

Por Antonio Penteado Mendonça



A Internet vai se tornando indispensável para a vida das pessoas. Seu uso está de tal forma disseminado que crianças com pouca idade manuseiam os celulares e tablets com muito mais rapidez e competência que os adultos. A febre é tão intensa que chega a assustar ver as pessoas nas mesas de restaurantes, nos almoços de família. Pais e filhos, cada um com seu aparelho, se entregam de corpo e alma ao que estão fazendo, não se comunicam, não conversam, mal e mal olham para o lado, deixando qualquer contato para depois, se é que haverá depois.

As redes sociais são as senhoras da verdade. Tanto faz se o que está nelas tem algum fundo de verdade, se cair na rede, se torna realidade, abafando qualquer possibilidade de resgate dos fatos. O que vale é a versão multiplicada ao infinito, na velocidade das pessoas digitando, passando para a frente a “verdade” do minuto.

Como não poderia deixar de ser, esta forma de comunicação instantânea e rápida, se transformou num canal de vendas poderoso para uma série de produtos, de bens a serviços financeiros, passando por todos os tipos de sites de busca, que encontram qualquer coisa em poucos segundos.

O resultado da utilização massiva da Internet já comprometeu ou alterou o futuro de várias atividades econômicas, acabou com certas profissões, criou outras e, agora, está modificando a forma de transporte urbano, com consequências ainda inimagináveis, não só para a indústria automotiva, mas para o futuro das cidades e as formas de vida de seus habitantes.

Se o jornal escrito revolucionou a informação no século 19; o rádio, no começo do século 20, derrubou a censura nas fronteiras; e a televisão, poucas décadas depois, levou para dentro das casas imagens até então restritas aos cinejornais antes das sessões de cinema, a internet foi muito além, ligando bilhões de pessoas, não apenas pela comunicação quase imediata, mas pela possibilidade da realização de transações empresariais, comerciais e financeiras por um custo e numa velocidade além da imaginação poucos anos atrás.

Várias atividades econômicas pegaram carona nela e cresceram em ritmo inacreditável, se a tecnologia não acompanhasse as redes, provendo os equipamentos necessários, cada vez menores e mais acessíveis, para unir o útil ao agradável.

Viagens e turismo, transações bancárias, cartões de crédito, compra e venda de imóveis, leilões, etc. acontecem através da internet, acabando com a necessidade dos espaços físicos e da grande quantidade de funcionários de milhares de empresas. Aliás, as próprias empresas desapareceram.

Curiosamente, o setor de seguros não conseguiu migrar as vendas para a Internet. Todas as seguradoras têm seus sites, boa parte das corretoras também os têm e as outras, por menores que sejam, estão ligadas à Internet pelas redes de computadores ou pelo wifi. Todavia, a venda de

seguros ainda não se consolidou, nem mesmo em países como Estados Unidos ou Reino Unido, altamente conectados e segurados.

No Brasil, a venda de apólices através da internet é zero. Não há nenhum caso expressivo ou próximo de chegar lá. A internet serve para a apresentação das seguradoras e corretoras, para a comparação dos produtos, para tirar dúvidas, para mostrar alternativas, mas até agora não conseguiu se transformar em ferramenta para fechamento de negócios. Isto acontece ao vivo ou por telefone.

As razões por trás disso estão sendo estudadas, mas, com certeza, passam pela necessidade do contato humano, seja através dos olhos, seja através da voz.

Como o mundo está cada vez mais digitalizado e as novas gerações permanecem o dia todo conectadas, em algum momento as vendas de seguros deverão chegar à Internet. Mas devem se resumir aos produtos mais simples. Seguros viagem, acidentes pessoais, vida em grupo, eventualmente seguros residenciais e até seguros de veículos. Dificilmente os produtos mais sofisticados serão vendidos através dela. Para estes, o contato humano continuará fazendo a diferença.

Fonte: O Estado de S. Paulo, em 07.11.2016.