

Filósofo falou hoje durante a Conseguo sobre as características dos futuros consumidores

A superintendente da AEF-Brasil, Claudia Forte; o diretor Geral da Escola Nacional de Seguros, Renato Campos; a sócia da Gregori Sociedade de Advogados, Maria Stella Gregori; o presidente da Comissão de Ouvidoria da CNseg, Silas Rivelle, e o filósofo Luiz Felipe Pondé

O consumidor do futuro será inseguro, ansioso, imaturo, porém com uma forte conotação narcisista. Até mesmo paranoico. Essa é a previsão do filósofo Luiz Felipe Pondé, durante a palestra “Como educar o consumidor do futuro”, que integra a 7ª Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros, que acontece paralelamente à 8ª CONSEGURO.

Para Pondé, o indivíduo é hoje parte de um cenário no qual imperam uma judicialização e um viés regulador em todos os níveis da sociedade moderna. São fatores, explica ele, que despertam uma ansiedade e, consequentemente, imagens que distorcem a realidade.

Há anos atuando no mercado, especialmente no segmento publicitário, o filósofo comparou os objetivos de pesquisas realizadas no campo das ciências sociais com os que servem a planejamento estratégicos de mercado: “Enquanto as pesquisas das ciências sociais mostram como o ser humano deveria ser, as do planejamento estratégico mostram como os seres humanos são realmente.”

Embora imaturo, o consumidor do futuro comprará mais que um produto. Comprará um estilo. Será, como frisou Pondé, um consumidor “sem vergonha”, que buscará o que deseja, porém amarrado em um contexto de ilusão promovido pelo marketing, que para o filósofo, será a “grande ciência social do futuro”.

Liberdade é uma palavra com significado muito relativo nos tempos modernos. Pondé alerta que hoje somos “muito pouco livres” e que somos constantemente vigiados ao passar um simples cartão em uma máquina. Falta às novas gerações uma relação mais profunda com a educação. Pondé recorreu aos primórdios do conceito de educação dos filósofos da Grécia Antiga para esboçar uma digressão sobre o consumidor do futuro: “A palavra educação está no mesmo patamar semântico da palavra energia”, disse.

É exatamente essa energia que move o mundo moderno, pelos modelos da tecnologia da informação. A educação, porém, não acompanharia as mudanças sociais na mesma velocidade da TI, segundo Pondé. “Nunca estivemos tão perdidos com a educação como estamos agora”, concluiu.

No mesmo painel, a superintendente da Associação de Educação Financeira do Brasil, Claudia Forte, reforçou a imagem do empoderamento que norteia o consumidor atual. Ela recorreu à frase célebre do pensador Montesquieu para explicar quem será o consumidor do futuro: “Dê poder a um homem e verás quem ele é”. Claudia ressalta, no entanto, que ainda é cedo para afirmar como será o consumidor do futuro, mas concorda com Pondé que as gerações mais jovens vivem realmente sob uma imaturidade e onda consumista desenfreada. “Nós somos um país onde a cultura do ter é mais importante do que a do ser”, analisou. Claudia disse que a educação financeira poderá ser uma grande aliada para a preparação do consumidor do futuro.

Além de Pondé e Claudia Forte, também participaram do debate a especialista em defesa do consumidor, a advogada Maria Stella Gregori, e Silas Rivelle, ouvidor da Unimed e presidente da Comissão de Ouvidorias da CNseg. Ambos destacaram que o seguro tem papel preponderante para a educação do consumidor do futuro.

Fonte: CNseg, em 20.09.2017.