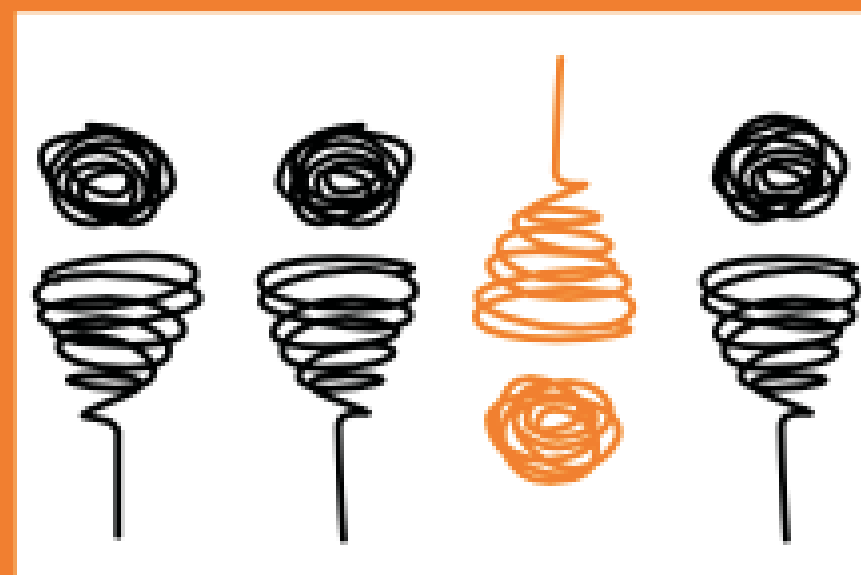
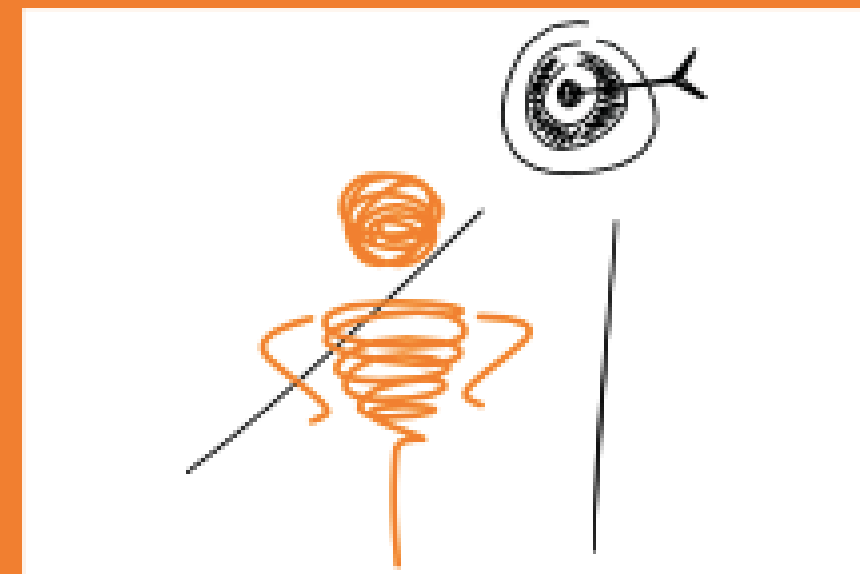
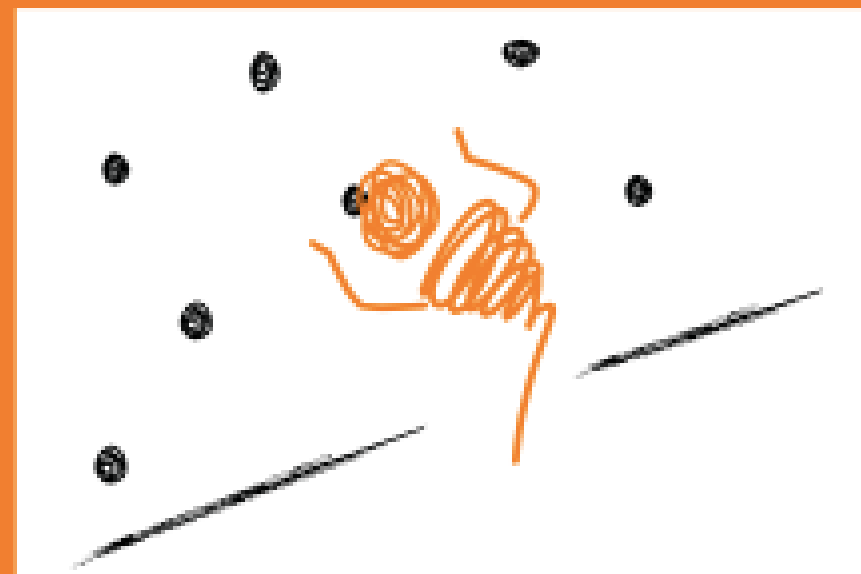


certificação internacional

COACHING

manual





FICHA TÉCNICA

Propriedade intelectual

Daniel Sá Nogueira e Marta Ferreira
danielsanogueira.com



© TODO o conteúdo deste manual tem direitos de autor. Todos os direitos reservados. Nenhuma parte deste manual pode ser usada, reproduzida ou transmitida de alguma maneira sem a prévia autorização de Daniel Sá Nogueira ou World Coaching Organization.

ÍNDICE AULA 4

- I TU JÁ ÉS COACH
- II OS 4 R'S DO COACHING
- III ROSA 1.0
- IV O QUE É COACHING?
- V PRESSUPOSTOS INTERNACIONAIS
- VI ROSA 2.0
- REALIDADE 2.0
- OBJETIVOS 2.0
- SOLUÇÕES 2.0**



(S)OLUÇÕES

Tão importante como ensinar a uma criança matemática, português e ciências é fomentar a sua criatividade! É isso que mais tarde distinguirá os adultos inteligentes dos verdadeiros génios, que conseguem criar algo novo, revolucionário, inovador seja em que área for. Aqueles que marcam os outros, a sociedade, a ciência, o mundo são aqueles que conseguem fazer a diferença.

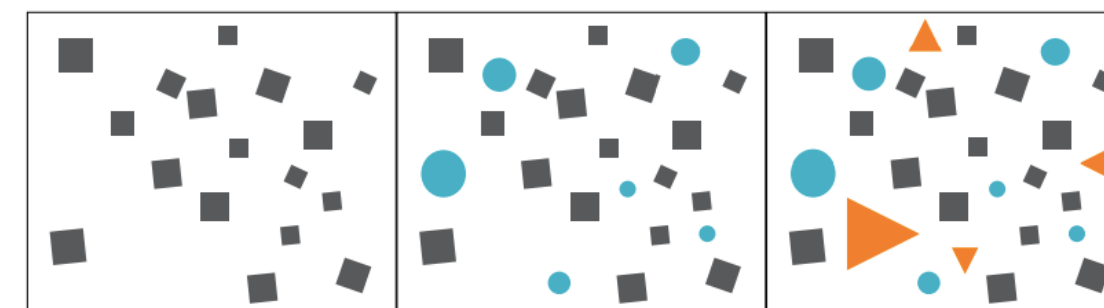
40 IDEIAS



De facto, somos todos criativos. Todos fomos crianças, e éramos criativos, o que aconteceu entretanto? O que faz morrer a nossa criatividade? O facto é que a nossa sociedade nos limita a criatividade. Esquecem-se que na profissão mais cinzenta, a criatividade marca a diferença!

Quem é criativo cresce com desafios, pelo simples facto de que coloca a sua criatividade ao serviço do que está mal. Parte imediatamente para a busca de uma solução. E isto está ao alcance de todos.

É essa a base do "S" da ROSA: não te lamente, procura uma solução! Lembra-te que estás sempre a uma ideia de distância de resolver o teu maior desafio. Apenas ainda não tiveste a ideia! Puxa pela tua criatividade, é preciso ter ideias, ideias, ideias ...



óbvias

interessantes

criativas
inovadoras

Mesmo as pessoas mais criativas podem começar por ter ideias óbvias, é bom passar por elas para chegar às outras. Pouco a pouco, chegaremos às interessantes, e quando deixarmos de ter medo de dizer os maiores disparates, chegaremos às criativas. Agora, o grande desafio é conseguirmos uma ideia inovadora. E isso só se consegue quando se investe tempo e energia. Quando ficamos pelas 10 ou 20 ideias, e não desistimos enquanto não temos, por exemplo, pelo menos 40.

Perder a criatividade é, noutras palavras, criar espartilhos para as nossas capacidades físicas (terra), emocionais (água), mentais (ar), e espirituais (fogo). As crianças não têm estes espartilhos, fisicamente adoram explorar o mundo através do seu corpo mostrando que não se preocupam com a postura por exemplo e que parecem inquebráveis quando desafiam as leis da gravidade, com aquela energia que parece inesgotável.

Emocionalmente, estão muito mais abertas a todo o tipo de sentimentos porque ainda não acumularam muitas experiências negativas.

Mentalmente, estão sedentas de conhecimento e o conceito de certo e errado ainda não está muito definido, por isso tudo lhes parece possível.

Espiritualmente, são completamente livres, podem ter alguns valores enraizados, mas tudo o mais é um livro aberto.

Para voltarmos a ser criativos e voltar a ter páginas em branco no livro da vida, para podermos escrever e reescrever, improvisar e criar, podemos voltar a ser criativos numa área, ou voltar a ser criativos em todas as dimensões da vida e do nosso ser.

Para voltarmos a ser criativos fisicamente devemos explorar o nosso corpo: fazer desporto, dançar, representar... Usar os sentidos para ouvir, cheirar, provar, tocar e ver. Quanto mais saudáveis estivermos mais o nosso corpo estará disponível para ser fisicamente criativo.

Para voltarmos a ser emocionalmente mais criativos temos de deixar de ter medo de sentir. Teremos de nos aventurar em relações, ligações, conexões, partilhar sem medo de sermos magoados, frustrados, enganados e até felizes.

Para voltarmos a ser mentalmente criativos, devemos aprender novas matérias, refletir sobre coisas novas, analisar novos ângulos e perspetivas, desafiar a nossa mente, termos conversas com todo o tipo de pessoas, ler todo o tipo de revistas, estimularmos todas as partes do nosso cérebro.

Por último, se quisermos voltar a ser espiritualmente criativos, devemos pôr em causa todas as nossas certezas e dogmas, meditar e abrimo-nos ao mundo das possibilidades e ao inexplicável. Devemos conhecer-nos a nós próprios de forma a vivermos intensamente a vida.

Se conseguirmos ser criativos nestas 4 áreas, em pouco tempo seremos uma nova pessoa com uma paleta de experiências novas e uma total abertura para as que virão, que nos darão novas formas e um novo brilho.

O importante é entrarmos na zona de desafio, buscar soluções em zonas ainda não exploradas. Se assim fizermos, tudo, mas mesmo tudo, se torna possível e deixa de haver problemas sem soluções ("Trate a Vida por Tu", pág. 165).

MUDANÇA DE PARADIGMA



Esta é a altura de pôr o cliente a pensar de "pernas para o ar", ou seja, a pensar "fora da caixa"! É, sem dúvida, a fase mais difícil das sessões de coaching! Os teus clientes não vão mesmo querer pensar e mudar de paradigma!

A grande parte das pessoas quando tenta resolver um problema ou um desafio usa as primeiras ideias que vêm à mente - as Ideias Óbvias - aquelas que todos nós temos. No entanto, existem mais três níveis de ideias:

As **Ideias Interessantes** que são aquelas que alguns fazem às vezes. Depois aparecem as **Ideias Criativas** que são as que já geram conflito pois nascem fora da caixa, mudam um paradigma. E, por fim, temos as **Ideias Inovadoras** que são as que ninguém vê, mas uma vez vistas, tornam-se óbvias.

O objetivo do Coach é conseguir que o cliente mude de paradigma. Isto acontece no momento "Ah Ah!", quando encontra uma ideia e tem a certeza que é essa que faltava.



Na imagem ao lado vês uma rapariga nova ou uma senhora idosa? Tenta ver as duas. Põe o teu cérebro a trabalhar das duas formas.

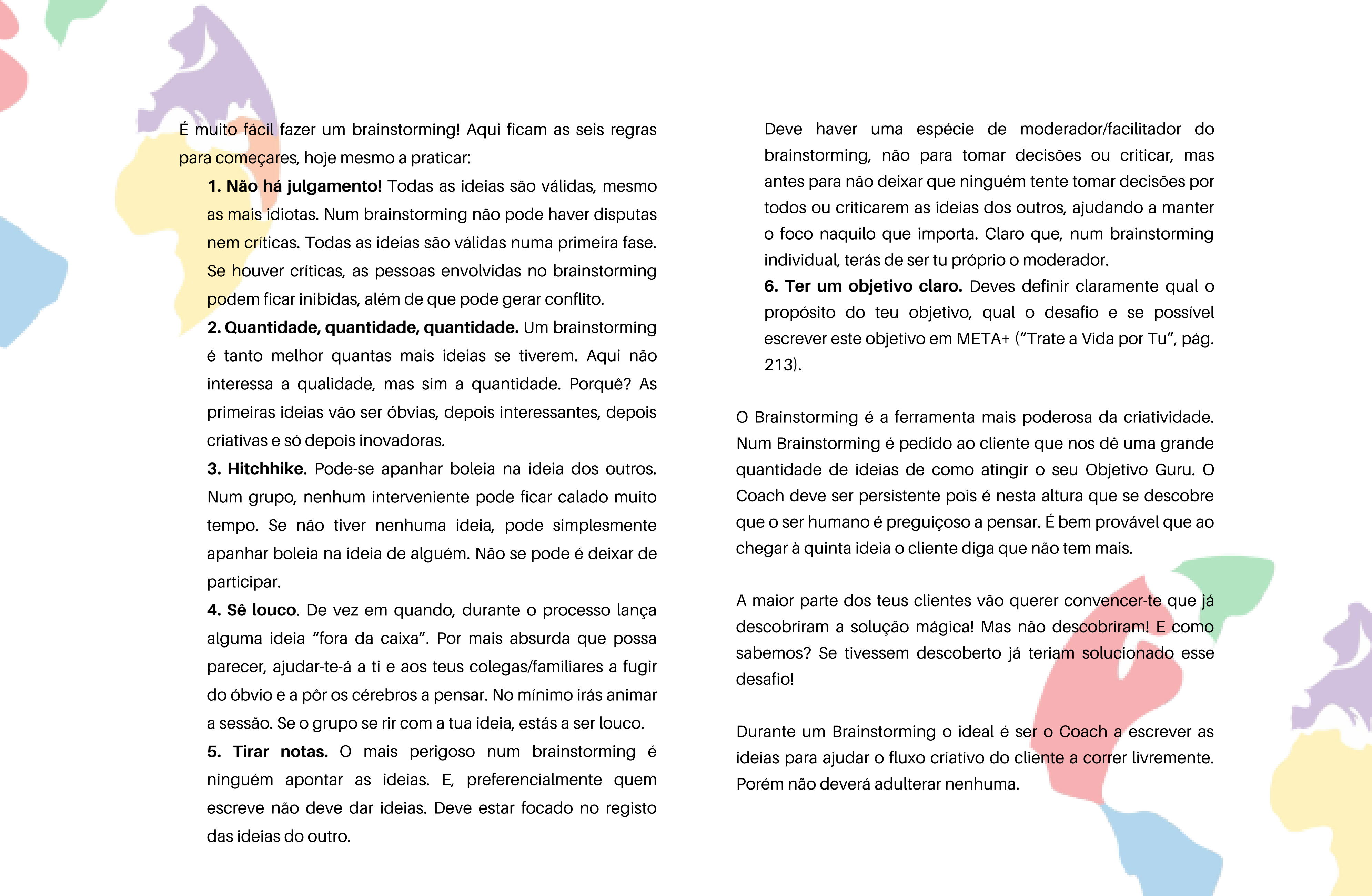
MUITO BEM, E QUE MAIS?

O Brainstorming é a ferramenta mais poderosa da criatividade, é a melhor forma de estimulares a tua criatividade, em todas as áreas da tua vida. Pode ser importante fazer brainstorming individual ou em grupo, pois é a melhor forma de encontrar soluções para os desafios.

E o que é um brainstorming?

Como o nome indica é uma espécie de "tempestade do cérebro". E o que é que ele faz nas tempestades? Agita-se, põe ideias a colidir com outras (troveja) e lança soluções atrás de soluções (os raios) à "espera" daquela que vai resolver o problema e acalmar a tempestade.

O brainstorming não é só útil em contexto laboral, todas as pessoas e famílias deveriam fazer brainstorming de vez em quando, para procurarem soluções para os seus problemas, desde a questão mais básica do dia-a-dia (como fazer face às despesas, gerir tarefas, refeições a preparar...) até à mais profunda e complexa (como ajudar um filho a ser mais confiante, como ajudar um pai desempregado...). E, individualmente, cada um de nós deveria fazer brainstorming para resolver e melhorar todas as áreas onde sentimos necessidade de mudança.



É muito fácil fazer um brainstorming! Aqui ficam as seis regras para começares, hoje mesmo a praticar:

1. Não há julgamento! Todas as ideias são válidas, mesmo as mais idiotas. Num brainstorming não pode haver disputas nem críticas. Todas as ideias são válidas numa primeira fase. Se houver críticas, as pessoas envolvidas no brainstorming podem ficar inibidas, além de que pode gerar conflito.

2. Quantidade, quantidade, quantidade. Um brainstorming é tanto melhor quantas mais ideias se tiverem. Aqui não interessa a qualidade, mas sim a quantidade. Porquê? As primeiras ideias vão ser óbvias, depois interessantes, depois criativas e só depois inovadoras.

3. Hitchhike. Pode-se apanhar boleia na ideia dos outros. Num grupo, nenhum interveniente pode ficar calado muito tempo. Se não tiver nenhuma ideia, pode simplesmente apanhar boleia na ideia de alguém. Não se pode é deixar de participar.

4. Sê louco. De vez em quando, durante o processo lança alguma ideia “fora da caixa”. Por mais absurda que possa parecer, ajudar-te-á a ti e aos teus colegas/familiares a fugir do óbvio e a pôr os cérebros a pensar. No mínimo irás animar a sessão. Se o grupo se rir com a tua ideia, estás a ser louco.

5. Tirar notas. O mais perigoso num brainstorming é ninguém apontar as ideias. E, preferencialmente quem escreve não deve dar ideias. Deve estar focado no registo das ideias do outro.

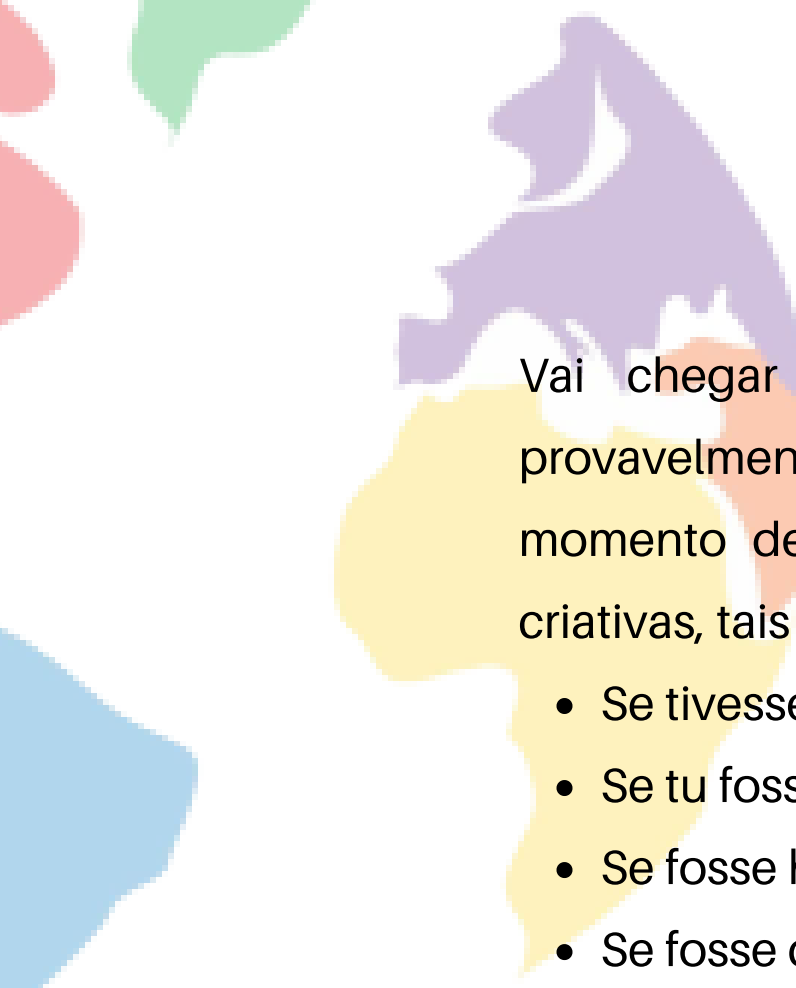
Deve haver uma espécie de moderador/facilitador do brainstorming, não para tomar decisões ou criticar, mas antes para não deixar que ninguém tente tomar decisões por todos ou criticarem as ideias dos outros, ajudando a manter o foco naquilo que importa. Claro que, num brainstorming individual, terás de ser tu próprio o moderador.

6. Ter um objetivo claro. Deves definir claramente qual o propósito do teu objetivo, qual o desafio e se possível escrever este objetivo em META+ (“Trate a Vida por Tu”, pág. 213).

O Brainstorming é a ferramenta mais poderosa da criatividade. Num Brainstorming é pedido ao cliente que nos dê uma grande quantidade de ideias de como atingir o seu Objetivo Guru. O Coach deve ser persistente pois é nesta altura que se descobre que o ser humano é preguiçoso a pensar. É bem provável que ao chegar à quinta ideia o cliente diga que não tem mais.

A maior parte dos teus clientes vão querer convencer-te que já descobriram a solução mágica! Mas não descobriram! E como sabemos? Se tivessem descoberto já teriam solucionado esse desafio!

Durante um Brainstorming o ideal é ser o Coach a escrever as ideias para ajudar o fluxo criativo do cliente a correr livremente. Porém não deverá adulterar nenhuma.



Vai chegar um momento em que o teu cliente muito provavelmente vai encravar ao dar ideias, vai bloquear. Nesse momento devemos começar a fazer perguntas expansivas e criativas, tais como:

- Se tivesses todo o dinheiro do Mundo o que farias?
- Se tu fosses o teu ídolo, o que farias?
- Se fosse há 10 anos atrás o que farias?
- Se fosse daqui a 10 anos o que farias?

O Coach cultivar um sentido de humor é sempre bom para relaxar o cliente e torná-lo criativo. Isto aliás é importante em qualquer área.

Como nesta fase é muito provável que o cliente comece a ter algum tempo sem novas ideias, é importante colocar o nosso toque pessoal de forma a conseguirmos “puxar” pelas ideias do cliente. Um pouco de exercício, respirar fundo, trocar de lugar, fazer uma piada, são algumas ideias.

Caso o cliente tenha tido 40 ideias muito facilmente e nenhuma tenha sido interessante, mesmo para ele, quer dizer que ainda está nas ideias óbvias, logo mais 40 ideias são sempre bem vindas!

Isto é tudo sobre criatividade que é uma energia expansiva. Quanto mais se cultiva mais cresce e mais fácil fica de se usar mesmo noutras áreas.

Notas:

- O Coach pode dar uma ou outra sugestão de ideia/solução mas unicamente como encorajamento ao cliente;
- Um brainstorming poderá ocupar grande parte de uma sessão, por isso é importante ter em atenção se haverá tempo suficiente, pois não é conveniente deixá-lo a meio. O objetivo é que o cliente force de tal forma o seu cérebro a encontrar novas ideias num curto espaço de tempo, que seja quase como um momento de choque para ele;
- Num brainstorming é importante manter o mesmo tema. No entanto podem aparecer pessoas que durante este processo mudam o seu foco. Por exemplo, cliente que tem como objetivo guru abrir um negócio e durante o brainstorming começa a dar ideias para ganhar mais dinheiro - nesta situação o Coach deverá alertar o cliente para o objetivo principal. Ao mesmo tempo tem de ser flexível e caso o cliente realmente sentir que o foco não era o primeiro mas sim o segundo, então está na altura de mudar e voltar atrás, definindo um novo objetivo guru.

(S)OLUÇÕES

RESUMO

1. PERMITIR O ÓBVIO
2. PEDIR MAIS IDEIAS
3. AJUDAR A EVITAR O JULGAMENTO
4. AJUDAR A ULTRAPASSAR AS OBJEÇÕES
COM O "O QUE FARIAS SE ..."
5. MUITO BEM, E QUE MAIS?