



## MINAS PARA O MUNDO: TALENTOS E POTENCIAL ECONÔMICO DO ESTADO SÃO ENALTECIDOS EM EVENTO INTERNACIONAL

Realizado pela Dasein, o 1º Café com Negócios: Minas pode Mais reuniu executivos, representante do Governo do Estado e trouxe, pela primeira vez a Belo Horizonte, o diretor da AESC Brian Glade.

Páginas 3, 4, 5, 6.

### INSPIRE-SE

Com um método arrojado, Cris Alves está reinventando a consultoria de imagem. Em entrevista exclusiva, ela aborda referências fundamentais na construção de sua trajetória e compartilha particularidades de um processo criativo que leva em consideração estudos nas áreas da neurociência, Gestalt e psicologia facial.  
**p. 13, 14, 15, 16.**

### REPORTAGEM

Com uma trajetória de mais de 20 anos, a Dasein atuou nos bastidores de grandes transformações do mercado, a exemplo do setor de telecomunicações no Brasil. O que foi feito na época e quais as apostas da nossa equipe para essa área que, sem dúvidas, precisa estar à frente na intensa corrida tecnológica.  
**p. 8, 9, 10, 11, 12.**

### PONTO DE VISTA

Em mais um artigo instigante, nosso colaborador internacional Lee Ellis, que preside a respeitada Leadership Freedom, traz quatro orientações valiosas para as lideranças manterem e impulsionarem seu poder de influência, sempre com base em preceitos de uma conduta ética e honrosa.  
**p. 17.**



## PANORAMA | CAFÉ COM NEGÓCIOS

# EM PRIMEIRA VISITA A BELO HORIZONTE, O DIRETOR DA AESC BRIAN GLADE PARTICIPA DO 1º CAFÉ COM NEGÓCIOS: MINAS PODE MAIS

Créditos fotos: Camila Rocha



Indústria, agropecuária, tecnologia, pesquisa, mineração, gastronomia, turismo, talentos. Minas são muitas, assim como seu potencial econômico: pulsante, dinâmico, robusto. Com o objetivo de mostrar a importância da economia do Estado para o mundo, assim como os avanços alcançados pelos executivos mineiros, a Dasein realizou o **1º Café com Negócios: Minas pode Mais**, evento internacional que recebeu pela primeira vez em Belo Horizonte o norte-americano Brian Glade, diretor global da AESC (Association of Executive Search and Leadership Consultants), principal entidade internacional representante das empresas de executive search e desenvolvimento de lideranças, com sede nos EUA.

Além da equipe de consultores Dasein, o evento reuniu lideranças, executivos do setor de gestão de pessoas e o representante do Estado, Marcos Mandacaru, assessor estratégico do vice-governador de Minas Gerais e especialista em atração de investimentos estrangeiros diretos. Em sua apresentação durante o 1º Café com

Negócios, ele destacou, por meio de dados e estudos detalhados, o grande potencial econômico mineiro, assim como sua influência história e política como um dos mais importantes Estados do Brasil.



### **DASEIN EXECUTIVE SEARCH**

Av. Raja Gabáglia, 3117 – Conjunto 116 – São Bento  
Cep:30350-540 – Belo Horizonte | MG

**Tel: (31) 3291-5100**

[www.dasein.com.br](http://www.dasein.com.br)  
[dasein@dasein.com.br](mailto:dasein@dasein.com.br)

### **DIRETORIA EXECUTIVA**

Adriana Prates – CEO  
Daniel Rezende – Diretor de Operações

### **DNEWS**

Órgão de divulgação da Dasein Executive Search

### **JORNALISTAS RESPONSÁVEIS**

Aline Ferreira (MTB – 11.559/MG) e Pollyanna Alcântara (MTB – 11.233/MG)  
Diagramação: Gabriela Mendes





Equipe de consultores Dasein recepcionam Brian Glade.

“O 1º Café com Negócios foi uma oportunidade para mostrar todo o potencial econômico de Minas Gerais, um Estado extremamente rico e diversificado. Contamos tanto com setores tradicionais e estratégicos como indústria, agropecuária, mineração, até as mais modernas e promissoras startups do país que junto de importantes centros de inovação espalhados pelo interior mineiro são verdadeiras joias para um futuro cada vez mais inovador e próspero”, destacou a CEO da Dasein, Adriana Prates.



Adriana Prates ao lado de Brian Glade e Marcos Mandacaru.

Segundo ela, devido a Dasein ser a única empresa mineira a fazer parte do seletor grupo de consultorias globais da AESC há uma necessidade de explicitar todo o valor econômico do Estado e a importância de seus talentos executivos, muitos deles à frente de grandes multinacionais. “Além disso foi uma honra recepcionar uma liderança de renome internacional como Brian Glade, em sua primeira visita a Belo Horizonte.”

O dirigente teve a oportunidade de conhecer de perto os dados que mostram o diferencial dos executivos mineiros o que, de acordo com Adriana, “vai impulsionar nossa rede de talentos na AESC. Foi uma forma de darmos visibilidade a esses profissionais e também aos segmentos de negócio que o estado comporta.”



Marcos Mandacaru durante apresentação no Café com Negócios.





Da esquerda para a direita: Cris Alves, Flávia Presoti, Adriana Prates e Marcos Mandacaru.



Adriana Matta e Jordana Alves.



Klaus Hedegaard e Adriana Prates.



Aline Ferreira, Flávia Presoti e Adriana Muls.



Adriana Matta, Adriana Prates e Cris Alves.



Brian Glade e Daniel Rezende.



Daniel Rezende durante apresentação no Café com Negócios.





Brian Glade, diretor da AESC.



Daniella Cançado e Cris Alves.



Glade recebe lembranças de Minas Gerais.



Marcos Mandacaru e Adriana Prates.



Brian Glade, diretor da AESC.



Daniela Maciel entrevista Adriana Prates.



Eduardo Matias Campos, Erun Diniz e Paulo Ângelo Souza.



Adriana Prates e Daniella Cançado.

## GARIMPO



### ACONTECIMENTOS DA POESIA

“Nem sempre a poesia se encontra onde foi anunciada”. O livro recém-lançado de Fernando Paixão traz análises e reflexões sobre diversos autores reunidos em ensaios escritos nas últimas três décadas sobre o lugar da poesia na vida das pessoas. Paixão investiga com leveza as experiências que diferentes tipos de poemas podem proporcionar aos leitores. À venda na internet ou em livrarias próximas de você.



### EQUILÍBRIO INSTÁVEL

Depois de passar por São Paulo e Rio de Janeiro, a próxima parada da exposição inédita do pintor suíço Paul Klee na América do Sul será a capital mineira Belo Horizonte. A mostra reúne mais de 120 obras do aclamado artista que integrou o icônico movimento Bauhaus e influenciou, dentre outros, talentos célebres como Pablo Picasso e Wassily Kandinsky. A exposição poderá ser vista, gratuitamente, no CCBB BH entre 28 de agosto e 18 de novembro.



### O PODER DA CORAGEM

Neste especial realizado pela Netflix, a autora e pesquisadora premiada Brené Brown sugere uma nova postura perante a vulnerabilidade. Segundo ela, é preciso ter coragem para mostrar as fraquezas e para ser imperfeito (como todos são). Dinâmico e envolvente, o especial mostra, com uma boa dose de humor, o que é preciso para trocar o conforto pela coragem em tempos marcados pela escassez, pelo medo e pela incerteza.



### REFLEXÕES MUSICAIS

Elogiada mundo afora, a Orquestra Filarmônica de Minas Gerais amplia sua abrangência e estimula reflexões sobre seu repertório e processo criativo em concertos comentados e ensaios abertos. É uma oportunidade valiosa de saber mais sobre um repertório exemplar, ter contato com músicos de primeira linha e com o regente e diretor artístico Fábio Mechetti. Sem dúvidas, um programa enriquecedor para todos os sentidos (detalhe: o prédio-sede da orquestra é uma atração à parte). Confira a programação do segundo semestre de 2019 em: [filarmonica.art.br](http://filarmonica.art.br).

Gostou das nossas escolhas? Para saber mais sobre cada dica, acompanhe nossas redes sociais no Facebook, LinkedIn, Instagram e Twitter. Basta procurar por Dasein Executive Search e seguir nossas páginas.

**REPORTAGEM | DASEIN: 21 ANOS DE HISTÓRIA NO MERCADO DE TELECOM**

## **PESSOAS CERTAS PARA DESAFIOS EXIGENTES: CONHEÇA O PAPEL DA DASEIN NA TRAJETÓRIA DE SUCESSO DAS EMPRESAS DE TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL**



Hoje é a transformação digital; há poucas décadas (entre 1970 e 1980) foi a era da informação; antes disso, a industrialização... Por quantas mudanças e desafios ligados à economia o homem passou? Foram muitos e com diferentes causas, mas sempre há um ponto em comum entre eles: a superação, algo genuinamente humano. Afinal, são as pessoas que estão por trás de tudo. Por mais celebrados que sejam adventos como inteligência artificial, internet das coisas, big data, o sucesso ou o fracasso de um negócio - e em alguns casos de um mercado inteiro - passa, necessariamente, pelas pessoas.

No passado recente, um setor extremamente importante para a economia brasileira viveu mudanças não menos que radicais: as empresas de telecomunicações participaram de um intenso processo de privatização. Novas tecnologias, novas culturas (estrangeiras, diga-se de passagem), modus operandi diversificado, hábitos incomuns, riscos. Sem as pessoas adequadas, essa transformação não teria sido tão bem sucedida. Mas como sabemos, não foi o que aconteceu e a Dasein teve uma boa parcela de responsabilidade nessa história de sucesso.

Naquele momento, vivia-se uma mudança de cultura nas telecomunicações - com custo elevado, a telefonia fixa foi cedendo espaço para os celulares que apresentavam muito

mais vantagens e acessibilidade. Era um mercado novinho em folha para ser explorado. Entretanto, havia um grande desafio: as novas tecnologias demandavam mão de obra especializada, e isso era escasso. “Percebendo de imediato o dinamismo e a competitividade que essas empresas estavam chegando ao Brasil, identificamos mercados que tinham um modelo de negócios similares como varejo, bebidas, comércio e até mesmo da própria indústria. Aquelas que estavam na vanguarda eram também alvo das nossas abordagens de captação desses profissionais. Atraímos profissionais especializados em tecnologia em todo o país. Além disso buscamos profissionais que atuavam nos fabricantes multinacionais de celulares, softwares e sistemas diversos”, relata Adriana Prates, CEO da Dasein.

Ela conta que em 1998, período inicial dessa grande transformação das teles, a Dasein foi selecionada pela então Maxitel, hoje TIM, para prestação de assessoria exclusiva em sua fase de implantação e ampliação, parceria que durou mais de 10 anos. “Começou em Minas Gerais, depois seguiu para a Bahia, Sergipe, culminando na transferência da sede da TIM para o Rio de Janeiro. A Maxitel, diferente de outros concorrentes no leilão que assumiram algumas estatais, fez o start up do zero. Apoiamos a contratação de milhares de profissionais, desde



os níveis de entrada como estagiários, trainees, analistas e especialistas até os níveis executivos como alta gestão e diretoria. Assumimos não somente o recrutamento e o assessment da TIM, como também os projetos nacionais de gestão por competências, desenvolvimento de líderes e formas inovadoras de desenvolvimento de time como o aplicado ao High Potentials, entre outros”.

“

“As atividades empresariais são desenvolvidas com um imenso conjunto de processos e, claro, conduzidos por pessoas, por lideranças. São as pessoas as responsáveis pelo sucesso das práticas e, em última linha, pelos resultados. Por esse motivo a escolha dos profissionais certos é tão importante. No momento em que estava à frente da Tim e da Oi, ocasião que contratamos a Dasein, tiramos uma preocupação dos ombros dessas organizações, ao delegar a uma empresa especializada e competente a seleção de pessoas – a nossa especialidade era a telecomunicação, era a esse serviço que tínhamos que nos dedicar. Fazia muito mais sentido, portanto, delegar a contratação dos melhores talentos a quem tinha essa expertise, as técnicas e banco de dados apropriados.

Foi por meio da seleção realizada pela Dasein que pude contar com grandes profissionais, os perfis ideais para aquele setor e momento do mercado. Tínhamos um ambiente de trabalho muito saudável, uma ótima conexão entre os integrantes da equipe - talentos que, inclusive, continuaram a prosperar em outros ramos de atividades. Fico feliz quando encontro profissionais com quem trabalhei naquela época, hoje se destacando na indústria de telecom ou em outras empresas de ponta. Tenho muito orgulho de cada um deles, dos profissionais que se tornaram.”

Luiz Gonzaga Leal,  
professor e sócio da Belox  
Empreendimentos Imobiliários.

Créditos: Arquivo Dasein



Teambuilding training realizado pela Dasein com a equipe TIM Brasil em Brasília.



Teambuilding training realizado pela Dasein com a equipe TIM no Lago Paranoá.

Para acompanhar aquele processo inovador, que requeria altíssima performance, a Dasein também teve que desenvolver sistemas modernos e plataformas de gestão e controle de processos e segurança da informação que oferecesse toda a garantia que uma multinacional de grande porte precisasse para decolar de forma vigorosa. “Não poupamos esforços para contratar os melhores parceiros e fornecedores em tecnologia para nos apoiar. Logo a Claro e a Oi, também percebendo nossos diferenciais de atendimento, se tornaram clientes e fizemos parcerias de longa data com todos eles.”

“

“Foi em 2005, após minha transferência de São Paulo para Belo Horizonte, como head de RH da Claro Minas, que entrei em contato com a Adriana Prates. Uma das diretrizes estratégicas para o sucesso da operação era a agilidade para formar o time, do zero, com os melhores profissionais de telecom do mercado mineiro. O target eram as posições estratégicas de marketing, finanças e comercial, juntamente com o time operacional para os canais de venda, TI e engenharia. Do meu lado, arrojo e inovação. E do lado da Adriana, empreendedorismo e parceria. Juntas criamos uma estratégia para Talent Acquisition que unia hunting, search e avaliação psicológica. A concorrência sentia a perda de alguns profissionais e um anúncio de página inteira no jornal Estado de Minas, algo inédito pelo que me lembro, mostrava um pouco o nosso estilo. Vale lembrar que não se falava em LinkedIn na época e o mapeamento de mercado era realizado ativamente, de forma quase artesanal. Negociamos um modelo de parceria onde a relação era ganha-ganha e estabelecemos uma relação longa, que estendeu-se durante o período que estive à frente da área de gestão de pessoas da Claro.”

---

Sandra Souza,  
consultora em RH e Interim Manager.

“Nossos diferenciais se concentravam em três pilares: valores, tecnologia e compromisso em proporcionar a melhor experiência que esse tipo de cliente poderia ter. Já agíamos e pensávamos como uma grande multinacional. Ainda que nosso porte não se comparasse ao dos nossos clientes, sempre soubemos que a nossa atitude e o nosso processo tinha que ser da mais alta qualificação. O padrão internacional entrou bem cedo no core business da Dasein, a nossa abertura e empenho nos posicionou como a consultoria com o maior conhecimento no mercado de tecnologia e telecom daquela época. Fazíamos um curso após o outro obtendo uma qualificação muito elevada num curto espaço de tempo. Temos ciência absoluta da relevante contribuição que fizemos para possibilitar que os novos entrantes em telefonia no Brasil alcançassem o êxito almejado.”



Equipe Dasein: nesta foto em 2006 e acima em 2005.

“

“Meu processo com a Dasein aconteceu em um momento de grandes mudanças na Vivo/Telefônica, empresa em que eu era gerente de seção e liderava a equipe que atendida clientes especiais, chamados de grandes contas. Naquele momento precisava rever meus conceitos profissionais e aperfeiçoar minha capacidade de liderança. A Adriana Prates foi cirúrgica e conseguiu aumentar meu range de habilidades e principalmente a resiliência para trabalhar e performar em um ambiente tão mutante e competitivo quanto o segmento de telecom. Me lembro claramente de um dos exercícios que propunha: identificar meu sucessor. Foi tão bem feito que além de realmente me suceder, hoje ele continua na empresa, agora como um dos melhores gerentes do Brasil. Organização, foco e disciplina. Aprendizados eternamente guardados.”

---

Rodrigo Cheircatti,  
gerente de comunicação e  
novos negócios SOEBRAS.



Inovação, atuação disruptiva, sagacidade, parceria, dedicação absoluta: esses são alguns dos elementos que contribuíram para a Dasein ser memorável na história de sucesso das empresas de telecomunicações no Brasil. Vocês podem conferir, inclusive, nos depoimentos publicados ao longo desta matéria, a opinião de profissionais que participaram desse processo.

“

“Durante o processo de implantação da empresa TIM em Belo Horizonte, no estado de Minas Gerais, surgiu o desafio de encontrar empresas de consultoria que pudessem atender a grande demanda de seleção de profissionais de diferentes áreas e com perfis específicos, os quais, para a época, tornaram-se bastante escassos, considerando a grandiosa estrutura e importantes responsabilidades que a TIM possuía. Nesse momento surge a Dasein que, por meio de uma excelente equipe técnica, profissionais extremamente competentes, propostas transparentes e uma visão inovadora, foi possível realizar a Seleção de Pessoal, de executivos a técnicos e estagiários, em diversos níveis de formação e experiência profissional, bem como a realização de Processos Seletivos Internos, possibilitando, dessa forma, o desenvolvimento e a consolidação da TIM no estado, além do importante papel que a empresa possui hoje no mercado e crescimento do país. Esse compromisso e dedicação assumidos pela Dasein no projeto de implantação da TIM no estado, são a maior característica da empresa, qualidades que não encontrei em outras empresas de outros estados onde também desenvolvi outros projetos de implantação.”

João Lima,  
executivo de RH e professor.

### Telecons do futuro pedem talentos ágeis

A escassez de mão de obra qualificada x grandes oportunidades de carreira, que marcou as empresas de telecomunicação na década de 1990, não é tão diferente de

hoje e dos próximos anos: os mais preparados certamente poderão seguir carreiras muito valorizadas. Se naquela época temas como big data e inteligência artificial já começavam a ser introduzidos, hoje eles fazem parte do dia a dia.

E para extrair o melhor da tecnologia, é fundamental saber usá-la com raciocínio crítico. Aliás, essa e outras habilidades comportamentais são fatores decisórios para bom desempenho dos recursos digitais. É o que garante estudo recém-lançado pelo Instituto do Futuro (ITF) em parceria com a Dell. Segundo a pesquisa, até 2030 tecnologias como internet das coisas, inteligência artificial e realidade aumentada serão complementos onipresentes das habilidades humanas (em muitos cargos, um não funcionará sem o outro). E elas servirão para estimular a colaboração, a inovação e a autonomia. Ou seja, investir nessas competências é essencial para construir um futuro promissor. Para ampliarmos a reflexão, acompanhe as orientações de nossa CEO Adriana Prates:

### Deseja atuar na área de telecomunicações, mas não sabe como?

Aqueles que ainda não estão totalmente integrados a esse modelo de negócio é fundamental buscar requalificação e até mesmo reposicionamento de carreira. A boa notícia é que o volume de vagas nesses setores aumenta exponencialmente e irá absorver muitos profissionais de vários outros segmentos. Nesse sentido, estabelecer conexão com toda a experiência anterior e se preparar tecnicamente para se desenvolver em metodologias de transformação, além de ter interesse pela área tecnológica são essenciais.





“Considero a Dasein uma empresa séria, transparente, atenciosa, que comunica bem, tanto nos retornos sobre o que pode ser aperfeiçoado, como em relação aos pontos fortes que devem ser exaltados. A forma da abordagem e os conteúdos dos testes sempre foram muito atuais. São esses alguns dos motivos que explicam a longevidade e o crescimento da empresa ao longo dos últimos anos. A experiência foi muito positiva, só tenho a recomendar os serviços!”

Vanessa Farias Bartilotti,  
consultora da área de finanças.

### Exigências do reposicionamento

Para quem atua em outro setor e busca reposicionamento no mercado de telecomunicações, é fundamental investir qualificação, estudos, pesquisas. Outro ponto importante é se aproximar da área digital da empresa que trabalha e assim fazendo uma transição que seja rápida, consistente e eficaz.

### E para quem já é da área, mas quer crescer?

Neste caso, a busca de uma ampla compreensão de como a tecnologia poderá beneficiar ainda mais o cliente é um fator chave de sucesso.

### Habilidades essenciais

Conhecimentos de programação, cyber-security, analytics e inteligência artificial são competências fundamentais. Mas as habilidades comportamentais nunca estiveram tão em alta. São elas: capacidade de negociação, criatividade, abertura para a inovação, resiliência, inteligência emocional, cooperação, facilidade para trabalhar de forma integrada. E, claro, ter um bom entendimento do negócio é pré-requisito.

### Qualificação sempre abrirá portas

O profissional que estiver alinhado com as demandas e competências exigidas pelas empresas de telecom, também poderá ser considerado para um número infindável de novas oportunidades. A falta de profissionais qualificados é grande e global. O mais interessante de

tudo isso é que grande parte das profissões desse futuro ainda não existem, daí a importância da flexibilidade, da conectividade e da evolução constante. E as pessoas não precisam se assustar, afinal muito dos termos usados hoje são apenas renomeações de boas práticas de gestão e marketing que existem há muito tempo. Termos como: Inside Sales, Customer Success, Inbound/Outbound, UX / UI, HR, Dev, entre outros, nada mais é, respectivamente, que: vendedor de tecnologia, o SAC, área de marketing e afins. Se o profissional já tem conhecimento nesses setores, seguramente com a atualização ele conseguirá boas oportunidades.



Dasein para mim é referência de excelência. Foi através de um recrutamento realizado com muito profissionalismo e cuidado que fui selecionada no início das operações e privatização da telefonia móvel no Brasil. O início da minha carreira, e parte importante da minha trajetória atuei nesse mercado competitivo e ágil. Durante esses anos tive a oportunidade de ser cliente/parceira da Dasein. Conviver, trocar e aprender com os profissionais, especialmente Adriana Prates, me trouxe referência positiva de como deve atuar um profissional de gestão, especialmente de pessoas.

Foram momentos intensos, muitos processos, em muitas localidades do Brasil e com níveis de complexidade diferentes. Aprendizado constante, muitos frutos colhidos e passado rico de experiências que me trouxe a certeza de qual o caminho do sucesso no âmbito organizacional, e a Dasein, fez parte da minha formação profissional em todos os sentidos. Tive o privilégio vivenciar processos como candidata, cliente empresarial e também cliente pessoa física em processos de formação profissional no coaching executivo. Hoje, após alguns anos, sinto orgulho e felicidade por fazer parte dessa história que tanto admiro.

Daniela Marinho Volponi,  
gerente geral de RH da Pif Paf Alimentos.



**INSPIRE-SE COM CRIS ALVES**

# “A VIDA É UM CONVITE IRRECUSÁVEL À MUDANÇA”



Estilo como forma de mostrar personalidade, ponto de vista, força, quem você é. Cris Alves trouxe novo significado à consultoria de imagem ao desenvolver uma metodologia que vai além da vestimenta e une ciência a autoconhecimento. Seu trabalho, que envolve estudos nas áreas da Gestalt e psicologia facial (para citar alguns exemplos), é considerado um dos mais inovadores do mundo – a propósito, ela dará início à sua agenda internacional de cursos a partir de 2020, começando pela Carolina do Norte, nos EUA, e depois segue para a Ásia. Foi com a simpatia e generosidade habituais que ela nos concedeu esta entrevista exclusiva. Acompanhe e, claro, inspire-se!

**Comunicar uma imagem que reflita suas ideias e filosofia de vida. Estimular que os outros o vejam de acordo com a mensagem que você quer passar. A consultoria de imagem é um processo que começa “de dentro pra fora”, certo? Ela passa, necessariamente pelo autoconhecimento? Como funciona o método?**

Exatamente! A consultoria de imagem é, antes de tudo, um caminho para o autoconhecimento. Só é possível comunicar visualmente aquilo que realmente somos, pensamos, fazemos e desejamos. Ela acontece quando a pessoa se dá conta de que a sua aparência não revela suas qualidades genuínas e que há um “gap” que pode

ser preenchido com recursos estéticos e semióticos para o rosto e o corpo. Muitas vezes, nos damos conta de que há um ruído na nossa imagem pessoal. Chamo de ruído aquele atributo que funciona como uma espécie de lente para que todas as outras pessoas nos vejam como se aquele fosse o atributo mais marcante da nossa identidade. Porém, no fundo, ele é apenas uma pequena parte de todas as facetas que apresentamos.

O “ruído” é algo que nos pertence, mas incomoda o fato de que essa característica seja tão percebida a ponto a deixar as outras – mais importantes, inclusive –, de fora do espectro das impressões alheias. Vou citar alguns exemplos: uma jovem recém-formada com pouco mais de 20 anos pode ter o ruído de “menina” em sua imagem pessoal e acabar por ser questionada quanto à sua credibilidade ou competência. A questão é que, de fato, ela tem pouca idade comparada a outras pessoas na sua área de trabalho. No entanto, seu conteúdo técnico, a sua dedicação e a sua capacidade de aprender com os desafios podem contornar eventuais objeções de colegas e superiores se essa jovem souber quais são os traços físicos e comportamentais que reforçam a sua relativa pouca idade e, provavelmente, aquilo que pode caracterizá-la como alguém frágil ou despreparada para a função.

A mesma questão entre ruído visual x essência x desejos de imagem acontece a um líder que aparenta ser muito bravo, frio e distante quando, no seu cotidiano profissional, ele precisa demonstrar mais acessibilidade, acolhimento e habilidade de comunicação. Nesse segundo caso, muito provavelmente, o ruído está sendo percebido, também, por atributos físicos, expressões faciais, tom de voz, postura e escolhas estéticas para o visual que reforçam essas impressões por parte das pessoas ao redor. E é aqui que o método Personna® age. Por meio da associação de áreas do conhecimento como a neurociência, a Gestalt, a anatomia, a psicologia facial e a semiótica, ajudamos o cliente a reconhecer suas forças e as causas para aquilo que ele considera como “gap” na sua imagem ou maneiras de contornar feedbacks indesejáveis, com vistas ao melhor desempenho de suas habilidades profissionais e interpessoais. É um catalisador para o bem-estar em todos os planos da vida. É o primeiro método de consultoria de imagem guiado pelo rosto em todo o mundo. Traz uma quebra de paradigma para esse segmento do mercado, tradicionalmente acostumado a gerenciar a imagem das pessoas por meio da vestimenta, apenas.



**A consultoria de imagem pode ir além da questão estética e se transformar em um processo que trabalha a autoestima, a autoconfiança e até mesmo incentivar o desenvolvimento pessoal e profissional do participante? Por quê?**

Eu trabalho muito para que a consultoria de imagem não seja vista pelo viés do “glamour” ou da futilidade quando ela é confundida com a moda em si. Aliás, posso dizer que a minoria dos meus clientes se preocupa com tendências. Até mesmo por uma questão de posicionamento profissional, acredito que tenho a sorte de trabalhar com pessoas que têm propósitos claros e objetivos com relação ao próprio visual, fazendo de sua aparência uma ferramenta de bem-estar e catalisador de resultados na vida corporativa. Fazer escolhas para a imagem pessoal – desde um corte de cabelo à cor do calçado – envolve memórias, sentimentos, repertório. Durante o processo de consultoria de imagem, o cliente é levado a revisitar muitos “porquês” de toda uma vida, lançar mão de algumas crenças e se dispor a novos aprendizados. Se a pessoa não sente confiança na imagem em que enxerga no espelho, a dúvida pode acabar sendo levada para outras esferas de sua vida. Por outro lado, o autocuidado promove um balanço saudável de hormônios que podem, sim, dar um novo impulso para encarar os desafios.

**Em relação ao meio corporativo, é possível realizar esse tipo de consultoria para marcas? Se sim, quais são os benefícios gerados ao negócio?**

O objetivo da consultoria de imagem é criar identidade visual para pessoas e empresas. Quando falamos em identidade visual, entendemos princípios como harmonia, coerência e autenticidade. Para isso, é preciso pensar em como uma marca deseja que clientes, parceiros e

fornecedores interajam com todos os códigos. A empresa é quem define quais são seus valores e seu propósito. A partir daí, a consultoria de imagem atua para assegurar que essas mensagens serão neuralmente interpretadas por todos aqueles que interajam com seus pontos de contato: símbolos, líderes, colaboradores e estratégias de branding, por exemplo.

**Ainda sobre o meio empresarial, reportagem recém-publicada pelo Valor Econômico mostra uma mudança significativa no dress code de lideranças. Segundo a matéria, o objetivo é usar roupas informais para quebrar a barreira entre a alta liderança e funcionários. Líderes de empresas como LinkedIn, MetLife, B3, IBM, EY, Bradesco e Itaú, por exemplo, já aderiram. Esse comportamento mostra a importância da imagem para impulsionar relacionamentos, comunicação e, sobretudo, para se adequar ao meio. Mas como se adequar sem deixar de lado o próprio perfil/personalidade?**

Sempre é possível conferir um toque da personalidade de cada um ao dress code corporativo, seja ele formal ou mais flexível. Assim como em outras áreas que trabalham com imagens no geral (arquitetura, fotografia, artes plásticas, design), o método Persoona® considera os cinco principais elementos de criação imagética: linhas, formas, cores, textura e volume. Para toda escolha feita para o visual de uma pessoa, esses cinco atributos caminham juntos. Assim, vamos criando um balanço interessante entre cada um desses elementos para que a pessoa se reconheça em sua zona de conforto, mesmo quando o dress code impõe características que fogem ao seu natural. Por exemplo: se um líder tem personalidade forte, arrojada e formal, ainda que a empresa flexibilize o seu dress code, ele pode se sentir “ridículo” ou até mesmo enfraquecido ao usar modelagens mais soltas e tecidos maleáveis num



ambiente em que ele se sente à vontade demonstrando o seu lado determinado e preciso. Nesse caso, poderíamos selecionar peças com modelagem de alfaiataria (linhas retas) em tecidos naturais (textura), porém, um pouco mais estruturados (forma), como a sarja e o algodão puro. Para casar com a ideia de abertura e leveza, tons mais claros (cores) seriam bem-vindos, desde que frios, pois vibram menos do que as nuances quentes e são, portanto, mais discretas.

**O método Persoona® analisa os traços faciais para adequar imagem a objetivos de carreira e vida pessoal. Como funciona a análise facial e qual a sua importância no diálogo com imagem/estilo/autoconhecimento?**

A análise facial do método Persoona® é chamada Facetelling® e, como o próprio nome diz, ela traduz a história que o rosto de cada pessoa conta. Para isso, eu uso a associação entre neurolinguagem, gestalt, anatomia e psicologia facial (também chamada de morfopsicologia). Os traços e as proporções faciais possuem formas diferentes de uma pessoa para outra e isso também revela as tendências de comportamento e personalidade de cada um. Por exemplo: a testa reta indica perfil de liderança nato; já um queixo projetado, diz que a pessoa sabe impor as suas vontades e perseguir as suas ideias, entre outras características. Para cada atributo do rosto há um espectro de qualidades que contam como a pessoa pensa, age e expressa seus sentimentos diante da vida. São ciências muito antigas que não têm o propósito de afirmar que há um determinismo biológico (algo do tipo “nasci assim e por isso ajo assim”) até mesmo porque existe algo no meio de tudo isso que é a influência do meio em que vivemos. Por outro lado, dentro desse conjunto de características trazidas em cada traço facial (forças e também fraquezas), reconhecemos quais são aquelas que nos pertencem, como somos impulsionados por elas e como elas podem ser as causas dos ruídos de imagem que nos incomodam.

Percebo, na minha prática diária, que o traço que antes incomodava o cliente sob o ponto de vista da estética perde essa conotação de “feio” quando ele descobre que esse mesmo traço representa aspectos positivos para o seu comportamento diante da vida. Por exemplo: o nariz projetado pode sinalizar que a pessoa é impulsiva, arrojada, ambiciosa e “mergulha na vida”. Se, por um lado, ela pode se arrepender de atitudes mal planejadas, é o tipo de pessoa que se lança a riscos e sempre tem chances maiores de obter vantagens por meio dessa ousadia do que outras que não apresentam a mesma iniciativa. (Os clientes usam muito um adjetivo para isso: “libertador!”) Por meio do reconhecimento das linhas faciais, eu também tenho a oportunidade de identificar quais são os elementos de design (linhas, formas, cores, textura, volume) que representam a zona de conforto do

cliente e que possibilitarão propostas de mudanças mais seguras para ele. Além disso, a Facetelling® permite captar os arquétipos imagéticos presentes no cliente e o quão perto ele se encontra dos seus desejos de imagem. É uma poderosa ferramenta de assessment para reconhecer os pontos fortes das pessoas.

“

**“Só é possível comunicar visualmente aquilo que realmente somos, pensamos, fazemos e desejamos.”**

**Vamos falar agora de sua trajetória pessoal. Pouco tempo depois de se formar em fisioterapia, você optou pela transição de carreira e é considerada hoje uma influente consultora de imagem. Como foi seu processo de transição, o que te motivou a mudar de área e quais foram os principais ensinamentos dessa jornada?**

Eu me graduei em Fisioterapia pela Universidade Federal de Minas Gerais em uma época muito difícil para esse segmento de mercado. Logo depois, eu decidi prestar concurso público e fui aprovada para o cargo de consultora em saúde pública na Assembleia Legislativa de Minas Gerais. Já com a vida estável, eu procurei uma segunda atividade para desempenhar como um hobby, inicialmente. Mal sabia eu que na consultoria de imagem eu descobriria não só uma paixão, como também um grande propósito. Logo com os primeiros clientes, eu me questionava muito o que sugerir para as mudanças relativas ao rosto, tendo em vista que os cursos de formação na área não forneciam conhecimento sobre esse assunto.

Ficávamos limitados às mudanças de vestimenta, apenas. Eu me lancei a estudar o que havia disponível no mercado na época, o visagismo. E, a partir de então, descobri que o meu “feeling” estava certo. O rosto não poderia ser somente a “cereja do bolo” num processo de consultoria de imagem. Mergulhei em estudos acadêmicos, pesquisas científicas e livros que pudessem corroborar a importância do rosto no julgamento das impressões iniciais que fazemos sobre as pessoas. E as descobertas foram – e ainda são até hoje – incríveis! Eu descobri na minha própria área de origem, a Fisioterapia, respostas e ferramentas muito profundas para dar sustentação e evidência científica para a minha

prática profissional. De um lado, havia o visagismo, que se ocupa do equilíbrio das proporções faciais. De outro, a consultoria de imagem “tradicional”, que se preocupa com o indivíduo do “pescoço para baixo”. Faltava um método de trabalho que pudesse considerar o indivíduo em toda a sua totalidade, as interações entre o equilíbrio da cabeça e do corpo, bem como o rosto e o estilo poderiam transmitir, juntos e simultaneamente, as mesmas mensagens. Assim, surgiram Facetelling® e Persoona®. Meu propósito desde então é virar a chave dos profissionais da área da imagem para fazer com que seja dada a devida importância ao que é mais importante – o rosto –, pois, apesar de ocupar somente 1/8 do corpo, ele é o nosso ponto de contato visual e afetivo com tudo e todos ao redor. É a parte do corpo que fica despida o tempo todo e por onde está representada toda a diversidade humana que carregamos em nosso DNA. À medida em que eu me envolvi nesse sonho de dar uma nova configuração à consultoria de imagem, o sonho de uma carreira estável foi ficando para trás. Agora em 2019, eu pedi a exoneração do meu cargo público. Uma decisão difícil de início, exatamente porque eu estava abandonando a posição pela qual eu havia batalhado muito durante uma fase da minha vida. Por outro lado, a motivação pelo desafio de ser empresária e empreendedora foram maiores. Foi uma decisão gradual e bem planejada. O frio na barriga é grande; os aprendizados em “voo solo”, maiores ainda. Mas, estou aqui, de coração aberto para o que está por vir.

**Qual ou quais profissionais mais te inspiram atualmente e conte-nos o motivo.**

As pessoas corajosas me inspiram muito. (Essa, para mim, é a qualidade mais admirada numa pessoa. E, também, o maior elogio que posso receber de alguém.) Muito sinceramente, minha primeira referência é a minha mãe.

Ela se encaixa perfeitamente no conceito de corajosa. Empreendedora, “pé no chão”, otimista. Ela partiu do zero e deu uma grande guinada na vida, em meio a dificuldades e grandes desafios. Como outra referência feminina, tenho a Michelle Obama. Considero-a muito consciente, autêntica, motivadora. Posso citar também o Elon Musk: inovador, arrojado, altruísta. Aquela “loucura” toda me encanta. Aqui em BH, gosto de acompanhar os movimentos do Elias Torres, empresário por detrás das barbearias Seu Elias. Eu adoro histórias de superação, de gente que suou cada gota do esforço feito para alcançar suas conquistas.

**Em relação às suas referências culturais, tem algum livro, filme, artista plástico/visual ou música que te marcou e ensinou algo? Se sim, divida com os nossos leitores qual ou quais são.**

Gosto muito das lições implícitas no filme “Clube da Luta”.

**Para quem busca uma mudança na carreira, na postura, na forma de se comunicar, qual a sua principal dica?**

A vida é um convite irrecusável à mudança. Aceite esse chamado para a “dança” e tente algo novo sempre que o status lhe deixar incomodado. Sair da zona de conforto pode ser “desconfortante”, mas, é, também, altamente revigorante.

**Tem algum pensamento, ensinamento, frase ou trecho de livro que você admira e que sempre surge na memória? Se sim, divida com os nossos leitores.**

Nos últimos tempos, tenho refletido muito sobre uma frase de Henry David Thoreau: “O preço de qualquer coisa é a quantidade de vida que você troca por ela.”





## PONTO DE VISTA

# QUATRO DICAS PARA MANTER A INFLUÊNCIA DE SUA LIDERANÇA HONROSA

\*Por Lee Ellis



Você está em uma situação de trabalho em que os contornos de sua atividade ou de sua decisão não sejam necessariamente irregulares ou inapropriados, mas podem ser interpretados equivocadamente e serem considerados uma transgressão. O que você faz? Vai adiante e assume as consequências ou evita a dúvida sobre a inadequação de sua conduta?

Já percebi no passado que bons líderes que tomam decisões sem as devidas e adequadas diligências e abordagens podem prejudicar a sua influência e a sua carreira por um longo tempo. Essa sutil habilidade deve ser debatida, e nós veremos alguns exemplos abaixo.

### Caminho escorregadio

Notícias recentes nos Estados Unidos relatam que outro prefeito está sendo investigado por corrupção, por conceder bônus excessivos aos funcionários da prefeitura. O veredicto final está pendente, mas mesmo a aparência de corrupção poderia ter sido mitigada nessa situação.

Outra notícia nos Estados Unidos informa que um governador foi acusado de irregularidades éticas e legais, com informações mais recentes de que ele assumiu ter cometido algumas, enquanto outras estão sendo investigadas.

Quantas vezes ouvimos histórias como essas em vários setores da indústria e de órgãos públicos em todo o mundo? Se houver espaço para o poder, o prazer ou o prestígio, nos entregaremos facilmente aos nossos desejos humanos mais básicos e nos desviaremos do caminho? Além disso, o cidadão comum, o empregado ou a testemunha se sensibilizam cada vez menos com a questão e ficam com um sentimento de frustração e de perda de confiança.

### Olhando para dentro

Enquanto nós regularmente escutamos e vemos histórias de outras pessoas em situações antiéticas, o passo mais importante é nos examinarmos em primeiro lugar. Se não

podemos controlar o comportamento ou as ações do outro, nós podemos ter controle sobre as nossas ações e decisões pessoais. Mas quais são os caminhos possíveis para que nos mantenhamos sob controle?

### 4 dicas práticas

Independentemente do tipo de trabalho que realiza, você pode evitar com sucesso a aparência de irregularidades e manter intacta a sua influência e reputação honrosa. Com base na minha experiência em coaching executivo com funcionários e clientes, apresento as quatro dicas práticas que você pode aplicar imediatamente:

#### 1. Seja realista

Oportunidades surgirão para você se desviar do caminho de tomar a decisão correta (ou a aparência da decisão certa). Seja realista, espere que elas apareçam e aceite a nossa vulnerabilidade humana.

#### 2. Esteja preparado

Você está realmente comprometido com a liderança honrosa? Se sim, como? Esclareça seus padrões e compromissos pessoais. Se você precisar de algumas diretrizes, faça o download do Código de Honra gratuito ([www.leadingwithhonor.com/code](http://www.leadingwithhonor.com/code)) que milhares de líderes usaram para estabelecer as suas proteções pessoais.

#### 3. Faça parte de uma comunidade

Obter apoio e se responsabilizar perante os outros faz parte da tomada diária de decisões sábias. Especificamente, recomendo um acordo de responsabilização do modelo “positivo x punitivo”, no qual todos se beneficiam mutuamente.

### Seja corajoso

Estabeleça limites e não tenha medo de tomar decisões difíceis. Pense a longo prazo - e não a curto prazo - quando essas situações surgirem. Obtenha uma cópia do cartão gratuito “Courage Challenge Card” ([www.leadingwithhonor.com/courage](http://www.leadingwithhonor.com/courage)) para ajudá-lo ao longo do caminho.

### A essência do caráter

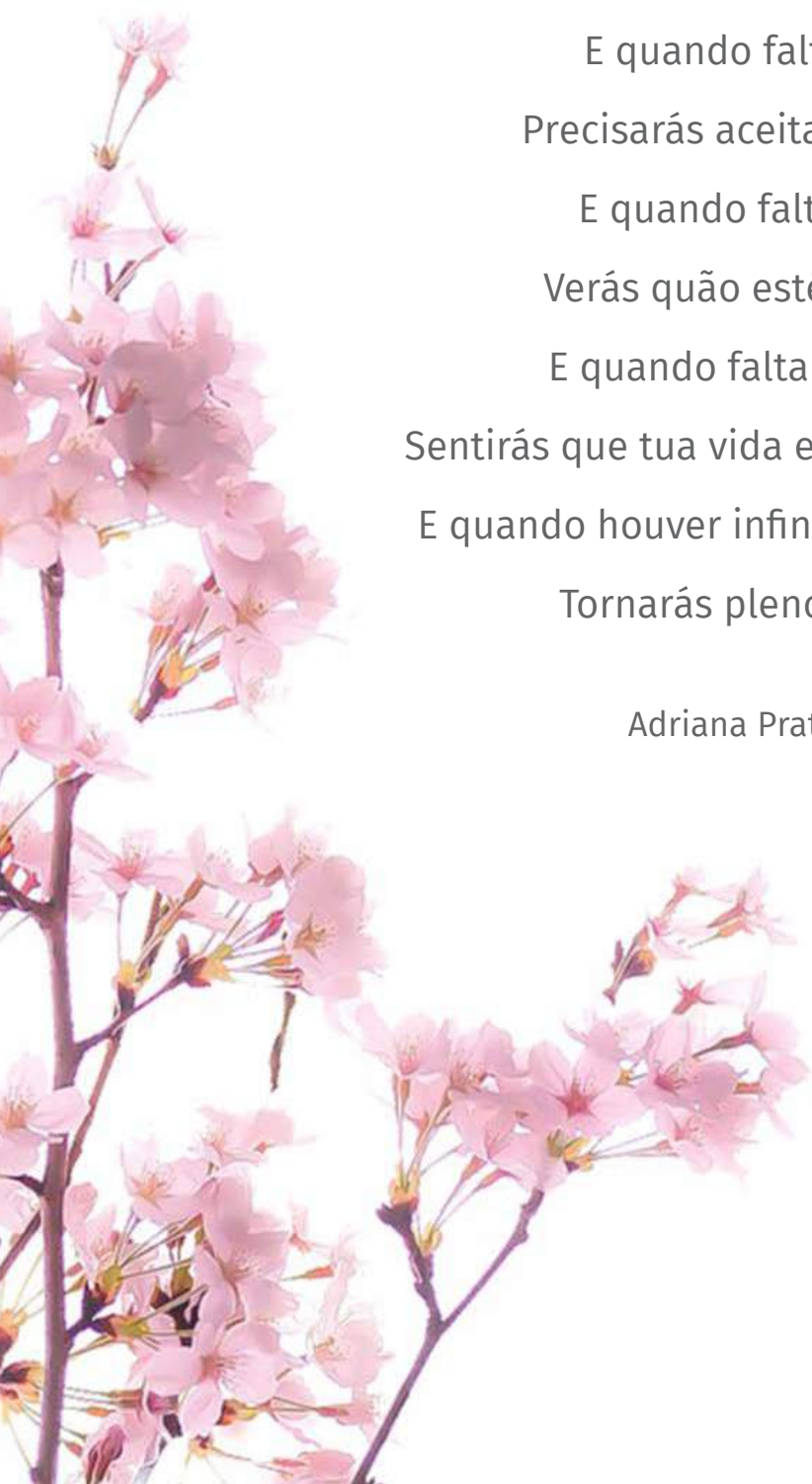
Eu essencialmente descrevi neste artigo que a sua vida pessoal e profissional devem se basear em um ter um bom caráter. A aparência de irregularidades é apenas um sintoma de um problema de caráter potencialmente mais profundo. E é muito difícil voltar atrás e reparar quando decisões ruins são tomadas.

\*Presidente do Leadership Freedom, Lee Ellis é considerado um dos líderes mais influentes do mundo.

**O VERSO INVERSO****PLENITUDE**

E quando faltar razão?  
Precisarás aceitar a ti mesmo  
E quando faltar ilusão?  
Verás quão estéril tornaste  
E quando faltar o sentido?  
Sentirás que tua vida escorreu pelas mãos  
E quando houver infinitas interrogações?  
Tornarás pleno outra vez.

Adriana Prates, 2018







**DASEIN EXECUTIVE SEARCH**

---

[comunicacao@dasein.com.br](mailto:comunicacao@dasein.com.br)

**Tel: (31) 3291-5100**

[www.dasein.com.br](http://www.dasein.com.br)