

Em entrevista ao Portal da CNseg, Marcio Coriolano fala sobre o esforço para levar informação relevante e de interesse à sociedade

Em recente café da manhã com funcionários da Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização, instituição que preside, Marcio Coriolano ouviu de certa colaboradora a seguinte afirmação: “Eu trabalho aqui há mais de 20 anos e sempre tive que explicar o que era a CNseg. Agora, já não preciso”. E, para ele, este é um excelente termômetro do sucesso, até aqui, de um dos mais importantes projetos de sua gestão, o Programa de Educação em Seguros, que hoje, dia 19 de outubro, completa um ano. “E esse exemplo já diz muito, pois o público em geral, pelo menos, já sabe que existe a instituição e para que ela serve. E conhecer a CNseg é o primeiro passo para que as pessoas se abram à mensagem que temos a oferecer”, concluiu.

O Programa de Educação em Seguros da CNseg é um esforço de conscientização da sociedade sobre a importância do seguro na proteção da vida e do patrimônio, atitude ainda mais importante em tempos de crise, onde um bem como um carro pode ser transformado rapidamente em dinheiro e, por isso, precisa estar protegido. “O seguro tem esse papel de ajudar as pessoas a suportar eventos indesejados e imprevisíveis, evitando que comprometam a segurança de suas famílias. E nesse sentido, ele também é muito importante para o desenvolvimento do País, pois faz com que o governo não seja obrigado a arcar com essa conta”, concluiu.

Assim, o Programa não é simplesmente uma propaganda do setor, mas um esforço de divulgação de informações relevantes, de qualidade e de interesse de toda a sociedade.

Mas se defender a importância do seguro é fácil, mais difícil é mudar hábitos e visões estabelecidas, apesar de isso não esmorecê-lo: “o objetivo principal, que era aumentar a visibilidade sobre um tema com o qual as pessoas convivem, mas cuja importância não percebem inteiramente, já foi atingido nesse primeiro ano”.

E agora, um dos principais desafios é fazer com que o vasto conteúdo já produzido pela CNseg, como cartilhas, folhetos, vídeos e posts, trabalhando conceitos básicos do setor, como mutualismo, regulação do seguro e seu universo econômico-financeiro, disponíveis no Portal da Confederação e nos canais do YouTube, Facebook, LinkedIn e na Rádio CNseg, chegue e seja assimilado por um público ainda mais amplo.

E, entre esse público, encontram-se, evidentemente, os Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário que, nas palavras do presidente, “Ainda não reconhecem o setor segurador na verdadeira proporção de sua importância”. Para estes, há também material específico sobre Educação em Seguros, como é o caso da “Carta do Seguro”, publicação mensal com aprofundadas análises e estatísticas dessa indústria, “já elogiada pelo pessoal dos Ministérios da Fazenda e do Planejamento”, como lembrou.

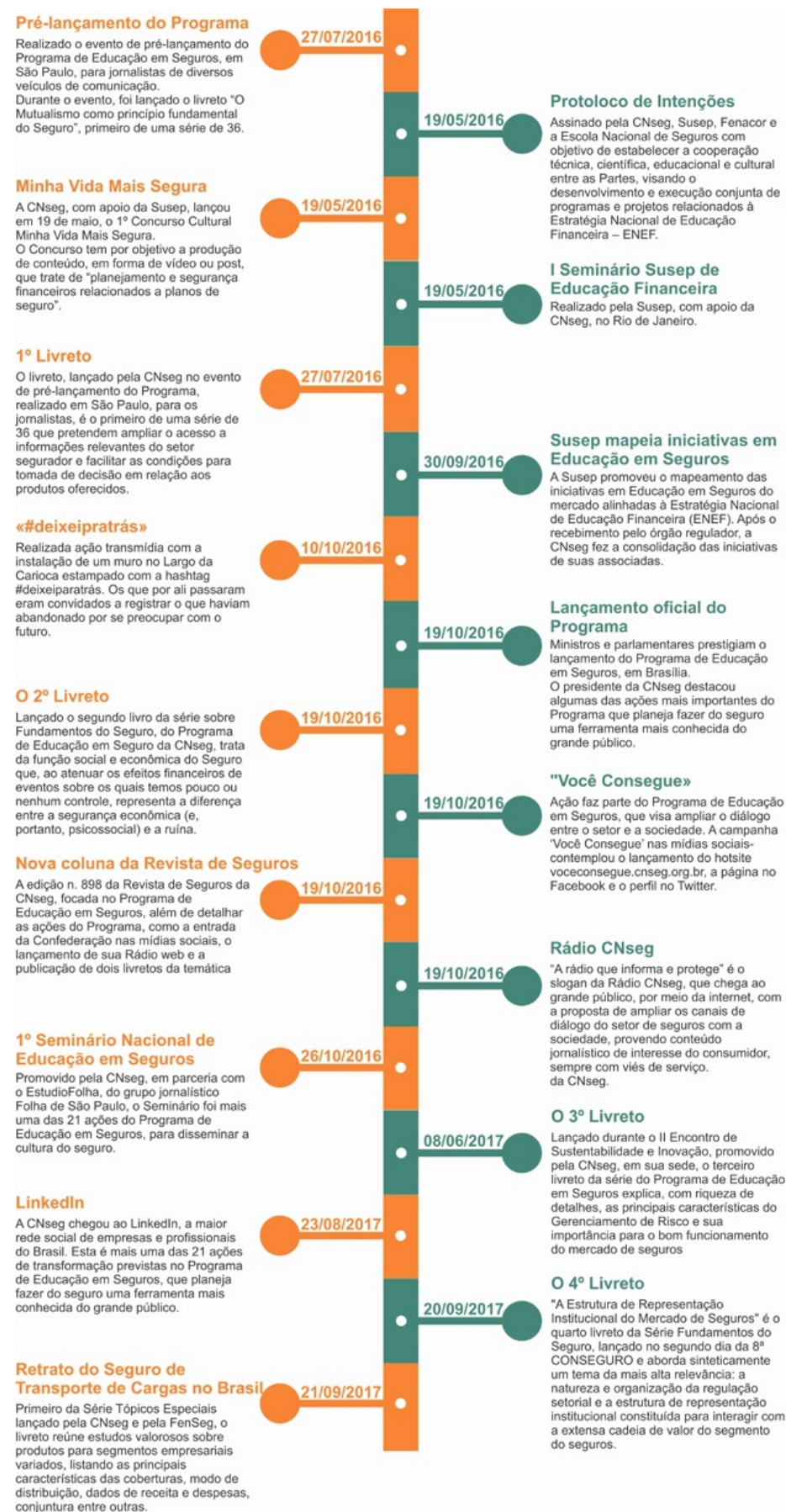
Mas, nesse esforço de comunicação, é preciso contar com o engajamento de todos os atores do setor. “Estamos desenvolvendo uma ação junto aos Sindicatos regionais de seguradoras para que compartilhem em seus sites o material produzido pela CNseg”, afirmou Coriolano, que também desejaria ver as peças da CNseg divulgadas nos sites das seguradoras, mas sabe que esse é um espaço que não é fácil de conquistar, mesmo porque, é onde as empresas também disponibilizam suas pelas publicitárias e institucionais. Mas ele acredita que isso se tornará mais fácil à medida que cresce o reconhecimento da qualidade do material produzido. “Tenho ouvido muitos comentários positivos sobre a campanha e sobre como as nossas peças têm ajudado os profissionais do setor na comunicação com seus clientes”, disse.

Ele também declarou estar aberto a sugestões, principalmente no que tange a maneiras de deixar

essa comunicação ainda mais eficiente. Mas ideias não faltam “Precisamos falar ainda sobre temas que estão muito além do seguro, mas que também nos interessam e interessam a todos, como política, economia e o processo eleitoral”, alegou, entusiasmado, apesar de consciente de que o sucesso de um programa desses depende, acima de tudo, de persistência. Persistência necessária para competir, na imprensa, na publicidade e no governo, com a agenda de outras instituições bem maiores. “Apesar de gerarmos muito mais riqueza e contribuirmos muito mais para a poupança interna que grandes setores da economia, como o automotivo e o farmacêutico, nossa Confederação possui uma força de comunicação bem menor que confederações como a da Indústria, do Comércio e da Agricultura, com milhares de associados, cada uma.

Mas se o desafio é grande, o ânimo também. Ânimo que se renova com a consciência de que “o progresso civilizatório dependerá, cada vez mais, do seguro, pois nem governos, nem pessoas, individualmente, terão recursos para dar sustentação às demandas por vir no mundo. O que sobrar é um conjunto de pessoas abrigadas sobre a mutualidade”, concluiu.

Veja abaixo a linha do tempo com as principais ações do Programa



Fonte: [CNseg](#), em 19.10.2017.