

diversa idade

 globo

Um olhar
aprofundado
nas diferentes
versões do

Brasil **65+**

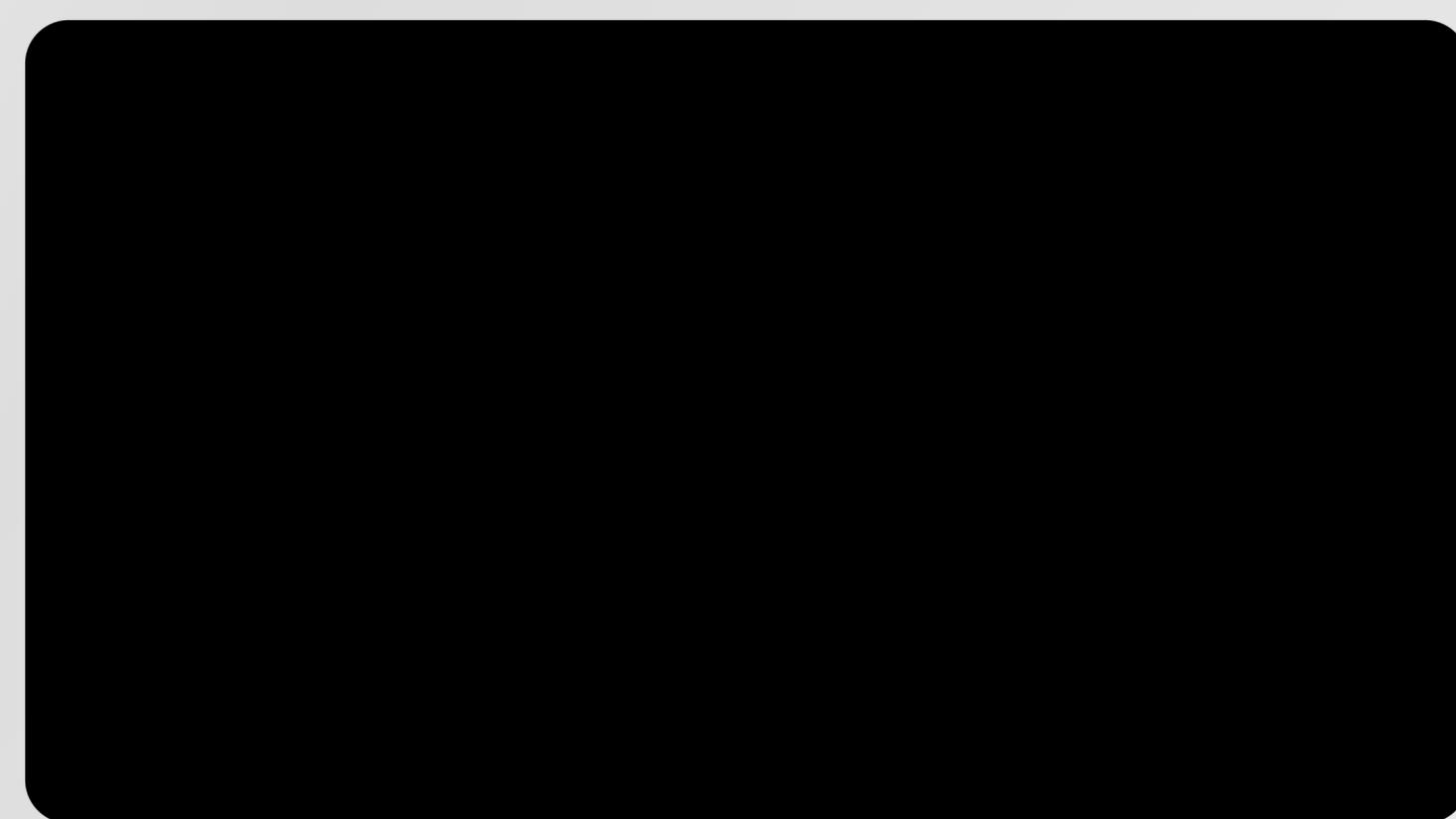
envelhecer

arnaldo antunes

a coisa mais moderna que existe nessa vida é envelhecer
a barba vai descendo e os cabelos vão caindo pra cabeça aparecer
os filhos vão crescendo e o tempo vai dizendo que agora é pra valer
os outros vão morrendo e a gente aprendendo a esquecer

não quero morrer pois quero ver como será que deve ser envelhecer
eu quero é viver pra ver qual é
e dizer venha pra o que vai acontecer
eu quero que o tapete voe
no meio da sala de estar
eu quero que a panela de pressão pressione
e que a pia comece a pingar
eu quero que a sirene soe
e me faça levantar do sofá
eu quero pôr rita pavone
no ringtone do meu celular
eu quero estar no meio do ciclone
pra poder aproveitar
e quando eu esquecer meu próprio nome
que me chamem de velho gagá

pois ser eternamente adolescente nada é mais demodê
com uns ralos fios de cabelo sobre a testa que não para de crescer
não sei por que essa gente vira a cara pro presente e esquece de aprender
que felizmente ou infelizmente sempre o tempo vai correr





Dentro de diversidade tem a palavra idade

Essencialmente, este é o único assunto sobre diversidade que **ressoa com todas as pessoas**, pois, se tudo correr bem, é uma posição que eventualmente todos nós iremos vivenciar.



Objetivo

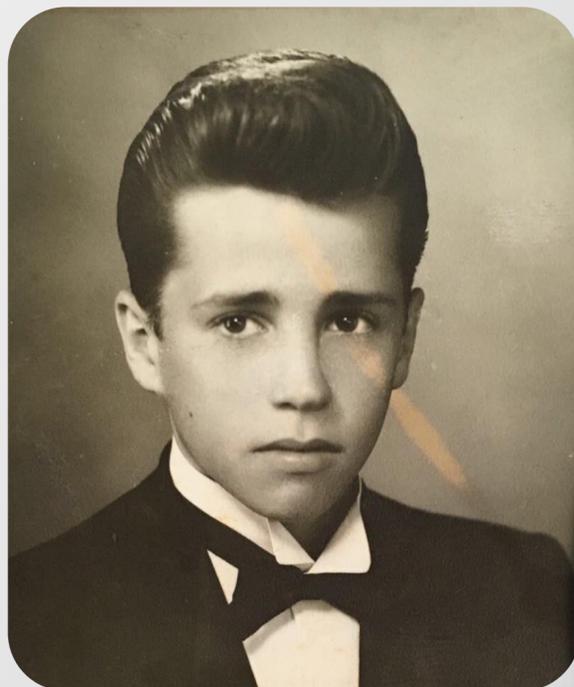


Esse estudo busca desconstruir mitos, sensibilizar e inspirar a reflexão sobre a importância dos **velhos**, tanto socialmente quanto economicamente, incentivando uma mudança de paradigma e explorando o potencial desse público tão e cada vez mais significativo, porém frequentemente subestimado.



O mundo está envelhecendo

No começo do século 19, nenhum país no mundo tinha expectativa de vida maior do que 40 anos.



Estima-se **1,6 bilhão** de pessoas no mundo com **65 anos ou mais** até 2050



Quatro megatendências mundiais para o século de acordo com a ONU

transformações tecnológicas

mudanças climáticas

imigração e urbanização

envelhecimento populacional

O envelhecimento da população vai impactar radicalmente na forma como vivemos nos próximos anos.

um país que envelhece rápido demais

Particularidades do envelhecimento no Brasil

- Envelhecendo antes de enriquecer
- Boom idosos conectado ao boom jovem
- Transição radical em um curtíssimo período de tempo
- Desigualdade social aguda

Tempo para que população 60+ eleve sua proporção de 10% para 20%

1850 — 1995

FRANÇA
145 ANOS



1850 — 1995

EUA
89 ANOS



2020 — 2035

ÍNDIA
35 ANOS



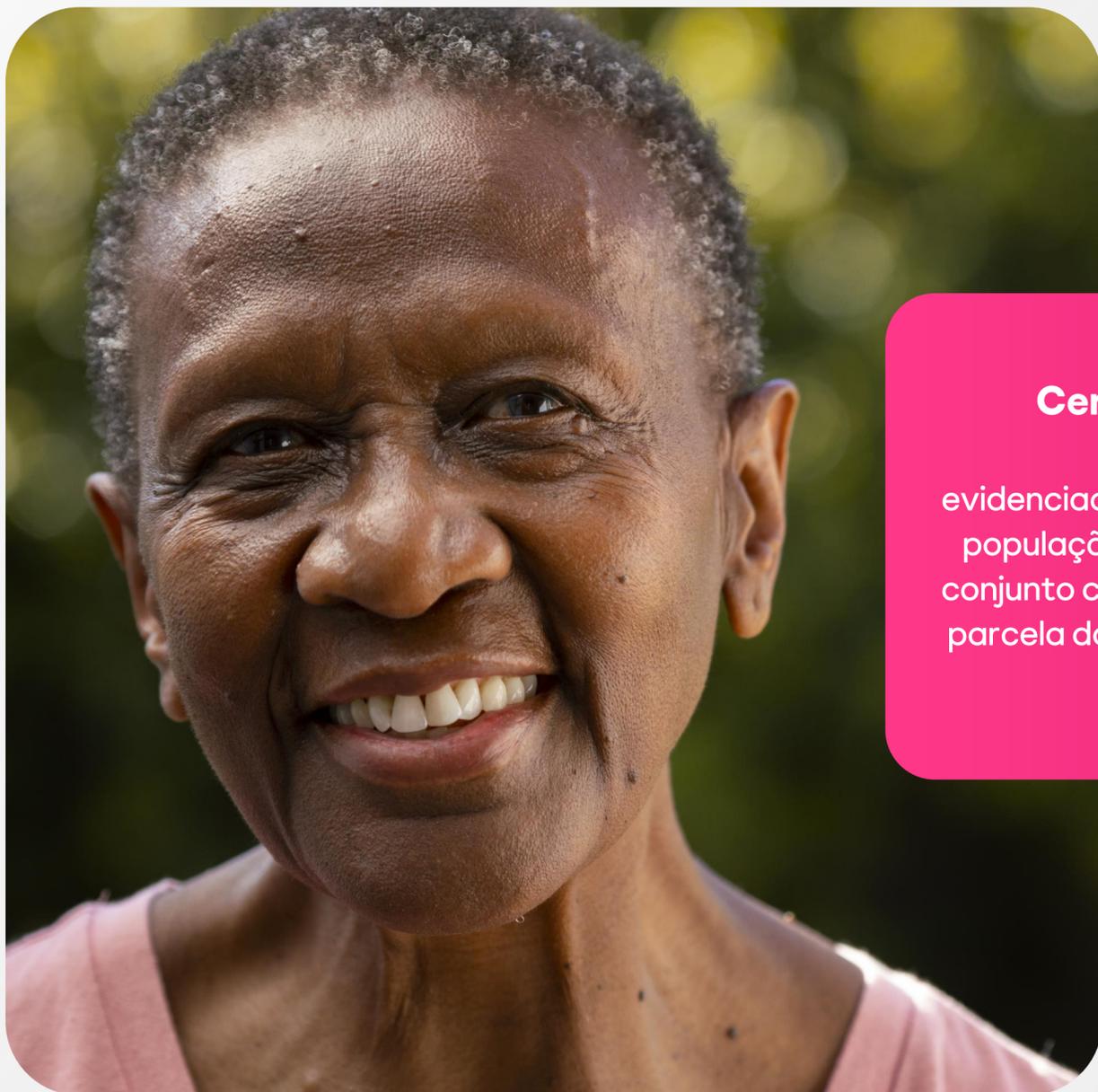
2011 - 2030

BRASIL
19 ANOS



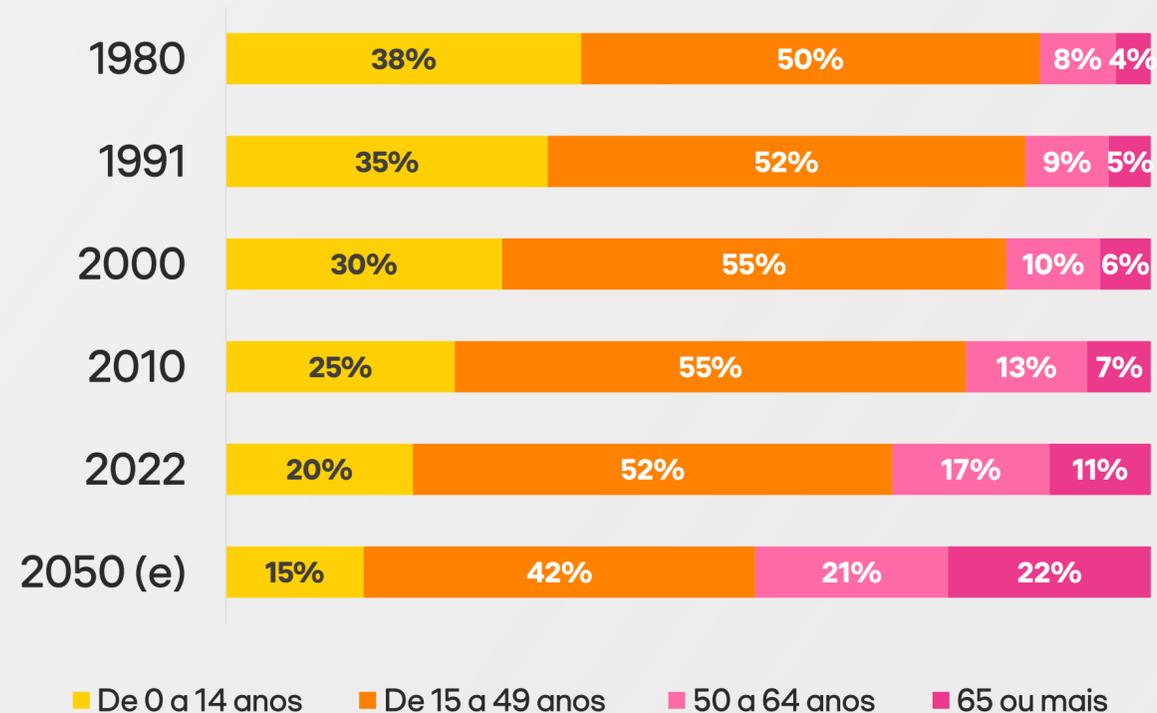
Em menos de **3 décadas**, seremos o **6º país com mais velho do mundo**, na frente de todos os outros países em desenvolvimento, trazendo desafios significativos.

no Brasil...



Censo 2022:
evidenciado pelo aumento da população de 50+ anos em conjunto com a diminuição da parcela da população de até 14 anos.

Proporção dos brasileiros, em grupos de idade (%)



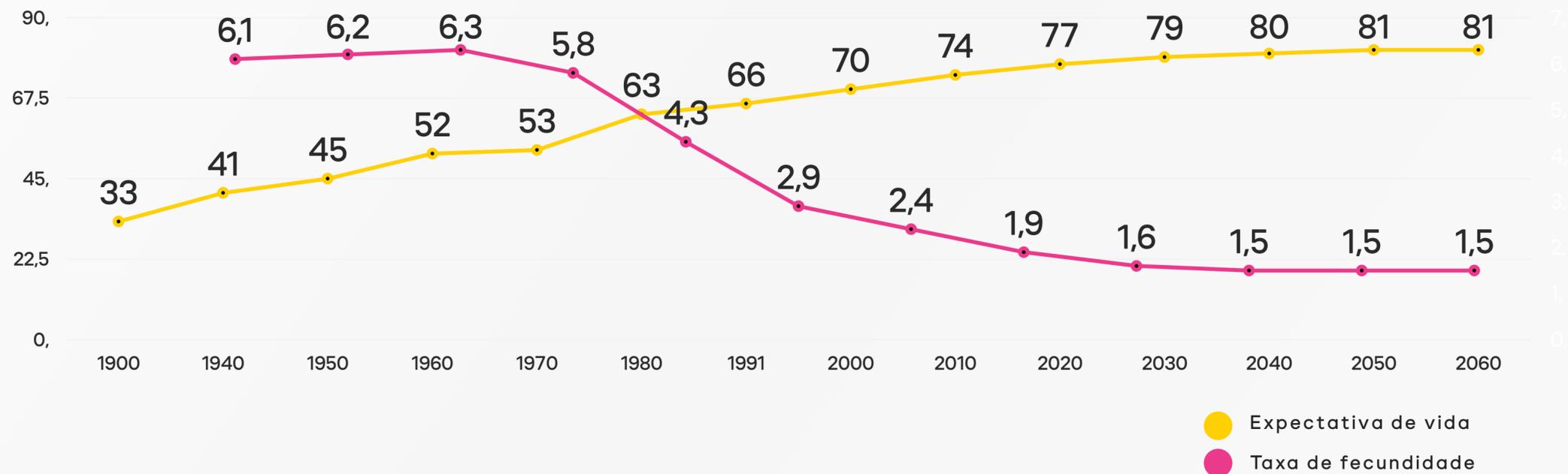
Comparativo censo demográfico 2010 vs. 2022

idade mediana sobe de 29 anos para 35 anos	Índice de envelhecimento sobe de 30,7 para 55,2 (65+anos)
---	--



expectativa de vida x taxa de fecundidade

histórico e projeção:



equação básica do envelhecimento

aumento na expectativa de vida



- avanços da medicina e das políticas de saúde pública
- redução da mortalidade infantil
- melhoria de infraestrutura (ex. saneamento básico)

X

redução na taxa de natalidade



- criação de métodos contraceptivos
- urbanização
- maior escolarização entre as mulheres
- inserção no mercado de trabalho
- casamentos tardios
- alto custo da criação dos filhos

=

envelhecimento da população





saúde

previ-
dência



FIM DO BÔNUS DEMO GRÁFICO

Período em que a
população em idade
de trabalhar
cresce mais
do que a população
dependente
(crianças e idosos)

O bônus permite
crescer mais e
poupar mais



o Brasil já está mudando

Preocupar-se com a
longevidade e envelhecimento
não é só **"coisa de velho"**

a velhice que inventamos

fisiologia biologia cultura

a velhice, assim como a infância ou a adolescência, é uma categoria social culturalmente construída

1890

1900

1910

1920

1930

1940

1950

1960

1970

1980

1990

2000 MAIS

1890

o valor da
idade

1920

1930

a luta contra
a velhice

1960

1970

o nascimento
da terceira
idade

2000

2000

o idoso
agente

MAIS



potência

jovem

belo | produtivo | sagaz



declínio

idoso

feio | fardo | senil



rabugento

improdutivo

lento

estorvo

alzheimer

infantil

frágil

estereótipos

senil

doente

conservador

(não) ativo

dependente

fardo

deprimido



manifestações

medo de envelhecer

90%

dos brasileiros declaram ter medo de envelhecer

(os jovens de 18 a 24 anos são os que mais têm visões negativas sobre a velhice)

O direito de envelhecer na era da beleza indetectável



Episódio 'De repente velhos' do podcast Vibes Em Análise da @floatvibes com a participação da Gerente de Insights de Mídia & Mercado da Globo, **Flávia Toledo**.



André Carvalho | @carvalhando

Os padrões de beleza e a pressão para se manter jovem não são novidades, mas hoje, diversos avanços tecnológicos têm permitido que os limites sejam cada vez mais elásticos. No novo filme "A Substância", uma mulher de +50 anos se submete ao uso de uma nova droga que promete efeitos surreais na retomada de sua aparência jovem (sem spoilers).



O filme apresenta a manipulação estética e a pressão cada vez mais intensa pela aparência jovem a partir de uma trama de terror perturbador, e nos faz questionar até onde iremos (ou deveríamos ir) na busca pela "beleza eterna".

Na vida real, um vídeo da cantora Christina Aguilera viralizou recentemente, quando ela apareceu com uma aparência de 20 anos mais nova, levantando uma discussão online sobre quais procedimentos ela teria feito. No tiktok, um cirurgião plástico comentou: chegamos na era da beleza indetectável.

FONTE + <https://www.dazeddigital.com/beauty/article/64569/undetectable-era-beauty-plastic-cosmetic-surgery-christina-aguilera-xtna-age>

A beleza indetectável se refere não apenas aos procedimentos difíceis de serem percebidos, mas também aos seus resultados, que já não nos permitem distinguir a diferença entre pessoas de idades distintas.



Mas a questão que fica é: uma pessoa (e sobretudo, a mulher) só é relevante enquanto se mantiver jovem? Até quando teremos a juventude como único ideal de beleza? 'A Substância' e a nova aparição da Aguilera fazem questionar se o boom de procedimentos rejuvenescedores é um desejo interior ou parte de uma pressão muito maior.

A ideia de beleza diversa que floresceu com o auge das redes sociais parece estar dando lugar a uma pressão estética ainda maior, à medida que a tecnologia anti-idade evolui. Vale refletirmos sobre a fabricação de necessidades e inseguranças que só crescem a partir da comparação online.

afinal,
como é envelhecer?

qual a perspectiva
de quem tem 65+?



como você se
imaginava aos
60 anos?





“Eu achava que eu ia ficar igual a minha avó, mas hoje vejo que não tenho semelhança nenhuma com ela! Minha avó usava coquinho e era velhinha com 70 anos.

A referência era outra, mas mudou demais! Não imaginava que aos 85 anos eu teria essa liberdade de andar, ir e vir, dirigir, me aprontar, arrumar o meu cabelo, colocar uma roupa mais transada... a gente não imaginava isso não, mas eu estou achando ótimo!”

Mulher, 85 anos, classe A, Belo Horizonte



65 a 74 anos

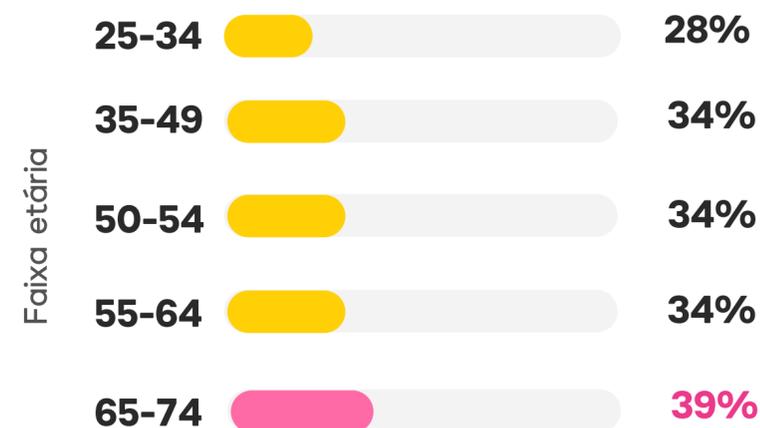
63%

afirmam que não se sentem com a idade que tem

entre o público **55+anos**:
64% (vs. 56% na pesquisa anterior)



e muitos acreditam que vão viver mais de 100 anos





novos tempos,
novos velhos,
novos papéis
tudo agora



*“se antes a vida era uma
corrida de 100 metros, hoje
é uma maratona.*

*chegou a hora de escolher
nosso melhor par de tênis”*

Alexandre Kalache - médico gerontólogo, especializado em envelhecimento e políticas multissetoriais,
pesquisador e professor universitário, presidente do Centro Internacional de Longevidade Brasil.

A photograph of two elderly women sitting on a beach, looking at a smartphone together. The woman on the left has blonde hair and is wearing a black top, while the woman on the right has dark hair and is wearing a red top. They are both smiling. The background shows the ocean and a sandy beach. There are decorative white lines on the left side and green leaves scattered around the text box.

entendendo
o momento
de vida dos
velhos
brasileiros



panorama demográfico

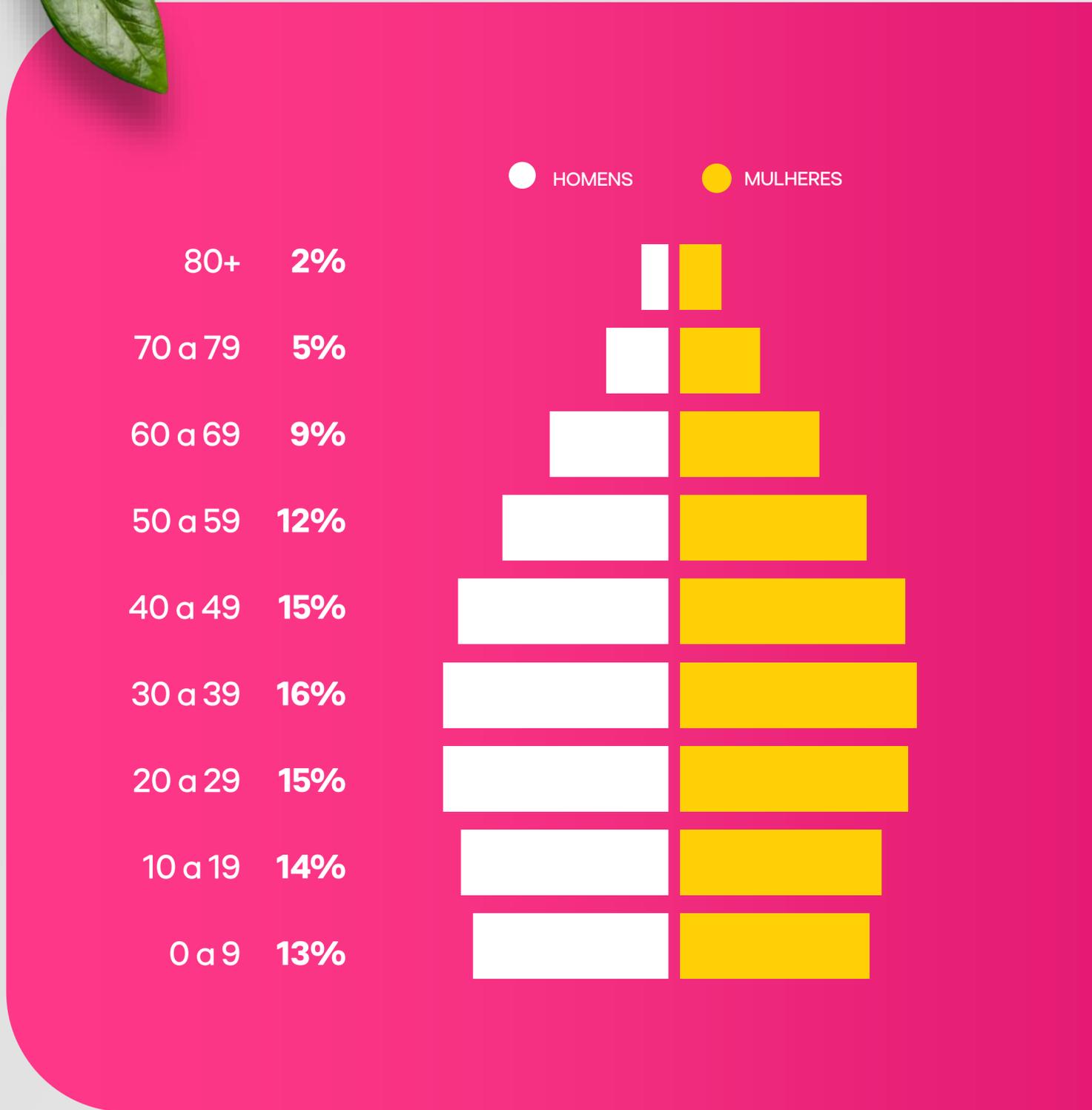
TOTAL DE
203,1
MILHÕES DE
BRASILEIROS

11%
TEM 65+ ANOS



57% das pessoas 65+ são mulheres, um pouco mais do que a média de 51% de mulheres.

O restante das faixas segue a proporção de gênero do país





panorama demográfico

↓ idade (%) por região:

	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
0 a 14 anos	25	21	18	18	20
15 a 29 anos	24	22	20	21	21
30 a 44 anos	22	22	22	22	22
45 a 59 anos	17	18	20	20	19
60 a 74 anos	9	12	14	14	13
75 ou mais	3	5	6	5	5

→ idade (%) por cor ou raça:

	Branca	Preta	Parda	Amarela	Indígena
0 a 14 anos	42	7	49	0	1
15 a 29 anos	39	10	49	0	1
30 a 44 anos	41	11	47	0	1
45 a 59 anos	47	11	41	0	1
60 a 74 anos	51	10	38	1	0
75 ou mais	56	9	34	1	0



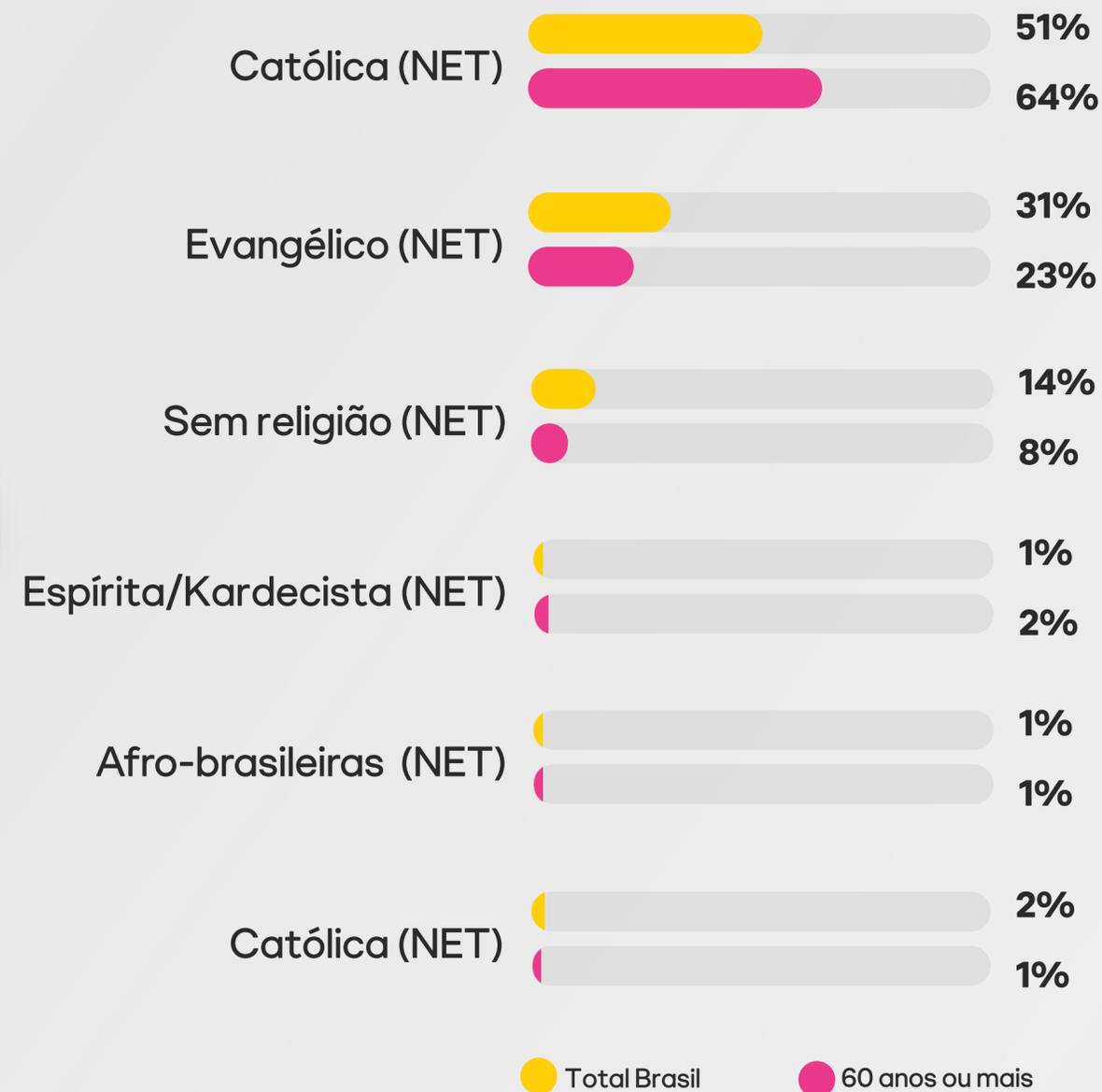
religião

Entre as pessoas mais velhas (60 anos ou mais), percebemos um **maior número de católicos** e um pouco menos de evangélicos, do que a média do Brasil.

Apenas 8% dos brasileiros mais idosos dizem não ter religião, metade do índice nacional.



religião x idade:





ninho cheio

união de gerações

famílias menores,
mas agrupadas
sobre o mesmo teto

55%

dos brasileiros entre
50- 64 anos **vivem
com o pai, mãe,
filhos ou netos**

Classe DE: 64%

39%

dos entrevistados entre
65 e 74 anos **vivem com
os filhos ou netos**

Classe DE: 52%

geração sanduíche

fenômeno social que se refere a pessoas que se encontram no meio de duas gerações, sendo responsáveis por cuidar tanto dos filhos quanto dos pais



50 a 64 anos

36%

ajudam em atividades rotineiras dos pais (levá-los a lugares, realizar compras etc.), o que às vezes pesa no dia a dia

Nordeste: 43%

50 a 64 anos

65%

têm pai e/ou mãe vivos

50 a 64 anos

33%

ajudam financeiramente os filhos e/ou netos, e declaram que às vezes, isso pesa para eles

“Assim como pais urbanos desconectados da vida coletiva das aldeias são despachados para outro planeta quando tem o primeiro bebê, os **filhos adultos descobrem um mundo paralelo** quando seus idosos chegam na fase de dependência”

Angélica Santa Cruz, jornalista.

Fonte: Gama Revista, Set/24

Mantenedores das famílias

construíram patrimônio e são hoje a estrutura financeira da família

“A pandemia mostrou que a cada vez que morria um velhinho, sua família ficava na miséria”.

Alexandre Kalache,

médico gerontólogo, especializado em envelhecimento e políticas multissetoriais, pesquisador e professor universitário, presidente do Centro Internacional de Longevidade Brasil.

Fonte: Folha de São Paulo



Destaques:
Classe DE: 70%
Homens: 72%

entre o público de **25 a 49 anos: 64%**

entre o público **50+anos: 66%** (e 76% na pesquisa anterior)

65 a 74 anos:



participam dos gastos da casa, mas não são o mantenedor principal

entre o público 50+anos: 35% agora e 24% na pesquisa anterior

65 a 74 anos:



viram sua renda aumentar nos últimos 12 meses

entre a classe DE com 65+anos: 65%

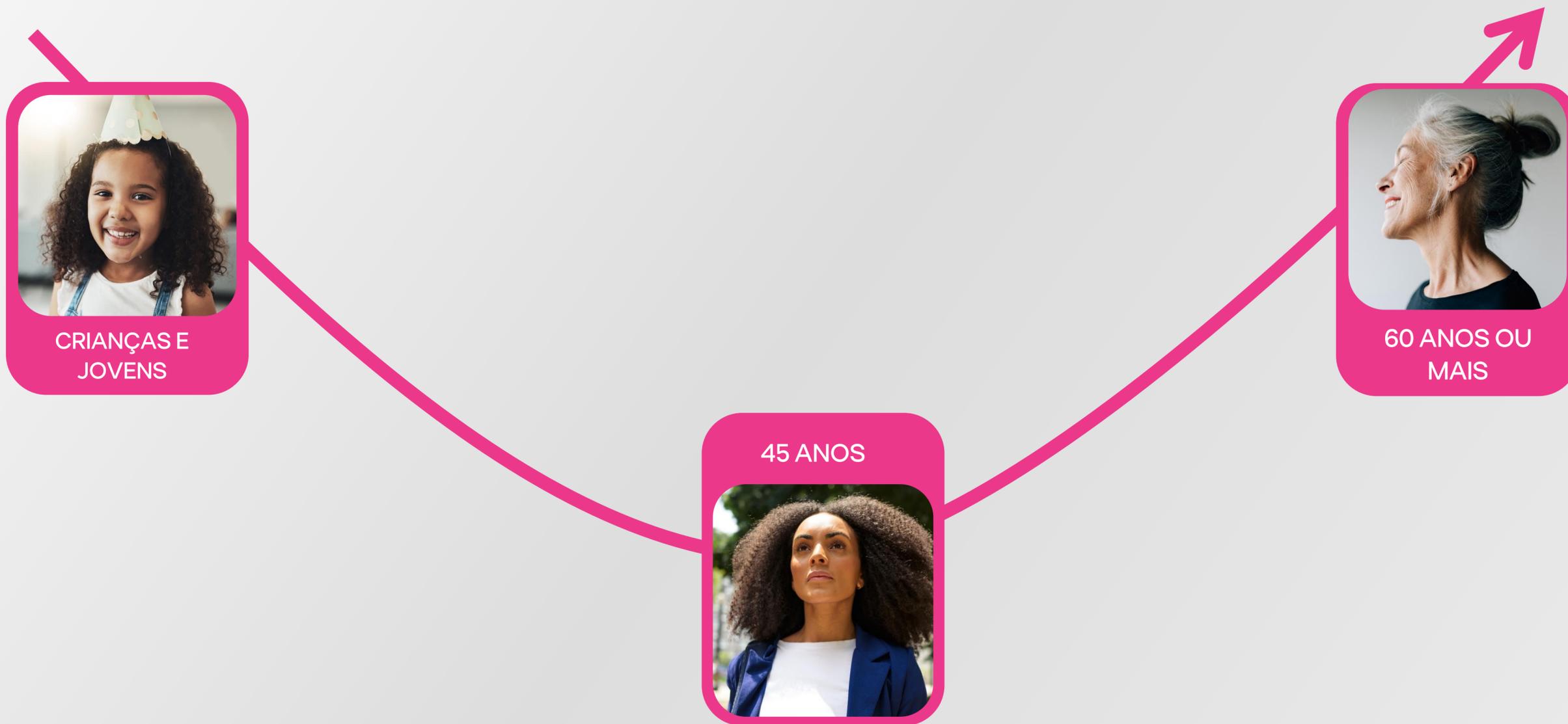
E para 40% a sua renda **não teve alteração** nos últimos 12 meses



aspectos
da vida

curva da felicidade

+++ felicidade



+++ idade

curva da felicidade

+++ felicidade



+++ idade



as fases mais felizes
estão nos extremos –
crianças e os mais
velhos 60+

amadurecer, no
geral, pode significar
**viver uma vida com
mais leveza**



Para você, o que é envelhecer bem?

envelhecer bem é ter **saúde em geral** para **65%** das pessoas de 65-74 anos, mas também envolve outras variáveis:

Estabilidade e independência financeira

Vitalidade e disposição

Ter mobilidade/ autonomia para realizar as atividades



Ser alegre e ter bom humor

Ter hábitos saudáveis





e, para conseguir envelhecer bem, estão praticando e intensificando algumas atividades e hábitos no seu dia a dia (65 a 74 anos)

55%
estou tendo mais cuidado com a minha alimentação

34%
estou tomando vitaminas e suplementos
Mulheres: 45% | Homens: 25%



28%
estou realizando atividade física em casa com ajuda da internet

22%
estou fazendo cursos e aulas online
50+ anos: 31%

22%
estou fazendo atividades para diminuir minha ansiedade
50+ anos: 27%



existem muitos planos a serem realizados e interesse em experimentar coisas novas

dentre as prioridades e projetos de vida dos 65+ estão:

65%

cuidar da saúde

54%

viajar mais

(vs. 45% de 25 a 49 anos)

33%

passar mais tempo com a família

22%

ter mais tempo para seus hobbies

(50+ anos: 28%)



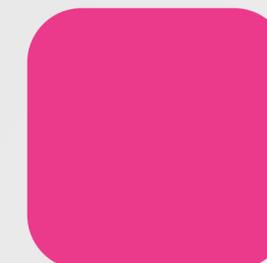


Enem 2024:
quase 10 mil
participantes com
mais de 60 anos

maior número da série
histórica desde 2020
(o recorde foi em 2016)

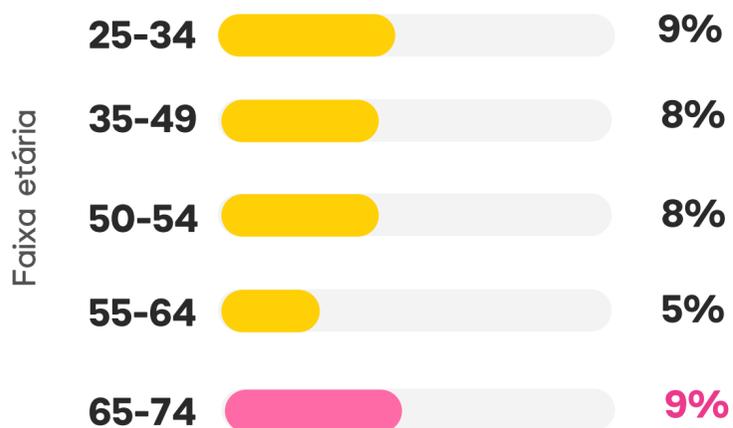
Fonte: gov.br – Ministério da Educação

Segundo dados do Censo da Educação Superior 2023, o Brasil registrou 9.977.217 **matrículas nos cursos de graduação e sequenciais de formação específica** — presenciais e a distância. Desse total, **60.735 matrículas foram de estudantes com 60 anos ou mais**. Quase metade dos alunos nessa faixa etária (30.692) **ingressaram no ensino superior em 2023**.



nos últimos 12 meses...

"comecei um novo relacionamento"



65 a 74 anos

24%

"fiz mudanças/
reformas na
casa"

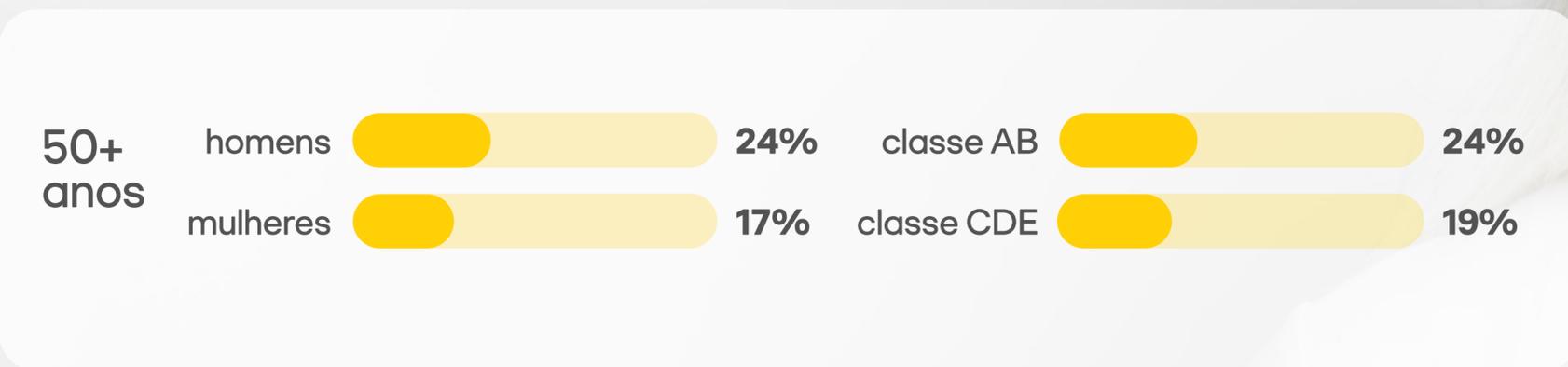
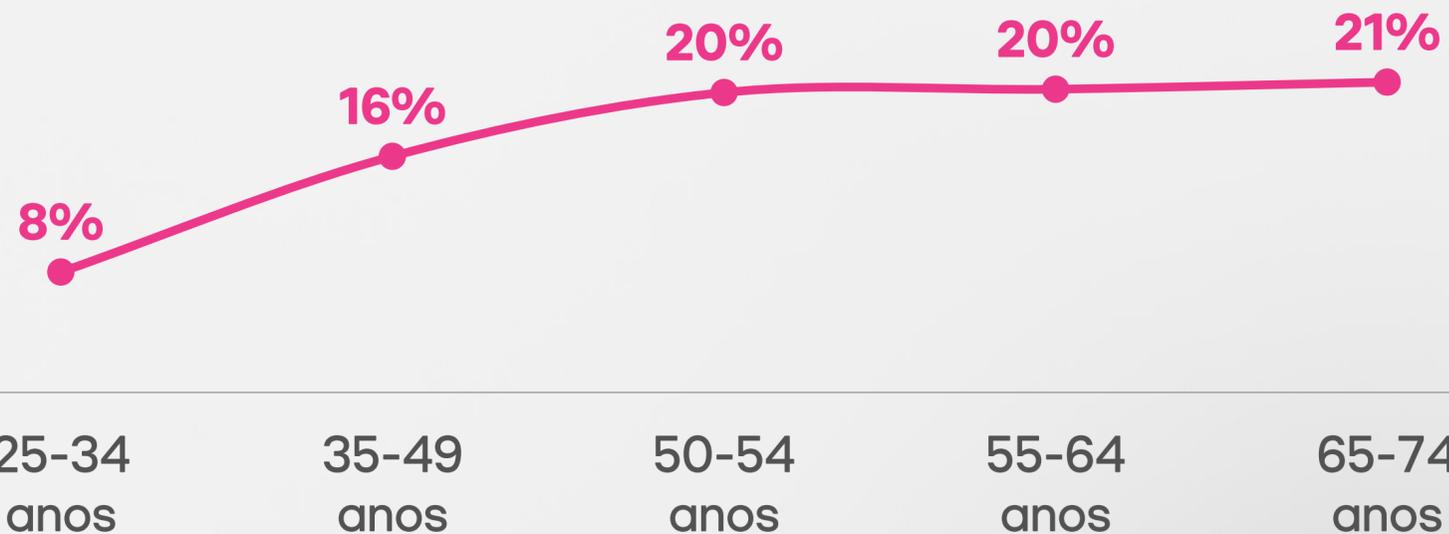
65 a 74 anos

23%

"adotei ou comprei
um animal de
estimação"

(vs. 22% de 25 a 34 anos)

assumi meus cabelos brancos

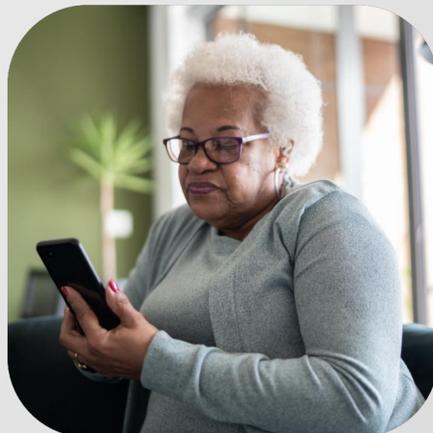


Cabelos brancos nas passarelas:
Miu Miu, Balmain, Sunnei, Reptilia...
 [saiba mais](#)

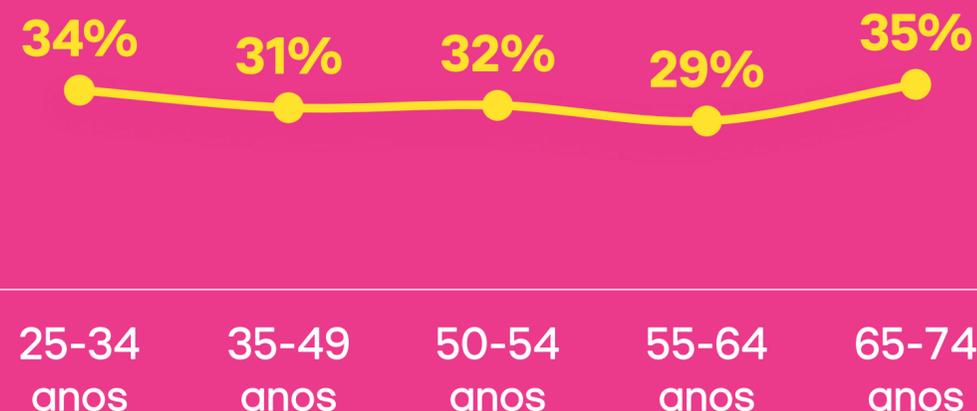
solidão

No contexto pós-pandemia, o sentimento de solidão afeta **todas as idades**, não apenas os idosos.

Para os mais velhos, os lares que agregam diferentes gerações e as redes sociais que alavancam a socialização, acabam ajudando a manter um pouco do equilíbrio emocional nessa fase da vida.



Ultimamente tenho me sentido mais sozinho



A Organização Mundial da Saúde (OMS) anunciou em 2023 a criação de uma Comissão Internacional para Conexão Social. Durante os próximos três anos, a comissão vai abordar **a solidão como uma ameaça global e urgente para a saúde**, promover a conexão social como uma prioridade e acelerar a ampliação de soluções em todo o mundo.

Fonte: Agência Brasil

65 a 74 anos



temem ficar **desatualizados e deixados de canto** pelos amigos e familiares

entre o público **50+ anos**: 14%



**relevância
econômica
&
mercado de
trabalho**





'Geração prateada'
produz PIB de R\$ 1,8 tri
no Brasil

Fonte: Data8; Valor Econômico, Out/2024

além do
crescimento na
sociedade, a
**importância
econômica
dos 60+**
chama atenção



O Relatório Global de Riqueza 2024 da Allianz revelou que os **baby boomers** (nascidos entre 1946 e 1964) são a **geração mais rica da história**. Apesar das mudanças econômicas, nenhuma outra geração deve alcançar níveis de acumulação de riqueza similares.

Fonte: InfoMoney, Out/2024

23%

do consumo de
bens e serviços
no País, segundo
a Data8



maior resiliência e equilíbrio financeiro quando comparado a outras gerações

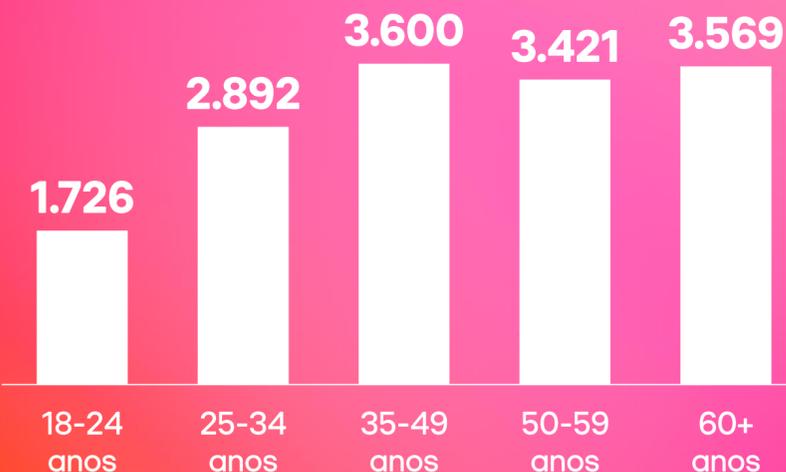
Isso se deve, principalmente, a diferentes fontes de renda comuns a esse público: como aposentadoria INSS, previdência privada (aposentadoria complementar), rendimento de aluguéis, rendimentos de aplicações financeiras, salário variável, entre outros.



O que os torna menos vulneráveis às incertezas econômicas



RENDA MÉDIA REAL HABITUAL DE TODOS OS TRABALHOS (R\$)



Fonte: PNAD Contínua - 1º tri 2024

65 a 74 anos

36%

têm como uma das maiores preocupações atualmente **perder sua independência financeira e sua autonomia** para fazer o que quiser

65 a 74 anos

88%

fazem **transações bancárias online** regularmente

(vs 92% :25-49 anos)

65 a 74 anos

77%

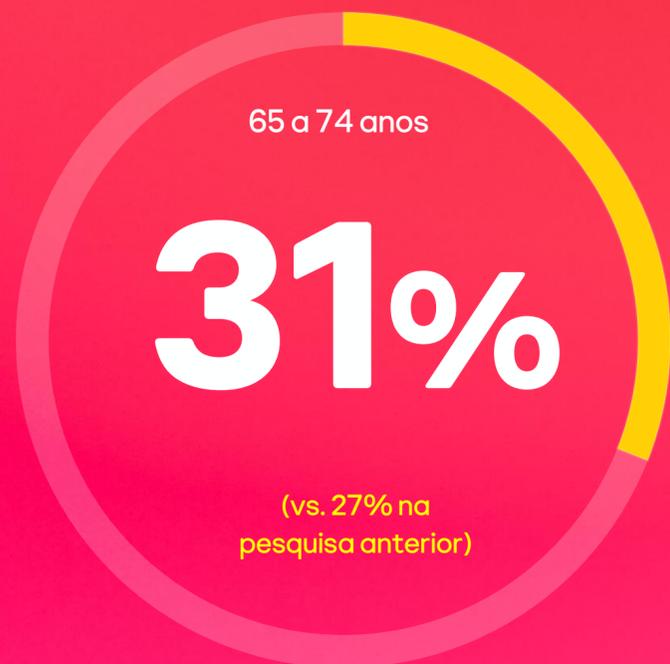
são os únicos responsáveis pela **gestão de suas finanças**

65 a 74 anos

19%

começaram a **guardar/investir dinheiro para o futuro** nos últimos 12 meses

(Classe AB: 27%)



sua renda atual **não é suficiente** para seus gastos

39%

conseguem se manter, mas dizem que não sobra nada para **guardar/ investir** dinheiro

(Classe C: 47% | Mulheres: 45%)

mas, com sua renda a serviço da família, a maioria dos entrevistados têm um fluxo de caixa apertado para os gastos do mês e muitos procuram formas de complementar a renda como podem

65 a 74 anos



começaram a **fazer bicos, trabalhos informais** nos últimos 12 meses para ter renda extra

(vs 33%: 25-49 anos)
(50+anos: 31%)



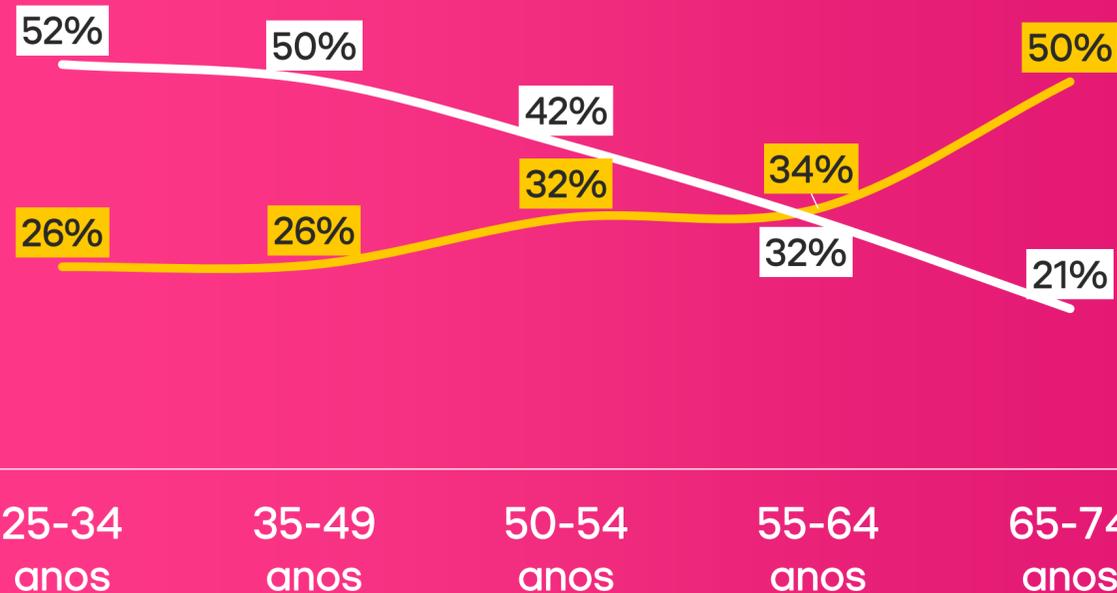
dos brasileiros se **preocupam** sobre "como vão se manter no futuro"

Fonte: Oldiversity - Croma

os desafios do mercado de trabalho

Situação empregatícia atual: funcionário de empresa (CLT)

Me sinto descartado pelo mercado de trabalho



80% das empresas **não têm** políticas de contratação de pessoas 50+

Fonte: Desafios do Etarismo: A expectativa dos 50+ e a realidade do mercado de trabalho -EY Brasil/Maturi | Agosto de 2023

o número de **desempregados** com 50+ anos **triplicou** na última década

Fonte: IDados; g1,nov/2024

53%

taxa de **informalidade** entre os trabalhadores com 60+ anos

Fonte: IBGE/PNAD



86%

dos 60+ afirmam já ter **enfrentado algum preconceito** no mercado de trabalho

Fonte: Labora+Robert Half



Para muitos, a solução é empreender

O Brasil tem cerca de **4 milhões de empreendedores** com mais de 60 anos¹ **de 2012 a 2023: +42%**



(20%: 50+anos vs. 23%: 25 a 49 anos)



Principais motivos para empreender²:



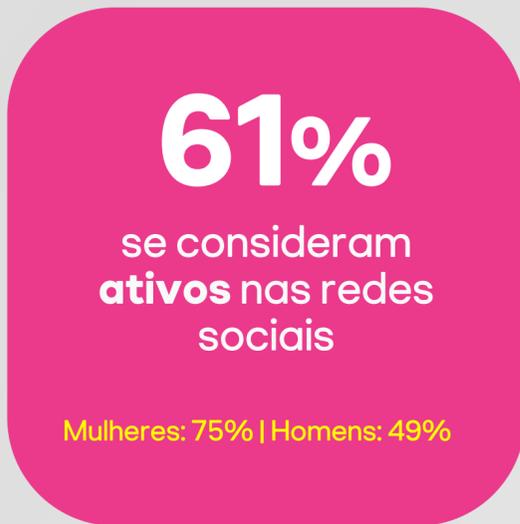
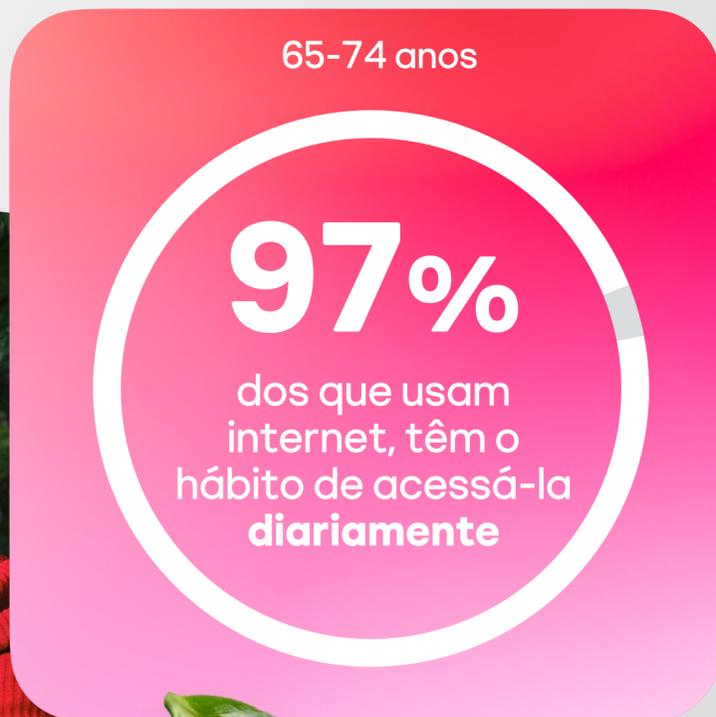
escassez de emprego/falta de espaço no mercado formal



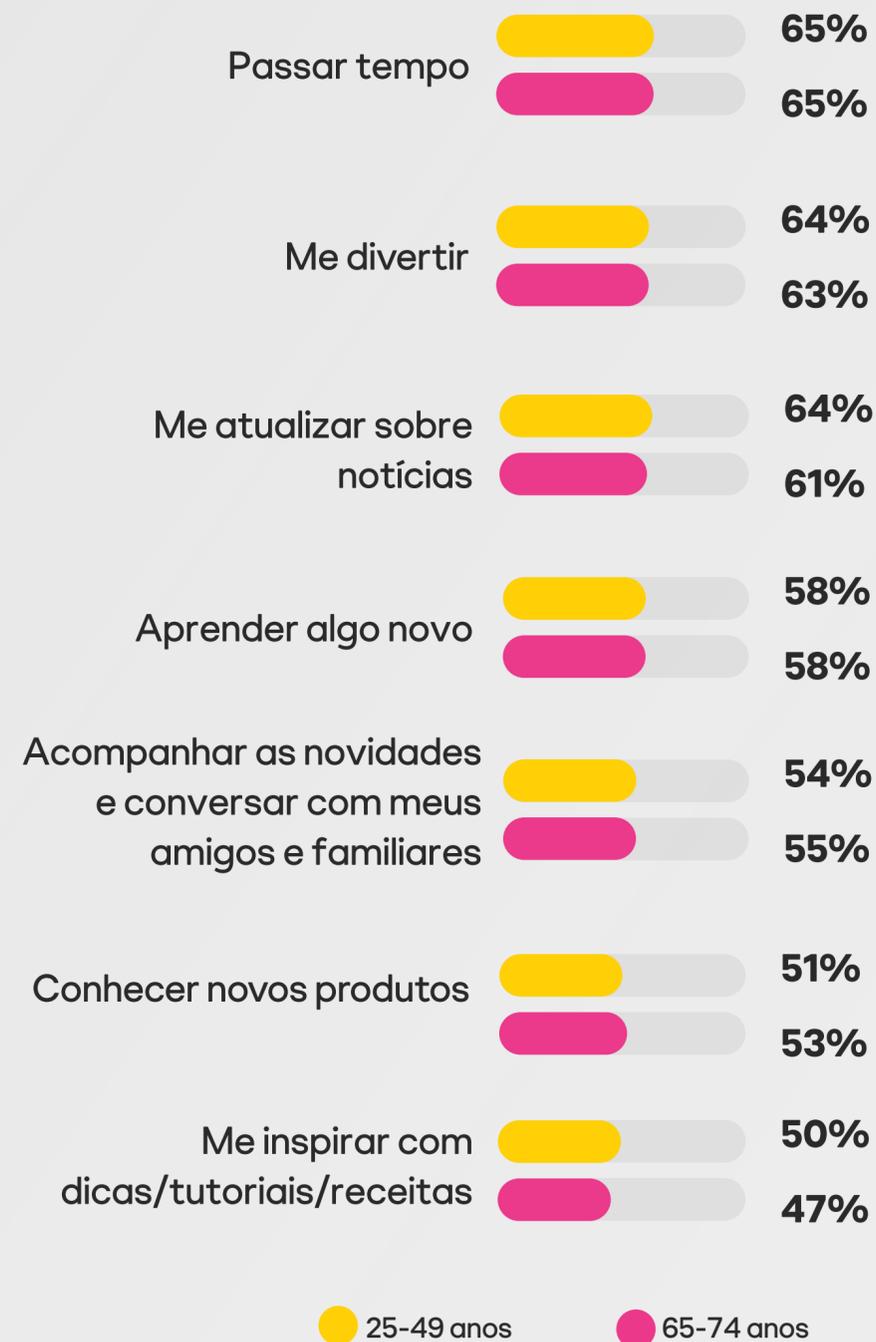


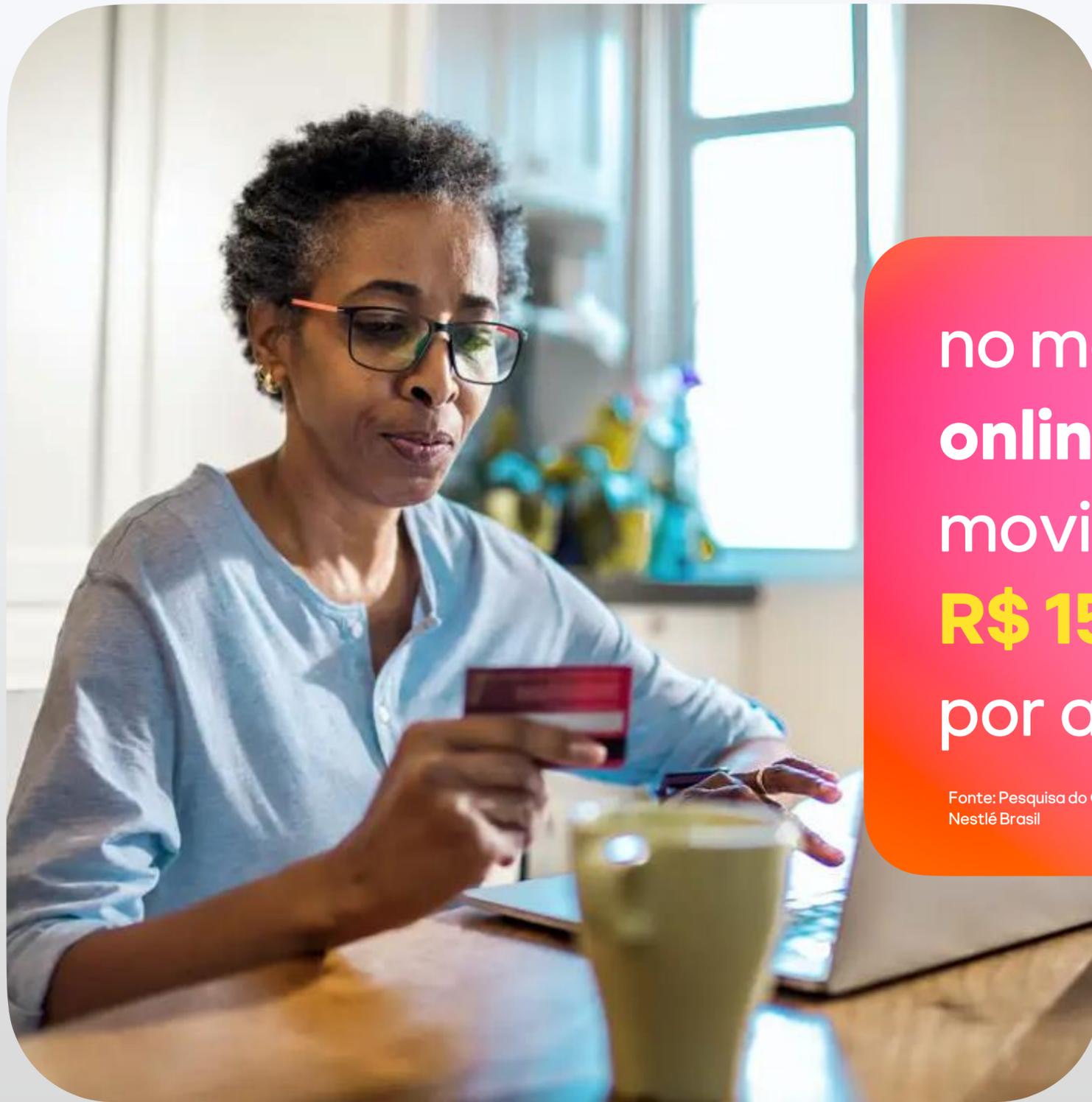
**comportamento
digital**

Esses brasileiros já têm **hábitos consolidados no mundo digital**, diferente dos estereótipos criados também sobre o tema da tecnologia



Utiliza as redes sociais para:





no mercado
online eles
movimentam
R\$ 15 bilhões
por ano no país

Fonte: Pesquisa do C. Lab, laboratório interno de pesquisa da Nestlé Brasil

65-74 anos

90%
realizam compras
pela internet



65-74 anos

79%

foram os **únicos responsáveis** pela compra na internet

(vs. 78% :25-49 anos)

65-74 anos

67%

afirmam que **nunca tiveram dificuldades** para comprar nas lojas online

(vs. 67% :25-49 anos)

Principais dificuldades ao comprar na internet

25-49 anos

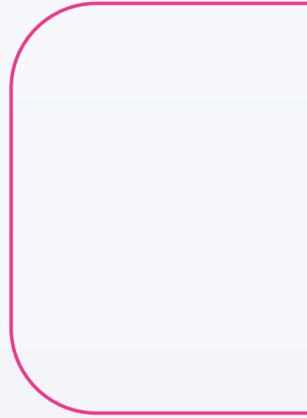
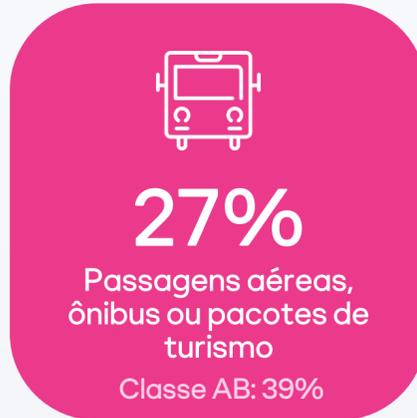
13%

O site/aplicativo demorava para carregar

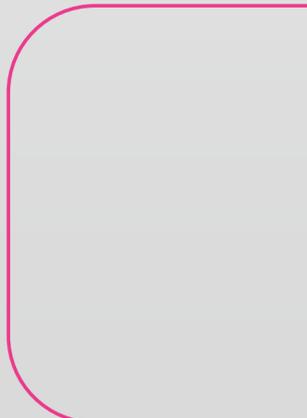
65-74 anos

13%

questões de segurança/preocupação com a privacidade dos meus dados



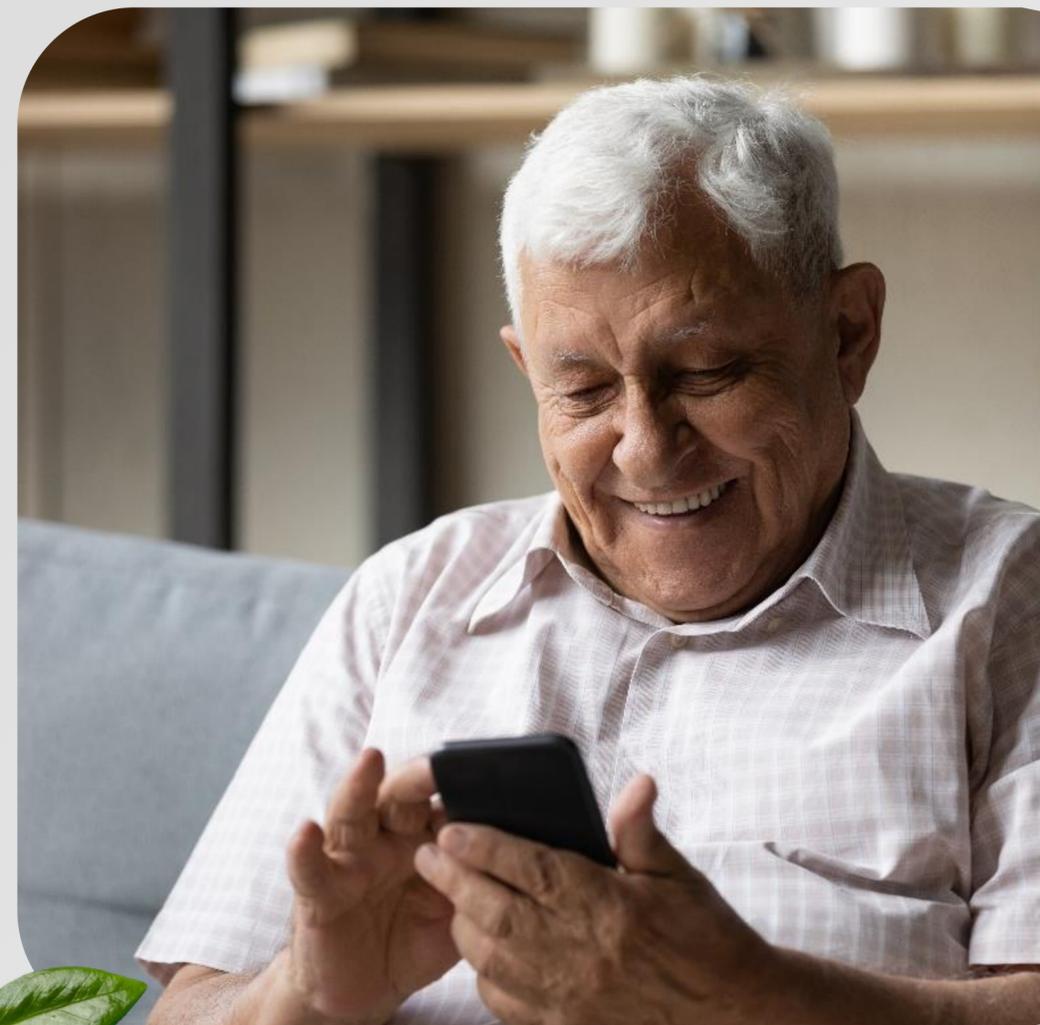
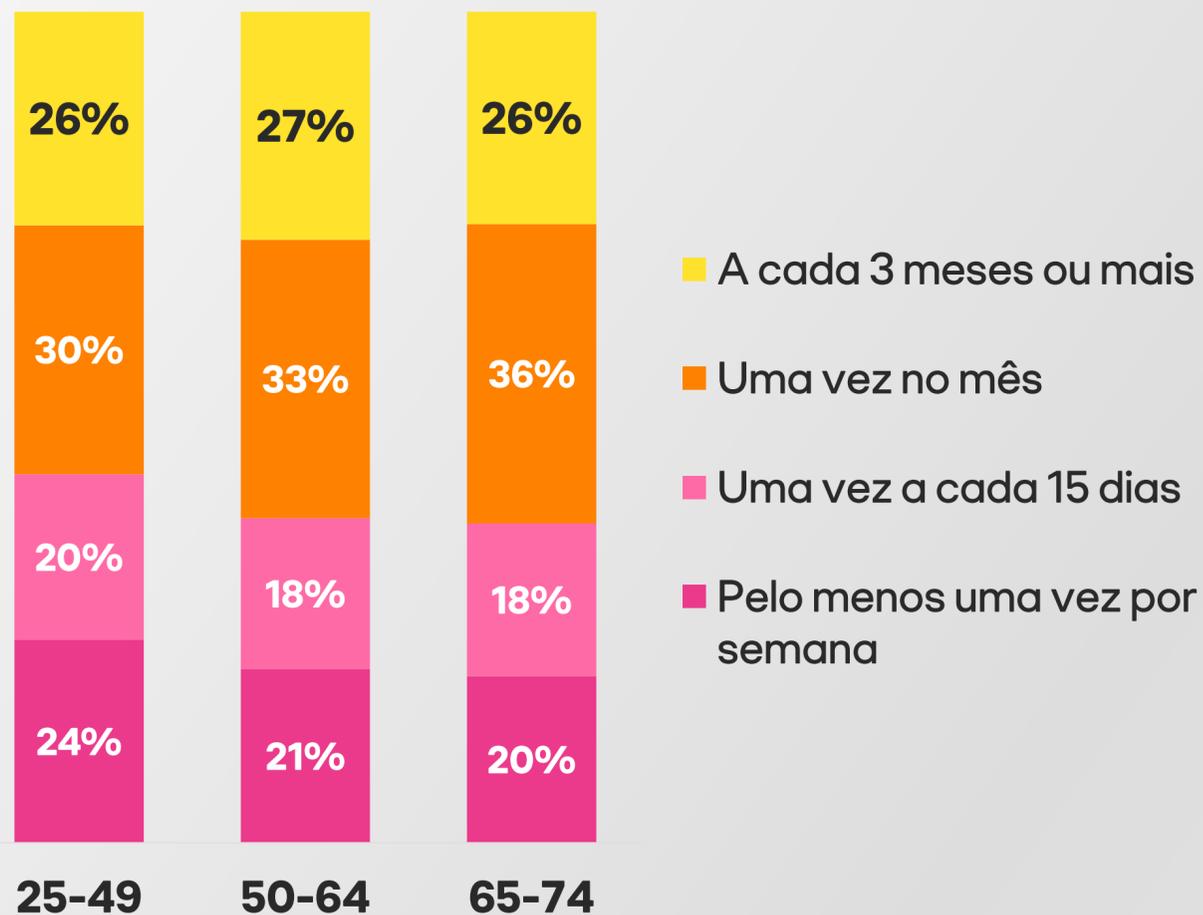
**Categorias mais
compradas na internet
nos últimos 12 meses**



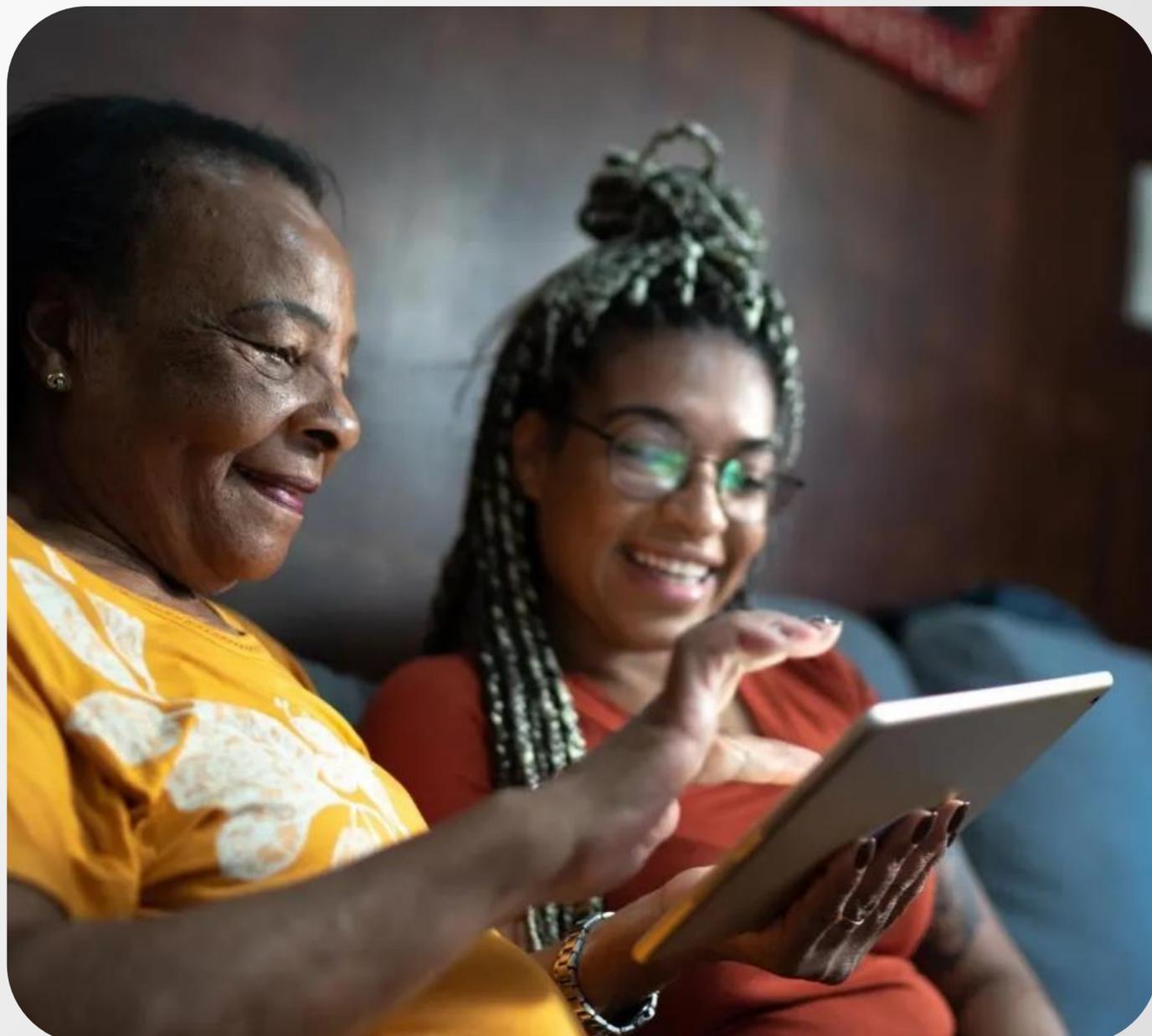
diferenças de comportamento no online

os mais velhos compram com menor frequência que os mais jovens

Com qual frequência você realiza compras pela internet?



teia de influência na decisão de compra online

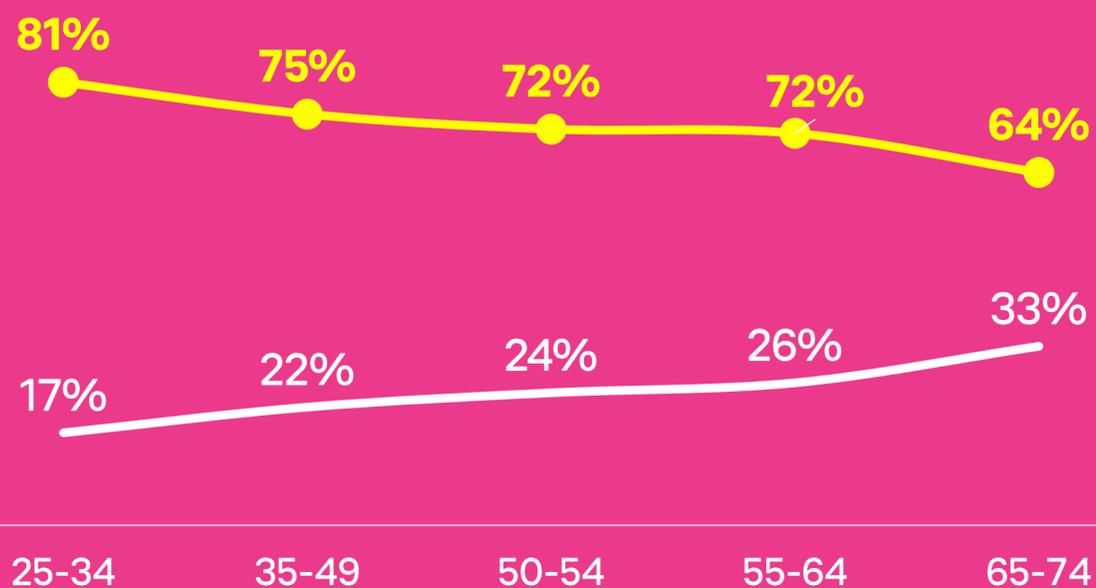


■ % de jovens influenciados por velhos ■ % de velhos influenciados por jovens



Os apps não estão sendo pensados para os mais velhos

Qual foi o principal dispositivo eletrônico que você utilizou para realizar essa compra?



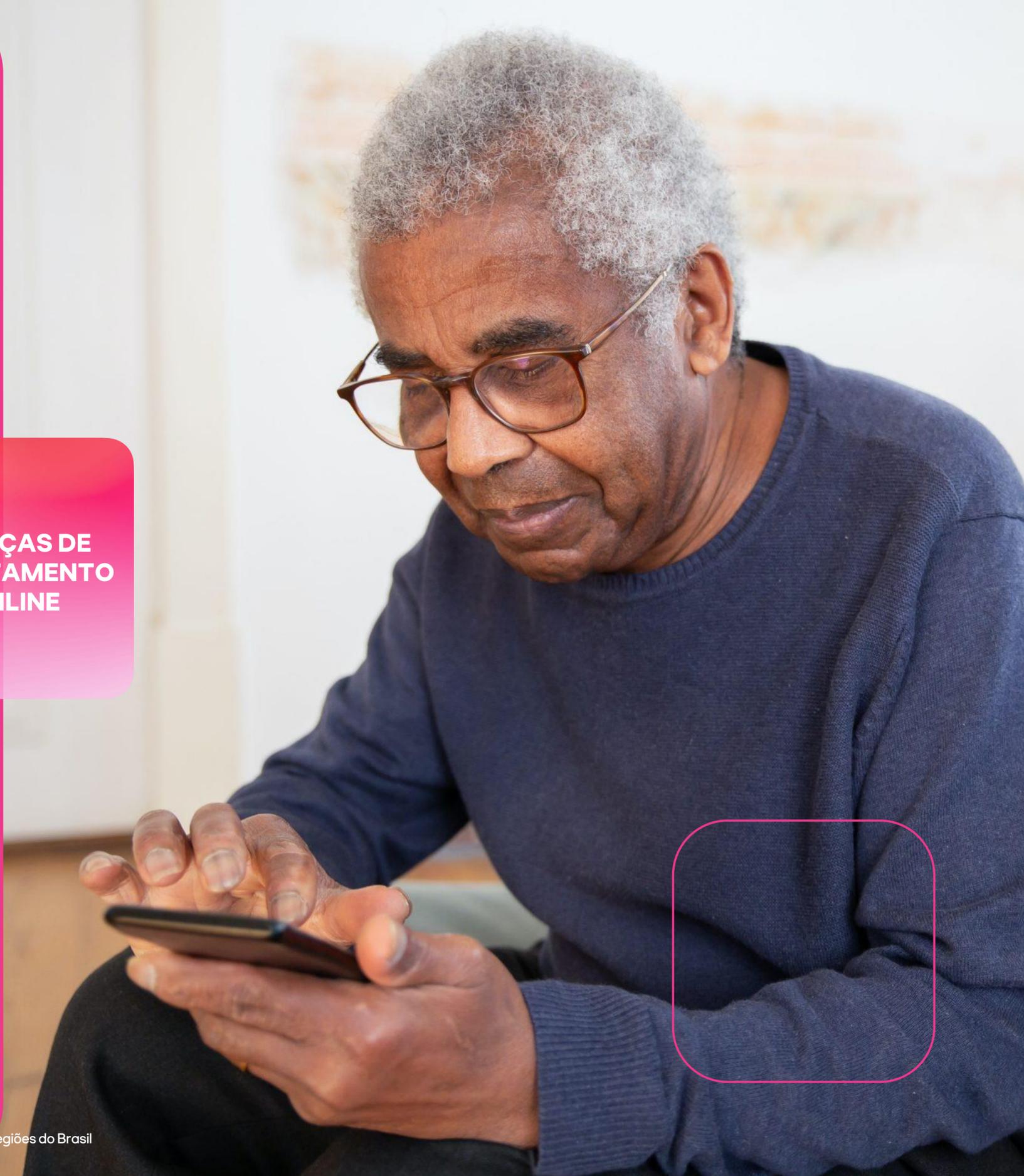
DIFERENÇAS DE COMPORTAMENTO NO ONLINE



18% (65-74 anos)
As letras são maiores e facilitam minha leitura



23% (Nordeste)
É o meu único dispositivo eletrônico para efetuar compras pela internet

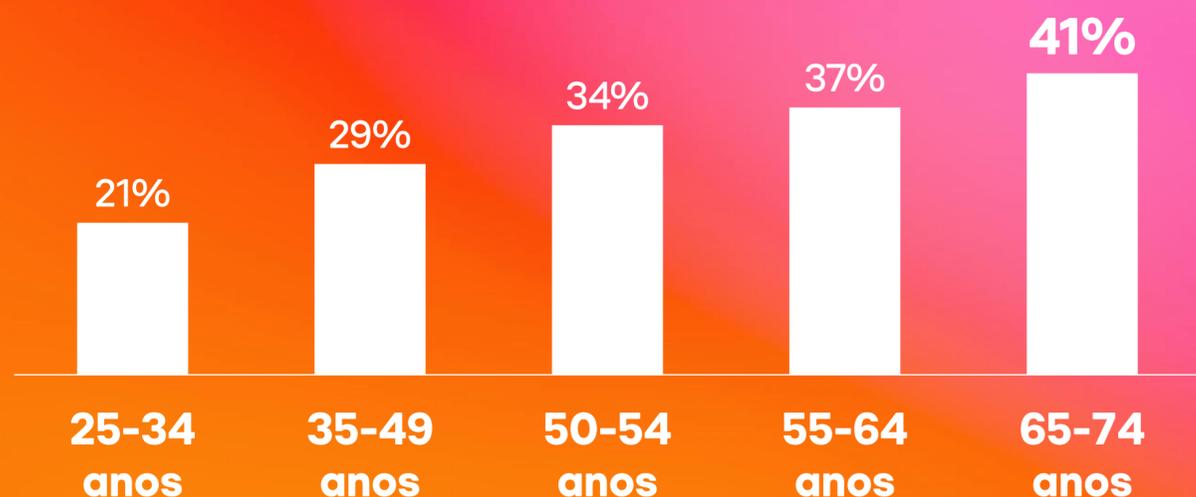


relação
com as
marcas

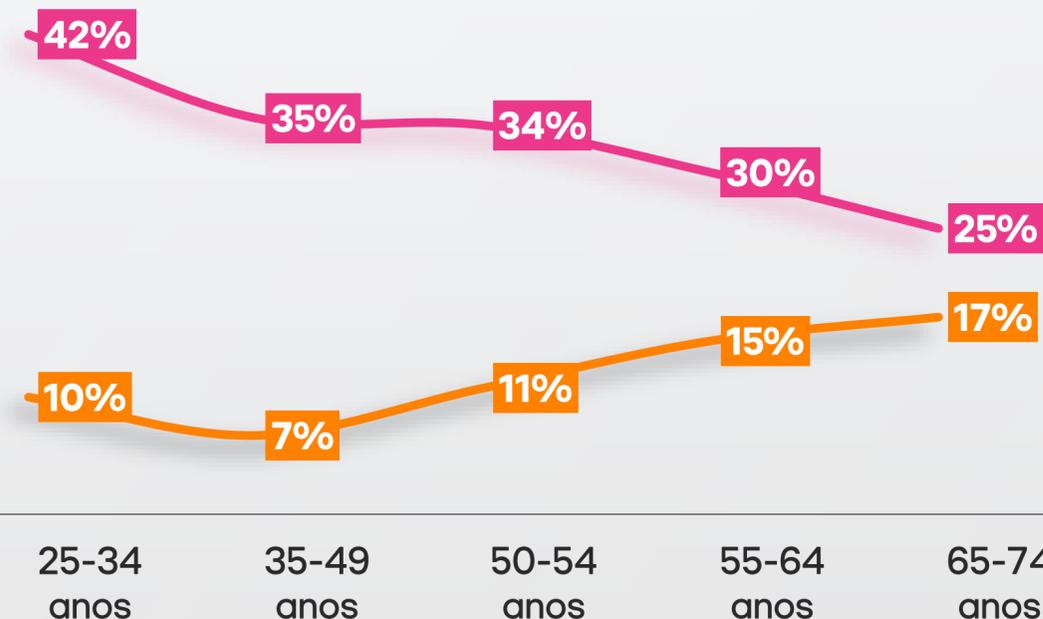


"Acho que as marcas não olham para consumidores da minha idade"

% de respondentes que concordam ou concordam totalmente com essa afirmação



Na sua opinião, como as propagandas e o mercado de entretenimento representam pessoas da sua idade?



- Uma pessoa curtindo a vida, buscando realizar seus sonhos
- Não vejo as pessoas da minha idade representadas na comunicação e entretenimento hoje

As pessoas mais velhas têm dificuldade de mencionar **marcas que se conectem com elas**

e quando se conectem é através de suas vulnerabilidades: remédios, creme para rugas, suplementos alimentares, fraldas, planos de saúde.



Fonte: Grupo Croma – Estudo Oldiversity 2023



Uma projeção do Instituto Locomotiva aposta que, em 2045, 90 milhões de brasileiros com mais de 50 anos **serão consumidores ativos.**

Fonte: Pronto Jornal 2024





**relação
com as
marcas**

quando perguntado sobre como gostariam que as marcas falassem com eles, a resposta foi:

“Não falem comigo, me coloque com os outros, quero estar junto e pertencer.”

Estudo global revelou que **apenas 4% das pessoas apresentadas em anúncios de publicidade têm mais de 60 anos**, embora esse grupo detenha 25% do poder de compra global

Fonte: WGSN - Estratégia de marca: marketing multigeracional, 2024

campanhas com criadores de 45+anos são

73%

mais relevantes entre os membros dessas gerações, aumentando as visitas ao site das marcas em **43%**

Fonte: WGSN - Geração X e Boomers: perfis nas redes sociais, 2023

importância social

Status social está ligado às diferentes funções que um sujeito pode ocupar na sociedade e se relacionam a uma noção de importância social.

é preciso ressignificar a velhice





não existe receita infalível

**recomenda-se:
observar
e escutar**



**Para
compreender,
é preciso
conviver**





*“Quem vai ter 90 anos em 2070 tem 25 hoje e precisa caprichar para acumular um capital de saúde, de conhecimentos e financeiro, para chegar bem aos “tais cem anos”. Esse velho de 2070 está sendo delineado hoje. Você envelhece de acordo com as oportunidades que está ou não tendo nas fases anteriores à velhice. Se não preveniu hipertensão, se não teve acesso a exames, a remédios, se mora mal, se tem um transporte inadequado, estamos perdendo tempo. O velho de 2070 já é adulto hoje. **É um desafio global, e o século 21 será caracterizado pela revolução da longevidade.**”*

Alexandre Kalache,

médico gerontólogo, especializado em envelhecimento e políticas multissetoriais, pesquisador e professor universitário, presidente do Centro Internacional de Longevidade Brasil.

Fonte: Folha de São Paulo



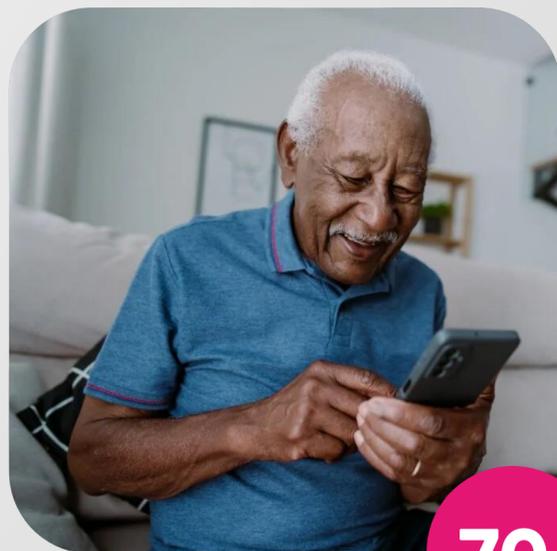
Não se trata de um grupo homogêneo

1 **com quem você quer falar?**



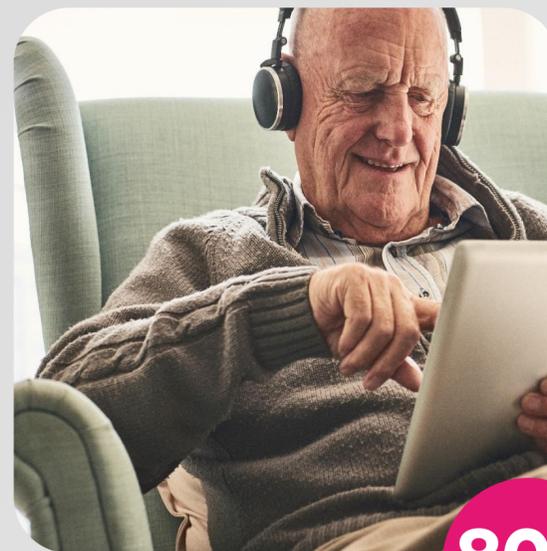
60+

≠



70+

≠



80+

≠



90+

diferentes realidades e diferentes desafios

2

diferentes
desafios e
posturas frente
às questões do
envelhecimento



- Perda da beleza estética, associada à juventude
- Vive a transição de cuidadora para cuidada
- Chega à velhice com menos recursos financeiros
- Vive por mais tempo os desafios da solidão e da velhice 'decrépita'
- Tendem a se adaptar mais rapidamente



- Perda da vitalidade sexual e da 'virilidade'
- Perda da posição de provedor da família
- Perda do capital social associado ao trabalho
- Pouca resiliência para viver um novo contexto de convívio social e a cultura do cuidado
- Engajar em novas atividades e rotinas é um desafio maior





3

estado civil

60+

mulheres



homens



● Solteiros ● Casados ● Divorciados/ sep /Desq. ● Viúvos



4

atenção e cuidado com o contexto

- Acesso a bons médicos e tratamentos
- Hábitos alimentares saudáveis
- Rede familiar estruturada
- Acesso à informação



5

um novo e perigoso estereótipo



o "velho ativo",
saudável
e com recursos
que pressiona
o "velho inativo",
doente e pobre

vencedores



perdedores

idosos ativos

saudável feliz

idosos inativos

velho doente
deprimido



6

a importância da troca intergeracional

A qualidade de vida de um depende da postura e apoio de outros.

É imprescindível que haja programas, serviços e produtos que favoreçam a troca entre gerações.

Dentro de casa:

- Financiando atividades, realizações e sonhos de filhos e netos
- Relevância na vida prática e cotidiano das famílias
- Suport/referência emocional

Mercado de trabalho:

- Jovens > id
(quociente de inteligência digital)
- Veteranos > ie
(quociente de inteligência emocional)



“Hoje em dia, estamos presos a uma ideia de envelhecimento que é tão distante da realidade que chega a ser perigoso.

Ela restringe o que podemos fazer a medida que envelhecemos, o que é extremamente preocupante, considerando que o futuro do mundo irá, naturalmente, depender das ações de pessoas mais velhas.”

Joseph F. Coughlin - Fundador do MIT AgeLab e autor do livro "The Longevity Economy"



Para pensarmos juntos:

começamos a envelhecer quando nascemos

Completar 60 anos, ou qualquer outra idade, não significa apagar a história pregressa.

Todos vamos envelhecer. Ter uma visão estereotipada e reducionista sobre esse público é fomentar uma visão errada sobre nós mesmos.



cases





CASES



AVON TRATAMAKE

A atriz Zezé Motta, de 80 anos, se projetou na publicidade durante o confinamento da pandemia e hoje tem contrato com diversas marcas, incluindo a Avon.



ITAÚ, FEITO DE FUTURO

Madonna, Jorge Ben Jor, Ronaldo Nazário, Fernanda Montenegro, Ingrid Silva e Marta são as estrelas da campanha que busca inspirar as pessoas sobre a importância do tempo, do legado e da longevidade. No vídeo acima, Fernanda Montenegro lê Simone de Beauvoir para 15 mil pessoas no Parque Ibirapuera, em São Paulo.



SEBRAE

Em 2022 o Sebrae lançou uma campanha publicitária "50+50" que celebrava o cinquentenário da instituição e a força do empreendedorismo brasileiro. Eles também percorreram o Brasil e contaram histórias de empreendedores e empreendedoras que estão construindo o futuro e criando histórias de sucesso. Agora em 2024, a campanha "Sempre é tempo de empreender" reforça que a idade não é um impedimento para o empreendedorismo e, igualmente, mostra que a experiência, aliada ao apoio do Sebrae, pode ser uma vantagem para transformar ideias e sonhos em negócios.

CASES



JOHNNIE WALKER - ALAÍDE COSTA

A campanha da Johnnie Walker visa dar luz e celebrar personalidades que deram passos que impactaram o seu entorno e a cultura. Para dar início à comunicação, a marca escolheu contar e homenagear a história de Alaíde Costa.



DELÍCIA DE PAPO

Ary Fontoura (91) visita a Cozinha Delícia e conta para o Chef Claude Troisgros (68) sobre sua carreira de ator e a vida como criador de conteúdo, tudo isso enquanto prepararam uma receita perfeita para as festas de final de ano.

O BOTICÁRIO



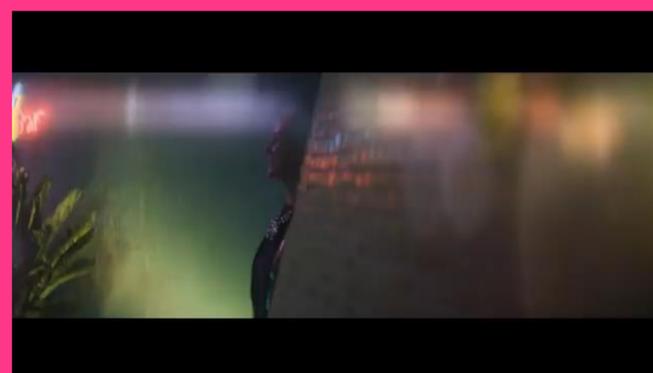
BOTIK. SEU ROSTO NO MODO ATIVO

A atriz Lilia Cabral protagonizou em 2020 a campanha de Botik, marca de cuidados faciais do Boticário.



QUANDO É PRA SER, É NO QUINTOANDAR

O filme busca reforçar as facilidades e atributos do QuintoAndar e conta a história de uma mãe que se encontra em um novo momento de vida, com seus filhos que saíram de casa, e ela se mudando para um novo lar.



NATURA - #VELHAPRA

Para promover e posicionar sua linha Chronos, a Natura lançou em 2016 sua campanha #velhapra.



PACTO PRATEADO (MANIA DE VOCÊ)

O Boticário integrou sua campanha "Pacto Prateado" à novela "Mania de Você", da TV Globo, com uma cena protagonizada por Eliane Giardini (a Berta), que abordou a menopausa e o etarismo. Na trama, sua personagem compartilhou reflexões sobre o tema, alinhando-se ao movimento da marca para valorizar a maturidade feminina. A iniciativa também inclui debates, ações de conscientização e produtos da linha Botik, promovendo o envelhecimento ativo e a inclusão social.





CASES



AMBEV - BECK'S 70+

Campanha de lançamento da edição limitada Beck's 70+, um produto "proibido para menores de 70 anos". De acordo com a marca, que cita Oxford Academics e National Library of Medicine, a quantidade de botões gustativos, encontrados predominantemente na língua, passa por alterações ao longo do tempo, de modo que com o passar dos anos, desenvolvemos uma maior resistência aos sabores amargos. A partir disso, a Beck's criou uma nova fórmula que oferece "amargor ainda mais intenso". "Quando entendemos que a idade pode estar alterando a percepção do amargor do nosso produto, decidimos criar uma versão para garantir que a experiência de sabor de Beck's entre as idades seja a mesma", diz Lara Azevedo, head de marketing da Beck's.

internacional



MCDONALD'S - GRANDMA MCFLURRY

O McDonald's celebra as avós com o lançamento da nova sobremesa Grandma McFlurry no mercado norte-americano. A campanha traz avós e netos da geração Z (não atores) apreciando a guloseima do McDonald's em diferentes cenários e momentos.

internacional



DOVE - BEAUTY NEVER GETS OLD

A marca Dove está celebrando a beleza e o privilégio de envelhecer com a nova campanha "Beauty Never Gets Old". O filme retrata 10 mulheres ao som da música "Me Too", da Meghan Trainor, e promove o 67º aniversário do sabonete em barra Dove.

Several large, vibrant green leaves are scattered across the right side of the image, partially overlapping the pink text box and the background. The background itself shows a blurred indoor plant and a light-colored wall.

a globo

é a ponte de diálogo
entre as marcas e o
público 60+

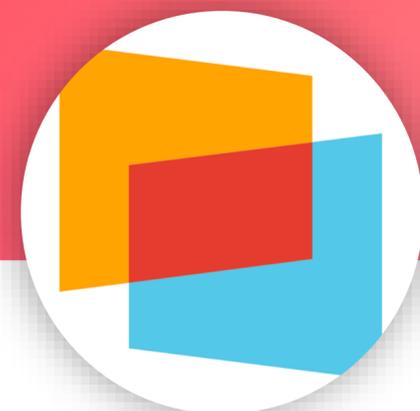
Representatividade e comunicação

Conforme reavaliam sua perspectiva em relação ao envelhecimento, aposentadoria e estilo de vida, é esperado que seus padrões de preferência e consumo também mudem, assim como a necessidade de representatividade em campanhas e na comunicação.



Em média **23%** das horas consumidas no VOD do **globoplay** em 1º semestre 2024 foram do público 50+.

Fonte: Google Analytics | Globoplay | VOD - 1º semestre de 2024



80% da população da internet **45+ anos** é consumidora dos conteúdos no **digital da Globo**, com um crescimento de 10% de visita no 1º sem24 vs. o mesmo período de 2023.

Fonte: comScore | Media Trend | 45+ anos e Total Audience | Total Unique Visitors/Viewers e Total Visits | Média 1º semestre de 2024 e 2023



O público **60 + anos** dedica em média **mais de 4 horas diárias** a TV Globo. Esse tempo é **17% maior** que a média da população.

Fonte: Kantar Ibope Media - Instar Analytics - 15 mercados - 60+ anos e Total Indivíduos - ATS - Faixa de 6h às 30h - TV Globo - Jan a Out 2024



MULHERES APAIXONADAS – ESTATUTO DO IDOSO (2003)

Discussões geradas na novela Mulheres Apaixonadas, em torno dos maus-tratos dos idosos Leopoldo (Oswaldo Louzada) e Flora (Carmem Silva) pela neta Dóris (Regiane Alves), aceleraram o projeto do 'Estatuto do Idoso' no Brasil - lei foi sancionada poucos dias antes do fim da novela em 2003.

O AMOR NÃO TEM IDADE

O amor na maturidade foi tratado em várias novelas. Aqui como exemplo, temos: Lampião (Ary Fontoura) e Mercedes (Ana Lucia Torre) em Fuzuê (2024); Estela (Nathalia Timberg) e Teresa (Fernanda Montenegro) em Babilônia (2015); Popó (Mestre Ivamar) e a professora Celeste (Cyda Moreno) na novela Amor perfeito (2023); Bernarda (Nathalia Timberg) e Lutero (Ary Fontoura) de Amor à Vida (2014).



Outras personagens que colocaram o etarismo em debate nas tramas:

- Andrea Beltrão como Rebeca em Um Lugar ao Sol (2022)
- Renata Sorrah como Wilma Campos em Vai na Fé (2023)



ALERTA SPOILER!!!

No remake de Vale Tudo (2025), o ator Luis Melo vai interpretar Bartolomeu, e a personagem vai abordar sobre a inserção de pessoas 60+ no atual mercado de trabalho.



Talentos 60+ dramaturgia

na globo



Eliane Gardini



Lara Jamra



Tonico Pereira



Andrea Beltrão



Bete Mendes



Ângelo Antônio



Neusa Borges



Chico Díaz



Tony Ramos



Betty Faria



Antônio Calloni



Débora Bloch



Catarina Abdalla



Marcos Palmeira



Mariah da Penha



Regina Casé



TURMA DA MÔNICA - ORIGENS: NOVA SÉRIE DO GLOBOPLAY MOSTRA OS PERSONAGENS NA FASE ADULTA

O tempo passa, a idade chega, os cabelos ficam grisalhos... mas as amizades verdadeiras prevalecem e superam qualquer mudança!

Esse é o caso da união entre Mônica, Cebolinha, Magali, Cascão e Milena em Turma da Mônica - Origens, nova série original Globoplay que estreou em outubro na plataforma.

Pela primeira vez, o público poderá ver os icônicos personagens de Mauricio de Souza na fase adulta.



ADMIRÁVEIS CONSELHEIRAS – GNT & GLOBOPLAY

Astrid Fontenelle estreou em setembro seu novo programa no GNT.

Astrid encontra 10 extraordinárias mulheres 60+, entre elas Alcione, Conceição Evaristo, Marília Gabriela, Monja Coen e Roberta Miranda.

Em conversas sobre conquistas, abordam temas com profundidade e expõem visões de mundo, histórias e memórias emocionantes, sempre com leveza, humor e conselhos.

- 2 Milhões de pessoas assistiram ao Admiráveis Conselheiras no GNT, desde sua estreia¹
- 226% mais afinidade entre o público AB do que o total da TV¹
- 10x mais afinidade entre Mulheres AB 50+ do que o total da TV.¹



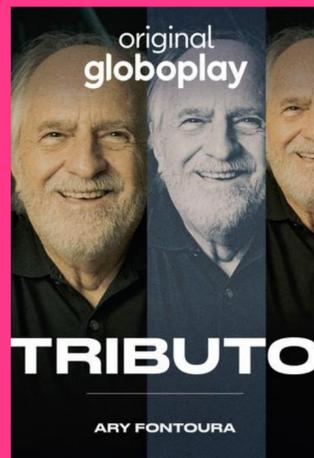
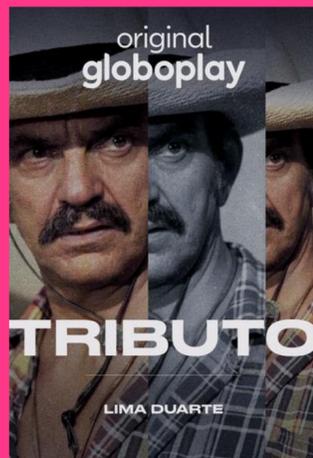
DESENCONTRO DE GERAÇÕES – GNT & GLOBO

Com muito humor e graça, Heloísa e Luisa Périssé apresentam o “Desencontro de Gerações”, novo projeto do GNT que estreou em setembro.

Ao longo de dez episódios semanais, mãe e filha recebiam uma dupla de convidados: mães, pais, filhos e familiares de diferentes gerações para debater sobre os temas que estão no dia a dia das famílias.

Além da exibição no GNT, aos sábados, também é exibida uma edição especial no ‘É de Casa’, na TV Globo.

- 1,3 milhão de pessoas assistiram ao programa Desencontro de Gerações no GNT, desde a sua estreia²
- 122% mais afinidade entre o público 60+ do que o total da TV²
- 8x mais afinidade entre Mulheres AB 60+ do que o total da TV²



TRIBUTO

Série documental original Globoplay que reúne um grupo de pessoas cujas trajetórias profissionais se confundem intensamente com a própria história da televisão brasileira e deixam marcas profundas na cultura da nossa sociedade. Já estão disponíveis as homenagens a Lima Duarte, Laura Cardoso, Manoel Carlos, Zezé Motta, Fernanda Montenegro e Ary Fontoura.



ACENDE A LUZ - GNT

As pessoas vêm com prazo de validade? Acende a Luz é uma série documental sobre sexualidade na terceira idade que coloca na tela corpos de pessoas 60+ que nunca antes ocuparam esse lugar. 'Acende a Luz' está disponível no Globoplay.



FALAS DA VIDA

Com experimentos sociais e apresentação de Dona Dea Lúcia, o especial refletiu sobre ser idoso no século 21, apontando situações e visão sob essa parcela da população em crescimento. O especial alcançou quase 21 milhões de espectadores na TV Globo – a audiência foi 13% maior do que o 'Falas da Vida' de 2023¹. Disponível no Globoplay.



IM | Insights de Mídia & Mercado | Diversa-idade 2024



Confira diversos estudos e pesquisas da área de Inteligência de Mercado da Globo em:

gente.globo.com