar e confundir talento com virtude. Criada uma primeira impressão, temos a tendência de só captar características que vão confirmar essa mesma impressão. Dessa forma, pessoas esforçadas e consi-

deradas sem talento saem em desvantagem com relação à simpatia gerada espontaneamente pelos que possuem tal bênção.

Depois de cinco décadas, entendendo o abismo entre talento e o que realmente altera o rumo de uma existência: o esforço. Se comparados talento e esforço, o primeiro é mais atraente e desejado, claro. Mas a vida mostra sua complexidade justamente nessa ilusão. Sem esforço, o talento aos poucos desaparece, mas com esforço por vezes nascem talentos. A beleza que, como um talento, é algo recebido de graça e cria o tal efeito halo à primeira vista, sem o esforço relacionado à educação e à simpa-

ria na comunicação, no que se transforma? E o talento de uma linda voz sem determinação de se fazer ouvida e cantada a mensagem que deve ser produzida?

O esforço preenche o talento. Aos pouco talentosos e muito esforçados vai aqui minha experiência. Sou hoje chamada de uma mulher talentosa, quando sou, na verdade, uma pessoa esforçada que lutou para aprimorar pequenas qualidades. As cinco décadas que separaram a menina comum foram preenchidas com dedicação e comprometimento, esforço reconhecido hoje como bênção. ●

ESPECIALISTA EM MARKETING DE INFLUÊNCIA E ESCRITORA. AUTORA DE 'MODA À BRASILEIRA'

SEB. Pedro Venceslau, Simão Castro e Gilberto Amendola • TER. Patrícia Ferraz • QUA. Leandro KamaI, Roberto DaMatta e Maria Fernanda Rodrigues • QUI. Luis Fernando Verissimo, Luciano Garbin (quinzenal), Patrícia Ferraz • SEX. Marcelo Rubens Paiva (quinzenal), Gilberto Amendola • SAB. Sérgio Augusto (quinzenal), Alice Ferraz, Suzana Borelli, Renata Simões (quinzenal) e Daniel Martins de Barros (quinzenal) • DOM. Leandro KamaI, Luis Fernando Verissimo, Sérgio Augusto (Alia, quinzenal), Milton Hatoum (mensal) e Ignácio de Loyola Brandão (quinzenal)

Fashion Lançamento

Donata Meirelles: 'Fui apaixonada por moda minha vida toda'

Curadora de moda de 12 marcas no País, ela leva o olhar da mulher brasileira para o novo título da Forbes

ALICE FERRAZ

Há 32 anos na moda, Donata Meirelles tem uma das imagens que protagonizam o nosso mercado. Com o dom de encantar as pessoas, Donata trilhou uma carreira de sucesso que se iniciou na icônica multi-marca paulistana Daslu, seguiu por anos como diretora e principal rosto à frente da revista *Vogue Brasil* e, nos últimos dois anos, se dedica à curadoria de marcas internacionais.

"Fui apaixonada por moda a minha vida toda. Comecei na Daslu, símbolo de uma época e uma empresa pioneira. Fomos uma empresa com tamanha força de marca que suas clientes chegaram tomando con-

23 anos e, nesse tempo, foi vendedora, trabalhou na área de estilo e realizou a curadoria de marcas internacionais que faziam parte do mix da loja. Também participou ativamente da realização da primeira revista customizada da Daslu.

A área de curadoria de moda, ou seja, na qual se escolhem os produtos de cada grife que serão colocados à venda nas lojas, se tornou sua grande paixão. Hoje, Donata é a mente atenta por trás das escolhas de 12 marcas internacionais, como Chloé, Balmain e Céline, entre outras presentes no Brasil, traduzindo assim o gosto da mulher brasileira em sua seleção.

Conexão
'Família como afeto, não só laços de sangue. São amigos, sócios, parceiros'

TIME. Outra parte fundamental no mercado da moda não se



JUÃO B.

Donata quer mais visibilidade para a moda brasileira e para a internacional que investe no País

mento de um novo título. A *Forbes Life Fashion* nasce semestral focada em moda e estilo de vida. O primeiro número chega ao público na sexta, 19, tendo a família como tema central.

capas como a impactante foto em preto e branco de Tais Araújo e Lázaro Ramos.

A diretora atraiu para sua nova empreitada um time poderoso de profissionais, entre

criar imagens que certamente vão atrair os fashionistas.

"Estou muito feliz com o resultado da primeira edição e traremos mais visibilidade para a moda brasileira e para o

FOTO: ANDRÉ BASTOS/REUTERS/ALAMY/ALAMY
ALICE FERRAZ: ALICE FERRAZ
DONATA MEIRELLES: JUAN B.

esacabavam tomando "severidades", relembra. "Trabalhar na Daslu era objeto de desejo de mulheres e meninas apaixonadas por moda."

Donata esteve por lá durante

no mercado de moda ao as imagens e nos últimos dois anos Donata se dedicou, a convite de Antônio Camarotti, publisher e CEO da publicação *Forbes* no Brasil, ao desenvolvi-

ramina como tema central.

Nas palavras de Donata: "Família como afeto, não só laços de sangue. São amigos, sócios, parceiros. Ligações de amor que chegam representadas por

trabalho de profissionais, entre eles o diretor criativo convidado Giovanni Bianco, nome referência e que assina 50 páginas da edição, e Flávia Lafer, diretora de Moda capaz de

ra a moda brasileira e para a moda internacional que investe no Brasil", diz. "A escolha do formato de mídia impressa traz a credibilidade que buscamos para nosso conteúdo." ●

