

A fórmula da Inovação

Post (0209)



Uma vez fui palestrar numa fábrica em uma cidade no interior do Rio Grande do Sul, disse Luciano Pires. Conversei com o diretor que me disse que o auditório da fábrica era o melhor – talvez único – da cidade e que eles se orgulhavam disso, mas que quando decidiram construí-lo foi uma dureza convencer outros diretores de que era necessário. O “valor”, que para aquele diretor era o significado do auditório como um ponto de distribuição de conhecimento, integração e celebração, para os outros diretores era inexistente. Auditórios em fábricas não dão lucro, só despesas, não devem ser construídos...

Em minha palestra “ A fórmula da inovação” discuto essa questão da percepção de valor. Percepção é coisa íntima, cada um tem a sua, não dá para emprestar, vender, comprar ou medir. E “valor” é relativo. Quer ver?

Entre os textos que circulam na Internet existem pérolas, como esta que recebi anos atrás:

“Um homem de idade já bem avançada veio à Clínica onde trabalho para fazer um curativo na mão ferida. Estava apressado, dizendo-se atrasado para um compromisso e enquanto o tratava perguntei-lhe sobre qual o motivo da pressa. Ele me disse que precisava ir a um asilo de anciãos para, como sempre, tomar o café da manhã com sua mulher que estava internada lá. Disse-me que ela já estava há algum tempo nesse

lugar porque tinha o mal de Alzheimer num estágio bastante avançado.

Enquanto acabava de fazer o curativo, perguntei-lhe se ela não se alarmaria pelo fato de ele estar chegando mais tarde.

– Não, ele disse. Ela já não sabe quem eu sou. Faz quase cinco anos que não me reconhece. Estranhando, perguntei:

– Mas se ela já não sabe quem o senhor é, porque essa necessidade de estar com ela todas as manhãs?

Ele sorriu disse :

– É . Ela não sabe quem eu sou, mas eu sei muito bem quem ela é.”

O valor que para o médico era o reconhecimento do esforço, para o marido era a satisfação de retribuir um amor.

Mais uma história: no início dos anos de 1920, George Mallory, o então mais famoso alpinista inglês, preparava-se para escalar o monte Everest. Um jornalista curioso perguntou-lhe “por quê?”. E Mallory deu a resposta definitiva:

– Porque ele está lá.

O valor que para o jornalista era a fama e a fortuna obtidas com a conquista do Everest, para Mallory era simplesmente a satisfação de chegar lá.

As histórias do auditório na fábrica, do velhinho no consultório e de George Mallory no Everest, mostram como é difícil entender e aceitar atitudes que aparentemente não buscam resultados mensuráveis. A vida toda somos treinados para trocar coisas: dou meu esforço e em troca recebo algo que posso contar, pendurar na parede, pesar, guardar no cofre. Quando esse algo é “apenas” a realização de um sonho, a retribuição de um amor ou outro benefício intangível, ficamos espantados, quase que sem saber como reagir e perguntando: mas só isso?

Essas “coisas” não tem valor...

Pois é. Acreditar que é possível expressar a complexidade de nossas vidas apenas em valores tangíveis explica muito do que se vê de feio por aí.

Texto de Luciano Pires – NG Canela –Julho 2013