

Por Antonio Penteado Mendonça



O maior problema do setor de seguros no Brasil é que ele é praticamente desconhecido da sociedade que ele pretende proteger. O desconhecimento atinge tal ponto que não é raro magistrados determinarem que a seguradora deposite o prêmio do seguro em processos judiciais. Quando profissionais que deveriam conhecer profundamente o assunto para poder julgá-lo corretamente determinam que a seguradora deposite o prêmio e não a indenização, dá para se ter uma ideia da falta de familiaridade da sociedade com o tema. Quem paga o prêmio é o segurado. O prêmio é o preço do seguro. A seguradora paga indenização, que é a quantia que o segurado tem direito a receber como contrapartida pelos danos sofridos e cobertos pelo seguro.

Mas o quadro é mais grave. Em função das desigualdades sociais que afetam o país, milhões de brasileiros, por conta do analfabetismo funcional, têm dificuldades para compreender operações mais sofisticadas, entre elas, o contrato de seguro.

O contrato de seguro, por mais simplificado que possa ser, envolve conceitos complexos, como dano, prejuízo, culpa, força maior etc., para não falar na promessa futura de, em acontecendo um determinado evento, a seguradora pagar a indenização.

Nas últimas décadas, o seguro cresceu exponencialmente no país. Do Plano Real para cá, o setor saltou de menos de um por cento do PIB para mais de seis por cento, sendo uma das atividades que mais cresceram ao longo do período. Todavia, os produtos oferecidos continuam sendo muito pouco conhecidos, desde sua finalidade básica até sua operação, o que dificulta a relação seguradora/segurado e gera problemas que uma melhor compreensão do produto e de sua finalidade poderia evitar.

É por isso que a campanha lançada pela CNseg (Confederação Nacional das Seguradoras) é fundamental para a sociedade. A proposta é tratar o tema seguro de forma clara, direta e simples, oferecendo um desenho do que é, para que serve e como funciona. Quais as suas bases teóricas, o que é mutualismo, como é calculado o prêmio, a linguagem, quais as particularidades de cada seguro, como entender as diferenças entre os diversos tipos de apólices etc.

Ao abrir o setor e desvendar seus mistérios, a campanha oferece à sociedade a possibilidade da compreensão de uma atividade e de seus produtos – desenhados para protegê-la e que faz isso de forma eficiente há centenas de anos. Além disso, a campanha facilita a vida dos integrantes do setor, que passam a ter como ferramenta de apoio para seu dia a dia, inclusive para falar com as autoridades, uma ação estruturada de forma objetiva, com abordagem direta dos principais tópicos, destinada a descomplicar as relações entre eles e a sociedade.

Formulada de forma moderna, aderente aos canais que funcionam como os grandes difusores do conhecimento, a campanha da CNseg já está girando na mídia e com certeza trará resultados

positivos rapidamente. Se ela é boa para o setor, ela é melhor ainda para a sociedade. Com ela ganham todos.

Fonte: O Estado de São Paulo, em 03.10.2022.