

"Vale tudo", menos não ter a proteção dos seguros***Como a icônica novela ajudou a moldar a comunicação do setor de seguros no Brasil***

No panteão das melhores novelas da Globo de todos os tempos, ao lado de sua vilã Odete Roitman, Vale Tudo inicia seu remake no próximo dia 31 de março, na tela da Globo, trazendo à memória também uma das melhores campanhas publicitárias do mercado segurador brasileiro.

Tudo porque, em 1988, um anúncio institucional, com a foto de Odeth, vivida por Beatriz Segall, e com o slogan "Faça seguro. A gente nunca sabe o dia de amanhã", foi veiculado nos jornais um dia antes do misterioso assassinato da personagem. A ação inovadora mereceu seguidos elogios, ao alinhar o universo ficcional da novela à conscientização sobre a relevância do seguro na realidade, perpetuando-se junto com a pergunta que marcou época até o último capítulo da novela: "Quem matou Odete Roitman?".



Esta ação foi uma das mais emblemáticas realizadas pelo Comitê de Divulgação Institucional do Seguro (Codiseg), criado em julho de 1987 e incorporado pela Escola Nacional de Seguros(a então Funenseg) na década seguinte. O Codiseg foi formado pelo IRB, Susep, Fenacor e Fenaseg (CNseg) para promover iniciativas em favor da disseminação da cultura do seguro, a partir de estratégias de marketing icônicas.

O Codiseg deixou sua marca inovadora na história do mercado segurador, ao explicitar a mensagem de que, entre tantas reviravoltas e surpresas da vida (ou da arte), o melhor é garantir que pelo menos uma coisa esteja protegida... o seu futuro! Afinal, vale tudo, menos ficar sem seguro. Quer seja em 1988, quer seja em 2025.

Não foi, contudo, a única ação publicitária do mercado pegando carona nas novelas. Em 1978, em *Dancin' Days*, outro clássico do autor Gilberto Braga, houve a iniciativa de inserir o seguro em seus capítulos. O enfoque positivo dado em *Dancin' Days* foi considerado uma “inovação certamente elogiável”. Já em 1989, foi a vez da atriz Maria Izabel de Lizandra interpretar a corretora de seguros Marília na novela *Tieta*, que também foi ao ar pela Rede Globo. Marília teve a sua história entrelaçada com a de outros personagens, inclusive, com a da própria protagonista, que veio a contratar seguro com Marília no episódio que foi ao ar em 11 de dezembro de 1989. A partir de 1991, com o advento do Código de Defesa do Consumidor (CDC), os debates sobre campanhas publicitárias mais educativas ganharam força, principalmente com a iniciativa da CNseg de instituir a primeira edição do concurso “Os Melhores do Marketing de Seguros” no mesmo ano, contemplando nove projetos.

O lançamento do jingle “Bom dia” nas rádios das maiores cidades do país e a transmissão do vídeo institucional “Segure Tudo”, que traz com exclusividade um grande sucesso do compositor Martinho da Vila, interpretado e gravado especialmente para a peça publicitária, estão entre as iniciativas pós-CDC.

Agora, com a volta de Vale Tudo, fica a pergunta: será que teremos mais uma jogada de mestre do mercado segurador?

Quando o seguro vai além: protegendo recifes de corais e comunidades costeiras

Com a COP30 no horizonte, a proteção ambiental nunca esteve tão em evidência. E o setor de seguros, cuja essência é a prevenção e a proteção contra riscos, desempenha um papel fundamental nesse cenário.

As mudanças climáticas impõem desafios não apenas para a humanidade, mas para todo o planeta – incluindo ecossistemas frágeis e vitais, como os recifes de corais. Essas verdadeiras florestas subaquáticas sustentam a biodiversidade marinha, garantem a subsistência de comunidades costeiras por meio da pesca e do turismo e ainda atuam como barreiras naturais contra a erosão das praias.

No entanto, os corais são extremamente sensíveis à elevação da temperatura dos oceanos, tornando-se vítimas diretas do aquecimento global. O impacto é severo, mas já existem soluções inovadoras para protegê-los e o seguro faz parte dessa resposta. Já há apólices desenvolvidas especificamente para a recuperação e manutenção dessas formações rochosas calcárias, compostas por organismos marinhos como algas, moluscos e os próprios corais, que pertencem ao grupo dos Cnidários, assim como águas-vivas e anêmonas-do-mar.

Em 2024, a organização de caridade Vatuvara Foundation Fiji (VVF), com apoio do grupo BHP, contratou um seguro inovador da Pacific Catastrophe Risk Insurance Company para proteger os recifes de corais do arquipélago de Fiji, no grupo de ilhas Lau. A apólice prevê que em caso de eventos catastróficos, os recursos sejam imediatamente direcionados para ações como limpeza e restauração dos corais, além de apoio à comunidade local. Trata-se de um seguro paramétrico, que funciona de maneira ágil, liberando a indenização automaticamente quando um evento extremo atinge uma intensidade previamente estabelecida.

O uso do seguro para preservar ecossistemas naturais mostra como o setor pode ir além da simples compensação por perdas, tornando-se um agente ativo na mitigação dos efeitos das mudanças climáticas. Com iniciativas como essa, o mercado segurador não apenas se adapta a um mundo em transformação, mas também se posiciona como um parceiro essencial na construção de um futuro mais sustentável.

Fonte: CNseg, em 03.04.2025