

Futebol como técnica para autoconfiança

Mariana Celle

O esporte é usado por empresas para desenvolver habilidades em colaboradores

Em década de eventos esportivos mundiais no Brasil, empresas de treinamento e consultorias de recursos humanos têm usado o futebol como base para o desenvolvimento de atividades de motivação profissional. O Planeta Futebol, desenvolvido pela Academia de Marketing, é uma delas. Mas engana-se quem pensa que o treinamento é realizado em um campo de futebol com chuteiras e traves de gol. A capacitação e o aperfeiçoamento são realizados com base nos bastidores da negociação de atletas.

Segundo o idealizador, Mário Cunha, o treinamento foi aplicado, até agora, em grupos de 30 a 200 profissionais. A equipe é dividida em duas: técnicos, que têm objetivo de montar o melhor time possível entre as opções disponíveis de jogadores, e os cartolas que precisam vender esses jogadores pelo melhor valor possível. "Tentamos ambientar o treinamento no ano de 2050, como se não houvesse mais a Federação Internacional de Futebol (Fifa) e o órgão que gerisse o esporte no mundo fosse o Planeta Futebol", diz Cunha.

Algo descontraído

A Helbor, empresa de empreendimentos imobiliários, contratou o método em dezembro do ano passado quando 150 funcionários participaram do treinamento. "Temos unidades diferentes de trabalho e precisávamos integrar as equipes com algo que pudesse ser descontraído", afirma Adriana Barbosa, gerente de Recursos Humanos da Helbor.

Ela destaca que o fato de o jogo não definir hierarquias aproxima os profissionais e gera motivação pela importância que é atribuída à participação de cada um. "Os funcionários estão mais participativos e buscando mais informação sobre a empresa. Alguns não se sentiam tão confiantes para ter acesso a outros níveis da hierarquia como agora", diz Adriana, sobre os resultados da medida.

O objetivo do treinamento, segundo Cunha, é esse mesmo, mas ainda inclui outros pontos que podem ser trabalhados a partir da técnica que também permite a participação de um juiz que controla o tempo e distribui tarefas. "Nosso objetivo não é dar a resposta, mas provocar a pergunta, fazer com que as pessoas repensem o que pode ser aplicado daquela brincadeira em seu cotidiano", diz.

Aprimorar a capacidade de planejar, de analisar, de negociar e de entregar resultados, além de ampliar a visão de mercado são ainda objetivos que podem ser trabalhados com o método, diz Cunha. Para ele, independentemente do público ser feminino ou masculino, o que faz a diferença é a possibilidade que os colaboradores têm de exercitar o conceito. "Realizamos competências difíceis de serem aplicadas na empresa, de forma alegre e descontraída", afirma.

Fonte: Brasil Econômico, São Paulo, 3 fev. 2010, Primeiro Caderno, p. 23.