

ESCOLA DE BIODANZA® ROLANDO TORO DE PELOTAS
- International Biocentric Foundation -

Educação Corporativa com Biodanza
Metodologia de Biodanza® para área Comercial da empresa.

Autor:

DÓRIA TEREZA DE MARCO DE ASSUMPÇÃO

Orientador:

GASTÓN ANDINO

Monografia para titulação como
Facilitador de Biodanza® pelo
Sistema Rolando Toro de Biodanza®

2007

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. O TREINAMENTO	6
2.1 - A Pedagogia no Treinamento	7
3. EDUCAÇÃO CORPORATIVA NAS EMPRESAS	11
4. BIODANZA® EO TREINAMENTO NA EMPRESA	13
4.1 – Aspectos positivos da Biodanza® no Treinamento	17
4.1.1 Fortalecimento da Identidade	17
4.1.2 Mudança de valores	17
4.1.3 Integração de Equipes	18
5. AS LINHAS DE VIVENCIA NO TREINAMENTO COMERCIAL	20
5.1 - Vitalidade	21
5.2 - Sexualidade	23
5.3 - Criatividade	26
5.4 - Afetividade.....	28
5.5 - Transcendência.....	30
6. IMPLANTAÇÃO DA METODOLOGIA DE BIODANZA®.....	11
6.1 – Etapas do Treinamento Comercial	32
6.2 - Local e Vestuário	35
6.3 - A Consigna	37
6.4 - O Facilitador	38
6.5 - A Vivência.....	39
7. ANEXOS	42
7.1 - Avaliação da Pesquisa metodológica	42
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS / COMPLEMENTARES	44

1 – INTRODUÇÃO

Fazendo uma retrospectiva na minha vida profissional, trabalho com treinamento empresarial a mais de vinte anos. Iniciei em 1981, como instrutora na área de Telefonia fixa, na época chamada CRT. (Companhia Riograndense de Telecomunicações do RS).

Atuava como instrutora em treinamentos e reciclagem para as telefonistas no atendimento e serviços do Call center. Na época nossos treinamentos eram consecutivos, pois tínhamos mais de 500 telefonistas no departamento de tráfego.

Naquela época eu já acreditava em propostas mais ousadas e aos poucos fui evoluindo na forma como se fazia os treinamentos, buscando novas alternativas de crescimento pessoal e profissional. Procurava inserir nos treinamentos uma metodologia mais vivencial, com dinâmicas e brincadeiras motivacionais.

Por volta dos anos 90, ainda na mesma empresa, eu já havia criado um setor de treinamento e desenvolvimento na época muito usado “T&D”. Este setor cresceu e tornou-se valorizado pelas telefonistas e direção da empresa. Nossa equipe cresceu e eu passei a coordenar o setor, onde ampliamos nossas atividades de ensino para toda a área comercial com mais ou menos 800 funcionários lotados nos departamentos afins.

Como instrutora e coordenadora da equipe de treinamento passamos assumir no nosso treinamento a área Comercial, que contava com 300 profissionais somando com o call center tínhamos em média 800 colaboradores.

Passei a viajar muito pelo interior do estado do Rio grande do Sul, levando cursos e treinamentos para os profissionais que não tinham oportunidade de vir até o centro de treinamentos da empresa.

Cada vez mais, percebia que se o treinamento tivesse uma metodologia que motive os funcionários para desenvolver ações significativas e envolventes, mais os resultados apareciam, tanto na qualidade de atendimento e relacionamento com os clientes. No meu conceito ver, faltava mais estímulos para desenvolver mais a aprendizagem, por mais que fazia, não era suficiente para despertar de forma integradora a competência e o potencial que poderia ser explorado em cada indivíduo. Muitas vezes ao final de um curso eu me perguntava:

- O que será que está faltando para além de motivar, despertar o desejo de ser bem sucedidos?
- Será que as pessoas não valorizam seu trabalho? Será atitude ou desconhecimento? Quem sabe falta-lhes melhor auto-estima, confiança?

Sabia que estava no caminho, mas desconhecia um método ou didática empresarial que fosse mais transformadora.

Para seguir este caminho, entretanto, fui identificando novas necessidades, talvez propostas de treinamento mais humanizadas e que explorassem a capacidade emocional de sentir as informações, de se permitir a compreender com a alma e não com apenas num raciocínio lógico.

Estes profissionais não lidavam com máquinas, os seus trabalhos dependia de clientes, pessoas com emoções e reações. Para atuar nesta área é necessário profissional preparado, não apenas no conhecimento de um produto ou de um serviço, mas como lidar com as emoções das pessoas, saber ouvir, despertar desejos e interesse na relação cliente – empresa.

Fui em busca de novas técnicas de aprendizagem, de novos métodos, eu queria algo que se diferenciasse do que encontrava nos livros e nos modelos de dinâmicas focadas na Psicologia Organizacional.

Por volta de 1996, conheci Biodanza – quando fiz uma maratona de Iniciação em Porto Alegre com Gastón Andino E Myrtes Gonzalez. Foi fantástico, senti que havia encontrado respostas mais convincentes para a minha busca tanto pessoal como profissional.

Após esta maratona, fiquei muito sensibilizada e procurei fazer um grupo regular semanal. Não foi fácil no início me adaptar a um sistema que a “comunicação de forma racional tinha menor importância no momento da vivência”. Tudo era muito estranho, as pessoas muito afetivas, não discutiam teorias, mas falavam de seus sentimentos, emoções. “Achei tudo muito fora de uma realidade em que vivia, mas gostei e deixei este sentimento crescer e aflorar na medida em que ia me permitindo a vivenciar”.

A partir daí comecei a fazer Biodanza em todos os lugares que passava, uma espécie de “encantamento” se apoderou de mim, eu praticava biodanza em casa, com amigos, no trabalho.

Em 1997 ingressei para fazer a formação de Facilitador na Escola Gaúcha de Biodanza, pois tinha como objetivo, me qualificar para desenvolver e aplicar na área comercial das empresas que eu trabalhava.

Muita coisa aconteceu, parei minha formação na Escola Gaúcha de Biodanza, trilhei outros caminhos e muitas mudanças pessoais como o nascimento de minha filha Luane Thiare. Deixei de fazer a formação, mas a Biodanza ® sempre continuou fazendo parte dos meus dias.

Em 2002 retornei para a formação de Facilitador de Biodanza, agora na Escola Rolando Toro De Pelotas, na qual a Myrthes Gonzalez é a diretora, eu sempre participei dos grupos regulares que ela facilitava.

Este período marcou por grande mudança na minha vida profissional, foi onde iniciei com uma nova proposta de trabalho, não mais como funcionária, mas como empresária, ter o meu próprio negócio na área de Consultoria e treinamento.

Meus treinamentos ficaram conhecidos no mercado pela metodologia aplicada, toda a nossa pesquisa didática, busca operacionalizar metodologias que concretizem as metas da empresa e do profissional. Os cursos são desenvolvidos três partes: **Teórica – Vivencial – Prática.**

Como proposta nesta monografia, quero descrever a minha experiência com uma nova abordagem metodológica nos treinamentos em empresas, principalmente na área comercial: Marketing, Vendas, telemarketing. Nosso foco é propor um desenvolvimento de profissionais e colaboradores que atuam com atendimento de clientes pessoalmente, por telefone, na venda de produtos ou serviços para o mercado.

2. O TREINAMENTO.

O treinamento tem importância significativa para o desenvolvimento das civilizações, a cada momento em que o homem inventou ou criou seu vestuário, abrigo, instrumentos, desenvolveu a linguagem, a comunicação, o comércio e o serviço, hoje cria e transmitem novos conhecimentos, novas tecnologias e habilidades para seus semelhantes.

Na literatura pesquisada, há uma profusão de conceitos de treinamento. Como diz: CHIAVENATO:

Em matéria de treinamento, nossa confusão começa a partir da terminologia. Para ele cada especialista dará o significado que lhe for mais próprio: haverá naquele que enfocará sobre o ponto de vista da educação, outro que terá a visão voltada só para o posto de trabalho, dentro de uma expectativa mais imediatista.(1998.12)

No contexto da empresa, o treinamento surge para solucionar dificuldades que já se faziam presentes no início da industrialização, deste então o treinamento permitiu a descentralização do saber e do poder, à medida que houve uma difusão maior do conhecimento dentro da empresa para todos os níveis hierárquicos.

Nos anos 1980 a 1990, vários movimentos marcaram a preocupação em se pensar em treinamento e desenvolvimento com vistas a superar os desafios que são postos a cada época de desenvolvimento na economia dos países e conseqüentemente no mercado empresarial.

O treinamento tem sua importância para as organizações, além da produtividade também pode representar um agente motivador significativo, oportuniza a continuidade da educação e no preparo para exercer a função profissional.

NAETHE (1992), ao analisar a queda da qualidade dos processos educacionais, afirma que as pessoas são colocadas no mercado de trabalho irão necessitar de complementação curricular e para isso o treinamento tem oportunidade de treinar; re-treinar; e capacitar para execução de novas tecnologias, desenvolver novos padrões de qualidade e outras funções necessárias no dia a dia das empresas.

Não se pode deixar de lado a dimensão pessoal nos planos de treinamento, como afirma MACIAN:

A busca de um crescimento puramente individual não se justifica nem do ponto de vista educativo, pois estaria retirando do homem sua possibilidade de realização num dos campos mais significativos para formação de sua personalidade, isto é o lado profissional de sua vida. (MACIAN, 1987p. 16).

Discute-se, que as pessoas nas empresas agem de forma coletiva, mas aprendem individualmente. Grande parte do aprendizado nos treinamentos de uma empresa é processada em busca de uma solução de problemas de forma sistemática.

Assim, levando em conta a dimensão humana do profissional, nessa condição e no seu papel de treinando, é ele que tem a capacidade de atuar como um agente de mudança, é fundamental o desejo de mudar das pessoas envolvidas no processo.

No treinamento, o aprendizado não é uma simples questão de processamento de informações objetivas. Ele divide o conhecimento em explícito e tácito. O primeiro é formal e sistemático. Já o tácito é altamente pessoal, de difícil formalização e sua transferência é mais difícil.

O treinamento precisa ser visto como uma das estratégias facilitadoras para se atingir o processo de mudança tanto na qualificação profissional como também no aspecto pessoal que envolve a relação do trabalho em grupo.

2.1 - A Pedagogia No Treinamento

A pedagogia no treinamento passa por diversas análises e propostas que vão desde uma acentuação grande na parte técnico – instrumental e as críticas a algumas correntes pedagógicas até a proposição de uma nova abordagem da Pedagogia no treinamento.

Como pode se observar há várias abordagens sobre a pedagogia no treinamento, são diversas correntes. A pedagogia tradicional que é vista de forma autocrática e a pedagogia nova é mais democrática.

Em todos os segmentos de treinamento predominaram duas correntes pedagógicas: Pedagogia Nova e Pedagogia Libertadora.

Na PEDAGOGIA NOVA: haverá uma grande ênfase na dinâmica de grupo e nos chamados métodos ativos. Este é o ponto significativo do processo de aprendizagem.

A ênfase que a Pedagogia Nova dá ao indivíduo e ao grupo como estratégia de descentralização do poder pedagógico do profissional de treinamento:

Os métodos ativos são aqueles em que o sujeito ao ser instruído Aprenderá, experimentalmente, por descoberta pessoal, se chamar assim, de incorporação do saber a personalidade, aos seus comportamentos, à sua história, em oposição a um conhecimento puramente intelectual (MUCCHELLI. 1980:.65).

PEDAGOGIA LIBERTADORA: Esta corrente compõe o grupo das chamadas pedagogias progressistas que têm como ponto comum, trabalhar o conflito e a contradição social contida nas relações de poder. Nesta versão de Paulo freire, pode-se apontar como ênfase à relação de poder, caracterizada pelo binômio opressor-oprimido. No treinamento essa relação pode ser compreendida pela figura do instrutor / treinando, na empresa em geral pela figura do chefe / subordinado. Assim pode-se identificar como contribuição desta corrente o fato de se privilegiar a dinâmica da relação de poder onde conteúdos e metodologias devem deverão convergir para os aspectos contemplados ou desvelados, usando a linguagem de Freire.

Nesta mesma linha de análise SENGE argumenta:

A importância do diálogo, da conversação e de todo o conjunto de ingredientes necessários para que haja de fato, a construção de um ambiente de aprendizagem. É fundamental que se ratifique que as abordagens pedagógicas Novas e Libertadoras oferecem elementos importantes para o desenvolvimento de um processo educativo que sustentará os projetos pedagógicos propostos para as organizações no século XXI.

“O terceiro atributo que as empresas do século XXI necessitarão é a capacidade de conversação é a maior ferramenta de aprendizado”. (SENGE,1990:13).

Por fim, é preciso deixar claro que, mesmo que o termo Pedagogia tenha tido origem na educação escolar a mesma transcende a nomenclatura originária. A pedagogia precisa ser vista como teoria geral na educação.

Em outras palavras, se não atuarmos como seres nas organizações com uma abordagem mais ampla, corremos o risco de estar fazendo pedagogia mesmo, em sentido menos nobre como aprendizagem restrita/ submissão, em vez de uma

abordagem mais abrangente mais rica em contrastes inerentes a todo o processo de ensino aprendizagem nas organizações, buscando sempre a melhoria da relação capital-trabalho-conhecimento.

O que se deve ter sempre em mente são os métodos pedagógicos de treinamento implementados pelas empresas, dinamizar a teoria na prática - vivencial, encontramos inúmeras limitações tanto na educação como no meio empresarial, os passos metodológicos precisam respeitar a natureza humana; levar a meta a que a organização se propõe e fundamentar –se nos conhecimentos teóricos disponíveis em relação ao processo.

Com isso, pode-se inferir que o treinamento tem no contexto educacional sua posição definida em todos os segmentos da empresa, passa-se exigir cada vez mais profissionais de treinamento /educadores com grau de competência técnica, humana e política que resultará na forma método pedagógico integrado para responder aos desafios de ensino-aprendizagem nas empresas.

Nessa busca incessante por teorias e métodos que propusessem uma visão de aprendizagem que não ficasse apenas no sistema cognitivo, racional de entendimento e compreensão. Mas sim uma metodologia de Treinamento e desenvolvimento que pudessem exercitar as necessidades e desejos humanos, tanto na dimensão pessoal como profissional.

A partir dessas concepções, podemos pensar num novo modelo para os treinamentos nas empresas – comparada ao método da BIODANZA*1 à empresa é um sistema vivo, tem sua identidade, sua cultura. Como um sistema orgânico, tem que ser flexível, adaptável a mudanças, lidando com a diversidade, as contradições como um sistema de evolução, crescimento. A empresa é um dos sistemas mais poderosos de nossa sociedade – delas que dependem milhões de vidas.

*1 **Biodanza** O prefixo “Bio” deriva do termo *bios* que significa “vida”. A palavra “dança”, na acepção francesa, significa movimento integrado pleno de sentido. A metáfora estava formulada: “Biodanza, dança da vida”. Tratava-se de um sistema no qual os movimentos e cerimônias de encontro, acompanhados de música e canto, induziam “vivências” capazes de modificar o organismo e a existência humana a diversos níveis: imunológico, homeostático, afetivo-motor, e existencial. Sem dúvida, nossa proposta não consiste somente em dançar, mas sim em ativar, através de certas danças, potenciais afetivos e de comunicação que nos conectem com nós mesmos, com o semelhante e com a natureza. (ROLANDO TORO).

Pela minha experiência de longos anos, posso garantir que os treinamentos implementados na grande maioria são extremamente técnicos, com muito pouco movimento, energia, vitalidade e principalmente vivência. Os programas dificilmente tocam no coração, na emoção das pessoas. Falta-lhes algo mais vital, que motivem as pessoas a buscar seus desejos na função ou atividade que exercem.

Relacionando as concepções Pedagógicas tradicionais e modernas, a Pedagogia do Treinamento é apresentada como processo de aprendizagem; os princípios aplicados ao treinamento; as diferenças individuais e a motivação de cada treinamento têm, portanto ação sobre a atividade profissional do treinando, é uma exigência da moderna pedagogia do trabalho.

Para compreender melhor esta caminhada, a melhor forma de facilitar o ensino e aprendizagem técnica, funcional, cultural, precisa, portanto de facilitador, que esteja imbuído de metodologias que motivem os profissionais para desenvolver ações significativas e envolventes.

É nesse momento que começamos a ter certeza na busca de um modelo de aprendizagem – uma educação mais vivencial que possibilite as pessoas envolvidas atingir com qualidade as metas planejadas e definitas junto com a empresa.



Foto – parte vivencial do curso de técnicas de atendimento e vendas (2006)

3. EDUCAÇÃO CORPORATIVA NA EMPRESA.

Uma nova realidade mundial, globalizada e competitiva está mudando o cenário do mercado econômico. Estima-se que até o ano 2010, o número de Universidades Corporativas nos EUA ultrapasse o de universidades tradicionais naquele país. No Brasil os números não são tão expressivos, mas confirmam a mesma tendência das Universidades corporativas e as estratégias de ensino.

Cada vez mais as empresas exigem das pessoas uma postura voltada ao autoconhecimento e a aprendizagem contínua. Para desenvolver este perfil, as empresas precisam implantar sistemas educacionais que privilegiam o desenvolvimento de atitudes, posturas, habilidades. O mais importante é que as empresas perceberam que a vantagem competitiva virá por meio da capacitação das pessoas.

O surgimento de um novo ambiente empresarial caracterizado por profundas e freqüentes mudanças, pela necessidade de dar respostas cada vez mais ágeis para garantir a sobrevivência da empresa ou organização – impacta significativamente no o perfil de gestores e colaboradores competentes, criativos, com ótima auto-estima, seguros, dinâmicos, saudáveis e bem relacionados...

É neste cenário que o Treinamento nas empresas tem mudado na sua estrutura e didática. As empresas já não querem mais cursos e treinamentos muito teórico, formais. Exigem cada vez mais uma metodologia de fácil aprendizagem, com movimento, com dinâmicas e acima que desenvolvam os profissionais para resultados.

É a par desta busca de revitalização que estou com os que pensam que uma capacitação profissional deverá, além da atualização nas inovações tecnológicas e do mercado, proporcionar um crescimento humano. Isso implica em uma nova postura, no desejo de resgatar a criatividade, a identidade, a valorização pessoal e comprometimento com o trabalho.

Nesta educação corporativa, é oportuno lembrar que nos cursos e treinamentos de marketing de relacionamento, reforçamos a idéia de que o foco mudou e hoje ele está na valorização das pessoas, no tratar o funcionário ou colaborador como um cliente, conferindo-lhe dignidade e responsabilidade.

Estimular o exercício de cidadania individual e corporativa. Formar sujeitos capazes de refletir sobre a realidade organizacional, de construí-la e modificá-la continuamente, e pautados por uma postura ética e socialmente responsável com qualidade na relação de aprendizagem entre colaboradores e sua cadeia de agregação de valor.

Entre as mais recentes tendências pedagógicas na Educação corporativa que postulam os elementos acima citados, há uma que se encontra em processo de construção na “Gestão do conhecimento”. Sua filosofia da educação está centrada na compreensão, preservação do saber. Seu desafio é disseminar a sabedoria de cada colaborador/ funcionário adquirido ao longo da atividade, como um conhecimento patrimonial e desenvolvimento da cultura da empresa.

Para a maioria das empresas isto envolve uma transformação cultural que inclui mudanças em: Percepção e conhecimento dos gestores. Motivação e compromisso dos funcionários e Técnicas e competência da empresa na aplicação da educação corporativa.



4. BIODANZA® E O TREINAMENTO NA EMPRESA

O grande desafio posto pelas novas tecnologias, que influem, desde o “chão de fábrica” até as áreas de gestão de recursos humanos, implica em promover um aprendizado mais amplo, no qual a fundamentação teórica e a metodologia se fazem necessárias. Assim rompe-se com a fragmentação do aprendizado, como ocorre ainda em alguns segmentos da empresa, quando se refere ao aprendizado técnico, quando se trata tão somente de treinar habilidades operacionais. Em outras palavras, o treinamento operacional continuará existir nas empresas, porém sem tratar os profissionais que executam as ações operacionais como meros “corpos” ou “processos” desconectados principalmente das emoções que sustenta o trabalho em equipe ou mesmo com a relação clientes.

Diferentemente de outras técnicas amplamente utilizada nas empresas, Conheci a Biodanza® – criada por Rolando Toro em março de 1977.

Sua fundamentação teórica está caracterizada pelo Princípio Biocêntrico*2, uma teoria até então desconhecida, que tem a vida como essência, como primordial. Buscando diferenciar as modalidades de expressão do potencial genético humano, ao reunir os resultados em relação às afinidades entre diversos grupos de pessoas, identificou as seguintes linhas de vivência*3:

Vitalidade – saúde, ímpeto vital, alegria de viver.

Sexualidade – prazer, reprodução, vínculo sexual.

Criatividade – inovação, construção, imaginação.

Afetividade – amor, amizade, altruísmo, empatia.

Transcendência – ligado com a natureza, de fazer parte do universo.

* 2 **Princípio Biocêntrico** se inspira na intuição do universo organizado em função da vida e consiste numa proposta de reformulação de nossos valores culturais que toma como referencial o respeito pela vida.

O Princípio Biocêntrico propõe a potencialização vida e a expressão de seus poderes evolutivos. Biodanza é, desde este ponto de vista, uma poética do vivo, baseada nas leis universais que conservam e permitem a evolução da vida. Todas as ações de Biodanza se orientam em ressonância com o fenômeno profundo e comovedor da vida.

* 3 **Vivência** é o elemento operativo essencial do Sistema Biodanza. A indução de vivências constitui a base do método de Biodanza.

Rolando Toro em sua fundamentação teórica sobre o Princípio Biocêntrico diz:

“Todos os aspectos da vida humana, considerados tradicionalmente como integrantes da esfera psíquica, tem origem biológica. Eles são gerados no coração dos processos celulares, e chegam por diferenciação à qualidade de impulsos, de pulsões e de instintos, e se transformam, no homem, em vivências, emoções e sentimentos”. (TORO, 2002, p.25).

Ao privilegiar a vivência, a experiência é única e íntima, a Biodanza® atua em níveis mais profundos, favorecendo a incorporação de novas respostas ao repertório de vida das pessoas e do grupo.

É com esta base metodológica que utilizo a Biodanza® como método didático e pedagógico de aprendizagem, (TORO 1991).

A importância do conceito de vivência surge plenamente na Teoria de Biodanza®, que definiu suas características essenciais e propôs um método preciso para provocar *vivências integradoras* capazes de expressar a identidade, modificar o estilo de vida e restabelecer a ordem biológica.

O modelo teórico de Biodanza prioriza e dá ênfase na vivência, que é estimulada nas diversas formas de expressão da identidade, tais como a vitalidade, sexualidade, criatividade, afetividade e a transcendência. Há uma pulsação entre o estado de consciência intensificada de si e o estado de regressão, favorecendo a mudança de percepção de si e do mundo, alterando dessa forma toda a qualidade de vida. (TORO, 2002).

A Biodanza® não privilegia o verbal, que muitas vezes leva o treinando a se expor perante o grupo. A revelação de dados da sua vida pessoal ou profissional pode criar-lhe constrangimento e aflorar conflitos de difícil administração posterior.

Ao propor a introdução de Biodanza nos programas de treinamento, fomos norteados pelos princípios que fundamentam o modelo teórico e seus mecanismos de ação, dentre os quais destacamos os de maior efeito para o contexto das empresas.

Conteúdos que se integram com sua vida profissional no desenvolvimento da função com a vida cotidiana do aluno/profissional na promoção de um desenvolvimento integrado do seu lado intelectual, sua afetividade e sua motricidade.

O que torna a Biodanza uma resposta absolutamente coerente com nosso método de Treinamento Comercial nas empresas é a linguagem que utiliza. Aprendemos com ela sentir as emoções, sentir a realidade e não pensarmos sobre ela. Abrimos espaço não apenas para uma aprendizagem cognitiva, teórica, mas para uma aprendizagem vivencial, transformar a realidade sentida em seu trabalho a vivê-la.

Rolando Toro conceitua a vivência como:

A vivência emerge no instante vivido em que se está vivendo. Possuem a qualidade do originário e tem uma força de realidade, que compromete todo o corpo. As vivências não estão sob o controle da consciência. Podem ser “evocadas”, porém não dirigidas pela vontade. De certo modo estão fora do tempo, da memória, da aprendizagem e do condicionamento. O poder organizador que possuem as vivências deve-se a essa qualidade única de surgir como a primeira expressão afetiva do nosso organismo, com sensações corporais fortes.(TORO, Tomos 1991).

A Biodanza®, como uma nova linguagem metodológica que integram a emoção e a razão, torna o conhecimento indissociável da vivência, o que possibilita transformações evolutivas no comportamento e atitudes dos profissionais.

Com os recursos e perspectivas metodológicas da Biodanza®, a sua aplicação no contexto corporativo, principalmente nas áreas de maior envolvimento com clientes – (marketing e comercial), tem apresentado resultados motivacionais rápidos e duradouros.

Além disso, o fato de que a Biodanza® poder ser vivenciada indistinta e simultaneamente por pessoas de qualquer nível cultural, social ou hierárquico, contribui para horizontalização, onde não prevalece a função, cargo ou até mesmo conhecimento intelectual.

Cabe salientar, que a nossa proposta de Treinamento vivencial com metodologia de Biodanza foi aplicada e avaliada por mais ou menos 05 anos numa área das empresas que considero primordial - “o coração da empresa” – **Área Comercial**. Justifico, pelos seguintes aspectos:

- **“Pessoas que trabalham com pessoas:** – onde exigem um relacionamento interpessoal mais envolvente, onde entra a emoção de ambas as partes ou seja, toda a relação de negócio depende muito do conhecimento e da comunicação, do envolvimento do colaborador e o cliente”.

- **“Perfil do profissional”** - Estes profissionais são chamados de diversos “cargos” como: Consultores, vendedores, agentes de negócios, executivos, porém no exercício da função que “Vender”, todos passa a maior parte do seu tempo com funções mais suscetíveis às emoções das relações interpessoais. Lidam diretamente com a sua e a emoção do cliente.

A nossa experiência em treinamento nas empresas é muito diversificada, atuamos com diversos tipos de cursos que são destinados a vários públicos da empresa; mas a grande maioria são oriundos da área comercial. Somos uma empresa que prestamos serviços de Treinamento e consultoria às outras empresas, temos uma organização e estrutura própria de Prestação de serviços.

Oferecemos para o Mercado empresarial, **Cursos Abertos** (são cursos com um foco e pode ser profissional de qualquer empresa) e **cursos In Company** (cursos fechados para uma única empresa). Como atuamos com todo o mercado trabalhamos com a Indústria e comércio e Serviços. Queremos destacar alguns de nossos cursos que foram mais solicitados neste período e com retorno de aprendizagem de 90% fundamentada na parte teórica – prática e vivencial.

Nossa área de experiência é no Rio grande do Sul, com empresas situadas nas maiores cidades, das quais destacamos: Porto Alegre, Caxias do Sul, Bento Gonçalves, Santa Maria e Santa Cruz do Sul.

Os cursos são divididos por especialização ou perfil de atuação, independentemente do assunto todos têm a seguinte estrutura didática pedagógica: Três etapas, compostas de: **Teoria – Prática e Vivência**.

Cursos Técnicos – carga horária de 20hs. Oferecidos para áreas especializadas, dentro de um segmento do mercado.

Cursos Motivacionais - carga horária de 16hs, oferecidos a todas empresa de Produtos e Serviços.

Cursos de Marketing e vendas. – carga horária de 16hs, oferecido para comércio varejista e serviços e call center.

Cursos de gestão e Liderança - carga horários de 16 ou 20hs, oferecidos para cargos de Gerência e/ou Gestores da empresas.

Cursos para serviços de call center – carga horária de 16hs, oferecidos para todos os serviços de telemarketing e internet.

4.1 – Aspectos Positivos da Biodanza® no Treinamento Comercial.

Nossa proposta para treinamento com metodologia de Biodanza tem como base experimental, uma área específica da empresa, em que através dos treinamentos e acompanhamentos podemos medir os resultados quantitativos e qualitativos na relação interpessoal no trabalho, com os clientes, os colegas, com chefias.

Como resultado podemos destacar aspectos que foram visíveis, na mudança de comportamento e atitudes tanto na empresa como na vida pessoal.

4.1.1 - Fortalecimento Da Identidade.

Reforçar a identidade significa desenvolver a sua individualidade com potencialidade, competências e talento. Desenvolver a auto - estima, a valorização do seu trabalho, como algo fundamental para o crescimento dentro da empresa. Fortalecer sua imagem, fazendo-o perceber que não é apenas um contrato, um número na suas relações de negócios, mas um ser humano que merece respeito e cuidado. Como também deve ter respeito pelas relações humanas de negócios, pois a frente de cada negócio tem pessoas com sentimentos, emoções, desejos...

Através da metodologia vivencial da Biodanza®, os profissionais se tornam mais sensíveis às emoções, percepções e olhar para si próprio com maior responsabilidade com suas atitudes e ações.

O resultado é como uma fotografia do antes e depois. Percebe-se claramente nos traços do rosto, uma fisionomia iluminada, com brilho, postura mais ereta, com peito aberto, caminhar mais elegante. Na grande maioria percebemos esta mudança, principalmente nos casos em que os profissionais chegam com baixa estima, muito tímidos e desanimados com sua profissão. Esta mudança reflete no visual, aparência física mais cuidada e postura mais receptiva, alegre, suas atitudes são manifestadas, se tornam mais falantes, participam de bate papos, etc.

4.1.2 - Mudança de valores.

Embora ainda existam empresas com posturas autoritárias, comandos hierárquicos e/ou paternalistas, percebemos hoje no mercado gaúcho que mudou muito em todos os níveis de organizações. Elas têm como missão se tornar competitivas e valorizadas. Para isso acontecer é preciso ter uma equipe cooperativa, trabalhando num clima mais afetivo, saudável, cuidando do relacionamento com os clientes.

Hoje, Empresas e Organizações procuram desenvolver não só as relações internas, mas com a comunidade, fazer o seu papel com o social, com a natureza, com adoção de comunidades menos favorecidas. Os programas de treinamentos e palestras inclui uma preocupação maior com seus profissionais, que vai desde o cuidado físico, com alimentação, programas de recuperação de álcool e drogas, além dos programas educacionais e de capacitação.

O controle pelas metas, punições, desvalorização já não acontece com autoritarismo e rigidez. Continua tendo estes controles, porém foram revistos os métodos, hoje a grande maioria utiliza com métodos motivacionais, de incentivo ao comprometimento, ao crescimento e desenvolvimento.

Nós entramos nessa mudança mercadológica e aproveitamos para inserir um novo conceito metodológico nos cursos ministrados para área Comercial. Em todos os cursos, seja de Formação Técnica Operacional ou Desenvolvimento e Gestão,

Acrescentamos um módulo em que usamos a metodologia de Biodanza®, conjugando o trabalho com a parte vivencial foi um grande salto. Possibilitar que os treinandos/funcionários tivessem a oportunidade de “viver o seu dia a dia” de forma mais consciente, melhorar sua auto estima, seus valores e sua inserção nas equipes de trabalho e até nos ambientes sociais.

Nosso desejo de criar cursos com etapas que pudessem “linkar” o conteúdo teórico com a vivencia emocional e a prática. Que os funcionários pudessem sentir a empresa uma fonte de oportunidades de desenvolvimento e a assumir suas escolhas.

4.1.3- Integração de Equipes.

Todo curso de desenvolvimento e treinamento possibilita a integração das pessoas, a cooperação entre os membros da equipe. Com a introdução do sistema da

Biodanza®, percebemos que essa integração se deu de forma mais natural, mais amistosas e ricas em espontaneidade.

Através destes mecanismos, podemos perceber que resultou em equipes mais solidárias, mais cooperativas e com maior dinamismo e conseqüentemente melhor produtividade. As metas de vendas cresceram em todas as empresas que acompanhamos e hoje são vistas como forma de incentivo para o crescimento potencial e das competências individuais e da equipe como um todo.

A Biodanza® proporciona não só o fortalecimento da identidade, mas também o sentimento de fusão, de pertencer, de estar em conjunto vivenciando a emoção. O espírito de equipe dá estímulo a superação dos desafios, as metas de trabalho, deixa de significar sacrifício, pressão, tortura e passa a ser sinônimo de criatividade, realização, aprendizado e, sobretudo, prazer.



Curso de Criatividade é um Ótimo Negócio. (Caxias, 2006).

Foto vivencial - Curso Técnicas de Vendas no varejo (2006).



5. AS LINHAS DE VIVÊNCIA NO TREINAMENTO COMERCIAL.

Segundo o Modelo Teórico da Biodanza®, Rolando Toro classificou as vivências em cinco grandes conjuntos expressivos do potencial humano. Os exercícios estão selecionados para estimular a indução de vivências específicas dentro destes cinco conjuntos de potencial que constituem as "Linhas de Vivência".

As linhas de vivências são potenciais de vida latente em cada um de nós. São elas Vitalidade, Sexualidade, Afetividade, Criatividade e Transcendência. As vivências na aula de Biodanza® tem uma seqüência metodológica que varia de um facilitador para outro, porém deve ser levado em conta as linhas de vivência.

Considerando estas linhas da Biodanza®,(TORO), relacionando com características Organizacionais cabe citar as seguintes comparações elaboradas por GARCIA (2003).

Linhas de vivência Biodanza® (TORO)	Instintos	Emoções	Empresas Carlos Garcia
Vitalidade	Conservação – fome – sede	Alegria, Entusiasmo.	Motivação
sexualidade	Sexual - criação	Desejo, prazer.	executividade
Criatividade	exploratório	Exaltação criativa	Inovação
Afetividade	comunitário	Ternura, amor amizade.Solidariedade.	Relações
Transcendência	.Identificação Fusão/ dissolução	Beatitude, serenidade.	Visão, valores.

Estas linhas diferenciadas de potencial humano são de base genética. São ativadas ou inibidas por efeito de estímulos ambientais. Elas relacionam entre si e se potencializam reciprocamente. Cada pessoa tem tendência a desenvolver algumas Linhas de Vivência e a inibir outras. O estudo das Linhas de Vivência permite fazer uma descrição do mundo vivencial de qualquer pessoa.(texto internet –2007:1).

Procuramos aqui dar uma breve descrição e relatos de como encontramos no quadro funcional das empresas de acordo com as linhas de vivência, sua performance inicial e os resultados após a parte vivencial do curso.

Este acompanhamento foi durante o período do curso que se dá no mínimo de 04 dias (16hs) e no máximo 15 dias (40hs). Mas 90% dos cursos com carga horária de 16hs.

Em alguns casos a empresa nos solicita um acompanhamento após o curso, mantemos um cronograma de acompanhamento semanal / quinzenal no máximo 03 meses. Após este período somente um encontro semestral.

5.1 - Vitalidade.

Enfatizar a vitalidade nos exercícios de Biodanza® na empresa é expandir o ímpeto vital, a alegria, saúde, energia, dinamismo, produção. Estes perfis de profissional, normalmente são estressados, fumantes, alguns com peso acima do ideal. Para atividade de negócios comerciais, vendas requer pessoas dinâmicas, com rapidez de raciocínio, alegres, com bom humor, portanto é fundamental trabalhar a linha da vitalidade.

Como diz Rolando Toro em seus escritos:

No Sistema Biodanza o conceito de Vitalidade é essencial, já que trabalha com categorias como “Estilo de Vida”, Princípio Biocêntrico, Vivências de Vitalidade e Inconsciente vital.

A vitalidade está caracterizada, em termos gerais, por um bom nível de saúde e harmonia orgânica.

Desde o ponto de vista existencial, “vitalidade” significa ter fortes motivações para viver e possuir energia disponível para a ação (“ímpeto vital”) (TORO, 2002)

Na grande maioria das empresas os profissionais que atuam em Venda Interna (loja ou call Center) são jovens, na faixa etária de 20 a 30 anos. Com 60% mulheres e 40% homens. Na sua grande maioria tem vida atribulada, trabalham, estudam, tem família e o maior “stress profissional” é estar sempre “nas mãos do cliente” seus

negócios depende não só da necessidade, mas muito mais da “emoção”, do relacionamento com o cliente. Eles são o elo entre a empresa e o cliente.

Outro perfil destes funcionários é Venda Externa:

- Consultores e Agentes de negócios. Estes geralmente estão numa faixa etária de 30 a 40 anos, maioria são homens e, portanto não tem horário e nem lugar fixo. Quando tem clientes e negócios, passam a trabalhar a qualquer hora do dia ou da noite. Distribuí mal os seus horários, deixando muito pouco tempo para a família ou para lazer, esportes ou outros cuidados. Em geral ainda não apresentam sintomas de falta de saúde e, portanto confundem vitalidade com excesso de atividade, adoram falar sobre o acúmulo de atividades diárias.

Apesar de levarem uma vida tanto pessoal como profissional com algumas restrições, estas equipes têm características desafiadoras pelo tipo de função que obriga ir em busca dos clientes, atender, negociar, vender, etc. Eles tem muito “*pique*” são pessoas com garra, muito ânimo e dispostos para qualquer situação, e por conta disso é fácil despertar o interesse para os exercícios de vitalidade.

Destacamos os exercícios de caminhar, sincronização rítmica, danças, Rodas de boas vindas. Estes exercícios remetem rapidamente a uma necessidade de brincar, de falar, ficam eufóricos, querem compartilhar tudo o que estão sentindo, querem saber se está certo a sua forma de fazer. São ávidos por melhorias mesmo quando os obstáculos parecem se sobressair.

Os exercícios de vitalidade são sempre bem vindos pelo grupo, tanto no início de uma aula como após uma etapa de aula teórica. É um momento de alegria, descontração e relacionamento.

A experiência que tenho com Grupos Regulares de biodanza® é outros grupos dentro da Organização são muito diferentes de trabalhar com os profissionais da área Comercial. Estes são mais arrojados, mais positivos, são voluntários, querem fazer, não tem medo ou vergonha de se expor. Eles têm como qualquer grupo dificuldades, porém como diferencial é a vontade de fazer, de experimentar, vivenciar cada exercício.

Nossa constatação é que o processo de crescimento nas vendas e a motivação para a função ocorrem pela auto-estima elevada, pelo resgate de suas potencialidades e principalmente pela sensação de plenitude, vinculada a alegria e bem estar. Não

podemos garantir que este estado permaneça por pouco ou muito tempo. Isso é fonte de estudo para uma nova pesquisa.



Fotos: Curso Motivacional em call center. (2007)



Fotos: Curso de Vendas – final. (2007)

5.2 – Sexualidade

Sempre que se houve falar em sexualidade, a imagem popular logo associa a relação sexual, ao proibido, a sacanagem... Nas empresas este conceito soa como algo proibido, apesar de que sabemos que, nos bastidores, os comentários estão relacionados aos desejos, sentimentos e atrações masculinas e femininas entre os funcionários.

Na Biodanza® a linha da sexualidade não está restrita ao sexo ou uma parte específica de nosso corpo, sua proposta é ampliar a percepção da sexualidade. Ela tem a haver com todo o nosso ser, ao prazer de viver, sensibilizar para os desejos e ao profundo valor da corporeidade, freqüentemente esquecida pela intelectualização, robotização e esteriótipos ligada à beleza física atual.

Não é possível entrar na empresa e deixar a sexualidade de fora. Mesmo que muitas empresas tentem algo parecido, a questão da sexualidade é uma realidade, pois tratamos com homens e mulheres, com atitudes e emoções que envolvem sentimentos de discriminação, de atração, de machismo ou até de feminismo em algumas áreas.

Observam-se também, Os relacionamentos interpessoais, ainda estão contaminados pelas relações de poder baseadas nos preconceitos de gênero. Continuam existindo os assédios sexuais e morais... As “famosas cantadas”, já não são tão ousadas como antigamente, em função dos Processos judiciais.

A relação afetiva que envolve casais numa empresa não é bem aceita, tem suas precauções e gera desconfiança principalmente no exercício do cargo de chefia e subordinados. Até mesmo por exemplos na mídia de relações afetivas, casamentos e negócios não andam na mesma direção, as empresas dificultam por medo que a relação de trabalho com a relação afetiva, possa gerar protecionismo, acomodação, brigas que enfraquecem as relações de negócios.

Na área Comercial, percebemos que é muito mais comum encontrar casais do que em outras áreas da empresa. Eles se comportam como membros de uma equipe, com muita naturalidade que dificilmente é percebido algum comportamento que desperte o interesse de indagar o envolvimento.

Conforme o criador da biodanza®, Toro enfatiza em seus escritos que:

Os exercícios de contato e acariciamento exercem uma ação específica sobre a função sexual, estimulam os movimentos e sensações relacionadas com o erotismo, a identidade sexual e a função do orgasmo. Estes exercícios permitem o despertar das fontes do desejo e superar a repressão sexual.(TORO, Apostila. 2002).

Nesta linha de vivência, é bem visível que o prazer e o desejo estão ligados à valorização de si próprio, gostar de seu corpo, aceitação de sua idade e gênero. É tão forte o desejo de valorização e de ser percebido pelas pessoas, que normalmente no segundo dia elas se apresentam com um visual mais atraente, percebe-se pelo vestuário, adereços e com leve colorido no rosto, isso não é só na aparência física, mas modifica os gestos e até o modo de falar (menos ansiedade).

Na sexualidade trabalhamos com exercícios focados para despertar e sensibilizar para a percepção das próprias qualidades, valores pessoais, desejos e o poder de realização. A capacidade de ser assertivo, na conquista e encantamento de seus clientes. Nós procuramos sempre incluir um ou dois exercícios vivenciais na linha da sexualidade, principalmente por que estimulam o reencontro com a corporeidade e com o prazer de sentir-se bem com sua sexualidade (gênero masculino ou feminino). Usar sua identidade de gênero para abrir o seu espaço como profissional pela própria competência e não por um estereótipo vinculado a função exercida; adaptando seu estilo a um padrão exigido pelos outros.

Vou citar um exemplo: Tive uma aluna num curso de Marketing Pessoal, a moça aparentava uns 30 anos de idade, com uma aparência muito masculinizada, suas roupas, postura e seus gestos. Quando falava sua voz expressava agressividade e raiva. Após um trabalho de Identidade, no relato das vivências ela informou que trabalhava a mais de 11 anos numa empresa familiar como chefe de equipe na Construção civil. Tendo que lidar com mais de 20 operários. Pela necessidade de ser respeitada, aceita pelo grupo, foi moldando suas atitudes, seu comportamento ao estilo da empresa, ou seja masculino. Assim conquistou o respeito dos operários e do seu diretor e reconhece que aos poucos foi perdendo a motivação para cuidar da aparência, da própria feminilidade.

Depois do desabafo, percebi que nas próximas aulas já não era a mesma, havia se harmonizado, estava simpática, alegre, mais suave e mais bonita. Participava ativamente da aula com entusiasmo de uma criança.



Curso: Arte da sedução em vendas.,

Vivência em grupo, Como encantar o cliente.(2007)



5.3 - Criatividade.

Trata-se de liberar os movimentos e recuperar os gestos perdidos ou esquecidos. Há estudos de movimentos que visam uma tomada de consciência individual do corpo, para que os gestos não sejam mecânicos. Rolando Toro descreve que:

Se o ato de viver é uma manifestação sutil do portentoso movimento de um universo biologicamente organizado e em permanente “criação atual”, a criatividade humana poderia ser considerada como uma extensão destas mesmas forças biocósmicas expressa através de cada indivíduo. Nós somos a mensagem, a criatura e o criador ao mesmo tempo.(TORO, Apostila, 2002).

As vivências de Criatividade são estimuladas os impulsos expressivos e de inovação. A criatividade é estimulada através da “radicalização das vivências” que precedem o ato criador.

Situações de encontro, danças zoomórficas, estados expansivos de consciência, exercícios de percepção com os cinco sentidos, criam condições interiores para atividade em qualquer de suas áreas: desenho, pintura, dança, criação musical, cerâmica etc. O resultado é a expressão de vida em que se manifesta o mistério de seu criador. (Toro, apostila. 2002).

Com a industrialização e a própria tecnologia a criatividade foi abolida de uma grande parte das tarefas humanas nas empresas. Tarefas repetitivas, programadas de toda a espécie situadas nas fábricas, nas construções, nas empresas de tecnologias e até mesmo na área comercial dentro dos escritórios e call centers.

Conicionados por uma rotina mecanizada, com tempo mínimo de execução e maior produção, as tarefas são implantadas através de procedimentos que acabam “engessando” a criatividade e iniciativa no trabalho. Isso ocorre pela necessidade de padronização nas funções, que repercute na qualidade e produtividade.

É tão forte essa robotização, que com o passar do tempo os próprios funcionários se acomodam, preferem trabalhar com estas rotinas a exercer sua própria iniciativa. Encontramos muito esta dificuldade nos setores de atendimento, telemarketing, onde a maioria dos profissionais reclama de sentir-se engessados em métodos e scripts.

Somos chamados nas empresas para desenvolver nos profissionais, o potencial criativo, que anda adormecido. Esta reclamação vem das próprias empresas, que necessitam para a área comercial, profissionais criativos, inovadores, com argumentos convincentes e iniciativa para encontrar soluções.

Quando propomos nos cursos temas e exercícios de criatividade, que explore a liberdade de criação e responsabilidade nos resultados. A maioria não gosta de ter que tomar iniciativa, de criar, pensar em estratégias e mudanças de rotinas. Diríamos que essa falta de iniciativa se traduz pela preocupação de pensar, criar ...

De forma progressiva, procuramos em todos os cursos incentivar a criatividade com exercícios vivências estimulando a improvisação, imaginação e a coragem de sentir sua criação. Pois ousar é condição essencial no diferencial para realizar qualquer negociação. Através de exercícios Vivências de expressão gráficas, desenho, escrita, colagem, improvisações, teatro e até mesmo a criação de objetos em argila, e/ou produtos reciclados, para depois expor e muitas vezes é a parte prática do curso de vendas (vender sua própria criação). Buscamos também desenvolver a expressão em diversas formas, criando um clima de aceitação e não julgamento, para que amenize o medo e a limitação da própria expressão.

Essa melhoria se dá, principalmente, porque a Biodanza® faz aflorar a sensibilidade e a criatividade, dissolvendo as tensões do corpo. "A biodanza® ajuda a melhorar o nível de comunicação da pessoa com ela mesma, levando-a a assumir um espaço de responsabilidade amorosa consigo mesma", diz: *Eduardo Shinyashiki*.

O desenvolvimento de posturas criativas se traduz na área comercial da empresa, um perfil de profissionais mais abertos ao diálogo, flexíveis, confiantes, com percepções mais aguçadas e comprometidas com os resultados.

Criação aluno para o folder do curso:

Comportamento instintivo de combate e defesa nas empresas



5.4 - Afetividade

Os mecanismos de ação de Biodanza® sobre a linha da Afetividade estão nas situações de encontro e os rituais de vínculo que se pratica nas vivências, atuam sobre os participantes, despertando amizade, carinho, amor fraternal, altruísmo e solidariedade. Na apostila de criatividade segundo Rolando Toro:

A afetividade é expressão da identidade. Esta afirmação é a base teórica de nossa concepção da afetividade. A afetividade é um estado evolutivo superior que não está necessariamente unido a sensibilidade nem à inteligência. O sentimento de amor à humanidade, expresso em ações, está ligado ao processo evolutivo da espécie. Pessoas inteligentes e sensíveis, mas sem capacidade de amor, são capazes de inconcebíveis níveis de violência. (Toro, 2002)

Afetividade permeia todas as relações na área comercial da empresa. Está presente em cada ato, em cada decisão e em cada conflito. Muitas vezes são percebidas e outras vezes camufladas, desviadas e até mesmo manipuladas. Há uma “teia de emoções” sob as relações formais da empresa – normas, procedimentos, direitos e deveres. São emoções baseadas em valores e vivências pessoais que perseguem as ações profissionais.

A famosa frase que se tornou “chavão” nas empresas: *ao entrar na empresa é preciso deixar a sacola de problemas pessoais no lado de fora da empresa e só volta a buscar na saída!!!*

Na verdade, quem criou esta frase e até hoje é usada esqueceram que o ser humano é único! Tem identidade carregada de sentimentos e emoções, que ama, ri, chora, fica triste, tem conflitos existenciais e grupais. Relaciona-se com pessoas dentro e fora da empresa e, portanto é impossível qualificar ou separar emoções e sentimentos de acordo com o lugar, hora, pessoas ou situações. Qualquer tipo de autoridade, de comando, de rejeição ou frustração nas relações de chefia e subordinado, de cliente e funcionário, interfere nas percepções mútuas, na relação de afeto ou aceitação e principalmente no clima organizacional da empresa.

Se as relações são de coleguismo, de respeito, amizade e comprometimento, haverá harmonia, colaboração nas tarefas motivando o clima de afeto e bem estar da equipe.

O ser Humano é gregário por natureza, procuram associar-se a pessoas, equipes, grupos etc. Uma das suas necessidades básicas é fazer parte, de pertencer a uma determinada equipe, projeto ou tarefa. É muito fácil num curso ou treinamento proporcionar esta proximidade, criar vínculos num clima saudável, de transparência com trocas claras e respeitadas. Usamos muita a expressão: **“Fazendo Networking”**.

Incentivamos na nossa “fala” como também nos exercícios vivências, o respeito e aceitação do outro, Fazer com que os conflitos gerados por fofocas e “disque me disse” e críticas destrutivas não se torne uma constante nas empresas, deixar este espaço para afetividade, colaboração e desenvolvimento.

Em todos os treinamentos e cursos sempre trabalhamos exercícios vivenciais na linha da afetividade, considero uma das mais importantes, pois repercute não só no clima da equipe da empresa, mas também com fornecedores, equipes terceirizadas, o ambiente já se torna mais amistoso e mais participativo.

Normalmente no segundo dia de curso, os alunos estão muito à vontade, ficam mais próximos para conversar, procuram pessoas novas para se relacionar, a postura inicial de auto proteção deixa espaço para uma postura mais afetiva e permissiva. Conversam mais e simultaneamente se tocam, nos braços, nas mãos e até no rosto. Seus olhos são mais diretos, mantêm o foco.

Para exemplificar: *Tive um aluno de uma empresa que veio fazer um curso Aberto de Técnicas de Atendimento e vendas. No primeiro dia ele me disse que era muitíssimo tímido e que não conseguia vender, gaguejava, ficava vermelho e seu gerente como última chance deu o curso. No segundo dia de curso já estava com uma postura mais confiante. No dia após o encerramento o diretor da empresa me ligou perguntando o que eu tinha feito com o rapaz. Fiquei apreensiva pois ele teve dificuldades de se manifestar principalmente nas vivências de identidade! Pensei rapidamente: “surtou”!!! Para minha surpresa o relato de seu chefe foi que ele tinha retornado ao trabalho tão bem, muito confiante, que estava tão á vontade com os clientes, orientava com segurança e dinamismo e que numa manhã ele havia vendido mais do que nas últimas duas semanas!!!*

Como este caso é muito comum recebermos informações de acompanhamento após o curso de que o relacionamento da equipe se torna muito mais amistosos e

confiante. Que a relação com os clientes se torna mais equilibrada, com carinho, cuidado criando um vínculo de confiança.

5.5 - Transcendência

Em Biodanza o conceito de Transcendência consiste na função natural do ser humano de vinculação essencial com todo o existente: seres humanos, animais, vegetais, minerais; em síntese, com a totalidade cósmica. Transcender é superar um limite. Diz Rolando Toro:

O sentimento de íntima vinculação com a natureza e com o próximo é uma experiência que se tem poucas vezes na vida. Experimenta-la uma só vez torna-se possível iniciar uma mudança na atitude frente a si mesmo e frente aos demais.

Transcendência se refere a superar a força do Ego e ir “mais além” da autopercepção, para identificar-se com a unidade da natureza e com a essência das pessoas.

Quem não se pode abandonar a consciência de si mesmo, não se tem a possibilidade de ingressar na experiência transcendente. (Toro, 2002:3)

Na empresa, a transcendência como linha vivencial é permitir que os profissionais se adaptem à suas atividades, percebendo a importância e grandiosidade de seu trabalho como dimensão de progresso, de crescimento e realização. Normalmente a vivência amplia a percepção e conscientiza para uma realidade mais idealista, que seu trabalho volte ter “um valor” pleno como forma de expressão do homem, marcada por um significado pessoal.

Viver a transcendência no trabalho significa manter o sentido de transformação para garantir a sobrevivência do homem com qualidade, com prazer de saber que o resultado de seu trabalho tem um significado de progresso, de não estagnação, de parasitismo numa sociedade.

Toda pessoa nasce com um potencial genético, que pode ou não se desenvolver dependendo dos ecofatores (elementos do ambiente) que o indivíduo encontra durante sua vida no meio geográfico, cultural, condição social, econômica e política. A expressão desse potencial genético se dá também na relação com o seu trabalho e suas escolhas profissionais, cujo desenvolvimento ou bloqueio é determinado por estas escolhas.

As vivências de transcendência harmonizam, valoriza e reforçam o lado saudável, prazeroso que toda a profissão tem, independente do fator econômico, social e de status no mercado.

Ao vivenciar e transcender o lado mecânico, rotineiro e sofrido da atividade, mas elevar essa percepção para canais de energia que integram o homem ao cosmos, este passa a dar importância e sentir orgulho de seu trabalho por mais humilde e simples que pareça.

Ouvimos, por muitas vezes que é difícil trabalhar transcendência na empresa. Realmente considero mais difícil facilitar, por razões simples que nem sempre temos um local, tempo e vínculo com a equipe, mas quando é possível o resultado tem um grande significado na empresa, que é integrar e dar prazer ao homem por aquilo que faz como atividade remunerada.

Os exercícios vivenciais tem sempre o foco voltado para o indivíduo e o trabalho, portanto nesta linha utilizamos alguns exercícios que resgatam a paz, a harmonia e o vínculo interior. Cito como exemplo, alguns exercícios vivenciais como: Iluminação da presença (batismo de luz), iluminação interior, Transe místico (o grito vital). Transe giratório (túnel), Conduzir o cego - utilizamos para despertar a confiança em si próprio, a confiança no outro, a entrega...



Foto: elemento terra: vivência na natureza



Foto: Vivência da transcendência Túnel de batismo

6 - IMPLANTAÇÃO DA METODOLOGIA DE BIODANZA® NOS TREINAMENTOS

Neste capítulo procuramos descrever de maneira sucinta, os aspectos relevantes de nossa experiência com Biodanza nos treinamentos empresariais.

Como Pedagoga empresarial, adaptei a nossa metodologia de educação corporativa já usada nos cursos e treinamentos com a metodologia vivencial da Biodanza®. Nosso objetivo é encorajar aqueles que pretendem atuar com o Mercado Corporativo.

A empresa é vista como um organismo vivo. Assim é possível traçar um paralelo com a visão da *antroposofia**4 que sistematiza o conhecimento em quatro reinos: Mineral, vegetal, animal e humano. “Mundo mineral são os recursos materiais das organizações, tudo que é físico, tais como máquinas, equipamentos, instalações em geral. Os processos que dão vida aos recursos, é o reino das emoções, do humano”, Se esses elementos não estiverem em equilíbrio a empresa adoece, tal como um organismo vivo.

Um dos nossos princípios em treinamento e desenvolvimento baseia-se em uma metáfora de “Ponte” o elo entre as pessoas e o negócio. A ‘ponte da identificação, na qual o funcionário se identifica com a identidade, cultura e missão da empresa, e contrapartida esta pelo trabalho desenvolvido.

No novo modelo de fazer Treinamentos na área Comercial associando o conhecimento gerado pelo negócio da empresa (Operacional) – a Biodanza® que desenvolve aprendizagem vivencial e a parte prática que une a técnica e a emoção.

O resultado é uma filosofia que lida com a visão de um ser humano integrado, que alinha o sentir, pensar e fazer.

*4 **antroposofia**, originada do grego, significa “sabedoria do ser humano”, o que quer dizer, “consciência da nossa humanidade”, do que há de humano em nós.

A Antroposofia, dentro de uma civilização caracterizada pela ciência e pela tecnologia, parte para a investigação de uma realidade supra-sensorial, isto é, do que está além do alcance dos nossos sentidos comuns.

Seu criador, o filósofo Rudolf Steiner (1861-1925) a define como “um caminho cognitivo que visa levar o espiritual no ser humano ao espiritual no universo”. Através da Antroposofia busca-se perceber, através do conhecimento científico, a atuação do espírito, que permeia a matéria tanto no seu interior quanto na superfície.

6.1 - Etapas do Treinamento Comercial

Os Cursos tem um enfoque comercial, na sua grande maioria trabalha o desenvolvimento técnico e operacional das atividades, onde buscamos uma forma adequada para trabalhar equilibradamente “**Pessoas e o Business**”,

Adaptamos a este conjunto oferecido em três módulos: Cada módulo pode ter mais de uma aula, o que define o tempo é o conteúdo programático de cada curso.

I – Módulo Teórico: Com proposta bem diversificada com o conteúdo: apresentação em multimídia, dinâmicas, debates, exercícios e vivências introdutórias para que o aluno faça associação entre o conteúdo e a vivência experimentada.

Exemplo:

- *O curso pode iniciar com uma roda de boas vindas integrando as pessoas para depois fazer uma apresentação oral.*
- *O caminhar majestoso, caminhar celebrante, caminhar sinérgico, todos da linha da vitalidade após uma vivencia de roda seguida de apresentações.*

II – Vivencial: Após aplicação e o entendimento da parte teórica, facilitamos através de uma seção de Biodanza®, que contém uma seqüência de exercícios que possibilitem o entendimento vivencial ao conteúdo proposto no curso.

Exemplo:

- *Um curso de Marketing Pessoal tem como vivência central exercícios de Identidade.*
- *Curso de vendas tem como vivencias principais: Fortalecimento identidade, através da expressão do potencial criativo e vital.*

III – Prática: São simulações práticas vivenciando aprendizagem do conteúdo associado ao entendimento vivencial. Ou seja, a prática é o conjunto de informações técnicas e emocionais como resultado do curso.

- *Por exemplo: vamos simular uma mesa de negociações – envolve o aprendizado técnico, envolve a emoção, cuidado, carinho e acima de tudo respeito com as pessoas.*

- *Simulação de vendas = Uma ação que envolve um produto, a técnica e as emoções de uma relação interpessoal (cliente x profissional). A forma de fazer envolve exercícios de comunicação, dentre os quais reforço de identidade, vitalidade, criatividade, que dão sustentação ao profissional desenvolver a ação de vendas com mais respeito, ser criativo na argumentação, afetividade ao tratar com as pessoas, como também respeito, carinho e dinamismo. A confiança no fechamento do negócio.*

Tenho percebido na maioria dos trabalhos em empresas, com metodologia da Biodanza® tem um foco motivacional. Acredito que é possível ser utilizada em qualquer tipo de curso ou palestra, tanto motivacional como técnico/ operacional de acordo com objetivo ou negócio da Empresa.

Para qualquer facilitador, instrutor ou professor é necessário ter domínio do conhecimento da empresa, da técnica utilizada e conseqüentemente do perfil do grupo, de posse destas situações se torna muito mais fácil facilitar treinamentos técnico operacional, com foco no desenvolvimento, na motivação e aperfeiçoamento profissional.

Nos grupos regulares de Biodanza®, existe um objetivo individual, nas equipes de treinamento em empresas o objetivo principal é o trabalho e os objetivos que dão reforço a este propósito são os individuais, portanto as equipes na empresa, apresentam peculiaridades que se não forem consideradas pode comprometer todo o trabalho. Quando nos detemos a tais peculiaridades, não estamos fazendo concessões ou nos distanciando dos princípios que norteiam os conceitos de Biodanza. Pelo contrário, nos cursos em empresas, mais do que qualquer outro tipo de grupo, os mecanismos de ação escritos por Rolando Toro: Progressividade, auto-regulação, reciprocidade, princípios de realidade e ênfase na vivência devem ser enfatizados pelo facilitador sempre que possível na consigna e na demonstração do exercício.

Incluir nos cursos uma proposta vivencial com base no princípio biocêntrico é fazer uma revolução do sentir, abalando alicerces emocionais principalmente nas estruturas arcaicas com profissionais muito teóricos e racionais para deixar nascer uma nova percepção de si e do mundo, que permite um comportamento diferente com atitudes mais humanas e flexíveis.

Utilizamos esta metodologia de forma “oficial” desde 2002; ou seja, cinco anos de experiência e podemos garantir que os resultados são imediatos e positivos.

Certamente não será possível descrever todas as experiências da “fusão” *Técnica / operacional / vivencial*, mas com certeza são experiências ricas e com relatos importantes (*anexo I*), que modificaram planejamento e estruturas de muitas empresas, como também a forma de atuação e relacionamento dos profissionais com clientes, fornecedores e internamente.

6.2 - Local e Vestuário

O ideal na empresa, que os cursos com Biodanza se dê fora do ambiente de trabalho. Na grande maioria os nossos cursos são em Hotéis ou locais específicos para treinamento, com salas amplas e adequadas, com cadeiras removíveis, espaço para as vivências. É importante análise prévia do espaço que se tenha conforto, boa acústica, som e outros equipamentos de apoio. Procuramos sempre enfatizar no momento da contratação que o ideal é levar a equipe para um lugar neutro, fora da empresa, onde eles se sintam desconectados do ambiente físico. Facilita a concentração e os resultados de aprendizagem.

Fazer o curso no local de trabalho se torna desgastante, se perde muito tempo com saídas de um ou outro profissional, sempre tem um “gestor” que vem buscar o funcionário para fazer algo que só ele faz, ou até atender um cliente.

O local que se faz Biodanza nas empresas é diferente do padrão normal conhecido nos cursos regulares, aonde normalmente tem colchonetes ou almofadas para sentar-se e o pessoal vem com roupas informais e adequadas para exercícios.

Nos nossos treinamentos, mesmo que o pessoal sabe que vai fazer um curso as pessoas vêm vestidas para o trabalho, portanto os trajes são mais formais de uso diário para o trabalho. Nós nos adaptamos a esta realidade, partindo do princípio que cada um está como gosta ou como a empresa exige e para isso, fizemos questão de mantê-los como estão, com calçados, casacos etc. Na medida que vão se sentindo a vontade, até mesmo pela prática dos exercícios acabam tirando casacos, blusas e muitos até o calçado.

Para nós o importante é o fazer bem algo que se propõe, não vai como tirar os sapatos, gravatas, vestir roupas folgada que vai melhorar a performance de cada um!

Procuramos com isso levar a idéia que mesmo com regulamentos e formalidade podemos ser nós mesmos com uma identidade fortalecida, fazendo o que gosta, ter liberdade de expressão com auto-regulação, sem medo de ser feliz profissionalmente.

Desde o início, percebemos que a roupa, ternos, uniformes, não atrapalha, até por que os exercícios são selecionados para que possam fazer de acordo com o seu dia a dia na empresa. Mas as mudanças ocorrem, a partir do segundo dia, normalmente estão motivados com um visual bem apresentável que vai desde o vestuário até o cabelo. Concluimos que a medida em que melhora o humor, auto-estima e se valorizam mais automaticamente cuidam melhor do visual externo, como forma de mudança

interna e externa.



Exemplo de formato para aula teórica e vivencial

Exemplo de



formato para aula vivencial.

Sala de aula com formato para aula teórica, prática e vivencial.

6.3 - A consigna.

De acordo com a metodologia II(*5), a seção de Biodanza® tem uma estrutura metodológica, para a Parte Vivencial de Biodanza é necessário selecionar um número médio de dez exercícios e colocá-los em seqüência, tendo como critério ordenador o aumento progressivo do grau de intensidade vivencial desde o começo até o final.

Conforme ROLANDO TORO, dentro das etapas estruturais da metodologia, relata que:

A consigna é uma explicação breve que o facilitador dá ao grupo sobre o exercício que se vai realizar. A qualidade das vivências depende em grande parte das consignas. Há consignas simples, descritivas e há consignas em que o facilitador se compromete, se entusiasma e dá permissão. O facilitador influi no estado de ânimo dos alunos, criando matizes e variações do tom afetivo através das consignas.(TORO.. Metodologia II 2003: 9).

Na empresa, a consigna tem uma grande importância. É neste momento que se prevalece o potencial do facilitador, digo isso, porque num curso com objetivos mensuráveis, com teoria, prática e a vivência passa a ser o elo de toda a compreensão de um aprendizado. As consignas são focada nos objetivos e no desenvolvimento dos potenciais de cada indivíduo, equipe e a empresa.

Exemplo no curso de negociação e vendas: ***Consigna de uma roda de olhares:*** *tem um objetivo e este deve ser traduzido pelo facilitador de forma simples clara e com poder de sensibilização. Neste caso ele introduz falando na relação do profissional e do cliente, do que as pessoas buscam encontrar num olhar, na sinceridade, na expressão etc. etc. é um momento de conscientizar o quanto este profissional na sua forma de olhar pode se relaciona com as pessoas..etc., etc.*

As consignas deve facilitar o entendimento do exercício vivencial, instigar o desejo do aluno entrar na vivência de cada exercício proposto.

Em mais de 10 anos trabalhando com treinamento nunca tive um aluno que se recusasse fazer um exercício.Eles se entregam e por mais dificuldade que possam ter, mas desde que eles se sintam bem conduzidos, seguros e confiam no conhecimento, na sensibilidade do facilitador ao demonstrar através da consigna e na relação da vivência através do exercício e na relação do objetivo proposto.

6.4 – O Facilitador

Dinamizar a teoria na prática vivencial, encontramos inúmeras limitações, tanto na educação como no meio empresarial. No entanto, nossa preocupação aqui é auxiliar os facilitadores da Biodanza® da realidade em que se encontra a educação corporativa, permitindo orientar uma prática vivencial adequada às empresas.

BARRETO (1995), citado por Bomfim na revista *Pedagogia no treinamento*, apresenta suas idéias sobre a relação entre educador e educando, foca o processo de transmissão de informações e as estratégias de ação do educador.

O êxito do treinando está em grande parte na ação do instrutor... os procedimentos: (1) receber a informação;(2) processar as informações recebidas, compreendê-las; (3) Aplicar estes conteúdos em nível prático, analisando-os em parte e no todo, e (4) analisar aplicabilidade na solução de dificuldades e nas inovações. (Barreto, p.81).

Tanto o pedagogo na escola como o Facilitador de treinamento, devem estar imbuídos de metodologias que motivem os treinandos desenvolver ações significativas e envolventes. Nesse momento, os exercícios vivenciais propõe a participação, retiram os alunos ou os profissionais da sua cômoda posição de receber informações acabadas e repeti-las, para uma posição mais ativa de vivenciar a tarefa proposta através da consigna e que a mesma possa apoiar-se com a familiaridade no campo conceitual. É o momento que a teoria têm importância e faz sentido, o facilitador através da consigna precisa iluminar o desejo provocado a vivência.

Diógenes, citado por Bomfim em sua revista *Pedagogia no treinamento* relata dos critérios para atingir o perfil de facilitador na empresa, é ter segurança teórica do que está fazendo, conhecer a proposta solicitada pela empresa, como também o perfil de profissionais, o produto ou serviço que a mesma oferece ao mercado.

Cumprir a missão de facilitar processos de pessoas e grupos não é tarefa muito fácil. Exige, do facilitador um processo permanentemente de cuidado consigo mesmo. O respeito pelas próprias limitações, o reconhecimento e valorização da própria grandeza e o compromisso com a própria evolução. É um contato profundo com o arquétipo do curador. (DIOGENES, 2001).

A minha experiência como facilitadora, que a primeira etapa é conquistar a confiança do grupo, perceber nos primeiros momentos o que acontece em volta de mim, a relação do grupo entre si e com o facilitador. Como tenho um grande domínio de sala de aula como com os conteúdos teóricos e práticos de todas as empresa que presto serviços, fica muito fácil usar a criatividade e adaptar a questão necessária para criar consignas que propõe vivências de que o grupo necessita experimentar.

Normalmente em todos os grupos é necessário trabalhar “Fortalecimento de identidade”, elevar a auto-estima, fazendo-os acreditar no seu potencial, para qualquer atividade que venha desenvolver. Este é o grande passo, a partir daí os resultados tanto nas vivências como nas simulações práticas são compreendidas e acreditadas por eles mesmos.

6.5 - A vivência.

Num primeiro momento da Biodanza® na empresa, iniciamos a parte vivencial com os exercícios de vitalidade: caminhar individual, em pares ou grupos, sincronização rítmicas, rodas de apresentação... Normalmente no primeiro caminhar (igual a uma iniciação de Biodanza), as pessoas se locomovem mais lentas, arrastadas, olhando para baixo ou para o lado, os braços não acompanham o corpo e os passos são pesados, postura ereta ou em alguns casos extremamente curvados.

Após alguns exercícios, percebemos as mudanças, é tão visível que muitas vezes fico emocionada ao presenciar. Um caminhar pesado, passa ser mais solto mais harmônico com sintonia entre a cabeça, braços e pernas.

Em todos os módulos temos uma parte vivencial, os exercícios variam de forma progressiva, iniciamos com caminhar ou roda de boas vindas e a partir daí as vivências centrais vão de encontro com a proposta do curso.

Embora a vivência de Biodanza® varie conforme os objetivos específicos que queremos alcançar, em todos procuramos prioritariamente trabalhar o profissional como ser humano, seus desejos, motivações, emoções etc. Para isso, sempre se incluem na proposta vivências básicas como: Caminhares, sincronização de

movimentos, segmentares - integração dos três centros, encontros, olhares e rodas de integração, boas vindas e despedidas.

No módulo vivencial a seqüência de exercícios são escolhidas de acordo com os temas específicos desenvolvidos em cada programa de treinamento. Por exemplo: No curso **Criatividade é um ótimo negócio**, objetivo central é Desenvolver a criatividade na área de negociação e vendas. Portanto, os exercícios centrais são da linha da criatividade.

Trabalhos como de **Marketing pessoal** onde o objetivo geral é melhorar a auto-estima e suas capacitações, os exercícios centrais são de **Fortalecimento identidade**.

As vivências em geral são emocionalmente fortes, salientamos que nas empresas com alta competitividade, equipes que sofrem pressão de vendas, operadores de call centers são sempre mais intensas. Também nos últimos meses do ano (de outubro à dezembro) período de maior stress, nas vivências as pessoas estão mais sensíveis, se emocionam, choram, tem risos constantes e alterados, suam demais. Após aquela descarga de emoções, normalmente saem felizes e eufóricos, com a auto – estima elevada.

Embora os grupos mais jovens se mostrem mais eufóricos com as vivências, os grupos com mais idade são mais experientes e portanto são mais cuidadosos e reservados, porém são mais profundos nos relatos.

O ganho é que todos os temas apresentados são vivenciados por eles e normalmente descobrem e reforçam na ‘fala’ os sentimentos, as mudanças, o desejo de reformas de conduta pessoal e profissional.

Como diz Ruth Cavalcante em Educação Biocêntrica:

“A vivência como ponto de partida auto-reguladora no processo de aprendizagem reforçada pelo prazer, corpo em movimento: ritmo, melodia e harmonia” (CAVALCANTE, 2001).

A vivência num curso possibilita o equilíbrio entre o profissional como indivíduo e a empresa, respeitando seus objetivos e adequando o que deve ser comum para o desenvolvimento e crescimento de uma empresa sólida, bem sucedida, humana e comprometida com os clientes internos e externos.

Normalmente no final de cada curso, faço uma avaliação com os treinandos, pode ser verbal ou escrita, mas peço que descrevam o que estão sentindo, se gostaram da metodologia aplicada...

Os resultados nos faz acreditar que estamos no caminho certo, a metodologia da biodanza® aplicada nos treinamentos é a melhor forma de motivar, sensibilizar e acreditar que podem ser profissionais com sucesso e acima de tudo pessoas de bem consigo e com o mundo.



Curso de Telemarketing – Caxias do sul (2006)



Curso de Criatividade em vendas – Caxias do Sul (2006)

7. ANEXOS.

7.1. avaliação da pesquisa metodológica.

De acordo com nossa Avaliação metodológica de treinamento, convidamos para uma amostragem de 100 funcionários participantes de diversos cursos em diferentes empresas da área comercial. As datas foram num período de 10 meses no ano de 2006.

1. Avaliação geral do curso:

Descrição	Ruim	Regular	Bom	ótimo
conhecimento	0	0	20%	80%
Metodologia Aplicada	0	0	10%	90%
Domínio no Assunto	0	0	15%	85%
Domínio prático vivencial	0	0	10%	90%

METODOLOGIA:

	Teoria	vivencial	As duas etapas	Não sei
Método de aprendizagem	0	0	100%	0
Conteúdo técnico	10%	20%	70%	0
Conteúdo comportamental	20%	20%	60%	0
Formas de comunicação	10%	20%	70%	0
Formas de Interação, estímulos e incentivos.	0	20%	80%	0

COMENTÁRIOS SOBRE O MÉTODO VIVENCIAL DO SISTEMA DE BIODANZA®

Selecionamos alguns relatos escritos após o curso:

1. Pergunta: O que você achou do método utilizado e como está se sentindo após o curso:

- Muito interessante, pois simula situações práticas de negócios e nos permite ver mais facilmente o que precisamos mudar em nosso comportamento. Estou mais consciente da postura necessária e com maior entendimento de mim e da formação. (aluno sem identificação. 04/2006).

- Sinto-me mais motivado e com esperanças de ser um profissional com mais sucesso. (elliane 06/,2006)
- Menos tímido nas relações com os colegas e com os clientes. (Jader.2006)
- Diferente!. Com uma concepção de ter aprendido algo que mudará meu comportamento.(Paulo Luca. 06/2006).
- Me sinto bem, ressaltou pontos deficientes que eu já tinha conhecimento, mas também serviu para reforçar meus pontos positivos e me sinto com mais potencial.(Patrícia, 08/2006).
- A metodologia foi muito atrativa, interessante e original. Me sinto com mais vontade de mostrar meu desempenho. (Cristina, 08/ 2006).
- Sinto-me muito bem com vontade de fazer tudo o que vivenciei tanto no trabalho como na minha vida pessoal.(André Motta.08/2006).
- A o vivenciar nos exercícios senti o quanto é importante a nossa conduta. Nosso comportamento. Me sinto realizado e mais motivado. (José Heitor Oliveira, 2006).
- Muito seguro, capaz e confiante, Posso dizer que estava no lugar certo na hora certa. Só tenho agradecer. (Fábio Lima. 2006).
- Adorei, por que mexe com as emoções das pessoas e que vai ao íntimo de cada um. Talvez daqui a algum tempo não lembramos da teoria, mas com certeza lembraremos das vivências. (Paty, 10/2006).
- Sinto-me mais relaxado, com mais confiança em mim. Vou procurar levar para o meu dia a dia. (Adriano. 10/2006)
- Adorei, pois a vivencia é o que faz com que fique marcada a experiência. Estou com uma visão e mais otimista sobre o presente e o futuro, sabendo que posso mudar para melhor e atingir meus objetivos.(Ivanete da Silva, 10/2006).
- Gostei do método porque podemos enfrentar nossos medos e com certeza serei mais seguro e menos tímido com clientes e com qualquer pessoa. (Gilson, 11/2006).
- Feliz e com vontade de colocar em prática tudo o que aprendi e vivenciei.(Márcio, 11/2006).
- Adorei a metodologia, me sinto renovado, saio do curso consciente do meu valor, mas também que o meu sucesso como profissional, depende muito mais de mim. do que da empresa e do cliente. Eu tenho que estar bem comigo e com o mundo. (Júlio César, 12/2006).

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFIA

ANDRADE, C. R. de. **Educação Biocêntrica**: vivenciando o desenvolvimento organizacional. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2003.

ALMEIDA, C.L.S. de. **Método vivencial**: reflexões para uma crítica epistemológica. 1994. Monografia (Formação de facilitador de Biodança) – escola de Biodança do Ceará, Fortaleza, 1994.

CHIAVENATO, Adalberto, **Recursos humanos**. Edição compacta, São Paulo, Atlas, 1998.

CAVALCANTE, R. **Educação biocêntrica**: um movimento de construção dialógica. Fortaleza: CDH, 2001.

GARCIA, C. **La Organización como rede afectiva** – material para formação em Desenvolvimento Organizacional Biocêntrico. Porto Alegre: Frater espaço Biocêntrico, 2003.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

HENGEMÜHLE, Adelar. **Gestão de ensino e práticas pedagógicas**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2004.

BOMFIM, David. **Pedagogia No Treinamento**: Correntes pedagógicas no ambiente de aprendizagem nas organizações. 2 ed. Revista ampliada, Qualitymark : 27-143p.

PERRENOUD, P. **Construir as competências desde a escola**. Trad. Catarina Eleonora f. da silva e Jeanne sawaya. São Paulo: Cortez: Brasília, DF: UNESCO, 2000.

Revista Melhor: Gestão de pessoas; Nº 202; editora Segmento: São Paulo – SP. 2004.

Revista Melhor: Gestão de pessoas Nº 213. Editora Segmento: São Paulo – SP; 2005.

SENGE, P. M. **A quinta disciplina**; arte teoria e prática da organização de aprendizagem. São Paulo: Editora Best Seller, 1990.

TORO, r. **Coletânea de textos de Biodança**. Fortaleza: ALAB, 1991.

TORO, R. **Apostilas do curso de Formação Docente em Biodança**. International Biocentric Foundation, Tradução Feliciano Flores: Porto Alegre, 2002.

TORO, R. **Definição e modelo teórico de Biodança** – apostila do curso de formação de Docentes em Biodança. International Biocentric Foundation, 2005.

9. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BENNIS, W. G. Desenvolvimento organizacional: sua natureza, origens e perspectivas. São Paulo: Edgar Blucher, 1972.

BOFF, L. **Saber cuidar**: ética do humano – compaixão pela terra. Petrópolis: vozes, 1999.

CAPRA, F. **As conexões Ocultas**: ciências para uma vida sustentável. São Paulo: Cultrix, 2002.

CAPRA, F. **A teia da vida**: Uma compreensão científica dos sistemas vivos. São Paulo: Cultrix, 1996.

TORO, R. **Biodanza**. São Paulo: Olvobras, 2002.