

Por Alexandre Sammogini

Desenvolvido no Espírito Santo, o projeto de comunicação com ênfase em educação previdenciária passou a contar com o apoio institucional da Abrapp a partir do mês de fevereiro passado. Trata-se de uma iniciativa do Diretor Vice-Presidente da Abrapp, Luiz Carlos Cotta, que também é Diretor-Presidente da Capital Prev, em conjunto com o consultor Antônio Mendes Camilo, que atuou por mais de quatro décadas na área de comunicação em empresas de São Paulo, Rio de Janeiro e Espírito Santo.

O projeto foi discutido na última reunião de diretoria da Associação realizada no dia 1 de fevereiro, que decidiu apoiar a implementação de sua primeira fase, além de apresentá-lo para as associadas e também para órgãos do governo federal. “Percebemos uma grande necessidade de implementação de programas de educação previdenciária e financeira para impulsionar o crescimento da Previdência Complementar, principalmente em função da mudança da legislação e do surgimento dos planos instituídos que serão oferecidos ao público em geral, sobretudo aqueles ligados aos conselhos de classe, sindicatos, associações, cooperativas”, aponta Luiz Cotta.

Ele destaca que o projeto está alinhado com o planejamento estratégico 2023-2024 da Abrapp, que tem como uma das diretrizes a comunicação para “falar para fora” junto com a educação financeira para atingir novos públicos. O Diretor Vice-Presidente alerta que os dados divulgados pela Abrapp dão conta que atualmente, 46% dos dos aposentados pelo INSS dependem de parentes, 28% dependem de caridade, 25% são obrigados a trabalhar e apenas 1% são independentes. E apenas 8% da população brasileira possui previdência privada.

O objetivo do projeto é desenvolver e aplicar um conjunto de conteúdos e ações envolvendo a sociedade para mudar esta realidade. Busca ainda oferecer respostas para questões sobre como expandir esse mercado e quais ferramentas e estratégias podem ser utilizadas para mudar esta situação, tornando o Brasil um país com poupança que de fato gere uma tranquilidade para o estágio avançado da vida.

“A palavra de ordem é ‘fomento’ e, nesse sentido, não apenas a Abrapp, mas também todos as entidades fechadas, através dos membros dos colegiados e demais profissionais que atuam no segmento, incluindo todos os stakeholders, deverão adotar ações para o crescimento do Sistema de Previdência Complementar”, diz Cotta. Daí a necessidade de um projeto de comunicação para fazer chegar informações e formação de educação previdenciária para o cidadão comum.

Projeto-piloto no Espírito Santo - Com a intenção de implementar as ferramentas necessárias para o crescimento do Sistema Previdenciário, a começar com ampliação de programas educativos, Luiz Cotta e Antonio Mendes Camilo, consultor especializado em mídia elaboraram um projeto de comunicação para veiculação na TV, rádios, revistas, outdoor, podcast, videocast, etc., com a pretensão de levar educação previdenciária e financeira a um número maior de pessoas, sobretudo os jovens.

O parceiro de Cotta no projeto, tem larga experiência de atuação nas diversas mídias da afiliada da Globo do Espírito Santo, a Rede Gazeta de comunicação, onde atuou como diretor por 26 anos, depois de ter passado pela Editora Abril - SP, Jornal do Brasil - RJ, Grupo Terra - RJ e ES, também em cargo de diretoria.

Atualmente com uma empresa de consultoria, Camilo passou a trabalhar juntamente com o Cotta na elaboração do projeto, que foi lançado com uma primeira atividade em outubro de 2022. Na ocasião foi realizado o primeiro encontro de educação previdenciária, em parceria com uma gestora de recursos que atua no estado, com a participação de 180 pessoas. O evento foi realizado no Cinemark Shopping Vitória e um dos painéis sobre previdência complementar foi dividido entre o ex-Diretor Presidente da Abrapp, Luís Ricardo Martins, o Superintendente Geral, Devanir Silva e o Presidente da Capital Prev, Luiz Cotta.

No ano passado, o projeto foi escrito e apresentado para outros parceiros. A iniciativa tem como meta inicial a disseminação da cultura previdenciária no mercado capixaba, podendo ser implementado em todo o país após os devidos ajustes e visa mobilizar, sensibilizar e incentivar a população para reflexão sobre a necessidade de garantia da manutenção ou até mesmo a melhoria de qualidade de vida, não só no momento atual, mas principalmente após o período laboral. Neste sentido, a primeira etapa de implementação no Espírito Santo é considerada como um piloto que pode ganhar abrangência nacional em um segundo momento.

A iniciativa visa se posicionar como um serviço desejado pelo público e transmitir um conceito de relevância na vida das pessoas, ser um fortalecedor no conceito de inclusão, valorizar o sistema e associar o produto a pessoas formadoras de opinião, que possam criar confiabilidade e segurança. O projeto quer alcançar também os jovens que pretendem ter uma vida, no final de sua carreira, com qualidade.

Além do apoio da Abrapp, o projeto já atraiu outros apoiadores como a Fucape (Faculdade com sede localizada em Vitória) e o Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças (IBEF) do Espírito Santo. A ideia é buscar a adesão também de outras associadas da Abrapp, especialmente daquelas que estão oferecendo planos instituídos e família.

Características - O programa de comunicação pretende envelopar e caracterizar os conteúdos como ações de cunho social, além de mobilizar e sensibilizar a população a pensar no seu futuro financeiro, explica Cotta. Uma das principais características é o conteúdo educativo e lúdico, com foco nos jovens, criando as condições para exercitarem o processo de planejamento financeiro. Ele oferecerá ferramentas de simulações modernas necessárias para tomada de decisão de maneira mais assertiva.

O conteúdo é a principal fonte para despertar o interesse e mobilizar os consumidores em potencial. A estratégia é ocupar um espaço na cabeça do consumidor sobre a importância de planejar o seu futuro, gerar curiosidade no mercado sobre os planos de previdência e motivar o planejamento financeiro para ter qualidade de vida.

Entre as ações do projeto está criar um envolvimento do público alvo por meio de videocasts e podcasts, desenvolver conteúdos motivacionais e conteúdos técnicos com as melhores práticas e soluções financeiras, realizar campanhas publicitárias e eventos especiais.

Está prevista a gravação de 15 episódios, que trarão temas diversos dos mais básicos aos mais específicos. A convite da Fucape gravamos um videocast/podcast sobre educação financeira, que vem sendo divulgado pela referida faculdade, onde inseri a necessidade de implementação de programas de educação previdenciária”, revela Cotta. Os episódios que estão sendo preparados irão contar com a participação de convidados que são referência do setor em nível nacional.

A segunda etapa do projeto, que pretende alcançar uma abrangência nacional, deve contar com outros veículos como influencers, rede de TV, rádio com amplo alcance. Para ser viabilizada, necessitará de uma rede mais ampla de patrocinadores, pois prevê a veiculação de conteúdo pago.

Luiz Cotta revela também que existe a intenção de apresentar o projeto para a Previc, para que possa atrair o apoio do governo federal. “É importante destacar que o projeto vai ao encontro das diretrizes da Previc”, comenta. Ele lembra que em um evento recente voltado fundos multipatrocinados, os dirigentes da Previc discutiram a necessidade de se implementar um plano de ação nacional voltado para a educação previdenciária - [leia mais](#). Outro fato importante é que a autarquia reestruturou uma nova área de projetos de fomento, que se encontra sob a coordenação de Marcella Godoy Rocha, e que pode se interessar pela iniciativa da Abrapp e da associada do Espírito Santo.

Empresas e entidades de classe - O projeto de comunicação pretende centrar o foco também nos empresários e entidades de classe, tais como conselhos regionais e associações de profissionais liberais. Os sindicatos de classe e as cooperativas são outros atores que a iniciativa

pretende atingir em suas ações e peças de comunicação.

“Vamos tocar no tema da responsabilidade social das empresas, seguindo a tendência do fortalecimento do ASG”, comenta Cotta em referência ao “S” de social. Ele explica que o objetivo é mostrar que as empresas que oferecem planos de Previdência Complementar estão cumprindo com seu papel de proteção social aos colaboradores que se aposentam e depois podem contar com melhor qualidade de vida.

Fonte: [Abrapp em Foco](#), em 06.03.2024.