

Como adaptar o storytelling à gestão?

Gerir as equipas com o storytelling

A Escola 42, foi criada para aprender a programar, é gratuita, sem requisitos de acesso e acessível 24 horas por dia. Os alunos vivem, comem e dormem nas instalações da escola, onde dispõem de um dormitório improvisado. Localizada em Paris e em Silicon Valley, a Escola 42 representa uma nova forma de pensar e de aprender, sem hierarquias ou professores. Os alunos estão muito motivados. Aprendem e entrem ajudam-se constantemente. É um sucesso inédito.

O sucesso desta escola deve-se em parte ao storytelling. Vejamos então como é que o storytelling nos pode ajudar a gerir.

A Escola 42 vai buscar o seu nome a uma obra de ficção científica, central na cultura *geek*, “À boleia pela Galáxia” de Douglas Adams. O nome em si evoca um estado de espírito e é uma referência mitológica. O fundador da escola é Xavier Niel, um self-made man. Fez fortuna com a minitel e a internet. Representa uma espécie de rebelde que se insurge perante o grande monopólio dos operadores de internet e móveis.

Como se pode perceber estes elementos identificam um tema e um estado de espírito: o da cultura do hacking informático e da independência. E transmite-nos vários valores: talento, solidariedade e perseverança. É isto que deve estar na essência da construção uma gestão mais inspiradora e duradoura. Conhecer a história da nossa empresa, dos seus fundadores. Revisitar o *core* do nosso negócio permite-nos compreender as razões da sua existência. Isso vai-nos permitir materializar a nossa missão e utilizá-la para inspirar os nossos colaboradores. Devemos mostrar-lhes que esta aventura faz parte de uma história da qual eles são os protagonistas.

Utilizar o storytelling como alavanca de gestão não é andar a contar histórias o dia inteiro. Trata-se sobretudo de difundir uma história. De nos apoiarmos nela para motivar, estimular e dar sentido ao

trabalho e às ambições dos colaboradores. A chave é deixá-los criar a sua própria narrativa em coerência com a história da organização. **A ideia não é contar histórias mas sim uma história.** Não se trata de manipular mas sim de inspirar.

A narrativa de uma marca, como a da Escola 42, desenvolve-se sobre si própria. É a chamada metanarrativa. A marca Escola 42, como todas as marcas, é uma construção narrativa. O seu storytelling desenrola-se sem que tenhamos de agir, naturalmente, com a ajuda dos estudantes, intervenientes e dirigentes e de todas as ações de comunicação.

Para treinar

Na prática, sugiro que defina o seu tema, o sentido que quer dar à sua história. Determine o desejo de cada um dos membros da sua equipa: reconhecimento, sucesso, realização pessoal.... E proponha-lhes opções para concretizar esses desejos e apoiar a sua história. O segredo é partilhar com eles uma missão comum, trabalhar de acordo com o sentido da sua história. Então, qual é a história que quer partilhar?

A reter



O storytelling é uma ferramenta poderosa para inspirar e motivar.



Os grandes líderes baseiam-se no storytelling para inspirar os colaboradores.



O storytelling deve ser utilizado naturalmente pelas partes envolvidas.

Para aprofundar, sugerimos....

Capítulo 2º - Percurso “Storytelling: descobrir, treinar e agir!”

- Quais são as chaves de uma boa história?
- Como escolher o tema das suas histórias?
- Como estruturar a sua história?
- Como criar as personagens de uma história?

Para ler

- Simon Sinek: “Start by the Why”, 2009
- Frédéric Laloux: “Reinventing Organizations”, 2015