



CLIPPING

Allora

DONOS DO PEDAÇO

ANITA REZENDE

Consultora de imagens

Olhar apurado

CAROLINA COTTA

Dois seus 36 anos, Anita Rezende já dedicou mais de 20 ao mercado de moda, sem contar a influência familiar desde a infância, que moldou nessa profissional o olhar que hoje é sua ferramenta de trabalho. A experiente consultora de imagem tem clientela fixa em Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo, ensinando como melhorar a imagem visual, mudar velhos hábitos, aproveitar melhor o guarda-roupa, minimizar custos desnecessários com roupas erradas, diminuir o tempo gasto com aparência e eliminar a famosa compra por impulso. Além da consultoria de imagem individual e empresarial, a profissional dá aulas sobre o assunto, faz palestras e treinamento para lojas e atua no centro de laser Allora, onde atende as expectativas visuais de cada cliente, indica aquilo que fica bem dentro do estilo de cada um, conciliando o tipo físico com a personalidade e fazendo com que a pessoa se sinta mais confiante.

De onde vem este olhar?

Venho de uma família ligada à moda. Minha mãe, Gê Rezende, tinha uma sociedade com meu tio Maneco Rezende, estilista. A Maneco Mania e Paradise vestia as celebridades de Minas e de outros estados na década de 1980,

com aquele movimento todo do Grupo Mineiro de Moda. Foi uma época muito importante na minha vida. Eu era criança ainda, mas os desejos e sonhos vieram dessas lembranças. Fui criada nesse ambiente fashion e conceitual, ao lado de costureiras, rolos de tecidos, modelistas, máquinas de costura. Aprendi a gostar desde cedo da moda e queria aprender todo o processo desde a criação, produção, desenvolvimento e vendas. Aos 8 anos, ganhei do meu pai minha primeira máquina de costura, uma Singer miniatura. Passava horas produzindo miniaturas para minhas bonecas. Pensei até que seria estilista, mas acho que a verdadeira escola foi a experiência do dia a dia trabalhando nas melhores lojas de BH. Foi quando aprendi a observar e a entender as necessidades dos clientes, além de identificar uma roupa de boa qualidade. Esse talvez tenha sido o meu maior diferencial: estar com os clientes e entender verdadeiramente a personalidade de cada um. Por isso foi preciso desenvolver um trabalho mais individualizado, personalizado, de acordo com as novas tendências da moda e do mercado. Foi então que comecei a me interessar em saber o motivo pelo qual algumas pessoas se mostravam tão perdidas dentro do seu estilo pessoal e descobri que grande parte não se analisava na hora de vestir, baseava-se apenas nas tendências da moda sem se preocupar se a peça lhe caía bem ou refletia seu modo de ser, o que transmitia uma imagem insegura e instável.

E quando sua vivência com moda se tornou uma profissão?

Em 1997, passei a oferecer consultorias de personal stylist e imagem para um grande número de pessoas e algumas empresas em particular. Assim, conquistei a segurança dos clientes e percebi uma carência de profissio-

nais nesta área. Em 2002, veio a Mara Mac Mariazinha, onde não só desenvolvi um trabalho de consultoria e estilo, mas também um trabalho aliado ao comercial, como gerente de vendas. Em 2004, foi a vez da Maria Bonita Extra, uma loja com um conceito extremamente feminino e com um público exigente. Com o intuito de aprimorar a equipe de vendas, aumentar a clientela pessoal e oferecer um trabalho diferenciado, aliei a consultoria individual e personalizada ao investimento técnico e aprimoramento de todos os profissionais envolvidos.

Como se forma um consultor de imagem? Existe um curso específico?

Com os anos de exercício, eu passei a investir em cursos profissionalizantes: proporção, análise de cores para imagem pessoal, estilo, comportamento e vendas. Sou consultora de imagem com formação pelo Centro de Educação em Moda do Senac São Paulo e Minas Gerais, onde estudei história da moda, imagem pessoal e empresarial. Também sou especializada em design de moda pela Universidade Fumec e tenho outros cursos que ajudaram na minha formação, como fotografia, maquiagem, modelagem e corte-costura. Como sou geógrafa ambiental, agora estou planejando fazer um mestrado em moda sustentável. Para quem quer atuar na área, em Belo Horizonte há o curso profissionalizante de consultoria de imagem e personal stylist do Senac, que dou uma vez por ano. Em São Paulo existem outras opções.

E como é o trabalho desse profissional?

Somos responsáveis por fazer com que as portas estejam sempre abertas para uma pes-

soa no que se refere à expectativa visual. Para isso, analisamos a roupa que funciona bem para cada um, tanto no trabalho quanto nas relações pessoais, adequando o guarda-roupa à imagem que o cliente quer passar. Nossa função é indicar tudo aquilo que fica bem para o cliente dentro de seu estilo pessoal, conciliando o tipo físico com o "eu" interior e fazendo com que se sinta confortável e confiante. Oriento o cliente em como e quando usar determinadas roupas, além de outros cuidados pessoais. Dentro da consultoria ainda descobrimos o estilo pessoal de cada um, passamos a linguagem das cores e ensinamos a analisar o tipo físico com o objetivo de causar uma harmonia corporal. Faço também orientações sobre limpeza e organização do guarda-roupa, além de uma lista de peças para montar um guarda-roupa funcional, o chamado personal shopper. O objetivo da lista de compras é encontrar a roupa certa para o cliente, unindo o que ele precisa ao que ele quer, de preferência sem gastar muito. Também trabalho com consultoria de imagem empresarial, que nada mais é que a adequação do estilo da pessoa à imagem que ela quer projetar, principalmente credibilidade e sucesso. É um serviço direcionado a empresas que querem cuidar da imagem de seus funcionários, mudando uniformes, por exemplo.

Por que as pessoas procuram o consultor de imagem?

O estilo pode ser um aliado poderoso para o alcance de alguns objetivos. Todos nós temos um desejo íntimo de ter uma aparência bonita, que expresse a nossa individualidade e que nos deixe mais jovem e atraente. Acredito que a imagem visual é uma forma de comunicação não verbal e que a ação de cobrir o corpo comunica quem somos, o que fazemos, o que gostamos, o que desejamos, de onde viemos, qual o nosso papel social, entre outras coisas. Assim, criamos modos, maneiras, comportamentos, atitudes e, por extensão, moda e estilo.

Quem é o público desse tipo de serviço?

A consultoria de imagem é destinada a to-

dos que querem aumentar as chances de obter sucesso por meio de uma identidade visual correta, seja no lazer ou no mundo corporativo. Entre meus clientes estão empresários que não têm tempo para pensar em qual roupa vestir. Não querem perder tempo e, se existe um profissional para essa função, por que não contratá-lo? Às vezes, me ligam para pedir uma opinião para uma reunião, um fechamento de contrato ou para fazer uma mala para uma viagem de negócios. Existem também os profissionais liberais que gostam de passar uma imagem de credibilidade e sofisticação sem ter que gastar muito. E profissionais de diversas áreas que, por algum motivo, gostariam de sentir mais segurança no modo de vestir e de se portar.

Cabelo, pele, roupas... É preciso saber muito sobre tudo isso. Como um consultor de imagem se atualiza?

Pergunto a todos os meus alunos se eles estão preparados para se atualizarem constantemente. E não é só com as tendências da moda, vai além do que muita gente pensa. A atualização tem que ser constante, seja por meio dos livros especializados na área de moda, psicologia e construção da identidade nas revistas, sites e blogs. Além disso, tem as feiras de moda e os cursos de qualificação. Mas a maior atualização é apurar o olhar. Tenho a mania de observar o que as pessoas estão usando e a rua é, sem dúvidas, o melhor lugar.

Quais são os principais desafios da profissão?

Para ser um bom profissional dessa área, é preciso gostar de gente e de moda. Trabalhamos com pessoas das mais variadas personalidades e temperamentos e lidar com a imagem pode criar uma expectativa muito grande diante do nosso trabalho. Modificá-las visualmente pode provocar mudanças de comportamento tanto delas quanto das pessoas que estão ao redor. Então essa responsabilidade pode se transformar num cansaço mental.



ESTADO DE MINAS • DOMINGO, 1º DE NOVEMBRO DE 2009 • PARA ANUNCIAR NOS MEGACLASSIFICADOS LIGUE (31) 3228-2000

4 MEGACLASSIFICADOS TRABALHO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL

DONOS DO PEDAÇO

ANITA REZENDE
Consultora de Imagens

CAROLINA COSTA

Dos seus 36 anos, Anita Rezende já dedicou mais de 20 ao mercado de moda, sem contar a influência familiar desde a infância, que moldou nessa profissional o olhar que hoje é sua ferramenta de trabalho. A experiente consultora de imagem tem clientela fixa em Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo, ensinando como melhorar a imagem visual, mudar velhos hábitos, aproveitar melhor o guarda-roupa, minimizar custos desnecessários com roupas erradas, diminuir o tempo gasto com a aparência e eliminar a famosa compra por impulso. Além da consultoria de imagem individual e empresarial, a profissional dá aulas sobre o assunto, faz palestras e treinamento para lojas e atua no centro de laser Allora, onde atende as expectativas visuais de cada cliente, indica aquilo que fica bem dentro do estilo de cada um, conciliando o tipo físico com a personalidade e fazendo com que a pessoa se sinta mais confiante.

De onde vem este olhar?

Venho de uma família ligada à moda. Minha mãe, Gê Rezende, tinha uma sociedade com meu tio Maneco Rezende, estilista. A Maneco Mania e Paradise vestia as celebridades de Minas e de outros estados na década de 1980, com aquele movimento todo do Grupo Mineiro de Moda. Foi uma época muito importante na minha vida. Eu era criança ainda, mas os desejos e sonhos vieram dessas lembranças. Fui criada nesse ambiente fashion e conceitual, ao lado de costureiras, róis de tecidos, modelistas, máquinas de costura. Aprendi a gostar desde cedo da moda e queria aprender todo o processo desde a criação, produção, desenvolvimento e vendas. Aos 8 anos, ganhei do meu pai minha primeira máquina de costura, uma Singer miniatura. Passava horas produzindo miniaturas para minhas bonecas. Pensei até que seria estilista, mas acho que a verdadeira escola foi a experiência do dia a dia trabalhando nas melhores lojas de BH. Foi quando aprendi a observar e a entender as necessidades dos clientes, além de identificar uma roupa de boa qualidade. Esse talvez tenha sido o meu maior diferencial: estar com os clientes e entender verdadeiramente a personalidade de cada um. Por isso foi preciso desenvolver um trabalho mais individualizado, personalizado, de acordo com as novas tendências da moda e do mercado. Foi então que comecei a me interessar em saber o motivo pelo qual algumas pessoas se mostravam tão perdidas dentro do seu estilo pessoal e descobri que grande parte não se analisava na hora de vestir, baseava-se apenas nas tendências da moda sem se preocupar se a peça ficava bem ou refletia seu modo de ser, o que transmitia uma imagem insegura e instável.

Quando sua vivência com moda se tornou uma profissão?

Em 1997, passei a oferecer consultorias de personal stylist e imagem para um grande número de pessoas em algumas empresas em particular. Assim, conquistei a segurança dos clientes e percebi uma carência de profissionais nesta área. Em 2002, veio a Mara Mac Marazinha, onde não só desenvolvi um trabalho de consultoria e estilo, mas também um trabalho aliado ao comercial, como gerente de vendas. Em 2004, foi a vez da Maria Bonita Extra, uma loja com um conceito extremamente feminino e com um público exigente. Com o intuito de aprimorar a equipe de vendas, aumentei a clientela pessoal e ofereci um trabalho diferenciado, aliei a consultoria individual e personalizada ao investimento técnico e aprimoramento de todos os profissionais envolvidos.

Como se forma um consultor de imagem? Existe um curso específico?

Com os anos de exercício, eu passei a investir em cursos profissionalizantes: proporcione, análise de cores para imagem pessoal, estilo, comportamento e vendas. Sou consultora de imagem com formação pelo Centro de Educação em Moda do Senac, São Paulo e Minas Gerais, onde estudei história da moda, imagem pessoal e empresarial. Também sou especializada em design de moda pela Universidade Fumec e tenho outros cursos que ajudaram na minha formação, como fotografia, maquiagem, modelagem e corte-costura. Como sou geógrafa ambiental, agora estou planejando fazer um mestrado em moda sustentável. Para quem quer atuar na área, em Belo Horizonte há o curso profissionalizante de consultoria de imagem e personal stylist do Senac, que dou uma vez por ano. Em São Paulo existem outras opções.

Como é o trabalho desse profissional?

Somos responsáveis por fazer com que as portas estejam sempre abertas para uma pes-



HEMATO DE UTILIZAÇÃO DE MINA/DA PRESS

Olhar apurado

soa no que se refere à expectativa visual. Para isso, analisamos a roupa que funciona bem para cada um, tanto no trabalho quanto nas relações pessoais, adequando o guarda-roupa à imagem que o cliente quer passar. Nossa função é indicar tudo aquilo que fica bem para o cliente dentro do seu estilo pessoal, conciliando o tipo físico com o "eu" interior e fazendo com que se sinta confortável e confiante. Oriento o cliente em como e quando usar determinadas roupas, além de outros cuidados pessoais. Dentro da consultoria ainda descobrimos o estilo pessoal de cada um, passamos a linguagem das cores ensinamos a analisar o tipo físico com o objetivo de causar uma harmonia corporal. Faço também orientações sobre limpeza e organização do guarda-roupa, além de uma lista de peças para montar um guarda-roupa funcional, o chamado personal shopper. O objetivo da lista de compras é encontrar a roupa certa para o cliente, unindo o que ele precisa ao que ele quer, de preferência sem gastar muito. Também trabalho com consultoria de imagem empresarial, que nada mais é que a adequação do estilo da pessoa à imagem que ela quer projetar, principalmente credibilidade e sucesso. É um serviço direcionado a empresas que querem cuidar da imagem de seus funcionários, mudando uniformes, por exemplo.

Por que as pessoas procuram o consultor de imagem?

O estilo pode ser um aliado poderoso para o alcance de alguns objetivos. Todos nós temos um desejo íntimo de ter uma aparência bonita, que expresse a nossa individualidade e que nos deixe mais jovens e atraentes. Acredito que a imagem visual é uma forma de comunicação não verbal que a ação de cobrir o corpo comunica quem somos, o que fazemos, o que gostamos, o que desejamos, de onde viemos, qual o nosso papel social, entre outras coisas. Assim, criamos modos, maneiras, comportamentos, atitudes e, por extensão, moda e estilo.

Quem é o público desse tipo de serviço?

A consultoria de imagem é destinada a to-

dos que querem aumentar as chances de obter sucesso por meio de uma identidade visual correta, seja no lazer ou no mundo corporativo. Entre meus clientes estão empresários que não têm tempo para pensar em qual roupa vestir. Não querem perder tempo e se existe um profissional para essa função, por que não contratá-lo? Às vezes, me ligam para pedir uma opinião para uma reunião, um fechamento de contrato ou para fazer uma mala para uma viagem de negócios. Existem também os profissionais liberais que gostam de passar uma imagem de credibilidade e sofisticação sem ter que gastar muito. E profissionais de diversas áreas que, por algum motivo, gostariam de sentir mais segurança no modo de vestir e de se portar.

Cabelo, pele, roupas... É preciso saber muito sobre tudo isso. Como um consultor de imagem se atualiza?

PerGUNTO a todos os meus alunos se eles estão preparados para se atualizarem constantemente. E não é só com as tendências da moda, vai além do que muita gente pensa. A atualização tem que ser constante, seja por meio dos livros especializados na área de moda, psicologia e construção da identidade nas revistas, sites e blogs. Além disso, tem as feiras de moda e os cursos de qualificação. Mas a maior atualização é apurar o olhar. Tenho a mania de observar o que as pessoas estão usando e a rua é, sem dúvidas, o melhor lugar.

Quais são os principais desafios da profissão?

Para ser um bom profissional dessa área, é preciso gostar de gente e de moda. Trabalhamos com pessoas das mais variadas personalidades e temperamentos e lidar com a imagem pode criar uma expectativa muito grande diante do nosso trabalho. Modificá-las visualmente pode provocar mudanças de comportamento tanto delas quanto das pessoas que estão ao redor. Então essa responsabilidade pode se transformar num cansaço mental.

MERCADO DE TRABALHO



E-mail para colunahrh@uol.com.br

Aprender a dizer não faz bem à empresa

KAREN BAPTISTA

Especialista em comunicação empresarial e personal coach

Estamos vivendo em um tempo de transições. Antes, o foco das empresas era produção e resultados e, agora, os olhos se voltam também para a preocupação com os funcionários; afinal, quem opera as máquinas são as pessoas.

Muitas empresas estão tendo problemas por atualmente sobrecarregarem seus funcionários. Nos tempos atuais a distinção entre o local e global é cada vez mais clara e as ferramentas de trabalho exigem ficar conectado 24 horas. Em tempos de mudanças, as organizações acabam ficando sem muita escolha e, por isso, simplesmente precisam inovar, em vez de sobrecarregar funcionários e, assim, fazer com que caia a produtividade.

Os empregadores lutam contra o fato de que mais de 50% da perda de dias trabalhados ocorre devido a problemas ligados ao estresse. Muitas pessoas sofrem em decorrência de sintomas da vida ocupada e, sob pressão, elas não conseguem manter um bom desempenho em seus empregos. Um estudo da universidade de Harvard (EUA) revelou que as pessoas que vivem tensas a maior parte do tempo precisam trabalhar até cinco horas mais para dar conta da agenda de trabalho. E como não conseguem superar o cansaço se irritam com tarefas corrique-



"As organizações acabam ficando sem muita escolha e, por isso, simplesmente precisam inovar, em vez de sobrecarregar funcionários e, assim, fazer com que caia a produtividade"

ras e têm dificuldade para se concentrar.

Portanto, os profissionais que não dão pausa na agitação da mente se tornam alvo fácil de problemas relacionados ao estresse, como tensão muscular, digestão ruim, aumento de colesterol e peso, crises de pânico e até doenças mais graves. Resultado: sofrem o funcionário e a empresa, que vê cair a produtividade e aumentar os gastos com assistência médica. Ou seja, relaxar e adaptar é compromisso inadiável.

Muitas vezes, o ato de dizer sim nos ajuda a fugir da verdade e da responsabilidade, nos auxilia a escapar de compromissos, lavra nossa omissão, além de acobertar defeitos terríveis, como falsidade e hipocrisia. Dizer não, por outro lado, apesar do aparente paradoxo, pode ser altamente positivo: ensina limites, define territórios, exige clareza e justificativa, mesmo que seja um não rápido. Pois uma resposta seca como esta nos induz a refletir: quer invadidos pela mágoa e ressentimento, quer pela tristeza e decepção, vamos procurar entender o motivo de por que um gesto à primeira vista agressivo originou-se não de quem nos desgosta, mas de quem nos quer bem.

Quem diz sim pensando apenas no resultado imediato acaba perigosamente responsável pela balbúrdia que contamina a sociedade, pela ausência de parâmetros e paradigmas, pela inexistência de respeito aos valores mais elementares de uma vida em comum. A nobreza cega, além de burra, é incorivelmente inocente e atropela o bem-estar da sua empresa. É preciso estar atento à sua equipe, cuidando para que os resultados sejam os propostos no plano de metas empresarial.

Então, vejamos ainda espaço para planejar o que fazer com cada minuto deste dia na sua empresa. Vamos organizar o tempo das atividades, estabelecer prioridades, sabendo dizer não quando cabível. Estude o seu ambiente empresarial e perceba detalhadamente o que você pode fazer para aumentar os resultados empresariais. Torne a sua empresa um bom espaço para se viver.

Contato: coachimg@coachimg.com.br