

Mercado de seguros terá de se reinventar para ser protagonista na crônica de futuro

Como os demais pares econômicos, o mercado de seguros terá de se reinventar se for, minimamente, assertiva a crônica de futuro escrita às pressas pelo economista Sérgio Besserman, pelo sociólogo Sérgio Abranches, e pelo publicitário Walter Longo, participantes do painel “A Sociedade do século XXI”, apresentado na 8ª Conseguro.

Isso porque a chamada era da incerteza, como define Abranches, terá mudanças tão profundas nas duas ou três próximas décadas, “superando, em ritmo e em impactos, todas as transformações ocorridas no último século”, acrescenta Besserman. Mudanças a caminho capazes de colocar de cabeça para baixo modelos de negócios hoje bem-sucedidos, exigindo ajustes para sobreviver numa sociedade de risco, desprotegida, formada por tribos, alcançada pelos impactos das mudanças climáticas. Empresas cujas metas e métricas ambiciosas poderão não se confirmar, tendo em vista o desapareço da geração millenium, seu mantra em prol da austeridade do consumo e disposta a compartilhar tudo com o outro, de carros, casa, escritórios; ou alugar de roupas a cães.

Esta austeridade do consumidor deste século afetará meios de produção e suas métricas, com ações disruptivas em setores poderosos como a indústria automobilística e turismo, por exemplo. “Este atual momento da história é totalmente diferente dos demais capítulos e, não há dúvidas, terá grandes impactos para o mercado segurador. Estamos falando de mudanças drásticas na base tecnológica, de formas de convívio social e de transformações abruptas nos campos da política, da economia”, assinalou Besserman.

“Estamos no limiar de uma grande transição global, só que ainda mais radical que em outros momentos de nossa história. O fato é de tudo muda ao mesmo tempo neste momento. Alcança até a biosfera e um problema criado por nós (aquecimento global) mas sobre o qual não temos resposta nem controle sobre suas consequências. As mudanças climáticas atingem os mais pobres, mas também os mais ricos. Como exemplo, temos a tempestade Sandy, que paralisou Nova York por uma semana. Ou seja, podemos nos preparar, mas não estaremos totalmente protegidos. Ao lado das mudanças climáticas, diversos fatores emergentes, e também imprevisíveis como furações e tempestades, estão à espreita. Temos pela frente uma época de muita experimentação, algo essencial para a história do futuro. É preciso deixar de ser vítima do curto prazo, tirar o foco da crise do dia a dia, e alongar seu olhar, ter ousadia nessa travessia para garantir sua preservação”, lembrou o cientista social

E ainda é preciso ter no radar o trilema digital citado por Walter Longo: Exteligência, tribalismo e compartilhamento. A primeira tendência é de que o conhecimento não precisa mais ser armazenado no cérebro, mas no smartphone para ter acesso a informações. “O problema é que, se tudo o que eu tiver de guardar, eu fizer em outro lugar que não o meu cérebro, os neurônios não se conectam e não fazem sinapses. Não há geração de insights”, afirma Longo.

O segundo tema preocupante desse trilema digital é o tribalismo. Ou seja, antes da era digital, a televisão era dividida entre os membros da família. “Eu estava sempre frente a frente com escolhas que não eram minhas. Assistia a jogos de futebol de times que eu não conhecia e passei a descobrir o prazer do espetáculo esportivo”, lembra.

Alguém de esquerda, conta Walter, se deparava com opiniões de direita no jornal, e muitas vezes acabava revisando as convicções. “O contraditório nos obrigava a revisitar teses para estar constantemente confirmando ou alterando nossas crenças, hábitos e preferências”, diz. Foi assim com a geração X. Mas hoje isso está acabando”, acrescenta.

Agora as pessoas só leem o que quer, ouvem o que gostam, só assistem ao que gostam, diz o executivo. “A polarização política que a gente enxerga hoje no Brasil tem seu palco nas redes

sociais, que só reforçam essa tendência maniqueísta”, disse Longo, apontando que o uso crescente de algoritmos torna esse fenômeno mais agudo. “Se entro no Spotify e peço para ouvir pagode, para o resto da vida sempre vão sugerir pagode”, disse. Na visão dele, estamos assistindo ao fim do contraditório e à perda da opinião. “E isso traz como consequência pessoas cada vez mais sectárias”, diz. Violência e indiferença são riscos desse cenário.

A terceira característica do Trilema Digital é o compartilhamento. Para ele, é preciso avaliar qual é o impacto econômico dessa tendência de consumir menos e compartilhar mais. “Menos carros particulares e mais carros compartilhados, menos hotéis e mais casas compartilhadas, menos escritórios e mais espaços de coworking. Essa é uma tendência sem volta, mas que traz o risco de criar a desaceleração da espiral econômica. Vamos ter aí na frente um desafio”, diz Longo. “Novas gerações parecem querer consumir nada, mas aproveitar tudo”, diz Longo. Um problema a caminho, mas os players vão descobrir boas respostas.

Fonte: CNseg, em 22.09.2017.