

Gorda, Baleia, Cascão - Por Uma Nomenclatura Mais Ética e Humana

Recentemente tivemos notícias pelo jornal a Folha de Londrina - 12/06/2007 - de que uma família reclamava da situação humilhante que tiveram que passar quando foram tratar do velório da mãe que pesava 140 quilos. Os filhos, segundo a reportagem, foram levados ao depósito de urnas e se depararam com cartazes fixados nos caixões, nos quais se liam em generosas letras: "gorda" e "baleia". Como se isso não bastasse ainda tiveram estampado na nota fiscal do serviço funerário o seguinte dizer: "urna modelo 002 baleia" para se referir ao produto comprado. Esse episódio, também comentado pela Folha de São Paulo em 04/07, reitera nossa preocupação junto com o setor de cemitérios e funerárias, uma vez que sabemos ser Londrina apenas um exemplar dessa conduta tão disseminada no cotidiano dessas instituições.

Embora já tivéssemos discutido sobre esse tema e vários colegas se posicionado - fórum/funerária postado em 05/06 neste site - acerca da urgente necessidade de modificação dessa terminologia, consideramos o momento fecundo para uma reflexão mais complexa, onde possamos, novamente, formalizar nossa opinião a esse respeito.

Como um procedimento usual de identificação, os diferentes tipos de urnas têm sido nomeados das mais diversas formas: urna baleia, urna gorda, urna cascão, caixões anormais, dentre outros.

Entendemos que estes termos, que seriam para a empresa fabricante uma forma peculiar de catalogação, acabam se tornando um motivo de grande indignação e ressentimento para os familiares enlutados, que além da perda têm que se haver com o desrespeito que cada um desses termos expressa.

Se por tantos anos essas denominações foram tratadas com naturalidade pelas empresas e para todo o segmento de cemitérios e funerárias, é importante ressaltar que hoje, diante da crescente profissionalização do setor e da qualidade ética e humanizada que se tem procurado dar à morte, elas já não cabem mais.

Já não era sem tempo que esse anti-marketing fosse colocado em evidência, pois na contramão do respeito aos aspectos emocionais dos clientes e da ética no setor, a utilização

desses palavreados "chulos" refletem o tratamento indigno e despreparado dos funcionários que lidam com os familiares.

Em nosso trabalho de atendimento às famílias enlutadas e no treinamento com funcionários de cemitérios, funerárias e crematórios, sentimos a urgente necessidade de que o setor tenha uma formação e informação do quão importantes são seus serviços numa hora em que os familiares se encontram na pior condição humana: a perda de alguém.

Se o setor quiser se comprometer com a qualidade e excelência no atendimento é preciso, em primeiro lugar, conhecer as necessidades do cliente. Essa é a regra básica de qualquer prestação de serviços e a razão principal das pesquisas de marketing. Qualquer área que lida com o ser humano deveria ater-se à esse fato.

Agregado à esse conhecimento, o segmento precisa ser ético no trato com os familiares. Talvez tenha chegado a hora do segmento funerário se profissionalizar ainda mais e, quem sabe, criar um código de ética profissional que proteja os clientes e familiares de uma exposição abusivas. Até que isto ocorra de fato, nossa sugestão é de que a nomenclatura utilizada seja revista com base no código de defesa do consumidor- artigo 37, parágrafo segundo - que considera abusiva a publicidade discriminatória de qualquer natureza.

Pensem nisto!

Fonte: Ana Lúcia Naletto e Lélia Faleiros Oliveira são psicólogas do Centro Maiêutica e desenvolvem trabalhos na área de luto em cemitérios, crematórios e funerárias.
www.centromaieutica.com.br

Fonte: Maiêutica

PUBLICADO EM 11/07/2007