

Era uma vez... alguma história engraçadinha, surpreendente ou emocionante no meio, uma lição de moral ou aprendizado significativo com **plot twist** e... foram felizes para sempre.

Conversa para boi dormir, lenga lenga, história da carochinha, isso é para inglês ver...

Há tempos histórias são contadas com a intenção de conversar, ensinar, catequizar. Quanto mais simples, mais bem contada, mais forte o mote, mais fácil da história se perpetuar no imaginário e seguir sendo contada gerações após gerações.

Assim são os clássicos, os famosos contos infantis, as tradições culturais, **a cultura organizacional**.

Não à toa, a capacidade de construir narrativas é uma das competências essenciais para promover inovação em governo, segundo a OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico). O documento original é de 2018, há quase 10 anos, mas muita gente ainda não ouviu essa história e entre os que ouviram, muitos seguem sem entender o porquê.

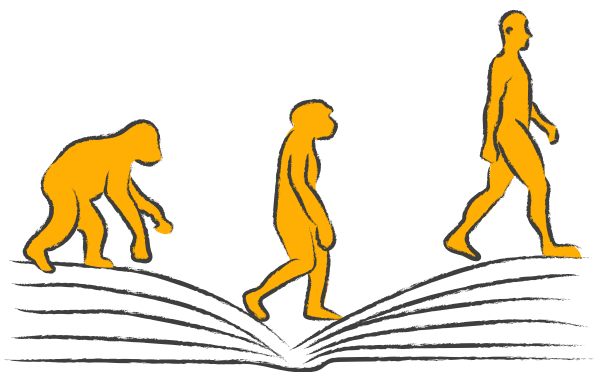
Será que a história foi mal contada? Ou seguimos preferindo não entender?

Era uma vez, em um país muito, muito distante, um órgão público com dificuldade de inovar para promover mudanças e adotar novas tecnologias e metodologias.

Os servidores públicos tinham sempre os mesmos comportamentos, os mesmos discursos, as mesmas desculpas, os mesmos medos. Entra liderança, sai liderança, entra gestão, sai gestão, muda um pouco o discurso, criam-se novas estruturas, contrata-se novas consultorias, mas na prática, nota-se pouca mudança significativa. O tal do bicho ser humano tem lá entre suas especificidades uma capacidade inata de perceber o tal do “faz de conta”: por trás da maquiagem, está a mesma cara de sempre – bora jogar o jogo de parecer.

A capacidade de narrativa só vai ser revolucionária, como aponta a OCDE, quando ela for instrumento de mudança, conhecimento, convencimento e engajamento, e não apenas um discurso raso no qual ninguém acredita mais.

O poder da narrativa é imenso, inclusive só chegamos até aqui, enquanto humanidade, graças a ela, já nos ensinou o Harari. Sobrevivemos como espécie pela nossa capacidade de contar e acreditar em histórias que nos levaram a cooperar com estranhos.



Agora, em pleno século XXI, é essa habilidade que nos permite cooperar e colaborar para superar o abismo e conquistar a maioria inicial que pode garantir que iniciativas de inovação prosperem. Sim, é sobre a curva de propagação da inovação: devemos aprender que para não cair no abismo (incontáveis vezes) precisamos de histórias que façam e deem sentido, e se conectem às pessoas pelo que elas sentem ao ouvir (reduz o medo e a incerteza, reforça conexão e entusiasmo).



E para saber o que as pessoas sentem, chapéu vermelho. Não, não aquele da Chapeuzinho, o do método dos 6 Chapéus.

Inovação está na moda, é hype, é difícil você encontrar alguém que diga que não quer inovar. Mas na prática, boa parte dos discursos não se sustentam, não conseguem avançar ao ponto de promover as mudanças que uma cultura de inovação pressupõe para fazer germinar novas formas de ser, de estar e de fazer, as quais vão reverberar em novos produtos e serviços. É fácil ser a favor da inovação, mas é

difícil bancar os desconfortos que os processos de mudança precisam promover. É fácil fazer evento para comunicar uma nova cultura, mas é difícil bancar as mudanças diárias, corriqueiras, que vão atacar os sintomas da cultura que não se quer mais. A narrativa não se sustenta, o discurso não convence, o exemplo não condiz... ninguém embarca. E a culpa é da inovação!



Olha o **plot twist mid** às avessas aí! Ao invés de encarar de frente os desafios e as dificuldades em enfrentá-los, é mais fácil e muito mais confortável dizer aos quatro cantos que “*inovação não serve para nada*”, “*aqui, a gente trabalha sério, não temos tempo para isso*”, “*já sei o que precisamos, faço isso há anos*”... e por aí, até o infelizes para sempre.

É aí que o discurso da inovação se torna mera desculpa para a má gestão. Perde a inovação, enquanto cultura, enquanto mandatário da promoção de mudanças para atender, com eficiência e efetividade, às demandas da sociedade, mas perde sobretudo a administração e as pessoas: quando falamos de cultura, falamos de pessoas.

A cultura de uma organização diz respeito à forma como as pessoas se comportam

(ou entendem que devem se comportar) ali, seja para serem reconhecidas, enxergadas, valorizadas, esquecidas, não punidas ou largadas. **Mudar uma cultura significa contar uma nova história** segundo a qual novas formas de ser e estar passam a ser enxergadas, permitidas e valorizadas.

Um número isolado é só um número. É preciso contexto, análise, série histórica e uma série de perguntas corajosas para dizer se aquele número representa um avanço ou um retrocesso, uma conquista ou um problema. Mas se alguém importante olha para o número isolado e tem certeza de que é um problema, numa cultura de inovação perguntas são feitas para que a história do número seja compreendida por todos para, a partir das diferentes visões, chegar à melhor interpretação; por outro lado, numa cultura de comando e controle, todo mundo vê o problema junto na mesma hora, já brotam inúmeras justificativas para o problema; e aí de quem ousar pensar diferente. Em um ambiente de muitas certezas, as histórias são sempre as mesmas, mesmo que mudem os nomes;

inovação pressupõe segurança psicológica

para não ter certeza e poder duvidar de qualquer nome. Para inovar de verdade é preciso parar de mentir para si mesmo, contar outras histórias, que façam sentido e sejam coerentes para todos.

Já ouviu a história da roupa nova do rei?

Inovação pressupõe desconforto positivo: no começo incomoda, mas é esse incômodo que vai propiciar que a fagulha gere e alimente a chama da mudança. Ou se quer mudar de verdade, ou se escolhe qual mentira contar hoje e em qual formato.

Narrativas, contação de histórias, storytelling, data storytelling, dê o nome que preferir à capacidade de usar dados e informações para contar histórias que façam sentido e ajudem as pessoas a compreender melhor as coisas (projetos, processos, problemas) e a se engajar em prol disso. Não importa o nome que se dá, importa o quanto a ação prática reflete as palavras bonitas, todos os dias.

O lobo não tem nada de bobo, ele sabe direitinho que é só uma casa de palha, velha e frágil, escondida atrás de um papel de parede bonito de tijolinho à vista. Às vezes, tão velha e tão frágil, que não dá nem para enganar com um revestimento caro de pedra linda de uma consultoria exclusiva qualquer. **Plot twist final:** nessa história, a inovação é o lobo, o vento forte da mudança, e o porquinho da casa de palha é todo aquele que tenta manter de pé um modelo que, faz tempo, não se sustenta. E não, não adianta tentar cozinhar as demandas no caldeirão da chaminé.

**“A luz apaga porque já raiou o dia
E a fantasia vai voltar pro barracão
Outra ilusão desaparece quarta-feira
Queira ou não queira terminou o carnaval”**

Há quem diga que no carnaval a gente se permite ser o que se é, e que na quarta-feira de cinzas vestimos nossas fantasias para o resto do ano...

Que histórias você tem contado para si mesmo? E para os seus?

Inovar é encontrar novos amores.



A CAPACIDADE DE CONTAR HISTÓRIAS É ESSENCIAL PARA A CULTURA DE INOVAÇÃO

PORQUE...

E NTENDER

É O PRIMEIRO PASSO
PARA MUDAR A FORMA
DE PENSAR



ARTIGO: Inovação virou desculpa para má gestão- HSM

“Na sociedade atual, inovar nunca foi tão urgente e, paradoxalmente, nunca foi tão mal compreendido.”

Q UERER

É COMPONENTE
ESSENCIAL
DA MUDANÇA



VÍDEO: Entrevista no Roda Viva com a cientista Tatiana Sampaio

“Líder da pesquisa sobre a polilaminina, a cientista detalha a descoberta da molécula que se tornou esperança para reverter paralisias por lesão na medula. ”

U NIR

É A MELHOR FORMA
DE ENFRENTAR
GRANDES DESAFIOS



MÚSICA: Roberta Sá e Hamilton de Holanda interpretam a canção “Novo Amor”

“A luz apaga porque já raiou o dia. E a fantasia vai voltar pro barracão...”

I NSPIRAR

É PLANTAR SEMENTES
DE FUTUROS POSSÍVEIS



REEL: Trecho da entrevista com o único brasileiro vencedor da premiação ArchDaily Building of the Year, o arquiteto pernambucano Zé Vagner

“Arquitetura não é solução só para ricos”

LAB

ER

É ABRIR ESPAÇO PARA NOVAS PERGUNTAS



ARTIGO: Storytelling em organizações: uma ferramenta de gestão e liderança

“Uma história marcante, contada e repetida pelos dirigentes de uma organização é, normalmente, mais motivadora para seus colaboradores do que manuais, normas e procedimentos escritos

PRENDER

É REVISAR CERTEZAS E MUDAR A FORMA DE FAZER

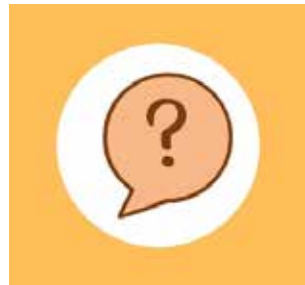


VÍDEO: Entrevista com o humorista e escritor Ricardo Araújo no programa Provoca

“A nós que temos esta obsessão, nos agrada perceber o modo como aquele brinquedo linguístico, que é o que uma piada é, como é que aquele brinquedo de linguagem funciona.”

ORA PRATICAR

É LEVAR NOVAS FERRAMENTAS PARA A ROTINA.



FERRAMENTA: 6 Chapéus do Pensamento

Desenvolvida pelo psicólogo inglês Edward Bono, a metodologia foi criada com o objetivo de facilitar a comunicação em grupo para a resolução de problemas através de soluções inovadoras e criativas.

ACREDITAMOS QUE SE É POSSÍVEL, DÁ PRA FAZER; SE É IMPOSSÍVEL, DÁ PRA TENTAR...

PODEMOS FAZER MUITO JUNTOS.


AUTOR
PAULO HENRIQUE SOUZA


DESIGN GRÁFICO
YURI HENRICK

pequiLAB

ESCOLA DE GOVERNO | SEAD

 @escolagovgoias

 pequi.lab@goias.gov.br

 (62) 3201-4525