

Jornada Conectada

Mais vida para os anos

Ciência e tecnologia nos permitiram aumentar progressivamente a expectativa de vida de todo o mundo, tornando possível a conquista de uma vida mais longa. Agora, diante de significativa longevidade, nos vemos com uma nova missão: não apenas viver por um número maior de anos, mas envelhecer com plenitude e qualidade. O que antes era uma busca baseada em escalar a escada dos cinquenta, sessenta, setenta e assim por diante, se tornou uma jornada por

trazer mais vida aos anos conquistados, ressignificando o amadurecer e envelhecer. É dada a hora de enxergarmos no cuidado e na informação uma oportunidade de desmontar as barreiras da idade e, de uma vez por todas, compreender que não temos prazo de validade determinado. A nova Era Prateada é um convite para explorar o mundo, aprofundar relações e continuar a perseguir paixões, moldando uma existência de propósito.

Nossa Jornada Conectada do mês de outubro, onde comemoramos o Dia do Idoso e da Criança, caminhará pelos ensinamentos longevos de dois ícones brasileiros, a urgente mudança de como nos comunicamos com os mais velhos e a imprescindível formação de uma sociedade intergeracional.

Bem-vindos a Jornada da Longevidade Ativa.

Jornada Conectada

VOCÊ SABIA? Estamos olhando para o envelhecimento de um “*jeito velho*”

TRANSFORMAÇÃO Lições de longevidade

PARA FICAR DE OLHO Intergeracional: uma palavra para o futuro

ACESSE:



CONHEÇA O NOSSO PODCAST

Aponte sua câmera para o código do Spotify

VOCÊ SABIA?

Estamos olhando para o envelhecimento de um “jeito velho”

Pesquisa AlmapBBDO, em parceria com a Qualibest, traz perspectiva do público 60+ e endereça o olhar antiquado dos mais jovens e do setor publicitário sobre esta parcela da população.

Nas próximas três décadas, o Brasil está destinado a se tornar o sexto país mais longo do mundo. Essa mudança demográfica representa um marco significativo e traz à tona a necessidade de redefinirmos os conceitos e práticas relacionadas à longevidade. A velhice, muitas vezes estigmatizada e permeada por mitos sociais, demanda uma abordagem mais ampla e inclusiva. No entanto, como sociedade e mercado de serviços, ainda nos vemos limitados a pensar apenas para a parcela jovem da sociedade – que para muitos são os únicos compradores e criadores de novas tendências de comportamento. Para compreender esse cenário, é simples: basta se perguntar quantas pautas e estudos sobre a Geração Z você viu nos últimos anos e quantas demandas foram criadas levando em consideração o público mais velho. Mesmo que eles sejam responsáveis por movimentar mais de R\$ 2 trilhões, por ano, no país. Com isso em mente e sabendo que envelhecer é um tema ainda a ser inserido entre os jovens e os mais velhos, a AlmapBBDO, em parceria com a Qualibest, lançou o estudo “A revolução da Longevidade”, procurando estabelecer os cenários atuais e como o próprio público acima dos sessenta anos enxerga os desafios da sociedade brasileira com o amadurecimento e a idade.

Aos 60 anos, indivíduos enfrentam uma transição muito além das rugas e limitações físicas. É um momento em que muitos sentem que a sociedade lhes retira o protagonismo e o pertencimento. Segundo a pesquisa, 64% das classes ABC e 77% das classes DE não conseguem mencionar marcas e empresas que se conectem com elas na terceira idade. Na verdade, sentem-se invisíveis e desconsideradas (73% e 75%, respectivamente). Quando são levados em contas, muitos percebem que a conexão é feita por meio de suas vulnerabilidades, não fortalezas: remédios, creme anti-idade, suplementos, fraldas, planos de saúde. Na visão dos entrevistados, falta que a comunicação seja feita COM eles e não PARA eles – desta forma os tendo como protagonistas, compradores, público engajado e conectado. Inclusive, dados são o que não faltam quando é preciso comprovar este caminho mais positivo e de lucro para todos:



Ser capaz de proporcionar um novo horizonte para longevidade, considerando as transformações sociais e dados, é entender que “velho” não significa ofensa. Este mito do envelhecimento como fim da vida não basta de um senso comum errôneo e com urgência de mudança. Como os jovens, da geração Z ou millenials, os mais velhos querem estar juntos e pertencer a

sociedade como membros ativos. E cabe as marcas poderem atuar nesta empreitada, contribuindo para geração de uma longevidade saudável, onde possamos envolver capital vital, financeiro, social e do conhecimento. Devemos abandonar estereótipos ultrapassados e abraçar uma abordagem inclusiva, valorizando também a diversidade etária. Ao fazer isso, esta-

mos construindo uma sociedade mais equitativa e enriquecedora, onde todos, independentemente da idade, podem contribuir e pertencer.

FONTES:
 1. IBGE
 2. Pesquisa SPC Brasil + CNDL (Confederação Nacional dos Dirigentes Lojistas) - 2022
 3. Instituto Locomotiva - Longevidade - “O Mercado da Longevidade no Brasil” (2022) | KANTAR IBOPE Media - TGI 2022 R1 / “KANTAR - Seniors aumentam consumo de bens massivos”(2019).

TRANSFORMAÇÃO

Lições de longevidade

Homenageadas do 16º Fórum da Longevidade Bradesco Seguros trouxeram importantes reflexões para encararmos a missão de dar vida aos anos conquistados



nossa vida acabará aos 30, então aos 40, depois aos 50... Aos 60 seremos eternamente assombrados pela “aposentadoria”. Mas a verdade é que conforme avançamos estas casas, mais seguros, sábios e maduros ficamos. Para Zezé os medos da juventude desaparecem e deram lugar a uma mulher confiante de si, focada em seus ideais e menos preocupada com a influência do outro em sua vida.

Apenas de carreira elas já possuem mais anos do que muitos de nós. Contudo, mais do que tempo de estrada, o que Zezé Motta, atriz e cantora brasileira, e Xuxa, eterna rainha dos baixinhos, possuem é vida; uma arte de amadurecer e se reinventarem a cada ano, como se tivéssemos nos deparado com elas pela primeira vez no dia de ontem. No ano em que fazem 79 e 60 anos, respectivamente, as duas das maiores artistas do país ainda carregam uma fila de projetos em andamento, contando filmes, turnês, novelas, documentários e diversos programas televisivos.

Um cenário que demonstra não apenas o talento enorme que detém, mas também transforma a forma como estamos olhando para as pessoas acima dos 50 anos.

Em bate-papo com Cissa Guimarães, Xuxa e Zezé trouxeram uma importante reflexão sobre o medo de envelhecermos. Passamos muito tempo imaginando que

Ela não está atrás de ninguém. É, inclusive, parte operante da grande parcela dos 60+ que estão online e ativos nas redes sociais. Passou anos projetando se chegaria à idade que tem hoje – e com extrema felicidade, chegou. Como é bom estar viva – veja, viva, e nunca, jamais, apenas “velha”.

Xuxa reiterou esse conceito. Para a apresentadora, não existe idade limite para nada. O amor pode ser encontrado a qualquer altura e toda experiência pode ser aproveitada. Tudo o que pensou que iria acabar aos 25 ou aos 30, continua. E melhor do que nunca. Para ela e Cissa o termo “aposentada” poderia ser

extinto. Deixar um trabalho não significa que você fará nada até o fim. Muito pelo contrário, novas experiências estão sempre surgindo. Novas oportunidades batem à porta.

Esta energia, desejo de abraçar o próximo passo, pode não ser fácil para todos. Por isso, Xuxa reforçou a necessidade de começar cedo, “A gente é o que a gente come, o que consumimos, o quanto dormimos”. O preparo para os 60 anos começa aos vinte e poucos por meio da busca de alimentação equilibrada, exercícios e muito amor-próprio. Tudo isso irá se refletir no futuro e na forma como sentimos a longevidade, adicionando vida aos anos e não apenas anos a vida.

A passos curtos acreditam que podemos mudar o olhar do mundo sobre o envelhecimento, transformando sinais da idade, como marcas na pele e cabelos brancos, em apenas detalhes de uma história maior a ser escrita.





PARA FICAR DE OLHO

Intergeneracional: uma palavra para o futuro

A busca pela harmonia e convivência entre gerações pode contribuir para o envelhecimento saudável e garantir longevidade mais ativa.

Por muitos anos vivemos na crença popular de que o futuro do mundo seria guiado pelos mais jovens, hoje denominados de Geração Z. Seriam eles os detentores de todas as apostas para novas e melhores maneiras de viver e conviver em sociedade. Entretanto, a ciência e a tecnologia possibilitaram que vivêssemos mais.

Daqui a dez, vinte, trinta anos, não falaremos apenas com uma geração de jovens, mas com metade de um mundo formado por pessoas acima dos cinquenta anos. Sendo assim, vemos pelas lentes do presente, a formação de um futuro intergeracional – formado por diferentes gerações, objetivos e crenças.

Neste contexto, os desafios intergeracionais passam a se tornar evidentes, especialmente quando se trata da relação entre os que significamos como “jovem” e “velho”.

Como leigos e de maneira inconsciente, muitas vezes atribuímos ao ‘velho’ a denotação de algo que ficará em desuso, atrasado e de pouca importância para os processos inovadores aos quais estamos sendo introduzidos diariamente.

O que comumente esquecemos, é de que todos nós, um dia, estaremos neste lugar.

Assim, trabalhar em maneiras de incluir e conectar as diferentes gerações pode ser a resposta para que, além de uma sociedade plural de vivências, possamos combater o etarismo e facilitar o debate da longevidade entre aqueles que

ainda não enxergam esse assunto com sua devida importância.

Os ambientes de trabalho são bons espaços para esta promoção, pois torna possível enxergar os benefícios desta troca de experiências e os profissionais mais velhos, muitas vezes, se tornam exemplos a serem seguidos, enquanto os mais jovens adicionam a mesa novas descobertas.

Para Larissa, trabalhar aos 27 anos na área de Marketing em uma companhia cuja maioria das idades variava entre os 40 e 60 anos, revelou um cenário de diferenças geracionais enriquecedoras. “Percebi que as gerações se complementavam de maneira surpreendente.

Havia um vasto conhecimento dos colegas mais velhos que podiam ser aplicadas, inclusive, ao cenário digital”, conta.

Em sua visão, essa colaboração intergeracional demonstrou que, ao unir forças e aproveitar o melhor de cada geração, é possível criar uma sinergia poderosa que impulsiona o sucesso organizacional e promove uma cultura de aprendizado contínuo.

Trocas familiares também podem refletir os cenários que estarão dispostos em alguns anos. A relação entre netos e avós pode ser fundamental para o desenvolvimento social em ambas as idades. Na família de Mariana, estudante de 22 anos, poder crescer ouvindo as histórias do avô e vê-lo enfrentar o diagnóstico de câncer de

forma saudável, foi uma forma inspiradora de olhar para o envelhecimento. “Eu acredito que o mais legal foi não apenas ouvir sobre assuntos do passado, mas perceber que meu avô também poderia engajar em debates que fazem parte do meu dia a dia, conversando sobre séries e livros”.

O “seu” Juvenal, com 84 anos completos em agosto desse ano, optou por encarar o envelhecimento de forma tranquila, entendendo que não precisaria abandonar sua rotina. Ainda hoje consegue dirigir, manter suas caminhadas diárias e procura conversar com todos a sua volta como meio de manter a mente e o corpo ativos. “Mas isso não foi uma decisão que tomei ao chegar nessa idade, é uma constante. Me manter ativo me possibilitou enfrentar desafios, como o câncer, de forma mais branda”.

Recortes como este mostram como a intergeracionalidade pode ser uma via de mão dupla nas experiências profissionais e pessoais. Parte dos mais novos abrem espaços e permitem se conectar com outras gerações, como os Baby Boomers, hoje chamados de “prateados”. Dos ensinamentos destes últimos, vem as formas de se preparar para o envelhecimento, a sabedoria de inúmeras vivências e a pertinência do debate de como iremos **viver melhor** e não apenas *viver mais*.