

## QUEM DISSE QUE É TARDE? COMO ENFRENTAR O ETARISMO NA AMÉRICA LATINA

Guga Lemes,<sup>1</sup> São Paulo

gugalemes@me.com

### Resumo

A América Latina está passando por um rápido processo de envelhecimento populacional. O Fórum Iberoamericano de Economia Prateada, realizado em 2023, abordou essa transição demográfica, enfatizando a necessidade de inclusão social, econômica e tecnológica para a população com mais de 50 anos. Para combater o etarismo, o evento lançou a campanha “Quem Disse Que É Tarde?”, com uma canção original de André Abujamra. A iniciativa obteve grande repercussão, alcançando mais de 1 milhão de visualizações em apenas 12 horas, trazendo visibilidade para um tema ainda invisível no debate público.

Palavras-chave: etarismo, inclusão, envelhecimento, representatividade, diversidade

### Who Said It's Too Late? How to Tackle Ageism in Latin America

Abstract: Latin America is undergoing a rapid process of population aging. The Ibero-American Forum on Silver Economy, held in 2023, addressed this demographic transition, emphasizing the need for social, economic, and technological inclusion for the population over 50. To combat ageism, the event launched the campaign “Who Said It's Too Late?” with an original song by André Abujamra. The initiative gained significant traction, reaching over 1 million views in just 12 hours, bringing visibility to a topic still invisible in public discourse.

Keywords: ageism, inclusion, aging, representation, diversity

A América Latina está passando por um rápido processo de envelhecimento populacional. Em 2030, uma em cada seis pessoas terá mais de 60 anos, e esse número aumentará para uma em cada quatro em 2050. A projeção põe a longevidade como um tópico cada vez mais relevante na região. Por um lado, as pessoas estão vivendo mais. Por outro, os profissionais maduros estão sendo afastados do mercado de trabalho precocemente. A matemática dessa equação não fecha.

1 Especialista em comunicação social, cinema e conteúdo multiplataforma. É sócio-fundador da agência beGIANT Advertainment e da produtora audiovisual autoral beORIGINALS.

As preocupações da população com mais de 50 anos na América Latina não seguem o senso comum. As principais inquietações, em ordem de importância, são finanças, solidão, segurança alimentar e saúde, com a saúde ocupando apenas o quarto lugar. Isso evidencia uma realidade que exige nossa atenção: até o momento, não foram estabelecidos mecanismos adequados para a inclusão social e econômica dessa parcela da sociedade.

No Brasil, o preconceito etário é visível, mas ainda é tratado com invisibilidade. Para dimensionar o impacto do afastamento precoce e compulsório no mercado de trabalho, basta olhar para o setor de publicidade do Brasil, em que os profissionais com mais de 50 anos representam apenas 5% da força de trabalho. Mais de 70% dos criativos afirmam que nunca receberam um briefing para criar uma campanha destinada a pessoas com mais de 50 anos. Esse cenário revela o fato de que as marcas raramente enxergam a população madura como um público consumidor. Isso se reflete nas prateleiras, em que produtos inovadores direcionados a esse público são inexistentes, com exceção de medicamentos, dentaduras e fraldas. Há um preconceito no mercado produtivo, que ainda não compreende que esse segmento consome uma ampla variedade de produtos, incluindo alimentos, eletrônicos, viagens e centenas de serviços.

Para abordar esse problema, Arletty Pinel concebeu o Fórum Iberoamericano de Economia Prateada, realizado em outubro de 2023, na Cidade do Panamá. O evento contou com o apoio de organizações internacionais, como o Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA, sigla da denominação em inglês, United Nations Fund for Population Activities), e explorou soluções para o desafio do envelhecimento populacional na América Latina, centrando-se em três pilares de inclusão: econômica, tecnológica e social.

“A realidade é que vivemos em um mundo cada vez mais diversificado e complexo, com mudanças ocorrendo a um ritmo acelerado. No entanto, nem todos enfrentam o envelhecimento com o mesmo respeito e as mesmas oportunidades”, argumenta Pinel. “Infelizmente, também há desigualdades na jornada de envelhecimento.”

O Fórum destaca a necessidade de utilizar a economia prateada como um meio de promover a inclusão e economias colaborativas. O evento aborda questões relacionadas à transição demográfica e suas implicações para a saúde e desenvolvimento na América Latina e no Caribe. Cientistas e líderes de diversas áreas, incluindo governos, organizações não governamentais e instituições privadas, compartilham experiências e perspectivas.

O Brasil participa do Fórum, apresentando seus sistemas de empreendimentos, com foco especial em pesquisas laboratoriais. Durante o evento,

foi assinado um acordo com a Fundação Oswaldo Cruz para estabelecer um ecossistema que promoverá a economia prateada por meio de *hackathons* envolvendo mulheres, tanto jovens estudantes quanto pessoas acima de 60 anos.

O fator que mais impacta essa geração deveria ser de fácil resolução. Mas não é. O etarismo (ou edadismo) envolve preconceitos, estereótipos e discriminação baseados na idade. E está impactando diretamente na saúde das pessoas. O etarismo reduz a expectativa de vida, prejudica a saúde física e mental e leva ao isolamento e à solidão. A Organização Mundial da Saúde fez um chamado para combater o preconceito etário, recomendando a criação de um movimento para transformar a narrativa sobre a idade e o envelhecimento.

Com o intuito de ampliar o debate sobre o etarismo, o Fórum convidou a agência brasileira beGIANT Advertainment para criar uma campanha de combate ao etarismo em toda a América Latina. Essa iniciativa incluiu uma canção original do músico André Abujamra (58 anos), indicado ao Grammy Latino.

Sob o título “Quem Disse que É Tarde?”, a ação visa alterar as percepções negativas associadas à velhice e destacar as valiosas contribuições que as pessoas idosas oferecem à sociedade. Na canção, André Abujamra levanta questões fundamentais, interrogando: “quem disse que é tarde, para trabalhar, para estudar, para ensinar, para transformar?”. O compositor enfatiza que “a sociedade precisa repensar sua visão sobre nossos anciões”.

A música começa com a reflexão: “o visível vem do invisível”. Abujamra argumenta que “a riqueza de experiência dessas gerações é evidente, mas o que ainda não é visível é a aplicação desse conhecimento acumulado nos dias de hoje”. E conclui: “estamos desperdiçando talentos de uma população que deseja contribuir ativamente e merece reconhecimento”.

A canção ganhou um videoclipe. A beGIANT fez questão de que mais de 50% de seus colaboradores tivessem mais de 50 anos de idade, até mesmo em cargos de liderança, aumentando em 1.000% a representatividade no mercado publicitário.

A campanha obteve uma resposta rápida e positiva do público. Em apenas 12 horas após o lançamento, o vídeo alcançou mais de 1 milhão de visualizações nas redes sociais. O clipe foi compartilhado por renomados artistas brasileiros, como Rodrigo Santoro, Alexandre Nero, Julia Lemmertz e Paulinho Moska. O lançamento gerou uma ampla cobertura na imprensa, incluindo uma reportagem no jornal *O Globo*, bem como mais de 100 horas de exposição em rádio e televisão.

O videoclipe foi lançado em espanhol durante o Fórum Iberoamericano de Economia Prateada, que atraiu a participação de mais de 22 países e 10 mil espectadores.

O debate está só começando. Enquanto o etarismo persiste na sociedade, convidamos você, leitor, a refletir e compartilhar a pergunta ao seu redor: quem disse que é tarde?