

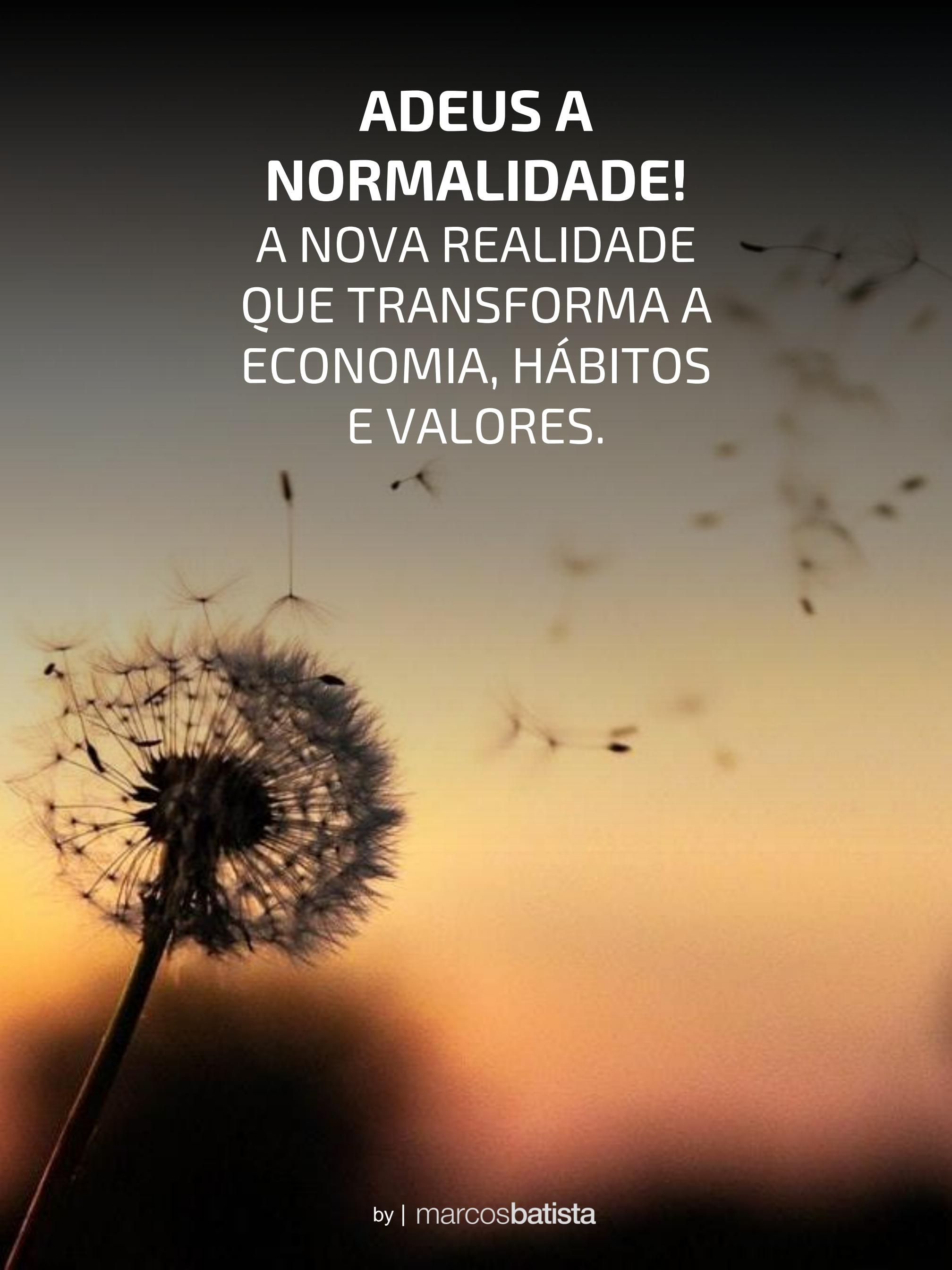


**CRIA [TÉGIA]**

inovação | design | branding

**ADEUS A  
NORMALIDADE!  
A NOVA REALIDADE  
QUE TRANSFORMA A  
ECONOMIA, HÁBITOS  
E VALORES.**

por MARCOS BATISTA



**ADEUS A  
NORMALIDADE!  
A NOVA REALIDADE  
QUE TRANSFORMA A  
ECONOMIA, HÁBITOS  
E VALORES.**

by | **marcosbatista**

## **VALORES RESSIGNIFICADOS, BEM-VINDOS A NOVA REALIDADE!!!**

Por que tudo será ressignificado?

O mundo VUCA (Volátil, imprevisível, Complexo e Ambíguo) entrou em erupção, já prevíamos isso mas poucos se prepararam ou se deram conta do que isso significa, o mundo já estava dando sinais sobre esse tsunami que ia mudar os negócios, a economia, o trabalho, os hábitos, o consumo e quando isso acontece mudam-se os nossos valores e os valores que são comuns a sociedade.

Já estávamos presenciando com medo e receio a morte do mundo que aprendemos e vivemos durante anos, aquele do modelo industrial de um pensamento linear, do “egos” sistemas (que é burocrático, hierárquico e pouco flexível), o que tinha como foco a velha economia pautada na posse, onde nosso objetivo era desenvolver e vender o substantivo (a casa e o móvel por exemplo) e aí, entramos em um novo mundo que surge do modelo digital que tem um pensamento exponencial e surgem as novas economias (compartilhada, associativa, criativa, multi moedas e circular) pautadas no acesso e reputação, envolvem de fato o que é ecossistema (entende o valor da cadeia inteira, com velocidade, menos burocracia e hierarquia) onde a meta e o objetivo é estabelecido por valores e crenças, deixamos de desenvolver e vender o substantivo e passamos a vender o verbo (atividades e experiências que acontecem na casa). Saímos de mundo onde só os tangíveis tinham valor e entramos no mundo dos valores intangíveis. Hoje valorizamos e queremos as experiências do que as coisas proporcionam.

**Será que conseguimos identificar esses novos valores.?** Ou ainda buscamos por tendências, discursos e promessas empacotadas?

Viver a coexistência desses dois mundos por si só já era razão para ter medo e correr para se adaptar aos novos desafios, agora imagine tudo isso com a CRISE estabelecida pelo COVID'19, uma crise que junto a mudança de era (perceba não vivemos uma era de mudanças e sim uma mudança de era) causa uma grande ruptura na maneira e forma em que vivemos, ela causa um desequilíbrio profundo nas pessoas. Imagine: ela tira você de uma situação segura e conhecida para um contexto desconhecido, volátil, incerto e ambíguo.

Esse é o momento de tomar decisões rápidas, vencer os desafios e entender os novos problemas, então entre em contato com seus clientes e entenda quais são essas dores. Nomeie os principais medos e tome uma ação para dissipá-los.

Nosso objetivo então é focar no que realmente importa e parar de desperdiçar energia com o que é supérfluo. Se interesse pelo problema do seu cliente que ele com certeza vai se interessar pela sua empresa.

**Esquece o normal, ADEUS A NORMALIDADE!!!** Com essa situação de não poder ir para fora, estaremos mais focados para dentro (de nós mesmos e de detalhes nunca percebidos a nossa volta), esse momento que estamos vivendo será de grande valia para:

Nosso **CRESCIMENTO**: sabe aquela força e saberes que ficavam escondidas enquanto você estava na zona de conforto, serão reveladas, seremos obrigados a potencializar nossos saberes e aprender novas habilidades, que não aprenderíamos em outras situações.

Nosso **AUTOCONHECIMENTO**: vamos nos reconectar com nossa verdadeira essência, prestar mais atenção nas nossas fraquezas e forças, uma reflexão que nos forçara a experimentar novos conceitos que permitirão ampliar nosso conhecimento, com isso teremos um controle maior sobre nós mesmos e com certeza vai melhorar nossa tomada de decisão.

Nossa **AJUDA E COLABORAÇÃO** ao mundo e as pessoas, são os efeitos da crise que nos tornam mais frágeis, que nos faz entender que precisamos mais uns dos outros, sem a crise nossas diferenças são mais exaltadas e com a crise nossa humanidade nos une.

A crise instalada desmascara a nossa vulnerabilidade e deixa descoberto as falsas e supérfluas seguranças com que construímos os nossos projetos, hábitos e prioridades. Mostra-nos como deixamos adormecido e abandonado aquilo que nos nutre (nossa essência), sustenta e dá força à nossa vida e organização. A crise coloca em xeque todos os falsos propósitos que empacotamos e anestesiámos com hábitos aparentemente “salvadores” uma receita instantânea de cura e mudança, privando-nos assim da imunidade necessária para enfrentar as adversidades dessa crise.

A reclamação sobre os fatos gerados pela crise não muda o que aconteceu, e ela te engana, ou seja, te faz acreditar que te defende.

**Fique atento a você** e evolua, **REAVALIE** suas crenças e valores, **RENUNCIE** o que não interessa, **ESCOLHA** quem e o que fica e quando tudo passar, não continue, **REINICIE**. Aproveite este tempo de prova como um tempo de decisão. O tempo de decidir o que conta e o que passa, de separar o que é necessário daquilo que não é. **É o tempo de reajustar a rota da sua empresa, dos seus projetos e da sua vida.**

**REAVALIAR | ESCOLHER | RENUNCIAR | REINICIAR**

Suas crenças e valores

Quem e o que fica

O que não interessa

Como vamos caminhar quando passar?

Valorize a parada e desacelera um pouco: momento de auto análise.

De nome ao MEDO: Concentre-se em dissipar esse medo. Separe o que é real do fake.

Olhe para sua carteira de clientes, entre em contato e descubra os novos problemas.

Planeje e experimente suas ideias para o futuro, quais são os valores que você vai levar depois que isso passar.

Reavalie seus pensamentos e atitudes, ou resolvemos o que tem pra resolver agora ou nunca mais.

Fique atento a você, evolua é o momento de crescer.

## **Será que finalmente entenderemos o significado de propósito e essência?**

Afinal, até pouco tempo atrás, tudo era diferente, presenciamos vários exemplos que servem para mostrar que esse momento único e disruptivo marca as ações de como aprenderemos, absorveremos e nos adaptaremos, entender que a regra do jogo muda a forma com que fazemos as coisas, nossos hábitos e valores. Faz com que haja uma desestabilização entre os mercados e trabalho, obriga as empresas a se adaptarem e, mais do que isso, mostra como será a realidade daqui para frente.

Olhando para essa evolução os valores mais relevantes estão nos intangíveis, são pautados em tudo aquilo que nossos olhos não veem, mas podemos sentir. Imagine pessoas, lugares e negócios que possuem belezas, mas não são visíveis aos nossos olhos, motivo pelo qual não tem significado, amor ou não percebemos e sentimos porque existem falhas na conexão emocional do negócio que você criou com as pessoas. Imagine que seu projeto ou marca proporcione que primeiro as pessoas tenham a experiência de sentir e depois conceber seus pensamentos racionais, oferecendo assim a oportunidade para que a consciência delas tenham condições de ajudá-las de maneira conveniente na tomada de qualquer decisão ou ação.

Valores percebidos e relevantes dessa nova era, ao lado da vontade de aprender todos os dias e o seu interesse pelo problema do seu cliente como propósito serão as chaves para o sucesso. Tocar as pessoas e transformar realidades a partir do seu projeto só será possível quando você for capaz de entender que uma vida que vale a pena é onde os intangíveis têm mais lugar do que os bens que ocupam espaço. Tudo que ocupa espaço em sua vida pode estar justamente no lugar do que faz mais sentido a você.

**Está na hora de refletir, sobre como vamos projetar e construir nossas empresas, produtos, serviços e o que significa consumir, morar, trabalhar, estudar daqui para frente. Eu continuo projetando utilizando como referência a velha economia (baseada na posse e no substantivo) ou minha referência está na nova economia (baseada no acesso e no verbo)?**

**Mudar a razão pelo qual me encanto e preciso dessas coisas.**

**Valores percebidos e relevantes** dessa nova era, ao lado da vontade de aprender todos os dias e o seu interesse pelo problema do seu cliente como propósito serão as chaves para o sucesso. Tocar as pessoas e transformar realidades a partir do seu projeto só será possível quando você for capaz de entender que uma vida que vale a pena é onde os intangíveis têm mais lugar do que os bens que ocupam espaço. Tudo que ocupa espaço em sua vida pode estar justamente no lugar do que faz mais sentido a você.

Pare de acumular coisas e comece a acumular experiências. Tenha mais histórias para contar do que coisas para mostrar. Seja mais lembrado pelas marcas de amor que viveu do que as de dor que deixou.

Consegue agora mesmo colocar em uma folha os elementos de valor que você entrega (valor funcional, emocional e até mesmo de impacto social). **Estão alinhados com os valores comuns ao nosso novo momento.?** Quanto mais elementos de valor você entregar, com autenticidade e percebidos pelas pessoas maior será a lealdade do seu cliente com sua marca.

Vamos falar dos valores relacionados a esse momento e comuns às pessoas e não do ego: propósito, gratidão, amor ao próximo, liderança cidadã, higiene, digital, empatia, confiança, altruísmo e empatia.

**Valores Funcionais:** Economia de tempo, reduz risco, evita incômodos, reduz custos, informa, apelo sensorial, etc...

**Valores Emocionais:** Reduz ansiedade, valor terapêutico, bem-estar, Design e estética, etc.

**Valores de mudança de vida:** Pertencimento, esperança, auto realização.

Será que consigo tangibilizar esses valores no meu projeto, será que minha comunicação leva esses valores para as pessoas? Ou minha comunicação é NORMAL?

Esse é o Momento de mudarmos a lógica dominante de fazer as coisas certas para fazer coisa melhores. Passamos todo nosso tempo rodeado por coisas e publicidades, e somos influenciados de maneira que as vezes nem percebemos, então de mais significado mostre as belezas que estão ocultas e se quiser realizar projeto que promova valores e experiências toque a alma!!! Recuperar as esperanças e acumular dívidas de gratidão de pessoas que tem por você, no mínimo é porque tocou com seu amor, gerou impacto, fez a diferença e em muitos casos você será lembrado eternamente.

**Consegue me dizer quantos projetos a sua empresa ou você tocou desta forma no último ano, mês ou semana?**

*Marcos Batista*





INOVAÇÃO



DESIGN



BRANDING



Baixe nossos artigos, disponibilizamos no site. Em breve lançaremos nosso e-book sobre os projetos realizados



Consulte e contrate nossos serviços online: Mentorias e treinamentos.



Acompanhe e participe dos nossos grupos de discussão, no whatsapp, instagram e linkedin.



PROJETOS | TREINAMENTOS | MENTORIAS



# CRIA [TÉGIA]

inovação | design | branding



[criategia.com.br](http://criategia.com.br)



[felipe@ffdesignstudio.com.br](mailto:felipe@ffdesignstudio.com.br)  
[marcos@marcosbatista.com.br](mailto:marcos@marcosbatista.com.br)



55 11 98303-0605 (Felipe)  
55 11 98434-9717 (Marcos)

## MARCOS BATISTA

Designer, professor e um mensageiro da inovação, que busca incessantemente a mudança na mentalidade de pessoas e organizações. Especialista convidado do programa INOVA360 na Record News, colunista da Revista Empreenda e mentor de diversas startups. Eleito e homenageado personalidade líder em inovação do prêmio ABC da comunicação 2019. É graduado em Design com pós-graduação em Economia Criativa e Cidades Criativas pela FGV e Engenharia de Produto na USJT, com mais de 30 anos de experiência no desenvolvimento de produtos e serviços, ganhador de diversos prêmios de design. Atuou como gestor em design para a América Latina na Bosch and Siemens Home Appliances. Idealizador de cursos de MBA e professor da be.academy, IMT e IEL.



[studiomarcosbatista](https://www.instagram.com/studiomarcosbatista)

PRÊMIOS

