III Congresso Internacional de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento

20 a 22 de outubro de 2014

CIÊNCIA E TECNOLOGIA PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIAL

MCH1121

ESTUDO BIBLIOMÉTRICO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE COACHING NO BRASIL

JULIANA ALBUQUERQUE FREIRE MELO
MARILSA DE SÁ RODRIGUES
coach.albuquerque@gmail.com
MESTRADO - GESTÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ

ORIENTADOR(A)
MARILSA DE SA RODRIGUES TADEUCCI
UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ

ESTUDO BIBLIOMÉTRICO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE COACHING NO BRASIL

Resumo

O estudo em questão objetiva trazer à luz das discussões acadêmicas uma análise referente às produções científicas sobre *coaching* no Brasil, fazendo uso da bibliometria. Ao discorrer sobre a temática, percebe-se a escassez de obras confeccionadas no país, quase que inviabilizando a execução do estudo. O banco de dados do IBICT foi selecionado, além de seu reconhecimento no âmbito acadêmico, por ter sido o único a concentrar o maior número de teses e dissertações juntas, foram encontrados 14 trabalhos. Para analisar os trabalhos foi utilizada a bibliometria que procura avaliar as produções científicas por meio de métodos quantitativos, assim, os indicadores foram criados, levantados e mensurados. A partir dos resultados obtidos foi possível verificar que há mais dissertações produzidas do que teses sobre o tema e as pesquisas de campo são mais usadas. Observa-se também que as universidades que mais possuem produção científica são a USP e a UCB, ao passo que o estado com maior número de trabalhos produzidos é São Paulo, responsável por 50% dos 14 materiais selecionados. Sobre as principais referências, identificou-se 29, as quais apareceram no mínimo em 02 trabalhos e no máximo em 07. Com relação aos temas relacionados ao *coaching* encontrou-se o empreendedorismo, a organização, o docente, a ontologia, a autoimagem e com maior frequência, o executivo. Em todas as linhas apresentadas o *coaching* é apontado como um processo de desenvolvimento do individuo na busca de aumentar os resultados positivos em sua vida, por meio do aprendizado constante e da relação de confiança e entusiasmante entre o *coach* e *coachee*. Conclui-se com este artigo que a produção científica sobre *coaching* no Brasil ainda está em seu início, oferecendo um vasto campo a ser explorado aos interessados em desenvolver o tema e contribuir com o âmbito acadêmico na conceituação e consolidação do *coaching*.

Palavras-chave: *Coaching*. Bibliometria. IBICT.

BIBLIOMETRIC SCIENTIFIC STUDY OF PRODUCTION ON COACHING IN BRAZIL

Abstract

This study aims to bring the light of the academic discussions analysis related to scientific production about coaching in Brazil, making use of bibliometrics. To discuss the issue, it is perceived scarcity of works made in the country, almost impeding the implementation of the study. The database IBICT was selected, and its recognition in the academic world, to have been the one to concentrate the largest number of theses and dissertations together, it was found 14 studies. To evaluate the work, we used bibliometrics that seeks to evaluate scientific production through quantitative methods, thus the indicators were created, collected and measured. From these results it was possible to verify that there are more dissertations on the subject than thesis and the research field is most used. It is also observed that universities that have more scientific output USP and UCB, while the state with the largest number of works produced São Paulo is responsible for 50% of the 14 selected materials. On the main references, we identified 29, which appeared in at least two studies and a maximum of 7. With regard to issues related to coaching met entrepreneurship, organization, teaching, ontology, self-image and more frequently, the executive. In all lines presented coaching is touted as a developmental process of the individual in seeking to increase the positive results in his life, through constant learning and exciting and trust between coach and coachee. We conclude this article with the scientific literature on coaching in Brazil is still in its infancy, offering a vast field to be explored for those interested in developing the topic and contribute to the academic and consolidation in the conceptualization of coaching.

Keywords: Coaching. Bibliometrics. IBICT.

1. INTRODUÇÃO

O *coaching* vem ganhando mais espaço no contexto organizacional brasileiro de 05 anos para cá. Na tentativa de desenvolver e capacitar seus executivos a terem resultados ainda mais expressivos, observa-se as empresas buscando cada vez mais estratégias e ferramentas que cheguem mais próximo da realidade almejada. A partir das correntes mudanças tecnológicas, econômicas e sociais fortemente influenciadas pela globalização, as fronteiras foram rompidas e as informações passaram a chegar de forma instantânea. A vinda de multinacionais trouxe o avanço tecnológico e o acesso às práticas empresariais usadas em outros países. Desta forma, o *coaching* chega ao Brasil como uma prática intensa com foco em resultados muito disseminada no âmbito organizacional e esportivo. Não obstante, o processo de *coaching* ainda está sendo difundido aos poucos no país, sendo mais conhecido nos grandes centros. Direcionando a discussão para o âmbito acadêmico, nota-se que a produção científica é pouca expressiva no Brasil, apontando um horizonte cheio de oportunidades a desbravar. Atualmente o que norteia as pesquisas brasileiras sobre o tema são os materiais internacionais.

De acordo com Whitmore (2006) o trabalho do *coaching* é ajustar os desequilíbrios identificados pelo indivíduo por meio da ampliação da consciência, buscando novos aprendizados e enxergando novas opções de caminhos a seguir. O *coaching* é um processo que facilita o alcance das metas estipuladas pelo coachee, fazendo com que este reflita sua atuação, revise e organize seus objetivos e trace de maneira clara, pautada em prazos um planejamento das ações necessárias para uma atuação de êxito. O trabalho aponta também, que o comprometimento e a confiança entre o *coach* e cliente são fundamentais para o sucesso do processo. Corroborando com esta ideia, Kilburg (2000, p. 65) afirma:

> É um relacionamento de ajuda formado entre um cliente que tem autoridade e responsabilidade de gestão em uma organização e um consultor que usa uma larga gama de técnicas comportamentais e métodos contribuindo para o cliente alcançar uma série de objetivos mutuamente identificados, para melhorar sua performance e satisfação pessoal e consequentemente para melhorar sua performance e satisfação pessoal e consequentemente para melhorar a efetividade da organização do cliente dentro de um contrato de *coaching* formalmente definido.

Levando em consideração o crescimento do uso do processo de *coaching* nas organizações, entende-se o tema como uma necessidade de estudo a fim de consolidar seus resultados. Com isso o presente estudo nasceu do desejo de contribuir com o fortalecimento e reconhecimento do *coaching* no âmbito acadêmico, desta forma o primeiro passo foi identificar como está a produção científica desta temática no Brasil. Diante disso, foi selecionado o banco de dados do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia – IBICT, onde foram encontrados 14 trabalhos entre dissertações e teses sobre coaching. A partir da análise do material procurou-se identificar quais universidades mais produzem, que tipo de pesquisa é mais utilizada, quais instrumentos de coleta de dados são mais aplicados, quais são os autores mais citados e que temas são estudados junto ao *coaching*. Para analisar os aspectos apontados, esse estudo se baseou na bibliometria que busca mensurar a produção científica a partir de métodos

quantitativos. Frente ao levantamento realizado, os dados analisados foram divididos em três partes a fim de organizar a pesquisa, sendo elas: 1) apresentação dos dados gerais dos trabalhos contemplando tipo do trabalho, de quais universidades são, qual região que mais produz e os temas relacionados; 2) exposição dos aspectos metodológicos encontrados no trabalho e 3) apresentação das referências encontradas.

Conclui-se com este estudo que o pequeno número de trabalhos encontrados expressam a oportunidade de aprofundamento do tema para consolidação de pesquisas científicas no Brasil. Devido a ampla aplicabilidade do processo, o *coaching* pode ser estudado em contextos variados, embora extremamente associado ao cenário empresarial. Vale destacar a relevância desse estudo, uma vez que foi possível trazer à luz da discussão acadêmica um tema que ainda está sendo construído cientificamente no Brasil como também a análise bibliométrica que consegue consolidar os dados determinados pelo pesquisador em um único material, contribuindo para uma visão panorâmica de determinado assunto no campo científico.

2. REFERÊNCIAL TEÓRICO

O estudo sobre *coaching* é recente e pode-se dizer que no Brasil há uma escassez de estudos sobre o tema, abrindo uma oportunidade considerável para pesquisadores que queiram investir em pesquisas que alavanquem o *coaching* no país. O termo *coaching* é derivado do inglês *coach* que significa treinador ou tutor particular que possui como desafio e responsabilidade a missão de desenvolver competências naqueles que está sendo treinado. Para iniciar a discussão sobre o assunto, faz-se necessária a apresentação de alguns termos que serão abordados no decorrer do artigo com frequência, sendo eles ***Coaching*:** o processo propriamente dito; ***Coach*:** a pessoa que conduz o processo; ***Coachee*:** a pessoa que é o alvo do processo (DINIZ, 2005). As produções científicas sobre o tema começam a aparecer no Brasil de maneiram mais significativa nos últimos cinco anos, onde as empresas em busca do desenvolvimento de seus executivos para alcançarem resultados ainda mais expressivos no trabalho mesmo em um contexto de recorrentes mudanças passaram a buscar novas técnicas e como no exterior essa metodologia já é utilizada de forma intensa e com resultados admiráveis, muitas empresas passaram a adotar o processo. Pode-se dizer que as definições sobre *coaching* encontradas na literatura se complementam e existem esforços de alguns teóricos em fortalecer o conceito tanto no âmbito acadêmico quanto empresarial, pautado principalmente na mensuração dos benefícios alcançados por meio do processo. O *coaching* funciona como uma assessoria que abarca aspectos pessoais e profissionais, fazendo com que o *coachee* busque novas opções e caminhos que desenvolvam suas competências e com isso chegue até os resultados traçados. O foco está em evocar a excelência no indivíduo de forma que o mesmo promova as mudanças necessárias para aumentar sua satisfação com a vida. Alguns autores apontam que sua prática foi encontrada na Grécia Antiga fundamentada por meio do diálogo que o filósofo Sócrates estabelecia com seus discípulos, tentando despertar um olhar diferente frente à vida de forma que a interpretação e compreensão dos fatos acontecessem de forma mais ampla para eles. Entre os anos 470 a.C. o filósofo supracitado Sócrates conduzia encontros com seus discípulos dialogando sobre diversos assuntos de cunho filosófico, sempre explorando o potencial de cada um e os desafiando em suas (DAMETTO, 2007). Percebe-se que não se trata de um fenômeno recente, no entanto no Brasil ainda é pouco difundido e discutido, mas cabe salientar que no âmbito empresarial o *coaching* tem ocupado um lugar de destaque.

O *coaching* está largamente associado à liderança, sendo considerada a principal abordagem para esta área no século XXI. Isto está relacionado ao cenário atual com características complexas e multifacetadas, fazendo com que as mudanças ocorram de forma mais acelerada a cada dia, o que exige do líder uma postura mais flexível, adaptável e focada nos resultados da organização, gerando as transformações necessárias. O *coaching* possui esse aspecto transformacional e auxilia o líder a promover a mudança de comportamento que é imprescindível para transformar a organização. Ao passo que o processo contribui com o indivíduo, impacta positivamente também na organização sendo uma ação altamente estratégica para os resultados financeiros da organização, além disso, agrega aos envolvidos que recebem uma oportunidade de alinhar seus valores pessoas com os da organização. O método não trabalha com fórmulas prontas, nas sessões as experiências vivenciadas pelo *coachee* são utilizadas para traçar novas rotas, o cliente é desafiado a assumir uma nova postura diante do cenário e a se responsabilizar pelas escolhas feitas. (LAGES & O'CONNOR, 2010). Com isso, o coaching torna-se um processo estratégico para a organização.

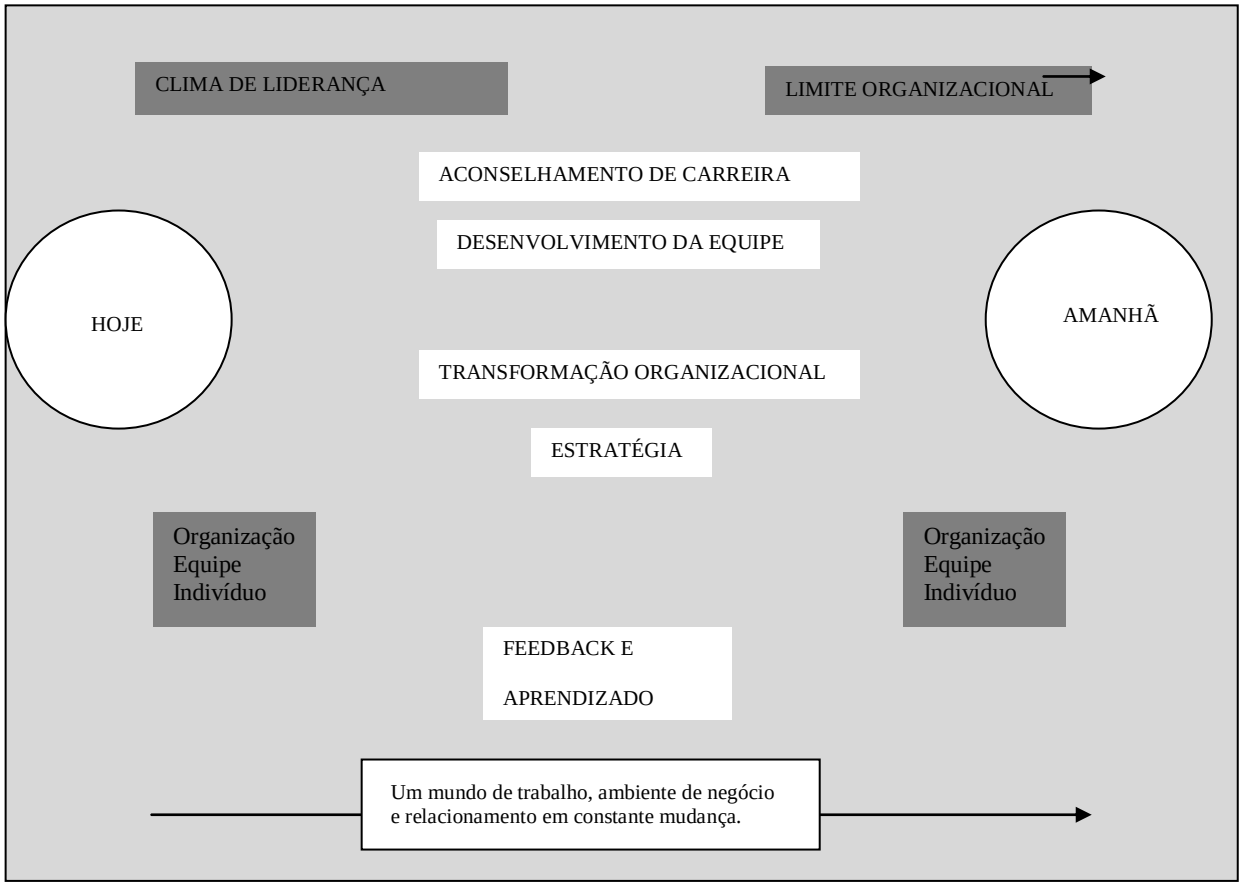

Figura 1: O modelo de coaching estratégico.
Fonte: baseado em LYONS, 2003, p. 48.

De acordo com Lyons (2003) o *Coaching* Estratégico tem o poder de levar as pessoas e consequentemente a organização do lugar que estão hoje para o lugar que desejam estar amanhã, cabe ao líder assegurar que o processo esteja alinhado ao negócio da empresa. O autor complementa que devido ao fato da estratégia possuir um caráter insurgente atualmente, perseguindo metas móveis devido às correntes transformações o processo de *coaching* torna-se um meio eficaz de transportar as pessoas com sucesso aos objetivos traçados, mesmo diante do cenário mutante. Para isso o *coaching* faz uso do diálogo orientado para a realização das tarefas. A proposta de aplicação do *coaching*

obedece a um planejamento com datas e horários estipulados para as sessões, mobilizando os participantes a se prepararem para este momento. Voltando as reuniões realizadas por Sócrates percebe-se a as raízes do processo, pois o filósofo estipulava encontros em horários marcados, não permitindo interrupções que pudessem atrapalhar, atribuindo a este momento um aspecto sagrado para o aprendizado.

> Os *coaches* fornecem aos executivos uma oportunidade de se engajarem em um diálogo de desenvolvimento. Onde não há um *coach*, pode-se perder a chance desse diálogo reflexivo. Quando os executivos não têm com quem falar, não há um diálogo restado ou evoluído, não há uma formação de atitude, e assim fica faltando uma parte importante do pensamento do executivo – o pensamento penetrante. Em todas essas maneiras, o *coaching* dá suporte ao aprendizado do executivo e organizacional. O *coaching* fornece uma plataforma para a ação prática direcionada para o propósito inteligente e estratégico. (LYONS, 2003, 54)

De acordo Di Stéfano (2005) o *coaching* é um processo estruturado de desenvolvimento do capital humano, com foco em alcançar as metas e objetivos estipulados, partindo da relação de confiança mútua, entusiasmo e dedicação entre *coach* e *coachee.*. O método fundamenta-se em auxiliar o *coachee* por meio da interação dinâmica – o *coaching* não depende só de uma pessoa que diz o que e como fazer, e que dá as instruções (LANDSBERG, 1996). Existem algumas modalidades do processo de *coaching* em que sua aplicação pode se destinar a carreira, a vida pessoal, empresarial, para executivos, equipe e também esportivos. A proposta de fundamentação é a mesma para qualquer um desses tipos de aplicação, no entanto é importante adaptar as ferramentas aos objetivos propostos. O *coach* tem um papel vital nesta fase, pois muitas vezes o cliente não tem claramente o que se quer alcançar, com isso o *coach* precisa dar suporte fomentando os desafios encontrados e os resultados almejados pelo *coachee.* O profissional *coach* propõe uma relação empática, motivadora e objetiva com seu cliente, estabelecendo uma relação de confiança e sigilo. O *coach* adota técnicas e metodologias comportamentais para desenvolver o *coachee,* os resultados fazem menção a melhoria de desempenho, aumento da satisfação pessoal e por consequência a melhoria nos resultados profissionais e organizacionais. O *coaching* é uma parceria que almeja atingir o melhor na vida pessoal do *coachee* e assim conseguir obter melhores resultados na vida profissional (KILBURG, 1996).

Como o processo de *coaching* se dá por meio de um acompanhamento intenso, com sessões que podem acontecer de uma a duas vezes por semana, além do suporte telefônico e email durante a semana toda, o *coachee* fica respaldado em seus objetivos e ações de forma próxima, fortalecendo o alcance das metas estipuladas. A partir do processo, o *coachee* tem a oportunidade de se auto-observar, reconhecer suas limitações, suas potencialidades e fazer melhores escolhas a partir do cenário em que está inserido. O *coach* oferece suporte, mas não faz pelo cliente. Normalmente, as pessoas buscam um processo de *coaching* a medida que se deparam com frequentes experiências com cunho negativo em sua visão e que gostariam de evitar ou não vivenciar.

Para Paula (2007) o *coaching* é baseado na identificação de metas, crenças e valores, questionamentos, reavaliação de comportamentos, construção de metas e, finalmente, *feedback*. Esta fase é a mais crítica do processo de efetivação da parceria entre as partes, deve ser bem feita para fortalecer a relação entre *coach* e *coachee.* Para que haja esta confiança, a postura do *coach* torna-se fundamental, assim como para

obter os resultados esperados e previamente traçados. Para Lages e O' Connor (2004) este relacionamento abalizado em ideias e confiança deve estar explícito na postura do *coach.* Para a sessão de *feedback*, Goldsmith (2003, p 75) propõe os seguintes estágios:

1. Reafirmar as regras básicas e estabelecer o relacionamento.
2. Repassar os objetivos do *coaching* e o contexto dos negócios.
3. Descrever como interpretar os resultados.
4. Dar ao executivo a oportunidade de revisar os resultados.
5. Discutir surpresas ou frustrações.
6. Destacar os pontos fortes.
7. Identificar necessidades de desenvolvimento.
8. Concordar quanto as áreas para meloria.
9. Iniciar o processo de planejamento de desenvolvimento.

O programa de coaching segue um processo sistemático:

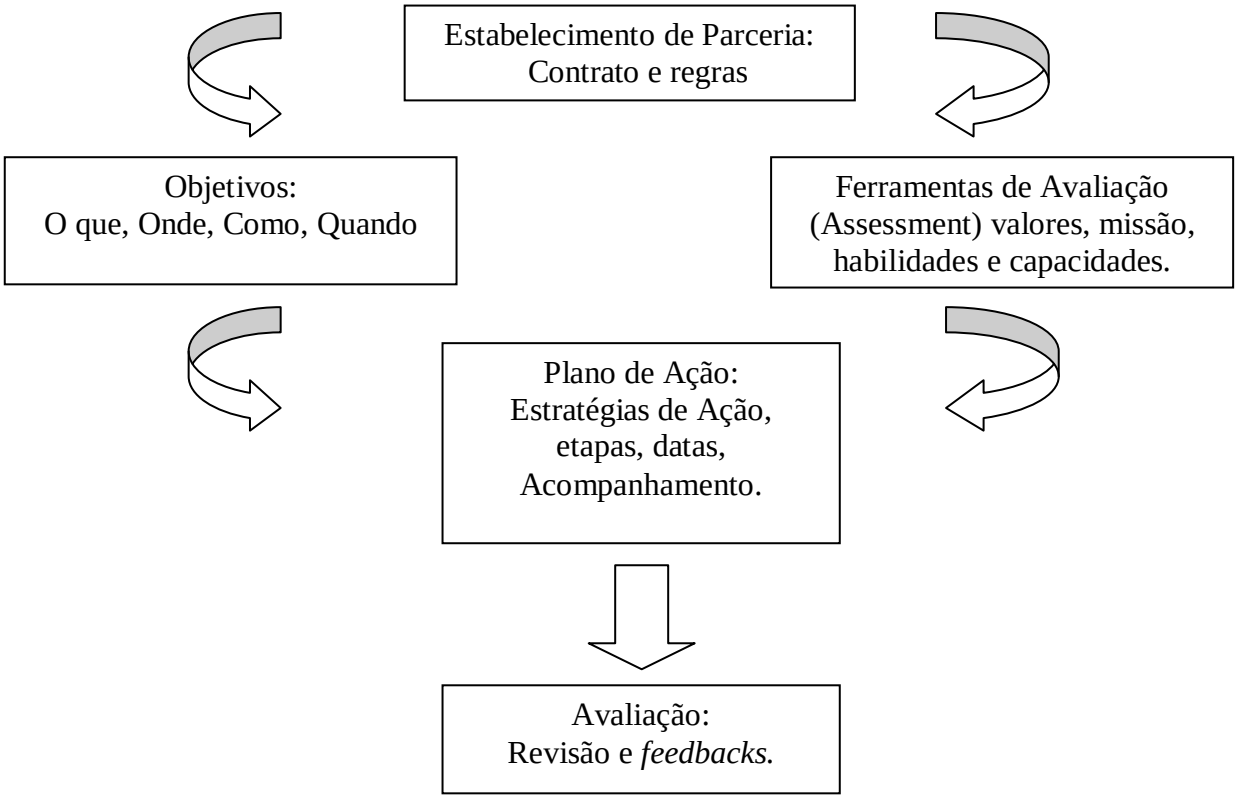

Figura 2: Processos do *Coaching*
Fonte: baseado em DINIZ, 2005, p. 85

Como é possível observar o processo de *coaching* é bem estruturado com início, meio e fim. As responsabilidades do *coach* vão além de fazer perguntas, este profissional tem uma capacidade ímpar de enxergar possibilidades que, muitas vezes, nem pareciam possíveis ao *coachee* e isso exige uma dedicação profunda por parte do *coach.* Por meio dessa parceria, o profissional auxilia seu cliente a chegar de forma mais rápida aos objetivos traçados. Os encontros de *coaching* são balizados com o *coachee*, levando em consideração o tempo suficiente para alcançar os objetivos propostos. Ao final de cada encontro o *coach* propõe uma tarefa a ser realizada na semana, tarefa esta específica ao desenvolvimento das competências (LAGES; O'CONNOR, 2004). Com

essa estrutura, ferramentas e um profissional capacitado os resultados positivos com um processo de coaching torna-se inevitável.

3. MÉTODO

O objetivo deste estudo se funda em identificar como está constituída a pesquisa acadêmica sobre coaching no Brasil no tocante à produção de dissertações e teses entre 2006 e 2012. Para isso, utilizou-se do método de análise bibliométrica das dissertações e teses encontradas por meio de um levantamento realizado por consulta eletrônica no banco de dados do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT). Com relação ao tratamento dos dados adotou-se a abordagem quantitativa e quanto aos objetivos trata-se de uma pesquisa de cunho exploratório já que busca trazer maior familiaridade com o tema.

O estudo bibliométrico permite uma análise ampla do que está sendo produzido em determinada área do conhecimento, identificando os principais autores, universidades que mais publicam, quais periódicos são referência na área pesquisada, com isso aponta-se os dados podendo cruzar as informações encontradas (KOBASHI e SANTOS, 2008, *apud* KLEINUBING, 2010). Essa forma de análise tem sido muito utilizada nas pesquisas acadêmicas. Os mesmos autores conceituam a bibliometria como:

> Uma metodologia de recenseamento das atividades científicas e correlatas, por meio de análise de dados que apresentem as mesmas particularidades. Por meio dessa metodologia, pode-se, por exemplo, identificar a quantidade de trabalhos sobre um determinado assunto; publicados em uma data precisa; publicados por um autor ou por uma instituição ou difundidos por um periódico científico, o grau de desenvolvimento de P&D e de inovação, entre outros. Por meios bibliométricos pode-se, por exemplo, computar dados para comparar e confrontar os elementos presentes em referências bibliográficas de documentos representativos das publicações (KOBASHI e SANTOS, 2008, *apud* KLEINUBING, 2010).

3.1 Critérios de seleção dos trabalhos

Antes de escolher a fonte de onde os dados seriam extraídos, foi feita uma pesquisa de levantamento sobre o tema em diversos bancos de universidades, no entanto, percebeu-se uma escassez de produção científica, praticamente invalidando o estudo. Levando em consideração a dificuldade apresentada, optou-se por realizar uma consulta eletrônica no banco de dados do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) que condensou os poucos trabalhos produzidos no Brasil sobre *coaching*. Este levantamento encontrou apenas 14 trabalhos entre dissertações e teses, não obstante considera-se um número representativo para elaborar a análise. Vale salientar que devido ao pequeno número encontrado, foi possível obter maior aprofundamento. As 14 produções correspondem a 07 universidades diferentes, sendo elas a USP, PUC – São Paulo, PUC – Rio de Janeiro, PUC - Campinas, PUC – Rio Grande do Sul, UCB, UNIGRANRIO e UNIFESP.

As produções foram selecionadas partindo do seu título sobre a temática coaching, após a seleção dos materiais realizou-se uma leitura e análise desses trabalhos baseado nos critérios escolhidos para esse estudo bibliométrico. Durante a fase de

levantamento, o banco do IBICT apresentou 42 trabalhos com a palavra coaching, mas constatou-se que por ser uma palavra inglesa com tradução de "treinador", a base de dados apresentou diversos materiais na área esportiva. Também foram encontrados artigos sobre o tema, no entanto o foco desta pesquisa são dissertações e teses. Vale salientar também que dos 14 trabalhos encontrados, apenas um não estava integralmente visível, disponibilizando apenas o resumo para acesso. Considerou-se o recorte temporal de 2006 a 2012 devido ao fato de que 2006 foi o 1º ano em que houve produção científica sobre o assunto e 2012 o último.

3.2 Coleta e tratamento dos dados

Primeiramente os trabalhos foram separados por seu tipo, ou seja, dissertação ou tese. Posteriormente, procurou-se fazer uma distribuição por ano de publicação. Em seguida, os temas foram tratados, bem como os objetivos dos trabalhos. Com esta ação foi possível observar que havia trabalhos muito bem estruturados e claros em seus objetivos e método de estudo, enquanto outros não apresentavam a mesma clareza. Procurou-se também identificar quais universidades ofertavam maior produção científica na área e com isso qual o estado que mais produz.

Outro item avaliado foi o aspecto metodológico dos trabalhos no tocante à sua classificação frente aos procedimentos técnicos, bem como as técnicas de coleta de dados utilizadas. Também procurou-se identificar os autores mais citados nas pesquisas, tomando como base a referência apresentada no final do trabalho.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta seção se dedica a expor os resultados obtidos com o estudo e foi estruturada da seguinte forma: a primeira parte traz os dados gerais dos trabalhos encontrados, tais como tipo de trabalho, publicações por ano, por universidade e por estado, e os temas que relacionados ao coaching escolhidos pelos pesquisadores; a segunda parte dedica-se a apresentar os procedimentos metodológicos utilizados e por fim, a terceira parte aponta os aspectos grais com relação às referências mais encontradas.

4.1 Dados gerais do artigo

A Tabela 1 demonstra a quantidade de trabalhos produzidos sobre o *coaching* por ano, levando em conta o recorte temporal de 2006 a 2012. Observa-se que há uma produção científica tímida ainda, sendo que em 2009 não houve nenhum trabalho desenvolvido. Verifica-se também que apenas 29% dos materiais encontrados são teses de doutorado, tendo um número mais expressivo de dissertações de mestrado. O resultado aponta a escassez de estudos sobre o tema no Brasil e ao mesmo tempo indica uma oportunidade de explorar o tema em diversos cenários ainda não discutidos.

Tipo	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Total
Dissertação	1	1	1		1	4	2	10
Tese		1	2		1			4
Total	1	2	3	0	2	4	2	14

Tabela 1: Quantidade de trabalhos produzidos por ano
Fonte: elaborada pelas autoras

Os resultados encontrados apontam uma linearidade de produção por ano, podendo ser considerada uma média de 02 trabalhos publicados por ano. Percebe-se que 2011 foi o ano em que mais houve produção. Durante a pesquisa, foi possível constatar que devido à falta de material brasileiro sobre o tema, os trabalhos produzidos utilizam de obras e artigos internacionais para basear sua pesquisa.

A Tabela 2 contempla as universidades que mais produziram trabalhos sobre o tema, percebe-se que a USP e a UBC lideram a lista com aproximadamente 21% de produções cada uma, seguidas da PUC do Rio de Janeiro. Tratando-se da PUC - São Paulo, PUC – Campinas, PUC – Rio Grande do Sul, UNITAU, UNIGRANRIO e UNIFEST, identificou-se apenas uma produção por instituição. Mais uma vez, os dados confirmam o largo espaço para produção científica e inovação dentro da temática *coaching*.

Universidades	Quantidade
Universidade Católica de Brasília - UCB	3
Universidade de São Paulo - USP	3
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC	2
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC	1
Pontifícia Universidade Católica de Campinas - PUC	1
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUC	1
Universidade de Taubaté - UNITAU	1
Universidade do Grande Rio - UNIGRANRIO	1
Universidade Federal de São Paulo -UNIFEST	1
Total	14

Tabela 2: Produção científica por universidade
Fonte: elaborada pelas autoras

Partindo das instituições de ensino apontadas na Tabela 2, é possível trazer mais um dado importante no que diz respeito à região que mais possui produção científica sobre *coaching*. Observa-se que a região o estado de São Paulo é responsável por 50% das produções encontradas, liderando a lista, ao passo que o estado do Rio Grande de Sul possui apenas um trabalho. Este retrato ser explica pelo desenvolvimento mais acelerado da região de São Paulo, neste cenário o processo de *coaching* já é mais conhecido e utilizado pelas organizações o que gera maior interesse sobre o tema.

Região	Quantidade
São Paulo	7
Rio de Janeiro	3
Brasília DF	3
Rio Grande do Sul	1
Total	14

Tabela 3: Produção científica por região
Fonte: elaborada pelas autoras

No tocante aos temas tratados juntamente com o *coaching*, observa-se nos 14 trabalhos selecionados que há uma variação, não obstante destaca-se o executivo como tema de maior aderência de pesquisa relacionada ao *coaching*. A Tabela 4 apresenta os temas propostos encontrados.

Temas	Quantidade
Coaching e Executivo	5
Coaching e Empreendedorismo	1
Coaching e Docente	1
Coaching e Ontologia	2
Coaching e Empresa	2
Coaching e Autoimagem	1
Coaching e Método Transpessoal	1
Coaching e Desenvolvimento Humano	1
Total	14

Tabela 4: Estudos de *coaching* com outros temas
Fonte: elaborada pelas autoras

O *coaching* é um processo de desenvolvimento e melhoria dos resultados positivos na vida do indivíduo, contribuindo para que este resolva seus problemas e transforme o que aprendeu em resultados positivos para si, para sua equipe e organização (MILARÉ, 2008, p. 02). Diante disso, compreende-se que sua aplicação pode ser feita em diversos cenários, o que justifica os temas apontados na Tabela 4, todos os estudos indicaram o processo de *coaching* para objetivos diferentes. Verifica-se que aproximadamente 37% dos trabalhos estudaram o coaching aplicado aos executivos, à sua carreira na organização, em seguida cerca de 32% dos estudos encontram-se o *coaching* empresarial e o enfoque ontológico. Os demais temas como empreendedorismo, docente, autoimagem, método transpessoal e desenvolvimento humano também aparecem em conjunto com o tema coaching. Percebe-se aqui uma lacuna para aplicabilidade do *coaching* em muitos outros temas não selecionados ainda para a pesquisa.

4.2 Procedimentos metodológicos encontrados

Referente aos aspectos metodológicos encontrados nas dissertações e teses observa-se na Tabela 5 que a maioria dos pesquisadores optou pela pesquisa empírica ou de campo. De acordo com Godoy e Balsini (2006, *apud* DELFINO; SILVA e ROHDE, 2010) é mais comum encontrar ensaios teóricos em estudos qualitativos brasileiros, no entanto nesta pesquisa houve uma predominância de estudo de cunho empírico, ou seja, o pesquisador foi à campo para levantar dados sobre *coaching*. Esse resultado pode estar ligado ao aspecto prático do tema, altamente focado em resultados concretos.

> Pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira

> comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. Consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presumem relevantes, para analisá-los (MARCONI; LAKATOS, 2003, p.186) .

Tipo de pesquisa	Quantidade
Papel	2
Campo	12
Total	14

Tabela 5: Classificação por tipo de pesquisa
Fonte: elaborada pelas autoras

Acerca das técnicas de coleta de dados, o número total de instrumentos utilizados para a obtenção de informações apresentados na Tabela 6 são maiores que o número de trabalhos pesquisados, isso se explica devido aos pesquisadores terem utilizado mais de um instrumento para coletar os dados. Na literatura geralmente encontram-se as seguintes opções como instrumentos de coleta de dados: a) observação; b) entrevista; c) questionário e d) formulário (GIL, 2002; RAMPAZZO, 2013). Também há apontamentos de outras formas de coletas na literatura, na Tabela 6 serão apresentadas as que foram encontradas dos trabalhos.

Técnica de coleta de dados	Quantidade
Entrevista	5
Questionário	5
Análise documental	4
Análise Bibliográfica	14
Pesquisa Ação	5
Não identificado	1
Total	34

Tabela 6: Técnicas de coleta de dados
Fonte: elaborada pelas autoras

Ao analisar os trabalhos, nota-se que alguns pesquisadores descrevem claramente o método adotado, os objetivos a alcançar e de que forma fizeram isso. Ao passo que outros não apresentam a mesma clareza e objetividade, requerendo uma leitura mais minuciosa para identificar. Vale destacar que uma das dissertações não permitia acesso ao arquivo completo, desta forma considerou-se apenas o que foi exposto no resumo. Havia também uma dissertação que não apresentava uma seção que abordasse o método. A pesquisa bibliográfica foi considerada, por entender que todas as pesquisas precisam obter dados bibliográficos para embasar o tema. Uma técnica de coleta de dados na pesquisa de campo que foi bem utilizada nos estudos analisados, foi a pesquisa ação, pois os pesquisadores aplicavam as sessões de coaching para verificar os resultados, utilizando escalas, inventários, questionários, a observação etc. Sobre pesquisa ação Thiollent (2005, p.16) afirma:

> Um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo.

A Tabela 7 aponta os dados refrentes às abordagens usadas nas pesquisas. Como pode-se observar a maioria dos trabalhos utilizaram a abordagem qualitativa para tratar os dados. A abordagem qualitativa trabalha com a subjetividade do sujeito, preocupando com tudo aquilo que não pode ser mensurado permitindo assim uma análise mais global do comportamento humano, buscando compreender o fenômeno estudado e os significados que são atribuídos a ele (COSTA; COSTA, 2005; OLIVEIRA, 2007). Alguns autores criticam a subjetividade da pesquisa qualitativa, considerando esse aspecto uma fragilidade. Tratando-se da pesquisa quantitativa Fonseca (2002, p.35, apud SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009) afirma:

> Diferentemente da pesquisa qualitativa, os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados. Como as amostras geralmente são grandes e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem em retrato real de toda a população alvo da pesquisa. A pesquisa quantitativa se centra na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre varáveis, etc. A utilização conjunta da pesquisa quantitativa e qualitativa permite recolher mais informações do que se poderia conseguir isoladamente.

Abordagem	Quantidade
Qualitativa	9
Quantitativa	3
Quanti-Quali	2
Não identificado	1
Total	15

Tabela 6: Técnicas de coleta de dados
Fonte: elaborada pelas autoras

4.3 Sobre as referências

Neste item, buscou-se levantar as referências exclusivamente sobre coaching utilizadas em cada trabalho. Foram encontradas cerca de 140 referências sobre o tema, sendo a maioria quase que absoluta, referências internacionais. Para construir a Tabela 8 considerou os autores ou referências que apareceram mais de uma vez, a tabela apresenta 31 referências, sendo que 29 delas aparecem em 2 a 7 trabalhos. Os autores Braga e Ferreira aparecem na lista mesmo sendo citados apenas uma vez, por fazerem parte dos trabalhos selecionados para essa análise bibliométrica. Vale destacar que os autores em negrito expostos na Tabela 8 fazem parte dos 14 trabalhos analisados, sendo eles Milaré, Blanco, Braga e Ferreira. Esse dado aponta que as produções científicas brasileiras já estão sendo aproveitadas nos estudos sobre *coaching*.

REFERÊNCIAS/AUTORES	Quantidade	REFERÊNCIAS/AUTORES	Quantidade

INTERNACIONAL COACHING FEDERATION	7	SHERVINGTON, M.	3
KILLBURG, R.R.	7	LYONS, L. S.	3
WHITMORE, J.	6	HARRIS, M.	3
O'NEILL, M.B.	5	MINOR, M.	3
KAMPA-KAKESCH, S.; ANDERSON, M.Z	5	**BLANCO, V.B.**	3
ADLER, N.A.	4	BERGLAS, S.	2
GRANT, A.M	4	KRAUSSZ, R.R.	2
HUDSON, F.M.	4	CLUTTERBUCK, D.	2
MILARÉ, S.A.	4	DARRAUGH, B.	2
LAGES, A.; O'CONNOR, J.	4	HARGROVE, R.	2
MILARÉ, S.A.; YOSHIDA, E.M.P.	4	**DUCHARME, D.**	2
DI STÉFANO, R.	4	JOO, B.K.B.	2
THE EXECUTIVE COACHING FORUM	3	KAMPA-KAKESCH, S.	2
GOLDSMITH, L.	3	WITHERSPOON, R.; WHITE R.P.	2
WOLK, L.	3	**BRAGA, S.O.**	1
Total de referências	**31**	**FERREIRA, M.A.A.**	1

Tabela 8: Os autores mais citados nas dissertações e teses
Fonte: elaborada pelas autoras

Verifica-se na Tabela 8 a predominância de referências internacionais, cabe ressaltar que muitas obras foram traduzidas para o português, facilitando o acesso dos pesquisadores. Confirma-se que o estudo sobre *coaching* no Brasil está em seu início e tem muito a caminhar e desenvolver, uma vez que a prática do *coaching* nas organizações empresariais tem se tornado cada vez mais intensa e presente, a necessidade de estudo científicos a partir das experiências brasileiras começa a ficar mais evidente.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos com esse estudo apontam que o Brasil ainda está caminhando na produção acadêmica acerca do *coaching*. Foi possível observar que o primeiro trabalho produzido no âmbito acadêmico ocorreu em 2006, tratando-se de uma dissertação com o título: "Um estudo sobre a prática de *coaching* no ambiente organizacional e a possibilidade de sua aplicação como prática de Gestão do Conhecimento" e a universidade pioneira no assunto foi a UCB de Brasília, adotando um enfoque de *coaching* nas organizações, sendo o contexto onde mais se fala sobre *coaching*. De lá para cá apenas mais 13 trabalhos foram desenvolvidos e no último ano o cenário saiu da empresa e foi para a educação e empreendedorismo, respectivamente com os temas: "*Coaching* e a formação da consciência docente" e "*Coaching* empreendedor: estudo sobre sua influencia no incremento nas competências e no desempenho de empreendedores". Os trabalhos citados demonstram a ampliação da aplicação do *coaching* em outras áreas e um esforço de pensá-lo contribuindo com linhas teóricas diferentes. A fundamentação teórica deste estudo preocupou-se em

apresentar os conceitos e pesquisas dos principais autores em *coaching*, de forma que o termo alcançasse um esclarecimento mais amplo a fim de compreender o que faz esse processo e quais são os resultados que podem ser obtidos a partir dele.

Ao discorrer o referencial teórico, pode-se dizer que, em linhas gerais, o *coaching* é considerado uma atividade interativa, uma vez que envolve a competência do *coach* em conduzir o processo e a determinação e comprometimento do coachee em alcançar melhores resultados. Tal processo tem por objetivo a promoção do desenvolvimento de habilidades disseminando o conhecimento e gerando aprendizados que estejam ligados aos valores e metas organizacionais (BLANCO, 2006). Não obstante, vale trazer à luz desta reflexão a posição de Muniz (2011, p. 25) que salienta uma não conformidade entre os autores sobre a conceituação do termo, mas que nos aspectos de desenvolvimento da pessoa, suporte para tomada de decisão, aumento de *performance* e ampliação da consciência para a tomada de decisão são itens compartilhados entre os autores.

A partir do estudo realizado verificou-se que a aplicabilidade do *coaching* tem uma amplitude que alcança temas como: Educação, Empreendedorismo, Carreira, Executivo, Organização, Ontologia, Imagem pessoal entre outros, no entanto a proposta de embasamento de todas as áreas parte do aumento de resultados positivos na vida do indivíduo. Um estudo que chamou a atenção foi "O *coaching* ontológico como instrumento de desenvolvimento de equipe de trabalho" onde a autora, Braga (2007), faz uma articulação do processo de aprendizagem, resultados da organização por meio do trabalho em equipe com as estratégias do *coaching* ontológico que, fundamentalmente, enfoca no domínio do ser, provocando mudanças na forma de observação do *coachee*, produzindo uma mudança ontológica no indivíduo e em seus paradigmas, fazendo com que o mesmo enxergue outras opções para seus padrões de comportamento.

Tratando-se da metodologia desta pesquisa, as ações foram feitas segundo o que diz a bibliometria que de acordo com Macias – Chapula (1998) tal estudo preocupa-se em mensurar a produção, bem como disseminar e apontar o uso da informação armazenada. Para isso, lança mão de análises quantitativas, utilizando indicadores bibliométricos. Partindo dessa análise, que utilizou o banco de dados do IBICT, foi possível constatar que o estado de São Paulo está a frente dos demais estados brasileiros no tocante à produção do tema, o estado conta com 50% dos trabalhos encontrados. Como responsáveis pela produção no país encontra-se também Brasília, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul. Hoje a UCB e a USP são as universidades que tem mais trabalhos sobre *coaching*.

Com relação ao delineamento mais usado nas pesquisas analisadas, destaca-se a pesquisa de campo observada em 12 dos 14 materiais selecionados. Quanto à abordagem, observa-se que o enfoque qualitativo foi o mais utilizado. No que diz respeito as coletas de dados encontrou-se questionários, entrevistas, análise de documentos entre outros.

Sobre as referências empregadas nos trabalhos, a pesquisa apontou 31 das 137 encontradas. Essas referências foram selecionadas considerando as que continham em seu título o termo coaching e que apareceram no mínimo em dois trabalhos diferentes. Destacou-se também, que 04 autores dos 14 materiais analisados também foram citados. Vale destacar que as referências eram internacionais na maioria das vezes, o que indica a necessidade de crescimento da área acadêmica brasileira nesta vertente.

A elaboração desse artigo surge como uma oportunidade de consolidação das produções científicas sobre o tema, oferecendo uma visão panorâmica deste cenário no Brasil, disponibilizando uma visão ampla das lacunas na área e que há muito ainda a ser

produzido. Frente ao pequeno número de dissertações e teses encontradas, conclui-se que a produção acadêmica nacional abordando o *coaching* tem muitas esferas a ser exploradas e aprofundadas e devido ao seu prisma prático e focado em resultados, vale destacar os estudos empíricos como de maior contribuição para a consolidação do tema. Considera-se um desafio ampliar a pesquisa sobre *coaching*, publicar mais artigos científicos e apresenta-los em eventos acadêmicos e periódicos a fim de disseminar a temática. Em suma, observa-se um mercado amplo a ser descoberto e desenvolvido.

REFERÊNCIAS

BLANCO, V. B. **Um Estudo Sobre a Prática de *Coaching* no Ambiente Organizacional e a Possibilidade de sua Aplicação como Prática de Gestão do Conhecimento**. Dissertação de Mestrado em Gestão do Conhecimento e da Tecnologia da Informação da Universidade Católica de Brasília. UCB. Brasília, 2006.

BRAGA, S. O. **O *coaching* ontológico como instrumento de desenvolvimento de equipes de trabalho.** 2007. 221f. Dissertação (Mestrado em Gestão do Conhecimento e Tecnologia da Informação) – Universidade Católica de Brasília, Brasília DF, 2007.

COSTA, M. A. F.; COSTA, M. F. B. **Metodologia de pesquisa:** conceitos e técnicas. 2. ed. Rio de Janeiro: Interciencia,2009, 216 p.

DAMETTO, A. **A importância do *coaching* para Gestão do Conhecimento nas organizações**. Rio de Janeiro: UERJ, 2007.

DELFINO, I.A.L.; SILVA, A.B.; ROHDE, L.R. A Produção Acadêmica sobre Liderança no Brasil: Uma Análise Bibliométrica dos Artigos Publicados em eventos e Periódicos Entre 1995 e 2009. XXXIV EnANPAD. Rio de Janeiro: ANPAD, 25-29/09/2010.

DINIZ, A. **O líder do futuro**: a transformação em líder *coach.* São Paulo: Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento, 2005.

DI STÉFANO, Rhandy. **O Líder-*Coach*** – líderes criando líderes. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: ATLAS, 2002.

GOLDSMITH, Marshall.; LYONS, Laurence.; FREAS, Alissa. **Coaching:** o exercício da liderança. Rio de Janeiro: Elsevier: DBM, 2003.

KILBURG, R. **Towards a conceptual understanding and a definition of executive *coaching.* Consulting**, Psychology Journal. Practice and Research, vol.48, n. 2, p. 34-144, 1996.

_____, **Executive coaching:** developing managerial wisdom in a world of chaos. Washington: APA, 2000.

KLEINUBING, L. S. **Análise bibliométria da produção científica em Gestão da informação na base de dados LISA.** Revista Digital de Biblioteconomia e Ciencia da Informação. Campinas, v.8, n.1, p. 01 – 11, jul/dez. 2010. ISSN: 1678-765X.

LANDSBERG, Max. **The Tao of *Coaching***. Londres: Harper Collins, 1996.

LAGES, A.; O'CONNOR, J. ***Coaching* com PNL**: o guia prático para alcançar o melhor em você e nos outros: como ser um coach máster. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

_____. **Como o coaching funciona:** o guia essencial para a história e a prática do coaching eficaz. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2010.

LYONS, L.S. O coaching no cerne da estratégia. In: Marshall Goldsmish, Laurence Lyons, Alissa freas. **Coaching**: o exercício da liderança. Rio de Janeiro: Elsevier: DMB, 2003.

MACIAS-CHAPULA, C. A. **O papel da informetria e da cienciometria e sua perspectiva nacional e internacional.** Ciência da Informação, Brasília, v.27, n.2, p.134-140, maio/ago., 1998.

MARCONI, M.A., LAKATOS, E.M.. **Fundamentos da Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2003**.**

MILARÉ, S. A**. Intervenção Breve em Organizações:** Mudança em Coaching de executivos. Tese (Doutorado em psicologia) – Pontifícia Universidade Católica de Campinas, São Paulo, 2008.

MUNIZ, A. R. **Análise do processo de coaching na carreira de executivos do vale do Paraíba paulista.** Dissertação (Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional) – Universidade de Taubaté, São Paulo, 2008.

PAULA, M. **O sucesso é inevitável:** coaching e carreira. São Paulo: Editora Futura, 2005.

RAMPAZZO, L. **Metodologia científica**: para alunos de graduação e pós graduação. 7.ed. São Paulo: Edições Loyola, 2013.

SILVEIRA, D.T.; CÓRDOVA, F.P. A pesquisa científica. In: Tatiana Engel Gerhardt, Denise Tolfo Silveira. **Métodos de Pesquisa.** Porto alegre: Editora UFRGS, 2009.

THIOLLENT, M. **Metodologia da Pesquisa-ação.** São Paulo: Cortez Editora, 2005.

WHITMORE, J. **Coaching para performance**: aprimorando pessoas, desempenhos e resultados: competências pessoais para profissionais. Rio de Janeiro: QUALITYMARK, 2006.