

Encontro promovido pela AMMS reúne quase 100 pessoas no Rio de Janeiro

Pedro Henrique Pinheiro, superintendente de Relações de Consumo e Sustentabilidade da CNseg

Quase 100 pessoas prestigiaram a edição carioca do seminário “Viés Inconsciente: Desconstruindo Preconceitos”, realizado na cidade do Rio de Janeiro, nesta quinta-feira à noite, 27 de junho, para avaliar ações de seguradoras para desconstruir os preconceitos nas empresas e avançar o processo de diversificação de seu quadro funcional. O evento - iniciativa da Associação das Mulheres do Mercado de Seguros (AMMS) em parceria com o Grupo de Diversidade da CNseg e o Instituto pela Diversidade e Inclusão no Setor de Seguros (Idis) - ocorreu no auditório da Escola Nacional de Seguros (ENS). Na véspera, o encontro foi realizado em São Paulo.

A palestra “Viés inconsciente, desconstruindo preconceitos” foi apresentada pelo superintendente de Relações de Consumo e Sustentabilidade da CNseg, Pedro Henrique Pinheiro, logo na sequência de breves relatos das ações realizadas pelas AMMS, Idis e o GT da Confederação das Seguradoras, em prol da diversificação.

Pedro Pinheiro procurou demonstrar como os vieses inconscientes podem ser prejudiciais à diversificação e à inclusão nas empresas. “O viés inconsciente é uma relíquia evolutiva que explica a nossa dificuldade de lidar com as diferenças em um mundo cada vez mais diverso”, assinalou ele.

Segundo Pinheiro, o viés inconsciente produz julgamentos intuitivos, rápidos, impedindo que se adotem as melhores decisões. Lembrando conceitos do livro “Rápido e Devagar, as duas formas de pensar”, do Prêmio Nobel de Economia Daniel Kahneman, ele assinalou que há duas formas de pensamento. O primeiro sistema responde por 95% de nossas atitudes, sem uma avaliação consciente e realmente verdadeira. O outro, que responde por 5%, encaixa nosso pensamento mais estruturado e racional.

O viés inconsciente pauta a atuação profissional de todos, com julgamentos que, portanto, podem não ser os mais racionais. Essa é a razão que faz com que muitas pessoas tenham medo de andar de avião e não de carros, ainda que, estatisticamente, voar seja menos perigoso que dirigir.

Valéria Schmitke, presidente do Idis, pediu que o mercado de seguros reflita se está em linha com a diversificação por raça ou gênero do povo brasileiro, tendo em vista 54% da população brasileira ser formada por negros e pardos e 52% são mulheres. Não é menor o desafio de, na busca de equidade no mercado de seguros, incluir aos quadros pessoas LGTBI+. Não é por outra razão que

três pilares são considerados prioritários para o Idis: a representação por gênero, a questão LGTBI+, e questão racial, com foco em negros e negras. A meta é alcançar a verdadeira equidade no mercado de seguros.

A outra etapa do encontro foi um debate sobre as dificuldades enfrentadas no mundo corporativo por gays, lésbicas, negro (a)s, pessoas acima de 50 anos e até estrangeiros. Participaram do debate a presidente da AMMS, Margo Black, que tratou com bom humor os preconceitos enfrentados por estrangeiros; a empresária Patrícia Braga, membro da RME (Rede Mulher Empreendedora), que perdeu emprego ao completar 50 anos falou preconceito contra os profissionais mais experientes; Pedro Pinheiro abordou os desafios de ser um jovem gay em uma posição de liderança.

Outra participante, Bianca Nascimento, mulher, negra e jovem, falou com voz embargada sobre seus nove anos no mercado de seguros, da desconfiança enfrentada e de sua persistência para “prosseguir na carreira profissional”. Também emocionada, a Casualty Senior Underwriter para América Latina Cone Sul da Swiss Re, Juliana Pelegrin, narrou a sua trajetória e as dificuldades para assumir sua orientação sexual.

Ficou claro que o processo de diversificação, ainda que irreversível, terá de superar diversas etapas para se materializar, a partir dos vieses inconscientes que ditam o comportamento individual e corporativo, de acordo com os participantes. O divisor de águas serão as novas gerações, a partir dos millennial, com valores e propósitos inovadores no campo do comportamento e padrão de consumo, além de aderentes à diversidade.

Fonte: CNseg, em 28.06.2019.