



ELEIÇÃO O jeito
Serra de ser candidato

CRIME NO RIO As histórias
de um romance conturbado

ISTO É

Acupuntura
não funciona

Médicos
derrubam
conceitos que
passam de pais
para filhos

Ler no
escuro faz
mal à vista

57

MITOS SOBRE SUA SAÚDE

Vitamina C
protege contra
resfriado

Comer à
noite engorda



EXEMPLAR DE AGUINANTE
VENDA PROIBIDA

26.10/2009
ANO 32
Nº 2867
R\$ 8,90

<http://cine-master.blogspot.com/>

CONSULTOR PARA ASSUNTOS PESSOAIS

Assim como as empresas, as pessoas contratam profissionais para atingir suas metas de vida

Claudia Jordão



REALIZADA Érika Moraes passou no vestibular com a ajuda de Claudio Behr

Largar o emprego e abrir uma pousada no Nordeste. Encontrar o par perfeito. Ser o chefe do setor. Duplicar o valor do contracheque. Todo mundo tem um sonho ou meta na vida – ou, pelo menos, gostaria de ter. Há, porém, dois tipos de pessoas: as que perseguem incansavelmente o objetivo e as que deixam o plano esquecido em alguma gaveta, à espera de um incentivo externo para levá-lo adiante. Este segundo grupo é o filão dos profissionais que incentivam, apoiam e ajudam as pessoas a traçar um plano de ação rumo a um projeto próprio. São os chamados *coaches* pessoais, especialistas em analisar conjunturas e criar estratégias, sempre com foco na meta.

Os *coaches* surgiram no meio esportivo na década de 70 (o termo significa técnico de atleta, em inglês). Migraram para as empresas, nos Estados Unidos, nos anos 80, com o objetivo de tornar os funcionários mais competitivos e comprometidos com os lucros. Há dez anos, chegaram ao Brasil, primeiro para atuar na área corporativa. Agora, são cada vez mais requisitados por pessoas com metas pessoais a atingir, seja em questões de relacionamentos, seja de aparência, de qualidade de vida ou de carreira.

“Coaching não é terapia. Nosso negócio é pensar à frente”

Villela da Matta, presidente da Sociedade Brasileira de Coaching



A profissão de *coach* não é regulamentada. Mas, para aplicar a metodologia de *coaching*, é necessário passar por um treinamento específico, baseado em técnicas, ferramentas e abordagens desenvolvidas por estudiosos da área ao longo dos últimos 30 anos. Na década de 70, o treinador americano Timothy Gallway escreveu o livro “The Inner Game of Tennis” (Por Dentro do Jogo do Tênis, em tradução livre). Nele, apresentou uma nova metodologia de treinamento e desenvolvimento pessoal e profissional. Nos anos 80, o psicólogo britânico John Withmore criou um dos primeiros modelos de *coaching* corporativo. Atualmente, o Behavioral Coaching Institute (Instituto de Coaching Comportamental), nos Estados Unidos, é uma das mais respeitadas escolas de *coaching* e centro de pesquisa sobre a técnica. A formação do *coach* existe em diversas instituições pelo mundo. Mas quem procura um profissional deve ficar atento: há muita gente oferecendo o serviço sem especialização. Para evitar os charlatões é preciso levantar os casos em que o profissional trabalhou, tempo de atuação, formação e certificados.

“Coaching lida com pessoas, mas não é terapia”, explica Villela da Matta, presidente da Sociedade Brasileira de Coaching (SBC), que é

formado em administração, ciências da computação e psicologia. “Não investigamos o passado de nossos clientes, nem porque são daquele jeito ou agem de determinada maneira. Nosso negócio é pensar à frente e em como sua meta será alcançada.” Esta diferença entre *coach* e terapeuta seduziu o casal de dentistas Henry Gutierrez, 48 anos, e Patrícia Gross, 37. Dois anos atrás, eles enfrentavam uma crise no casamento e resolveram investir no *coaching* como saída. “Lavar roupa suja só aumenta as mágoas”, diz Gutierrez. “Preferimos começar do zero e, no lugar de avaliar o passado, olhar para o futuro.” Deu certo. Ao longo de um ano, analisaram cada problema de uma vez, como, por exemplo, a dificuldade de comunicação, a importância do carinho na relação e as finanças, e hoje estão felizes juntos.

A meta a ser alcançada é sempre o ponto de partida. Mas nem sempre o cliente enxerga de forma clara. “Boa parte das pessoas chega perdida”, diz a *coach* Ana Paula Peron. Também pode acontecer de se buscar orientação com um objetivo em mente e ao longo do processo descobrir que o problema tem outra origem. Foi o caso da consultora de recursos humanos Tania Sanches, 38 anos. “Procurei um *coach* porque havia sido demitida e queria voltar ao mercado de trabalho”, diz ela. “Durante as sessões percebi que a minha vida pessoal estava toda desarrumada.” Tania viu que estava em segundo plano desde que se casou e se tornou mãe. Deu-se conta também que havia três anos não saía para jantar com o marido. Ela ainda está fazendo as sessões, mas já descobriu um novo filão profissional: aliar sua profissão de consultora de RH autônoma com o *coaching*. Para isso, está estudando a técnica.

Identificada a meta, cabe ao *coach* levar a pessoa a minimizar ou eliminar tudo aquilo que a impede de atingir seu objetivo. É sua função também ajudá-la a enxergar seus potenciais, para que sejam explorados da melhor maneira possível. “O *coach* nunca diz ao cliente o que ele deve fazer”, explica o *coach* Claudio Behr. “Ele faz as perguntas certas para chegar às respostas corretas.” Quem atua na área de assuntos pessoais terá mais prestígio se tiver formação específica no seu ramo, como Behr, 35 anos, que é *coach* e

PERGUNTAS MAIS USADAS PELOS COACHES

Qual é o resultado que se deseja alcançar?

Geralmente a resposta aparece de forma abrangente. Por exemplo: “Quero ganhar mais dinheiro”

Como saberá se chegou ao objetivo?

A intenção aqui é especificar a meta. Mantendo o exemplo anterior, a pessoa responderá que quer duplicar o seu salário

Por que isso é importante para você?

Com a intenção de estimular o cliente, o *coach* faz o cliente imaginar o que seu desejo implica. Mais dinheiro na bolsa pode significar mais qualidade de vida, mais segurança...

Depende de quem?

É comum a resposta: “do meu chefe”. O *coach* defende a ideia de que seu cliente não é o chefe dele, e sim ele. Portanto, ele terá que fazer a sua parte

De zero a dez, quanto você está comprometido?

O objetivo é saber o nível de motivação. Pessoas desmotivadas exigem ação mais incisiva do *coach*, que fará o uso de técnicas como instigar o cliente a pensar em tudo que pode perder caso não realize seu sonho

Fonte: Sociedade Brasileira de Coaching

professor de física de cursinho pré-vestibular. Graças a ele, a estudante Érika Moraes, 20, conseguiu organizar seus horários, driblar sua tensão e conquistar uma vaga na Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo (USP), sua grande meta. “O *coaching* me ensinou a ter confiança e me fez acreditar que é possível alcançar nossos sonhos”, diz Érika.

O *coaching* é bastante popular no meio artístico. Atores globais como Juliana Paes, Cauã Reymond e Grazi Massafera recorrem a este profissional para ajudar no desenvolvimento dos personagens. “Sou expansivo, gestículo muito e me mexo demais”, diz Taíla Ayala, que acaba de estrear na novela “Caminho das Índias”, da Rede Globo. “Vi que isso não cabe em determinadas situações e aprendi a investir no meu olhar.”

A procura pelos cursos cresce exponencialmente. **S6 a Sociedade Brasileira de Coaching formou 300 profissionais em 2008, um crescimento de 300% em relação ao ano anterior.** Lá, a primeira etapa do curso engloba 80 horas de teoria, mais 25 de prática, além de 100 horas de treinamento. Custa a partir de R\$ 5 mil. Quem quer atuar na área executiva precisa fazer outras 80 horas de treinamento. Cada sessão de *coaching*, com duração média de uma hora, custa de R\$ 150 a R\$ 300. O processo geralmente chega ao fim depois de 12 sessões, ou cerca de três meses.

A demanda por profissionais desse tipo talvez seja um reflexo da sociedade em que vivemos, na qual as pessoas se enxergam como empresas, com metas a alcançar. “Há pressão para sermos perfeitos em casa e no trabalho e para termos o melhor desempenho em tudo o que fazemos”, diz a psicóloga Leila Tardivo, professora do Departamento de Psicologia da USP. “Isso pode ser muito frustrante.” Até porque a passagem pelas técnicas de *coaching* não é garantia de sucesso. ■

