



Com foco em cuidado, MetLife aposta em futebol e cultura para falar de proteção financeira aos brasileiros



São Paulo, 18 de maio de 2026 - A MetLife lança no Brasil a campanha “Patrocinadora oficial do cuidado com os brasileiros”, iniciativa que reforça uma nova abordagem de comunicação para o setor de seguros ao aproximar o tema da proteção financeira da realidade das pessoas e de elementos presentes no cotidiano dos brasileiros.

Tendo o cuidado como território central, a estratégia utiliza o futebol como plataforma de conexão emocional para ampliar conversas sobre proteção financeira, presença e bem-estar, traduzindo o papel dos seguros de forma mais acessível, humana e culturalmente relevante.

“Ao escolher o futebol, uma das maiores paixões nacionais, e conectá-lo ao cuidado e à saúde, conseguimos estabelecer uma relação mais próxima com os brasileiros e abrir espaço para um diálogo mais acessível. A partir dessa conexão, buscamos desmistificar o setor e mostrar, de forma clara, o papel que o seguro pode ter na vida das pessoas ao longo do tempo. Diante do cenário atual, é fundamental ampliar a educação financeira no país, e os seguros fazem parte dessa conversa ao contribuir para uma vida mais confortável no presente e no futuro.”, afirma Denise Coelho, diretora de marketing e comunicação da MetLife Brasil.



A campanha acontece entre maio e julho por meio de um ecossistema integrado de mídia e conteúdo, com presença em plataformas como Instagram, Facebook, LinkedIn e Eletromídia. O filme oficial da campanha também será exibido no C6 Fest, em maio.

Além das ativações de marca, a MetLife vem fortalecendo seu propósito de impacto social por meio de iniciativas que usam o esporte como ferramenta de transformação e inclusão. Entre elas está o programa “Pinte sua Quadra”, que promove a revitalização de quadras esportivas em comunidades de quatro cidades brasileiras, criando espaços mais seguros e acolhedores para crianças e jovens. A companhia também atua em parceria com a Global Citizen e a FIFA Foundation for Education, por meio da MetLife Foundation organização dedicada ao fortalecimento de comunidades e à promoção da inclusão econômica — apoiando organizações brasileiras que desenvolvem projetos de esporte e educação com impacto social positivo.

Ficha Técnica

Título: “Patrocinadora oficial do cuidado com os brasileiros”

Ano: 2026

Agência: Molla

Cliente: MetLife

Produtos: Seguro de Vida e Plano Odontológico

VP Molla: Rafael Biasini

Diretor de Criação: Eduardo Willian

Criação: Bruno Martins, Eduardo Willian, Igor Batista e Vinicius Castro

Atendimento: Eduardo Willian

Produção: Marcel Martins

Coordenação: Eduardo Willian



Planejamento: Bruno Martins e Vinicius Castro

Redator: Vinicius Castro

Diretores de Arte: Eduardo Willian e Igor Batista

Motion Vídeo Manifesto: Giovanni Atoe

Roteiro Vídeo Manifesto: Vinicius Castro

Mídia & Performance: Rafael Moraes

Atendimento do Cliente: Juliana Magalhães Macedo

Aprovação do Cliente: Denise Coelho

Sobre a MetLife

A MetLife, Inc. (NYSE: MET), por meio de suas subsidiárias e afiliadas ("MetLife"), é uma das principais empresas de serviços financeiros do mundo, oferecendo seguros, anuidades, benefícios para funcionários e gestão de ativos para ajudar seus clientes individuais e corporativos a navegar por um mundo em constante transformação. Fundada em 1868, a MetLife opera em mais de 40 mercados em todo o mundo e ocupa posições de liderança nos Estados Unidos, Japão, América Latina, Ásia, Europa e Oriente Médio. Para obter mais informações, acesse www.metlife.com.br

Informações à imprensa

E-mail: MetLifeBrasil@zenogroup.com
