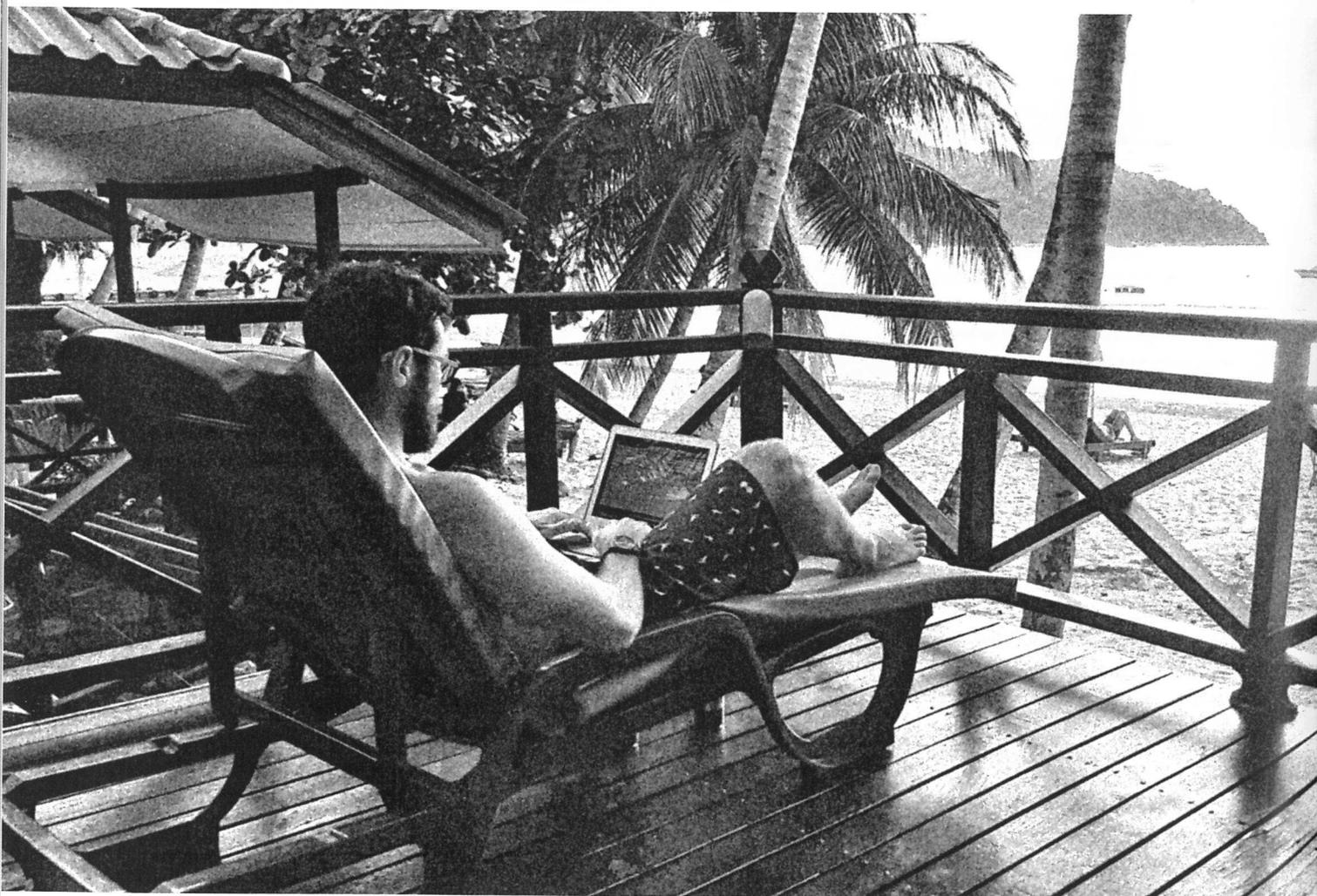


LIÇÕES DE UM LIFESTYLE STRATEGIST

Como Ian Borges, um diretor de uma multinacional, virou a mesa, associou-se a um dos maiores empresários do país e hoje é um nômade digital, que ganha a vida ajudando outras pessoas a serem felizes no trabalho **POR | CLÁUDIA DE CASTRO LIMA**



DURANTE UM TREINAMENTO DE LIDERANÇA, IAN BORGES, então aos 28 anos, diretor de marketing digital e comunicação da L'Oréal, ouviu uma pergunta que o desconcertou. "Qual é seu propósito de vida?", foi o que a coach quis saber. Ian orgulhava-se de ostentar uma carreira meteórica e de sucesso. Havia começado como estagiário na multinacional, morara quatro anos na França, onde a matriz da empresa está localizada, ganhava bem, era admirado e valorizado. Estava feliz. "Mas aquela pergunta me pegou. Eu não fazia ideia de qual era meu propósito, nem entendia o conceito daquilo. No fim do curso, puxei a coach de lado e falei: 'Me explica isso aí direito. Não posso ir embora assim daqui'", conta.



acenam ao me ver na tela. "Propósito é um termo que acabou se banalizando, mas, de uma forma geral, ele é um despertar individual. Para mim, foi uma busca intensa sobre o sentido da minha vida, sobre meu trabalho, minhas escolhas e minha trajetória. O senso de contribuição começou a ter um peso muito grande nesse processo, assim como palavras como sentido e liberdade. E eu não tinha liberdade alguma. Trabalhava 12 horas por dia e apenas nos feriados ou durante 30 dias por ano fazia o que era de fato minha paixão: viagens."

Ian não odiava o que fazia – ao contrário, gostava da empresa. "Mas comecei a pensar que o trabalho para o qual eu poderia dedicar mais energia e gerar mais valor não era aquele. Não queria ficar juntando dinheiro para ser o cara mais rico do cemitério." Achou que era a hora de arriscar algum outro negócio: não tinha filhos, a namorada (hoje noiva) e a família o apoiavam. O primeiro passo foi planejar-se financeiramente. "É preciso ter reservas necessárias para suprir-se por alguns meses. Cada um tem sua abertura para o risco. Eu me dei 18 meses – teria esse tempo para segurar a barra, reduzindo despesas. Isso me deu segurança."

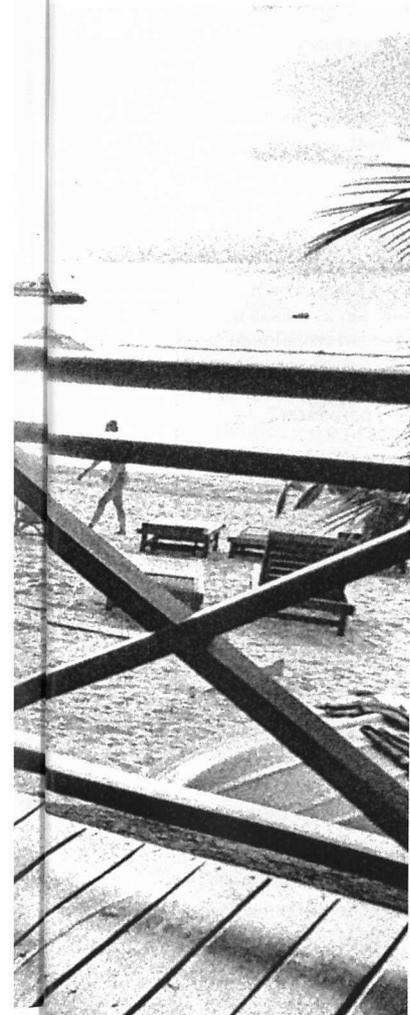
Depois de 12 anos na mesma empresa, ele ainda pensava e agia com a mentalidade corporativa. E só convenceu-se ao acreditar que aquele seria o melhor MBA possível. "Para empreender mesmo, não adianta fazer MBA na Fundação Getúlio Vargas, ler um milhão de livros ou frequentar a Singularity University se você não meter a cara. Se tudo desse

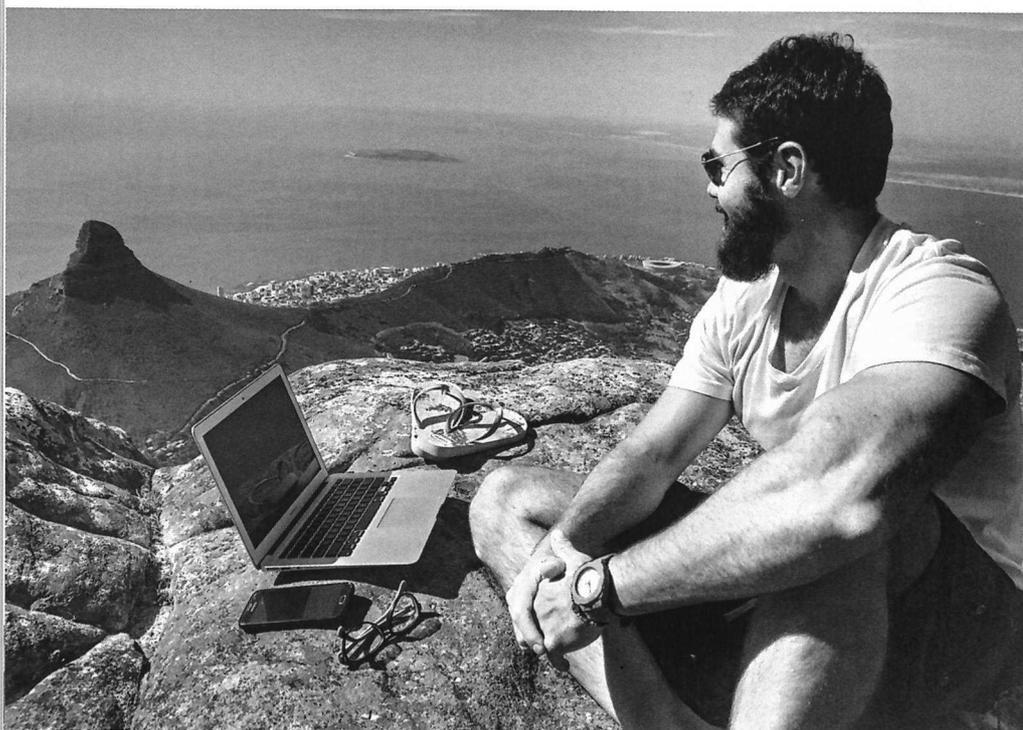
Ian está sentado em um sofá de um coliving em Tóquio, no Japão, e conversamos via Skype, às 8h da noite daqui. É assim que ele trabalha hoje, aos 30: vive por um tempo, em torno de um mês, um mês e meio, em algum país do mundo, tocando seus negócios. Ele é sócio de Ricardo Semler, o visionário presidente da Semco Partners, em duas startups, e tornou-se um "nômade digital" – para trabalhar, nada de salas fechadas: tudo o que precisa é de uma boa conexão de internet, não importa o lugar em que esteja. Faz reuniões em cafês em Cingapura ou na África do Sul, grava vídeos para seu canal em Mallorca ou diante do Museu do Louvre. E tudo isso começou lá na sala de treinamento da L'Oréal.

COINCIDÊNCIAS

"A coach me passou uma série de conceitos e livros. Iniciei uma jornada de autoconhecimento que envolveu muito questionamento", relembra ele, enquanto mostra, com seu laptop, imagens do coliving japonês e algumas pessoas que estão na copa do local

Escritório na praia
Ian Borges trocou uma carreira de executivo de sucesso pela vida de nômade digital para ganhar liberdade: ele trabalha de qualquer lugar do mundo, basta um bom pacote de dados de internet





errado, pensei que voltaria para o mercado de trabalho muito mais qualificado, com um novo background. A gente cria ilusões de que se passar dois, três anos fora do mercado vai ficar desatualizado, desqualificado. Besteira. Ainda mais para quem constrói relações verdadeiras e sustentáveis e não fica só querendo se dar bem. Se precisar voltar, as portas vão estar abertas.” Ian, no entanto, ainda não sabia em que exatamente deveria empreender.

Em sua busca, o primeiro livro que leu, recomendado pela coach, foi *Sincronicidade, o Caminho Interior para a Liderança*, de Joseph Jaworski, baseado nas ideias de Carl Jung. “Comecei a ficar aberto para essas coisas que são as pequenas coincidências significativas. São sinais que estão aí o tempo todo, mas aos quais não prestamos atenção. Sabe uma ligação de uma pessoa

Teoria da amante

Segundo Ian, você tem que se dedicar ao seu negócio dos sonhos como se fosse a “outra”: não precisa largar seu emprego a princípio, mas dispense ao “hobby” tempo e energia

que você não vê faz tempo e que ajuda a tomar uma decisão, por exemplo? Ou uma leitura que traz um insight significativo? Passei a enxergar essas coisas. Não é nada místico, blá-blá-blá esotérico. É ciência.” A coincidência – ou sincronicidade – mais importante no processo aconteceu quando Ian fez uma viagem de férias ao México para visitar um primo, Rafael.

“Ele me contou de um projeto que estava tocando com um empresário brasileiro bem maluco chamado Ricardo Semler. Cada palavra que ele falava sobre a ideia me deixava mais conectado ao negócio. Eles queriam levar o conceito de gestão participativa, que Ricardo já aplicava em sua empresa, para o mundo, de forma mais exponencial.” Rafael perguntou então ao primo se ele conhecia alguém que entendesse de marketing digital – a área de Ian – para embarcar com eles no pla-



QUAL É O SEU PROPÓSITO?

Ian Borges conta que há um exercício simples para descobrir isso: o ikigai.

O conceito japonês é baseado na intersecção de quatro esferas. Quanto mais próxima do centro, maior a chance de sua missão ser um sucesso:

1 O que você ama fazer?

Quais são as coisas que o deixam empolgado? Que filmes vê, quais livros lê? O que você pagaria para fazer?

2 O que você faz bem?

Se perguntar a seus cinco melhores amigos, o que dirão que você faz melhor do que qualquer pessoa? Para que as pessoas o procuram para pedir ajuda?

3 Do que o mundo precisa?

O que falta no mundo? Se pudesse mudar algo para as futuras gerações, seria o quê?

4 Como você pode ser remunerado por isso?

Que modelos de negócio conhece? Há pessoas que admira atuando nisso? Como elas se remuneram e se destacam?

no. “Falei: conheço alguém muito próximo de você”, conta, rindo. Ele relembra que voltou dessa viagem já decidido a pedir demissão e virar sócio da empresa. “Em um mês e meio, já botava no ar a startup, a LeadWise. Por meio do formato on-line de aprendizado, ela ajuda líderes na mudança de *mindset* para criar ambientes de trabalho mais positivos e colaborativos, em vez dos modelos tradicionais hierárquicos.”

Paralelamente, Ricardo tocava, na Holanda, o Semco Style Institute, empresa que oferece consultoria e treinamento para a mudança de paradigma de outras organizações que desejam seguir o estilo de gestão do empresário. “Eram duas empresas com o mesmo propósito, mas uma operava on-line e outra, mais off-line. Decidimos juntar as duas e me tornei sócio de ambas. Trouxemos todo o conhecimento on-line para o portfólio do Semco Style Institute e hoje ele está em expansão para vários países. Estou no Japão agora justamente para isso”, conta.

A empresa está, além da Holanda e do Japão, na África do Sul e na Bélgica – e o plano é que este ano chegue à Índia, à Alemanha, à América Latina e ao Brasil. “Minha função é levar o Institute para os países. Em vez de viajar para participar de reuniões, com meu estilo de vida posso passar mais tempo lá desenvolvendo o negócio dos parceiros.” Juntas, as duas empresas têm faturamento médio de mais de 2 milhões de euros. Os cursos que elas oferecem variam de 500 a 9,5 mil euros.

HACKEANDO VIDAS

Tudo já estava muito bem entre Ian e a noiva, Taíssa Souza – que, em meio a essa reviravolta toda, decidiu abandonar o emprego

de analista financeira e viajar o mundo com ele (hoje, ela mantém um projeto, o Bora Morar Fora, canal que traz informações colhidas com brasileiros que vivem em outros países). “Já tinha conseguido encontrar um estilo de vida com muito mais flexibilidade atuando com desenvolvimento organizacional. Mas percebi que, quando trabalhava com o desenvolvimento de pessoas, eu tinha de fato um impacto mais direto na vida delas. E pensei: ‘Nossa, isso eu faria de graça.’”

Foi aí que Ian começou a criar o conceito de “lifestyle hacking”. “Vi que as pessoas estavam com um ranço já da ideia do coaching, da sincronicidade e do propósito, porque muita gente despreparada banalizou isso no mercado. Virou modinha e todo mundo que estava perdido na vida virava coach de gente ainda mais perdida.” Para diferenciar seu trabalho, ele chegou a um modelo: mesclar tudo o que já havia estudado para “ajudar jovens profissionais e empreendedores a se reinventar e hackear seu *lifestyle* para viver com mais sentido a liberdade” – hoje seu propósito como “lifestyle strategist”.

“Os processos são mais individuais. Não ofereço só coaching, trago mentoring também, conselhos práticos.” Segundo seu método, “hackear” a vida de uma pessoa é ajudá-la a mergulhar profundamente em cinco aspectos que Ian considera fundamentais – carreira, saúde, relacionamentos, finanças e espiritualidade – e reprogramar o que for necessário para melhorar a performance das tais áreas. São 10 atendimentos, feitos por Skype ou qualquer outra forma de videoconferência. Para isso, ele cobra a partir de 6 mil reais. Para ampliar a abrangência, agora está expandindo seu negócio para modelos on-line também.

Ainda sentado no sofá do *living*, Ian conta que já conheceu mais de 500 cidades de 60 países até agora. E faz uma pausa para dizer que a noiva está fazendo um café para eles – afinal, lá é cedo e o empreendedor tem ainda uma série de reuniões com os parceiros japoneses do Semco Style Institute. “Tem uma frase de que eu gosto muito e me ajudou nesse processo todo”, ele diz. “Assuma riscos. Se você acertar, ficará feliz. Se errar, ficará mais sábio.” ■

SER FELIZ NO TRABALHO

Se você soubesse que vai morrer em cinco anos, o que faria da sua vida?

Continuaria no mesmo trabalho de hoje? Se a resposta for negativa, é bom começar a pensar a respeito. “A relação com o tempo e com a perspectiva da morte traz esse senso de urgência para que façamos a vida valer a pena”, diz Mônica Barroso, consultora, coach e facilitadora com foco em jornadas de aprendizagem. No workshop “Encontrando um trabalho que você ame”, ministrado por ela na The School of Life, somos convidados a pensar sobre um trabalho que não suportemos somente pelo dinheiro, mas que ofereça propósito, companheirismo e criatividade, que possa nos conduzir ao que Nietzsche acreditava ser o verdadeiro objetivo da vida: nos tornarmos quem realmente somos.

Por meio de um percurso investigativo, a ideia é refletir sobre o que consideramos prazeroso, o que e quem nos impede de fazer o que amamos, quais são os obstáculos práticos para isso e quão realistas são nossas expectativas. **(Juliana Massoni)**