

## **Debates ocorridos no segundo painel do XI Fórum Fenaprevi ressaltaram a importância de melhorias na comunicação aliadas às novas tecnologias, como a Inteligência Artificial**



FCA/Jacob

O médico gerontólogo e pesquisador, Alexandre Kalache, presidente do Centro Internacional da Longevidade Brazil (ILC-Brazil), abriu o segundo painel do XI Fórum Nacional de Seguro de Vida e Previdência Privada, realizado no último dia 27 de novembro de 2024, em São Paulo, explicando a evolução da expectativa de vida no país e seus aspectos socioculturais, que ele define a partir de três momentos históricos: em 1945, 1970 e 2024.

Segundo Kalache, na década de 1945 a expectativa de vida dos brasileiros era de 47 anos, passando para 57 na de 1970 e para 77 anos em 2024. Um dos fatores importantes que contribuíram para essa evolução, de acordo com o médico, foi a escolaridade.

No Brasil, mulheres com mais de oito anos de estudos têm em média 1,1 filho, ao passo que as que estudaram menos possuem 3,4 filhos. Outro fator preponderante é o de que as famílias estão crescendo verticalmente: há mais idosos e menos crianças em casa, o que implica na necessidade de se pensar, de forma sistêmica, no envelhecimento ativo da população.

Em seguida, o pesquisador elencou quatro pilares para o envelhecimento saudável. O primeiro deles seria o “capital social”, que estabelece as conexões e redes de apoio, consideradas essenciais para se criar laços em todas as fases da vida. “Família, amigos e comunidade são indispensáveis para o bem-estar emocional e para ajudar a enfrentar os desafios da vida”, afirmou o pesquisador.

O segundo, continuou, se refere ao “capital da saúde”, que envolve escolhas como ter uma alimentação adequada e equilibrada, práticas de exercícios físicos e o acompanhamento médico regular: “São ações fundamentais para prevenir doenças e garantir uma velhice saudável”, enfatizou.

Kalache seguiu dizendo que a educação continuada e a capacidade de se adaptar às mudanças na vida compõem o terceiro capital, que é o do “conhecimento”. Esse, seria aquilo adquirido pelo aprendizado de novas habilidades e para se manter mentalmente ativo, que atribui como práticas que ajudam não apenas na vida profissional, mas também na saúde cognitiva.

Por último, citou o “capital financeiro” como sendo uma preocupação indispensável para a segurança e a independência na velhice. “É preciso construir uma base financeira sólida, que garanta conforto e autonomia no futuro”, alertou, pontuando ainda que esses capitais não atuam de forma isolada, e sim de maneira interativa e complementar. Após sua apresentação, Kalache se juntou aos convidados do segundo painel do evento, intitulado “Estamos vivendo mais... os desafios da proteção”.

### **A comunicação como desafio**

Moderado pelo 1º vice-presidente da Fenaprevi, Jorge Nasser, o ponto central defendido pelos participantes do painel foi a necessidade de melhoria na comunicação do mercado com o consumidor e a promoção da educação financeira. O executivo também introduziu na conversa a pesquisa Fenaprevi/DataFolha, chamada “Percepção dos Brasileiros sobre Proteção e Planejamento”, que já está na 3ª edição, e foi lançada oficialmente no evento.

Renato Meirelles, presidente do Instituto Locomotiva, iniciou sua fala chamando a atenção para um tópico da pesquisa da Federação: 25% dos entrevistados que disseram não possuir gastos

supérfluos afirmaram, quando perguntados diretamente, que costumam participar de jogos de azar. “Quando as pessoas fazem apostas esportivas, online, tais como as bets, e não investem em proteção, como o seguro de vida e a previdência privada, temos de correr para mudar este cenário”, sugeriu. Na avaliação de Meirelles, educação e poder aquisitivo estão relacionados diretamente na decisão de economizar.

Em outro apontamento, ele sugeriu que as seguradoras precisam manter canais de comunicação mais eficientes para conscientizar as pessoas acerca da importância de se prevenir para o futuro. “As classes C, D e E têm uma percepção de tempo diferente: longo prazo para esse público é daqui a um mês, e a família é um grande mobilizador nesse aspecto. Então, como podemos inserir a educação financeira nessas classes? Se não formos capazes de entender por que os produtos de proteção são menos importantes para os brasileiros do que as bets, nós perdemos o jogo”, sinalizou.

Nasser, concordou com as ponderações de Meirelles e também destacou a melhoria da comunicação como fator indispensável para o avanço do segmento de seguros. “Costumamos atingir a mesma faixa de clientes. Esse é um desafio e o Fórum tem essa missão. A pesquisa da Fenaprevi traz dados preciosos sobre a desinformação do brasileiro acerca do nosso mercado”, acrescentou.

Paulo Alves, do Instituto DataFolha, levantou a questão da aposentadoria, outro destaque da pesquisa da entidade, em especial o fato dos entrevistados afirmarem que gostariam de parar de trabalhar até os 60 anos, quando a grande maioria acredita que não conseguirá. “Eles sabem que não vão poder parar de depender do INSS. Por ser compulsória e regrada, a contribuição ajuda as pessoas a pensarem no tema, mas, mesmo assim, há grande dificuldade em poupar diante de tantas ofertas para o gasto imediato”, comentou se referindo às apostas e jogos de azar.

A CEO da Prudential, Patricia Freitas, retomou a importância de aperfeiçoar a comunicação das empresas do setor e assim atrair mais públicos para a base. “Estamos concorrendo com as bets. Hoje temos a caderneta de poupança ainda como o investimento mais conhecido e mais utilizado. Temos evoluído para chegar aos consumidores, mas precisamos aprimorar a educação financeira para que eles saibam escolher os produtos”, afirmou.

A executiva enumerou exemplos de empresas de tecnologia com grande adesão do público – como determinadas plataformas de streaming. Ela começa citando a Netflix, que alcançou 100 milhões de assinantes em, aproximadamente, 10 anos após o início do canal; o iPhone, lançado em 2007, demorou quatro anos para atingir a marca de 100 milhões de aparelhos vendidos. Por último, citou o ChatGPT, da OpenAI, que alcançou 100 milhões de usuários em apenas 60 dias após o lançamento, estabelecendo um recorde de adesão rápida.

“Esses exemplos ilustram como a adoção de novas tecnologias pode variar significativamente quando influenciada por fatores como inovação, estratégia de mercado e contexto tecnológico. O setor de seguros e de previdência tem avançado, mas ainda existem muitas oportunidades”, destacou. E concluiu reiterando que a comunicação é mesmo um dos maiores desafios. “As pessoas desconhecem os produtos e uma ferramenta como a Inteligência Artificial pode ajudar a ensinar nossos clientes e fazer a diferença para todas as classes sociais”, opinou.

Para Nasser, que encerrou o debate, o setor passa por um grande momento de transformação. “É fundamental usarmos a inteligência artificial para falar de educação financeira e de planejamento para o futuro”, conclui.

**Fonte:** Fenaprevi, em 06.12.2024.