



In conditiile in care un numar tot mai mare de oameni se orienteaza spre profesia de coach, este de mare folos sa decantam cele utile de cele inutile si sa ne intrebam cum putem ajuta ca noua noastra meserie sa se structureze in cel mai armonios mod. De obicei, intalnim mesajul care ne reaminteste ca, sub denumirea de coaching, nu trebuie realizata activitatea de consultanta, consiliere sau mentoring...cu toate acestea cei care nu iubesc regulile continua sa faca ce doresc, in absenta unor standarde profesionale formale.

Cand vine vorba de felul in care este abordata *relatia* de coaching, lucrurile sunt si mai neclare iar o regula nici nu poate fi, in acest caz, impusa. Dar ea ar putea fi inteleasa, acceptata si asumata, pe masura ce atat indivizii, cat si comunitatea de coaching se maturizeaza.

Pentru a medita la felul in care relatia de coaching ar trebui sa functioneze, putem incepe prin a ne reaminti despre *Egoul puternic si matur*. Un Ego puternic este necesar oricarui – el naste simtul identitatii individuale, vointa, asumarea obiectivelor si verticalitatea; totusi, un Ego puternic trebuie sa fie si matur. Maturitatea poate fi recunoscuta nu doar dupa faptul ca genereaza flexibilitate, responsabilitate si o simtire pozitiva asupra propriei persoane si a celorlalti, dar si dupa faptul ca un astfel de Ego armonios poate fi “controlat”, “depasit” sau “transcens” atunci cand contextul o cere, lasand loc unui alt aspect al fiintei sa se manifeste –

vorbim de Sinele superior si de sentimentele superioare, intelepciunea si echilibrul care il insotesc.

In aceste conditii, putem sa ne intrebam cum se prezinta coachul in fata clientului sau, ce fel de relatii creeaza si in ce masura Egoul sau – matur sau nu – influenteaza aceste relatii.

In timp, am putut remarca, pe langa influentele personale, clare influente culturale care “ambienteaza” relatia de coaching. Cred ca fiecare este liber sa se indrepte spre ceea ce considera ca are cea mai mare valoare, pentru ca aceste relatii sunt traite diferit si conduc la rezultate diferite.

Asadar, sunt de parere ca 3 tipuri de relatii fundamenteaza activitatea de coaching:

### **1. RELATIA IERARHICA**

O putem regasi in 2 variante:

- Declarata, este specifica vechiului model de coaching directiv intalnit peste ocean, mai ales in coachingul motivational. Coachul se pozitioneaza, din start, ca o persoana “puternica” - iti si poate spune vreo doua pentru a te trezi la realitate – si clientul prefera sa i se dea sfaturi, recomandari sau sa fie ghidat cu aplomb. In Europa, insa, acest model nu este foarte agreat si, din ce am vazut si auzit, reprezinta mai degraba o exceptie.

- Ascunsa: oficial, coachul si clientul sau sunt intr-o relatie de parteneriat, insa limbajul nonverbal al coachului sugereaza si induce, de fapt, o pozitionare ierarhica a acestuia sau chiar un aer de superioritate.

Veti recunoaste acest tip de relatie, ca model cultural influentat, in unele tari - insa intr-un mod mai degraba discret si avand, totusi, o anumita eleganta.

Individual si oarecum strident, insa, este caracteristic unor coachi incepatori sau cu un Ego puternic si aflat, inca, in curs de maturizare.

## 2. RELATIA CU INDUCTIE AFECTIVA

In acest tip de abordare, constient dar – cel mai adesea – inconstient, coachul pune accentul pe relatia dintre el si client. Prin felul in care se prezinta si comunica, el sugereaza clientului, direct sau indirect, discret sau vizibil, ca lucruri extraordinare se intampla in zona de coaching, ca relatia dintre ei este foarte speciala si privilegiata si, in final, aproape ca devine mai important *cu cine*

faci coaching decat faptul ca faci coaching. Este o relatie pretioasa - in care coachul “se vinde” foarte bine pe el, ca profesionist - cu tot felul de tranzactii, transferuri sau cum vreti sa le numiti; coachului i se pare nu doar firesc atasamentul clientului fata de el dar, mai mult, il considera un criteriu, ascuns, de evaluare a succesului sau.

Veti regasi si, aici, anumite influente culturale. Trebuie doar sa calatoriti putin si le veti observa si voi! :)

## 3. RELATIA CENTRATA PE CLIENT sau RELATIA “ZEN”

Imi place sa numesc aceasta relatie ca fiind una “zen” pentru ca este linistita, calma si detasata. Foarte apreciata si tot mai raspandita, presupune un coaching matur, eficient si elegant. Rolul, tehnica si maiestria coachului constau in creerea unui spatiu transformativ dedicat *integral* clientului sau. Este ca si cum ar desena un cerc care apartine, in totalitate, clientului – in interiorul acestui cerc se vor produce schimbarile si insight-urile, se vor lua deciziile, se vor

vizualiza rezultatele si toata "magia" transformativa se poate derula in deplina siguranta. Rolul coachului este de a ramane doar pe circumferinta cercului, pe care trebuie sa o mentina intacta si protectoare. In acest model de coaching, intrebarile sunt putine, puternice si firesti, intotdeauna justificate si cu impact maxim. Necesita tehnica si experienta, desigur.

Atentia clientului ramane doar asupra sa, pentru ca nimic nu atrage atentia asupra coachului care, este, mai degraba, o prezenta discreta si calma, asemeni unui modest maestru zen. Aproape ca nu conteaza cine a fost coachul...

Este un model predominant in spatiul de limba germana, de exemplu, insa castiga teren pretutindeni in Europa.

Sunt foarte curioasa care tip de relatie se va dezvolta, cel mai mult, in Romania. Este o adevarata provocare si nu pot decat sa sper ca vom reusi sa sustinem dezvoltarea unui model armonios, in ciuda zbuciumului psihologic si cultural ce caracterizeaza perioada istorica pe care o traим. Deocamdata, mai avem inca mult de lucru pentru a-i convinge pe o parte din cei care afirma ca profeseaza ca si coach, sa ramana in aria coachingului si sa lase consultanta, consilierea si mentoringul acolo unde le este, de fapt, locul! :)

□ □ □ *Dr. Carmen Todor*

Societatea Romana de Coaching | Coaching Essence