

## MOVIMENTO 'DETOX' - Em direção à humanização.

Por Fabiane Meneses.



A 'humanização' pode parecer um termo novo, porém, ao analisar a história, é possível encontrá-la na Antropologia e Sociologia, como também no ecossistema de igualdade, inclusão e respeito envolto nos debates dos direitos humanos. A partir da década de 1990, foi perceptível na área da Saúde, com preocupações no sistema médico hospitalar que, em resposta, passou a exigir mais respeito e humanidade ao trato com doentes e seus respectivos familiares.

Já no Universo Digital, com a evolução da internet, em simetria ao surgimento das 'clouds', algoritmos e inteligências artificiais, chega a tendência da 'transformação digital' nas empresas que ainda continuam 'offline'. Com tantas novidades a hiperconectividade aumentou gradativamente, ficou intensa e universal durante a

Covid-19 e atualmente nesta transição para 'pós-Covid', desta forma o termo 'humanização' vem se 'popularizando', as pessoas têm clamado por ações com mais respeito e que sejam mais próximas de uma realidade, da verdade, ou seja, mais humanas, o que tem-se propagado em diversas áreas.

DESinfluencers! De forma breve, sabe-se que os influencers são líderes de opinião populares, que se transformaram em celebridades, por levar a realidade e seu cotidiano à tela/ecrã de inúmeras pessoas. O mercado percebeu esse nicho e nasceu mais uma nova forma de vender publicidade. Este consumismo somado a vertente da humanização, faz nascer os 'DESinfluencers', influenciadores que 'contam a verdade' sobre o produto, que falam da realidade no seu cotidiano, que contam dificuldades e dores, cujo o objetivo é 'humanizar' a vida das pessoas que os assistem e demonstrar que 'ninguém é ou precisa ser perfeito'.

Em eurtimia a todo este contexto, as grandes empresas ou plataformas, têm 'humanizado as marcas'. Uma 'trend' que tem ganhado força, elegendo figuras públicas, celebridades ou criando avatares virtuais, que possam comunicar e se aproximar cada dia mais do humano, para transformar a filosofia e os valores da organização em uma personalidade, e a marca em uma pessoa. Desta forma seus 'stakeholders' têm maior facilidade de identificar pontos comuns e se aproximar da marca de forma emocional.

DESmarketize! Seguido da 'tagline': 'humaniza a sua marca', surgiu como um 'brado retumbante' em protesto ao consumismo, à hiperconectividade e aos excessos: de publicidade e marketing digital sem estratégia, de promessas que não podem ser cumpridas e 'gurus' com opiniões. É possível que se transforme também em uma tendência, depois em um processo e metodologia, cujo o objetivo é ter processos, planejamento, métricas, e estratégias de marketing, porém de forma natural, que venha promover e vender produtos e serviços e até publicitá-los, mas desta vez com mais respeito ao consumidor, de forma a tratar as dores e não de utilizá-las como forma de persuasão.

É visto um movimento 'detox' em diversas áreas. As pessoas estão cansadas do que é 'perfeito demais', de serem exigidas como celebridades, porém com um orçamento bem menor. Cada vez mais é perceptível uma exaustão das etiquetas pejorativas, de

toda exigência do 'modus operandi', como se cada um tivesse o dever de se 'encaixar' em um determinado 'quadrado' e não pudesse sair dele.

A palavra desintoxicação, significa retirar todas as toxinas, tudo o que faz mal, porém tratar, curar, transformar aquilo que está doente e torná-lo saudável. Este movimento 'detox' que vem se propagando, precisa compreender que, o que precisa ser tratado é o 'sistema', a sociedade, as comunidades, as organizações; e o 'medicamento' possível para desintoxicar é a humanização.

Humanização! Levar o respeito e a igualdade dos direitos humanos a todos os setores; inserir a literacia digital como fórmula imprescindível em todos os envolvidos de um processo, para ter responsabilidade no acesso à informação; poder gerar interações inclusivas e saudáveis em todas as atividades. Desta forma o 'clamor' será transformado em ações concretas, que se aproximam mais da realidade, que tratam todos os stakeholders | humanos com mais ética e respeito.

O mundo mudou, está saturado da manipulação no planejamento e estratégia, nas ações para angariar clientes | humanos ou para convencer os 'stakeholders' | humanos. Este é o momento de mudar abordagens, redefinir rotas e metas para conquistar objetivos; a verdade e a humanização é o melhor caminho para construir uma trajetória de confiabilidade e notoriedade, para gerar memórias afetivas e construir laços emocionais com as organizações e marcas.

E você o que pensa sobre esta nova tendência detox e a humanização? Deixa aqui a sua opinião.

Até a próxima!

Fabiane Meneses

Brander e Designer | Co.Diretora Executiva do Grupo CRIATIVA

<https://www.linkedin.com/in/fmenesesbrander/>

## ■ REFERÊNCIAS

• Imagem: Adobe Stock.

- ALBERTINI, A. L., & ALBERTINI, R. M. d. M. (2021). Transformação Digital: Gerando Valor para o "Novo Futuro" [ISSN:1806-8979]. Repositório Fundação Getúlio Vargas. 10.12660/gvexec.v20n1.2021.83455
- BARBOSA, E. C. V., & RODRIGUES, B. M. R. D. (2004). Humanização nas relações com a família: um desafio para a enfermagem em UTI Pediátrica (26, Health Sciences ed.) [ISSN: 1807-8648]. Acta Scientiarum. Health Science. <https://doi.org/10.4025/actascihealthsci.v26i1.1666>
- BAUMAN, Z. (2010). Capitalismo parasitário e outros temas contemporâneos (1ª ed.). Jorge Zahar, Rio de Janeiro.
- DUARTE, N. (2004). Formação do indivíduo, consciência e alienação: o se humano na psicologia de A. N. Leontiev (Vol. vol. 24, n. 62) [ISSN 0101-3262]. UNESP, Cad. Cedes, Campinas. 10.1590/S0101-32622004000100004
- MARQUES, I. R., & SOUZA, A. R. (210). Tecnologia e Humanização em ambientes intensivos [ISSN 0034-7167]. Revista Brasileira de Enfermagem, Universidade de Santo Amaro, São Paulo. <https://doi.org/10.1590/S0034-71672010000100024>