

CLIPPING — 8º FÓRUM E FESTIVAL DA LONGEVIDADE

Etarismo e consumo 50+ entram na pauta de marcas e agências na mídia

Evento mostra o descompasso entre o peso econômico dessa população e sua representação nas campanhas

Fonte original: Acontecendo Aqui. Este documento é uma cópia de arquivo para clipping; o conteúdo pertence ao veículo e não foi produzido por este sistema.

Veículo	Acontecendo Aqui (acontecendoaqui.com.br)
Autor	Não identificado
Data de publicação	22/09/2026 11:14
URL original	https://acontecendoaqui.com.br/eventos/etarismo-e-consumo-50-entram-na-pauta-de-marcas-e-agencias-na-midia/
Relevância	Alta · Cultura e comportamento · Reportagem
Pessoas citadas	Sérgio Serapião, Clea Klouri
Organizações	Movimento LABoo, Data8, Associação dos Dirigentes de Vendas
Data da coleta	28/09/2026 11:17



Imagem: reprodução / Acontecendo Aqui

RESUMO

A representatividade e o consumo da população 50+ integram o eixo Cultura da programação,

que aborda etarismo e discute como publicidade, moda, mídia, produção de conteúdo e artes podem ampliar a diversidade das representações sobre o envelhecimento. Quatro sessões sobre representação e consumo A programação do Fórum & Festival Longevidade reúne quatro sessões diretamente relacionadas a publicidade, consumo, cultura, representação e inovação.

Quatro em cada dez mulheres com 50 anos ou mais não se veem representadas na publicidade brasileira. O dado é da 3ª edição do estudo Tsunami Prateado, realizado pela Data8, e coloca em evidência um cenário em que a população 50+ já representa 62 milhões de brasileiros, ou 28,5% da população do país, mas ainda encontra pouca identificação nas campanhas das marcas.

Essa população também participa do consumo digital: está nas redes sociais, compra pela internet e começa a incorporar ferramentas de inteligência artificial à rotina. A distância entre esse comportamento e a representação nas narrativas publicitárias estará entre os temas do 8º Fórum & Festival Longevidade — Reimaginando Futuros, realizado de 24/9 a 26/9 de 2026, no Pavilhão da Bienal, no Parque do Ibirapuera, em São Paulo.

Com entrada gratuita, o evento é realizado pelo Movimento LABoo, plataforma de mobilização e inovação pela longevidade, e terá mais de 200 horas de programação e mais de 300 debatedores. A expectativa é receber mais de 12 mil pessoas durante os três dias.

A representatividade e o consumo da população 50+ integram o eixo Cultura da programação, que aborda etarismo e discute como publicidade, moda, mídia, produção de conteúdo e artes podem ampliar a diversidade das representações sobre o envelhecimento.

“Estamos transformando esta edição em um fórum focado em debates profundos e um festival abrangente que conecta e fomenta a transformação social, econômica e cultural que queremos e precisamos ver no mundo”, afirma Sérgio Serapião, fundador do Movimento LABoo, diretor-geral e curador-âncora do 8º Fórum e Festival Longevidade.

O que dizem os números

A 3ª edição do Tsunami Prateado ouviu 3.298 pessoas com 50 anos ou mais, sendo 1.627 mulheres e 1.671 homens, de diferentes classes sociais e regiões do país. O levantamento contou com parceria técnica do Opinion Box e acompanha valores, estilo de vida e hábitos de consumo da população 50+ desde 2018.

Entre as mulheres com 50 anos ou mais, a pesquisa identificou que:

- 41% não se veem representadas na publicidade;
- 33% afirmam que, no segmento de beleza e cuidados pessoais, quase nunca são impactadas por campanhas voltadas à sua faixa etária;
- 84% estão no Instagram, enquanto 94% usam WhatsApp e 78%, YouTube;
- 54% utilizam serviços de streaming de vídeo;
- 19% usam inteligência artificial ou assistentes virtuais, ante 15% dos homens;
- 58% compram roupas e acessórios pela internet;
- 46% compram produtos de beleza e cosméticos online;

- 41% compram passagens e pacotes de turismo pela internet;
- 35% são as únicas responsáveis pelo sustento da casa.

Em levantamento anterior, a Data8 estimou que a população 50+ movimenta cerca de R\$ 2 trilhões por ano, o equivalente a 23% do consumo no Brasil.

Quatro sessões sobre representação e consumo

A programação do Fórum & Festival Longevidade reúne quatro sessões diretamente relacionadas a publicidade, consumo, cultura, representação e inovação.

Quem conta as histórias de uma vida longa?

24 de setembro de 2026 • 14h às 15h • Arena Principal 2

Criadores de conteúdo maduros, plataformas de streaming e especialistas em mídia discutem a produção e o consumo de entretenimento e questionam quem ocupa o espaço de contar histórias sobre uma vida longa.

Participam Rosângela Marcondes (It_Avó), Rennê Nunes (UP Lab), Thelma Guedes e Júlio Fischer (TV Globo).

A discussão dialoga com o dado de que 54% das mulheres 50+ utilizam serviços de streaming de vídeo para entretenimento, segundo a Data8.

Laboratório de narrativas anti-idadistas

25 de setembro de 2026 • 10h30 às 11h30 • Espaço Inovação Oracle

O workshop é voltado a profissionais de marketing e comunicação e propõe discutir a criação de narrativas e imagens que valorizem a diversidade da população mais velha.

Participam Lucas Foster e Livio Giosa, da ADVB – Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil.

A sessão parte do dado de que 33% das mulheres 50+ afirmam que, em beleza e cuidados pessoais, quase nunca são impactadas por campanhas direcionadas à sua faixa etária.

Infinitas Longevidades: quem fica invisível quando falamos de envelhecimento

25 de setembro de 2026 • 16h às 17h • Longevidade 2

O debate aborda como marcadores identitários, território, educação e gênero influenciam as possibilidades de longevidade.

Participam Cléa Klouri (Data8), Monica Tritone Medeiros, da pesquisa “A importância das influenciadoras 60+ brasileiras para um envelhecimento positivo”, além de representantes da Coordenação de Políticas para Pessoa Idosa, da SMADS e da SMS.

A discussão se relaciona aos dados que mostram a presença das mulheres 50+ no ambiente digital: 84% estão no Instagram e 19% já utilizam inteligência artificial ou assistentes virtuais.

Entre o Estereótipo e a Autenticidade: a representatividade etária na comunicação e publicidade

26 de setembro de 2026 • 10h30 às 11h30 • Arena Vitalidade + PMSP

Publicitários, líderes de marca e especialistas em gerontologia discutem como as campanhas podem refletir a diversidade da população mais velha.

Participam Rennê Nunes (UP Lab), Rita Almeida (Lab Humanidades AlmapBBDO) e Amanda Cristina de Oliveira, da pesquisa “Representações de pessoas idosas na publicidade”.

O encontro parte do dado de que 41% das mulheres com 50 anos ou mais não se veem representadas na publicidade brasileira.

Entre em contato com o AcontecendoAqui se tiver interesse em divulgar seus trabalhos para a Comunidade AcontecendoAqui. Envie um e-mail para

Fonte original: <https://acontecendoaqui.com.br/eventos/etarismo-e-consumo-50-entram-na-pauta-de-marcas-e-agencias-na-midia/> · Coletado em 28/09/2026 11:17 · Gerado em 07/10/2026 19:51