

Só o talento não basta

O escritor Geoff Colvin defende que um grande profissional se faz pelo trabalho duro

FELIPE TURLÃO

Qualquer um pode ter um desempenho de alto nível em qualquer área de atuação, desde que se esforce bastante. E o talento inato, aquele que já nasce com a pessoa, não vale nada. Essas são as conclusões do jornalista norte-americano Geoff Colvin, editor da revista Fortune e autor do livro *Desafiando o Talento – Mitos e Verdades Sobre o Sucesso* (Ed. Globo), que se amparou em diversas pesquisas sobre o tema para chegar a esse veredicto.

“Quase todos acreditam que as grandes performances têm a ver com a habilidade que já nasceu com essas pessoas. Pensam, por exemplo, que o Tiger Woods nasceu para jogar golfe. Eu acreditava nisso. Só que as pesquisas não dão suporte a essa ideia”, afirma Colvin. O livro analisa diversos casos, que vão desde atletas e músicos até grandes executivos, como os bilionários Warren Buffett e Bill Gates.

E a lógica, segundo ele, vale para toda e qualquer área, inclusive a publicidade, em que o talento de berço parece ser um bem preponderante. “O maior exemplo é David Ogilvy, que não deu nenhuma evidência no começo de sua vida de que se tornaria um gênio da publicidade. Ele era ruim na escola e chegou a trabalhar em uma cozinha de hotel na França e em uma fazenda na Pensilvânia antes de fundar sua agência. Se sua grandiosidade na publicidade fosse um dom natural, teríamos evidências disso anteriormente, mas isso não aconteceu”, afirma.

Outros grandes exemplos da mídia são, para ele, Rupert Murdoch, que cresceu na mídia e está envolvido com ela desde quando era criança; e Martin Sorrell, que “não é um homem de publicidade, mas de negócio, e que construiu seu Grupo WPP com muito trabalho, a partir de duas pessoas em um quarto com um telefone”.

Para ele, o que fez a diferença para Ogilvy, e para todos os outros casos de sucesso, foi trabalhar duro e desenvolver as competências necessárias para aquela função. “Mas as pesquisas não respondem o porquê de as pessoas decidirem se dedicar a algo”, lembra, afirmando, no entanto, que a paixão pelo que faz é fundamental.

Em uma coisa os publicitários ouvidos concordam: o trabalho duro é fundamental. Mas eles vão contra a hipótese de Colvin no que tange ao talento inato.

“Eu acredito, e isso vale para todas as atividades, inclusive a nossa, que talento é uma coisa que você tem naturalmente, mas só é desenvolvido ao ser treinado e realimentado com uma série de coisas; de fora da publicidade, no nosso caso”, afirma Washington Olivetto, presidente da W/. Para ele, essa necessidade é maior ainda em relação a atividades

como a música e as artes de um modo geral. “A publicidade não é arte, é algo artesanal, que utiliza alguns elementos da arte. Tem uma coisa que invalida essa ideia do gênio na nossa área. Em publicidade, buscamos sempre o entendimento. O anúncio precisa ser compreendido, e isso é diferente do Van Gogh, que morreu sem que ninguém soubesse quem ele era”, afirma.

Na mesma linha, Alexandre Peralta, presidente da PeraltaStrawberryFrog, defende que há pessoas que nascem com o que ele chama de “vantagem competitiva”, embora ressalte que isso seja menos determinante para o resultado final do que o esforço. “Há pessoas muito talentosas que não se esforçam o suficiente para transformar esse talento em trabalho a ser entregue, do mesmo modo que há gente com menos talento que com um esforço muito grande pode ultrapassar a outra”, diz. Autor do livro *Comece em Propaganda com uma Ideia*, Peralta quis desmistificar, com a publicação, a noção do publicitário como cara que só tem ideias brilhantes e chega cedo em casa. “Claro que algumas ideias chegam de repente, mas a maior parte delas ocorre quando você já trabalhou muito em cima dela. Não há trabalho bom sem frio na barriga”, afirma.

MAIS QUE TRABALHO

Outra questão levantada por Colvin é que o trabalho duro, por si só, não é suficiente para garantir um bom rendimento. Ele aponta que as pesquisas surpreenderam muita gente ao descobrir que a maior parte das pessoas deixa de melhorar

Foto

Colvin: acredita-se que grandes performances têm a ver com habilidades

Divulgação

o rendimento após alguns anos de trabalho. “Se fazem algo por cinco ou 25 anos, o nível permanece o mesmo. Isso porque poucos pensam sobre os tipos de trabalhos necessários para melhorar”, diz.

Segundo Colvin, as pesquisas apontam que uma pessoa, para ser bem-sucedida, necessita focar todos os dias naquelas habilidades que são necessárias para fazer a diferença. Daí a importância de ter um mentor na empresa, um sujeito mais velho que saiba qual deve ser o próximo passo. “A maioria das empresas não diz o que deve ser feito. Você precisa fazer tudo por si próprio”, diz, citando a Natura como exemplo brasileiro de empresa que tem esse processo bem resolvido.

Questionado sobre a sorte, ele concorda que esse é um fator importante. “Tiger Woods jamais seria o que é se seu pai não o colocasse para praticar golfe com 2 anos de idade”, lembra. Só que ele aponta uma diferença fundamental entre a sorte e o trabalho duro. “A sorte determina o que você pode ou não pode fazer. Se você nasceu no lugar errado ou hora errada, você pode não ser um grande músico de um determinado ritmo. Só que a sorte indica somente aquilo que você pode ou não pode ser, mas não determina o que você fará ou não”, afirmou. “A sorte impõe alguns limites, mas, dentro deles, você pode trabalhar duro e se dar bem”, conclui.

Anúncio

FRUTO DA DEDICAÇÃO

O jornalista dá exemplos de que talento não é questão de berço

David Ogilvy

Martin Sorrell

Fotos

“Se sua grandiosidade na publicidade fosse um dom natural, teríamos evidências disso anteriormente”

“Construiu seu Grupo WPP com muito trabalho, a partir de duas pessoas em um quarto com telefone”

Arquivo MS/M