De 270,7 mil postagens feitas por esses atores nas redes sociais entre janeiro e julho, apenas 0,37% trataram do tema

De 270,7 mil postagens feitas por esses atores nas redes sociais entre janeiro e julho, apenas 0,37% trataram do tema

A reserva de recursos para a **aposentadoria é** um tema pouco explorado pelos **influenciadores digitais que falam sobre investimentos.**
Dentre 270,7 mil publicações feitas entre janeiro e julho, apenas 1.011 trataram do assunto, ou 0,37% do total. É o que mostra levantamento feito pela ANBIMA, que acompanhou 266 influenciadores que abordam temas relacionados a assuntos financeiros nas redes sociais (Instagram, Twitter, YouTube e Facebook). Deste universo de influenciadores, 51% trataram de previdência.

O levantamento identificou 1.011 publicações sobre temas relacionados à previdência e à aposentadoria, como **FGTS, INSS, seguro privado, VGBL** (Vida Gerador de Benefícios Livres) ou **PGBL (**Plano Garantidor de Benefícios Livres). Para efeito comparativo, foram 4.482 posts sobre renda fixa (Selic, poupança e Tesouro Direto) no mesmo período. A audiência alcançada com as duas temáticas, entretanto, foi semelhante: 6,2 milhões de seguidores* para assuntos de previdência e 6,1 milhões em renda fixa.

“Apesar de metade dos influenciadores tratarem do assunto em algum momento, o número de publicações ainda é baixo. Isso mostra que a previdência é um tema com grande potencial para ser explorado nas redes sociais”, comenta Marcelo Billi, nosso superintendente de Comunicação, Certificação e Educação de Investidores.

FGTS e INSS roubam a cena

Além do baixo volume de publicações, a previdência ainda é explorada com pouca abrangência de assuntos. Um dos benefícios do INSS, o FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço), foi o mais citado no acumulado de janeiro a julho. Os picos de publicações aconteceram em

abril (181 posts) e julho (185), com assuntos que abordaram o saque do FGTS e os empréstimos tendo o fundo como garantia, respectivamente. No geral, as publicações sobre recursos para a aposentadoria seguem uma média mensal similar, com poucas variações entre um mês e outro.

+ Quer saber mais sobre os influenciadores de investimentos? Conheça nosso relatório!

O segundo assunto mais abordado é o INSS, em posts que o tratam como uma das alternativas (mas não a única) para a aposentadoria. A previdência privada teve pouco destaque entre os influenciadores: o PGBL teve apenas seis citações e o VGBL não foi mencionado nenhuma vez no período de monitoramento.

As abordagens utilizadas mostram que os influenciadores tratam o INSS e o FGTS como uma das alternativas possíveis para a aposentadoria, mas não um caminho único para esse fim. Parte das publicações indica que seja feita uma análise pelo investidor, por exemplo, se valeria mais a pena aplicar em produtos de longo prazo como fonte de renda futura para a aposentadoria em vez de utilizar apenas a previdência pública. Ou seja, grande parte dos perfis sugere que a reserva financeira para a aposentadoria deve ser construída como um investimento – isso é corroborado pelo uso constante de palavras como “ações”, “investimentos” e “carteira” nas postagens sobre o tema.

Quem mais fala sobre previdência

As categorias de influenciadores de investimento que mais falaram de previdência foram os especialistas, com 348 postagens. Esse grupo é formado por professores universitários, economistas e profissionais de mídia que utilizam o conhecimento técnico para comentar sobre investimentos e economia.

Em seguida, com 171 publicações, destacam-se os produtores de conteúdo, personagens que divulgam conteúdos planejados e elaborados de investimento e têm nessa atividade, na maioria dos casos, seu foco profissional. Os analistas (que trabalham em casas de análise ou atuam de forma independente produzindo análises técnicas e indicações de investimentos), completam o top 3 com 139 publicações.

A maioria das postagens monitoradas (68%) foi feita por influenciadores homens, 26% por mulheres e 6% por organizações. Enquanto eles abordaram mais temas relacionados a saques e empréstimos do FGTS, elas focaram a previdência em um contexto de educação e organização financeira. As entiaddes conectaram o assunto ao imposto de renda e compararam a previdência pública e a privada.

As mídias sociais que tiveram maior volume de posts sobre o assunto foram o YouTube (359) e o Twitter (353), enquanto o Instagram (183) e o Facebook (116) foram menos explorados.

*O alcance se dá pela soma dos seguidores de todos os perfis analisados e não equivale, necessariamente, ao total de pessoas atingidas, já que uma mesma pessoa pode seguir mais de um perfil.

Fonte: Anbima , em 15.12.2021.