

Antonio
Penteado
Mendonça

Na terça-feira passada aconteceu a entrega do VIII Prêmio de Jornalismo em Seguros. A ideia da premiação é valorizar o trabalho dos jornalistas que trabalham com o setor de seguros, tanto na mídia em geral, como na mídia especializada.

Ao longo dos últimos anos o setor de seguros passou a ter mais espaço na mídia brasileira, com matérias relevantes dando conta não só da sua existência, mas da sua importância para a sociedade.

É verdade, o espaço dado ainda é pequeno, mas os avanços são claros e as matérias publicadas pela imprensa em geral mostram como o seguro pode ser uma ferramenta de segurança e de bem-estar social. Atualmente, os temas abordados pela mídia são abrangentes e vão de seguros de auto, o mais conhecido, a seguros altamente sofisticados, como os seguros de garantia de obrigação de fazer, essenciais para as obras de infraestrutura necessária para o desenvolvimento socioeconômico do país.

Este ano o prêmio foi dividido em seis categorias e mais de 200 jornalistas inscreveram suas matérias para concorrer a ele. Os jornalistas puderam se inscrever para concorrer nas seguintes categorias: seguro rural; previdência e vida; sustentabilidade e seguros; seguros gerais; capitalização; e saúde suplementar. Além disso foi eleito o jornalista do ano em seguros e foi escolhido o veículo do ano em seguros.

Com participação de jornalistas do Brasil inteiro, o prêmio seguiu a tendência das edições anteriores, com bom número de trabalhos de profissionais fora do eixo Rio/ São Paulo, vários deles entre os 30 finalistas.

Foram selecionados 5 finalistas em cada categoria e os 3 primeiros de cada uma, receberam um prêmio em dinheiro.

O evento aconteceu no Tokio Marine Hall, durante um jantar, seguido de festa com dança e muita animação. Foi uma noite de gala para homenagear os jornalistas que trabalham com seguro, fundamentais para divulgar uma atividade que é pouco conhecida e tem um apelo de marketing bastante reduzido, não só aqui, mas no mundo todo.

Seguro não é sexy, seguro não tem embalagem bonita, nem apelo nas formas e cores dos produtos. Além disso, num país com renda per capita baixa, nem todos podem ter acesso a ele. Antes de uma apólice de seguro, vem alimentação, moradia, vestuário, educação, telefone celular e mais uma série de produtos e serviços tidos como mais importantes pela maioria da sociedade.

Ao se dedicarem aos temas afetos ao setor, estes jornalistas e seus veículos abrem as portas de um universo praticamente desconhecido, mostrando para a população que seguro não é luxo, nem despesa, seguro é investimento e existe para garantir a segurança social, repondo patrimônios e capacidade de ação atingidos por eventos que causem prejuízos aos segurados.

Parabéns a FENACOR (Federação Nacional dos Corretores de Seguros), que anos atrás teve a ideia de criar o prêmio, a CNSEG (Confederação Nacional das Seguradoras), que comprou a ideia e aderiu ao projeto, e a ENS (Escola de Negócios e Seguros) que também patrocina o prêmio porque tem interesse direto na divulgação do seguro, matéria precípua de seus cursos e ações.

Finalmente, parabéns a todos os participantes e em especial aos 30 finalistas. Chegar na final, independentemente da posição, é uma vitória, um atestado da competência profissional do jornalista.

Fonte: SindSeg SP, em 06.03.2026.