

# Passar 10 m por dia a praticar “mindfulness” muda sutilmente a forma como reagimos a tudo

Líderes no mundo inteiro sentem que os níveis sem precedente de ocupação que caracterizam os seus dias os tornam mais reativos e menos proativos. Porém, existe uma solução para esta abordagem de liderança instintiva e reativa: “mindfulness”.

Tendo treinado milhares de líderes nas técnicas associadas a esta prática milenar, nós temos visto, vez após vez, que uma abordagem diligente à prática de “mindfulness” pode ajudar à criação de um segundo de espaço mental, entre um evento ou estímulo, e a resposta que lhe é dada. Um segundo pode não parecer muito, mas pode ser a diferença entre tomar uma decisão apressada que leva a um falhanço, ou chegar a uma conclusão bem ponderada que leva a um aumento de performance. É a diferença entre expressar sem filtro um sentimento de fúria, ou conseguir ser paciente na altura certa. É um avanço de um segundo sobre a nossa mente, as nossas emoções, o nosso mundo.

Pesquisas científicas têm validado que a prática de “mindfulness” altera os nossos cérebros e a forma como nos relaciona-

mos connosco próprios, com quem nos rodeia e com o nosso trabalho. Quando treinamos, e depois fazemos uma aplicação adequada de “mindfulness”, então alteramos fundamentalmente o sistema operativo da nossa mente. Através do treino sustentado em mindfulness, a atividade cerebral é redirecionada de par-

tes mais antigas e reativas do nosso cérebro, incluindo o sistema límbico, para a parte mais recente e racional do nosso cérebro, o córtex pré-frontal.

Desta forma, a prática de mindfulness diminui a atividade nas áreas do nosso cérebro responsáveis pela resposta “fight-or-flight” e por reações irrefletidas tomadas no momento, enquanto aumenta a atividade nas áreas do cérebro responsáveis pelo que normalmente é designado de funcionamento executivo. Estas áreas do cérebro, e o funcionamento executivo que suportam são o centro de controlo dos nossos pensamentos, palavras e ações. São o centro do nosso pensamento lógico e do controlo de impulsos. De forma simples, dependermos mais do nosso funcionamento executivo põe-nos firmemente no lugar do condutor das nossas mentes, e, por extensão, das nossas vidas.

Um segundo pode ser a diferença entre atingirmos os resultados que pretendemos ou não. Um segundo é tudo o que é necessário para sermos menos reativos e estarmos mais sintonizados com o que acontece a cada momento. Neste segundo, está a oportunidade de melhorarmos a forma como tomamos decisões e delegamos, a forma como motivamos quem nos rodeia e lideramos. Essa é uma enorme vantagem para líderes em funções de muita pressão, onde tudo acontece a alta velocidade.

Aqui ficam cinco dicas de fácil implementação para o ajudar a tornar-se mais “mindful”:



Pesquisas científicas têm validado que a prática de “mindfulness” altera os nossos cérebros e a forma como nos relacionamos connosco próprios, com quem nos rodeia e com o nosso trabalho



• **Faça uma prática de 10 m de “mindfulness”, todos os dias.** A maior parte das pessoas descobre por si que as manhãs são a melhor altura para praticar “mindfulness”, mas pode fazê-lo em qualquer altura do dia. Neste link encontrará um treino guiado em “mindfulness” de 10 m, um curto manual para a prática de “mindfulness” e uma app gratuita para o apoiar neste processo.

• **Evite ler os emails como a primeira atividade da manhã.** As nossas mentes estão geralmente mais focadas, são mais criativas e expansivas logo de manhã. Esta é a melhor altura para fazer trabalho estratégico que envolva foco e ter conversas importantes. Se ler os seus emails ao acordar, a sua mente vai-se desviar das suas prioridades e começará a deslizar na direção de uma liderança mais reativa. Ter como primeira atividade do dia ler emails desperdiça a oportunidade de usar a sua mente na altura em que ela está no seu potencial máximo. Quando chegar ao seu local de trabalho de manhã, tente esperar pelo menos 30 m, ou mesmo 1 h, antes de ver os seus emails.

• **Desligue todas as notificações.** Os alarmes no seu telefone, tablet e portátil são fatores que contribuem de forma crítica para uma liderança mais reativa.

Apesar de mindfulness não ser um comprimido mágico, ajudá-lo-á a ser mais seletivo nas suas respostas e a fazer escolhas mais cuidadosas, em vez de sucumbir a decisões mais reativas

Eles mantêm-no mentalmente ocupado e deixam-no sob pressão constante, assim estimulando respostas mais reativas. Eles causam muito mais estragos do que o valor que criam. Tente o seguinte: durante uma semana, desligue todas as notificações do seu email em todos os seus equipamentos eletrónicos. Apenas verifique o seu email uma vez a cada hora (ou com a frequência que for necessária para agir de forma responsável na sua função), mas não veja mensagens de forma compulsiva, enquanto elas vão chegando ao seu inbox.

• **Pare de fazer multitasking.** A sua mente permanece cheia, ocupada e sob pressão, e

dará por si mais reativo. Tente manter o seu foco numa única tarefa de cada vez, e depois note quando a sua mente divagar para outra tarefa – um sinal de que o seu cérebro pretende fazer multitasking. Quando isto acontece, desligue mentalmente todas as tarefas supérfluas que penetrarem nos seus pensamentos, mantendo o seu foco apenas na tarefa que tiver em mãos.

• **Use o seu calendário.** Marque um check-in consigo próprio de duas em duas semanas, para poder monitorar como está a correr a implementação das quatro sugestões acima, ou para se recordar de visitar este artigo e refrescar a sua memória. Considere partilhá-lo com um colega, para que ele também possa implementar estas sugestões. Isto cria a oportunidade de se poderem monitorar mutuamente, o que pode ser útil e motivante.

Encorajamo-lo a que experimente implementar estas dicas. Apesar de “mindfulness” não ser um comprimido mágico, ajudá-lo-á a ser mais seletivo nas suas respostas e a fazer escolhas mais cuidadosas, em vez de sucumbir a decisões mais reativas.

*Fonte: tradução do artigo “Spending 10 Minutes a Day on Mindfulness Subtly Changes the Way You React to Everything”, escrito por Rasmus Hougaard, Jacqueline Carter e Gitte Dybbjaer, para a revista online Harvard Business Review*