



Estudo Original MindMiners

MADUROS E DIGITAIS:

redes sociais, influenciadores e vida após os 50



MINDMINERS

hype60+



Contexto

01



O mundo está envelhecendo

Essa transformação está cada vez mais veloz, intensa e visível.

No Brasil, os maduros já somam 30 milhões de pessoas – mais do que a população do Chile e Uruguai juntas! Se hoje nós já temos mais avós do que netos, em pouco tempo, seremos também o sexto país mais velho do mundo.

Isso significa que, pela primeira vez na história, a humanidade tem tempo. Tempo para viver, sonhar, consumir, se relacionar e reinventar sua história.

Essa mudança que avistamos no horizonte já está em curso hoje, nesse exato momento. Basta observarmos academias, universidades, praias, cinemas, ciclovias e também a internet.

Os maduros estão por toda parte!



Por Cléa Klouri e Layla Vallias

Sócias do Hype 60+



Um novo olhar sobre os maduros

Porém, para muitas pessoas, marcas e empresas eles ainda são invisíveis. Por essa razão, é urgente recalibrarmos o nosso olhar sobre o envelhecimento.

Esse novo olhar é construído a partir de dados, pesquisas e momentos de escuta e empatia sobre quem são os novos maduros, onde estão, o que consomem e o que esperam das marcas com as quais se relacionam. Afinal, mais do que movimentar a sociedade e alguns de nossos preconceitos, os maduros movimentam também a economia, consumindo mais de R\$ 1 trilhão todo ano, à espera de marcas que saibam verdadeiramente dialogar com o seu momento de vida.

E a sua marca, está preparada para conversar com os maduros?



7 em cada 10 empresas no Brasil acham que os mais velhos não acompanham as transformações tecnológicas.

Fonte: FGV / Aging Fee Fair, 2018.



No entanto, 1/4 dos brasileiros acima de 60 anos já estão conectados.

Fonte: Think with Google, 2019.

A quarta idade já é uma realidade



O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) calcula que hoje a população do país alcança, em média, 74,6 anos. Demoraremos ainda algum tempo para chegar até a oitava década. De acordo com o IBGE, isso só vai acontecer em 2060, quando a expectativa de vida será de 81,2 anos.

Desafiando estimativas, é cada vez mais comum pessoas de 80 anos dividirem com jovens o assento do ônibus, a cadeira da universidade, o aparelho da academia de ginástica. As faixas etárias tradicionais já não lhes contemplam, por isso criou-se uma nova nomenclatura: a quarta idade.

Matéria completa [aqui](#).

A invisibilidade das mulheres maduras

Ignoradas pela maioria das marcas, brasileiras com 55 a 74 anos procuram grifes alternativas e não se sentem impactadas por propagandas

Victória Navarro
8 de março de 2019 - 6h00



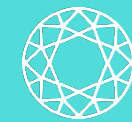
As atividades econômicas associadas às necessidades de pessoas com mais de 50 anos tem movimentado, no mundo, cerca de US\$ 7,1 trilhões anuais (crédito: Bruce Mars/Pexels)

No Brasil, a maioria das mulheres maduras (92%) não se sente representada pela comunicação de anunciantes e somente um terço delas está sendo impactada por propaganda. “As 16,8 milhões brasileiras com 55 a 74 anos estão sendo deixadas de lado pelas marcas, cada vez mais presentes em conversas com millennials”, diz Bete Marin, cofundadora da Hype60+, consultoria é responsável pelo estudo “Beleza Pura – Mulheres Maduras 2019”, realizado em parceria com Clarice Herzog Associados.

Matéria completa [aqui](#).

Objetivo do estudo

02



Quem são os novos maduros?

Os novos maduros são ativos e digitais.

Mas como é a relação deles com as redes sociais e os influenciadores digitais?

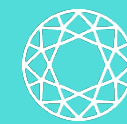
Nesse estudo, buscamos entender as diferentes formas de consumo e interação dos 50+ em canais digitais como Facebook, Instagram e WhatsApp, além de aprofundar a relação desse público com influenciadores digitais.

Veja nas próximas páginas nossas descobertas!



Perfil dos novos maduros

OS



Muito diferente dos avós de antigamente

"Hoje está existindo uma mudança, porque o perfil das pessoas com cinquenta não mais é compatível com a imagem passada de velhos. Sempre escuto quando falo minha idade. Poxa! Mas você não parece!!! Então está se construindo uma nova imagem. Jovialidade, energia, vida, produtividade, etc."

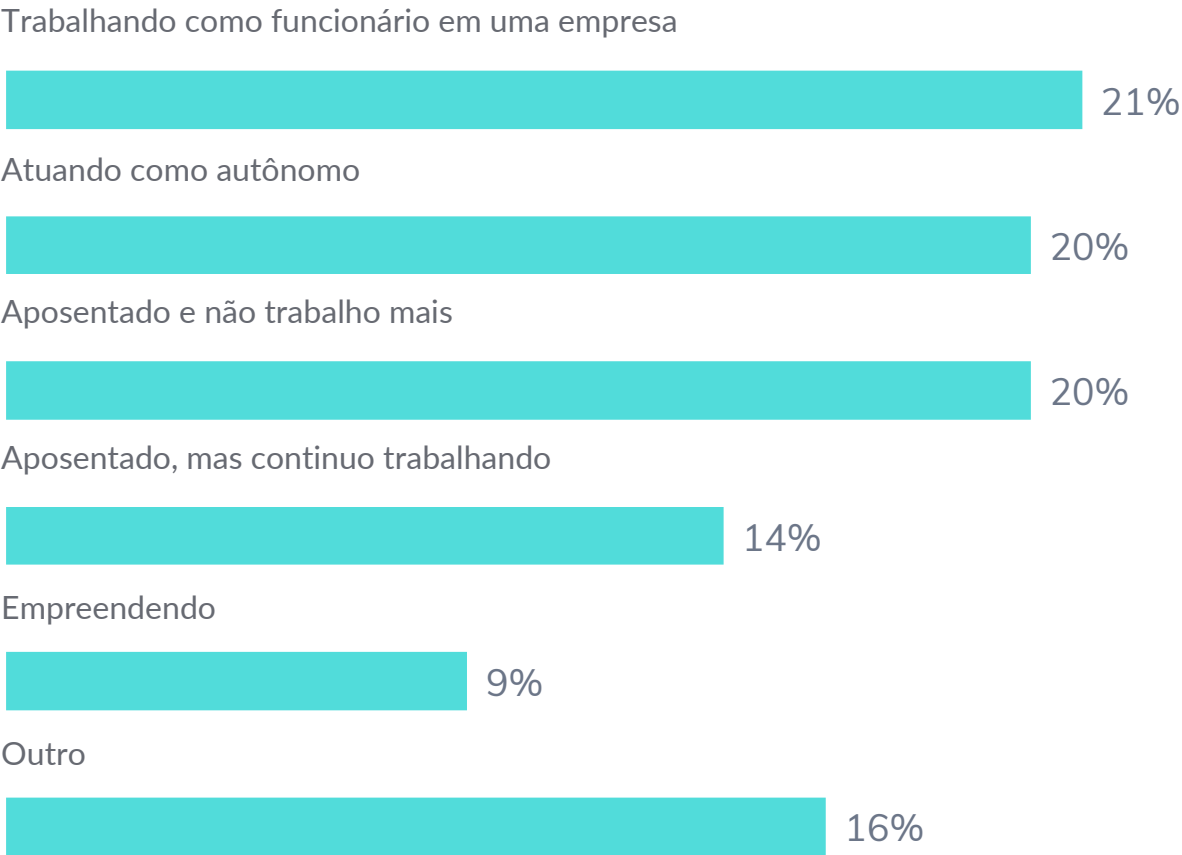
(Mulher, Paraíba, entre 50 e 54 anos)

"Estou na melhor fase de minha vida. Hoje tenho mais tempo pra mim. Deixei de valorizar coisas banais que não me agregam nada. Passei a valorizar o que realmente me dá prazer. Dar importância a certos fatos e coisas que não passam de futilidades, é perda de tempo, perda de saúde. Graças a Deus, tenho 51 anos e sou saudável, valorizo muito isso."

(Mulher, São Paulo, entre 50 e 54 anos)



Atualmente você está...



71% dos nossos entrevistados maduros estão trabalhando: dentro das empresas ou fora delas.

Mesmo para aqueles que se aposentam, a rotina da semana é muito intensa. Seu dia a dia é movimentado, seja trabalhando, se exercitando, sendo voluntário, cuidando da família e passeando com amigos.

Eles querem interagir e fazer parte do mundo!



Quase 80% dos entrevistados acima dos 50 anos estão dispostos a experimentar novos produtos e marcas.

74% daqueles que ouvimos acima dos 60 anos se sentem abertos para testar novas tecnologias.

71% da amostra acima dos 50 anos se consideram pessoas digitais. Para os 60+ esse número cresce para 73%.

O quanto você concorda com cada uma das afirmações abaixo?

Gosto de experimentar novos produtos e marcas.



Sou resistente a novas tecnologias.

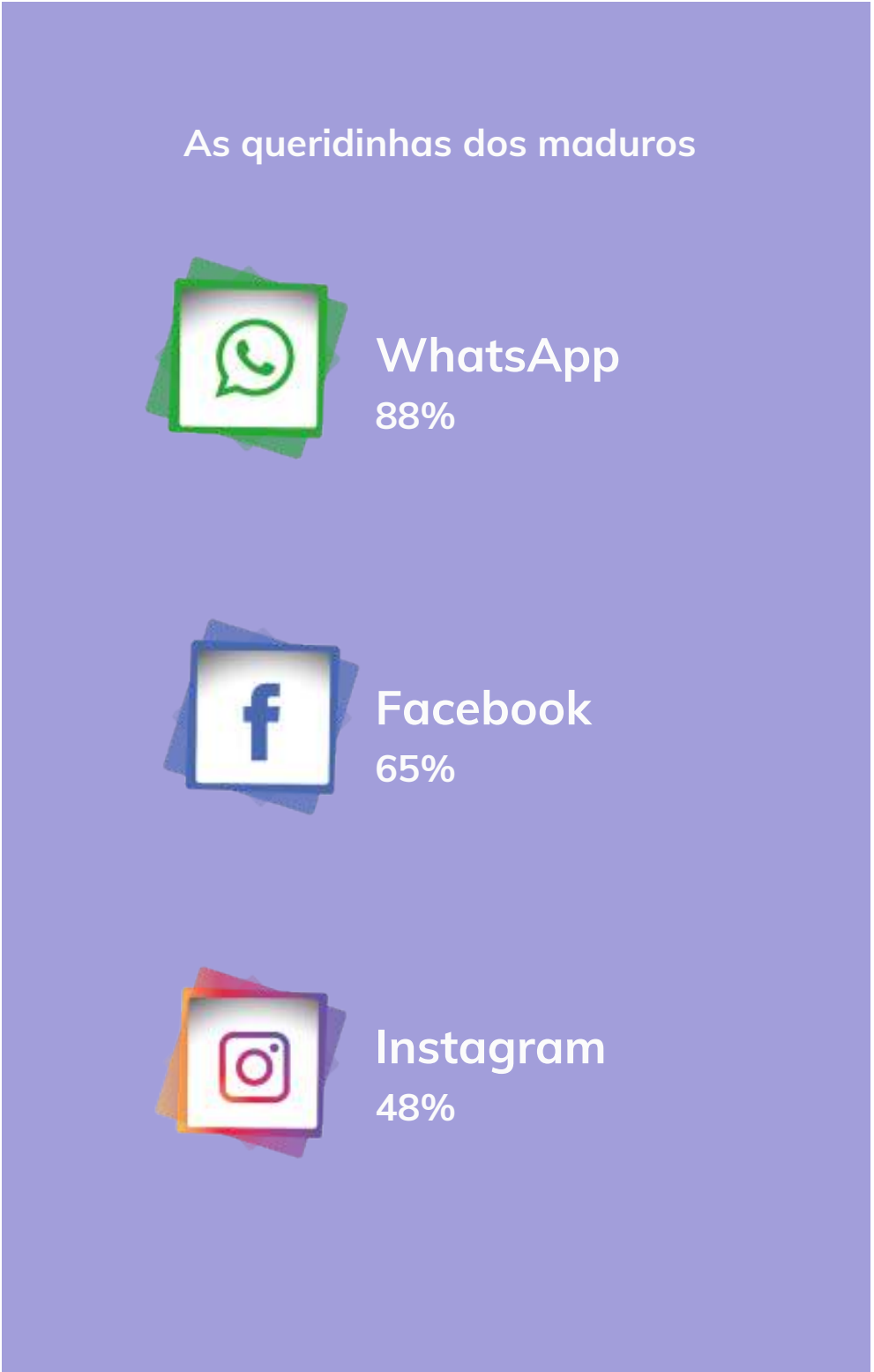
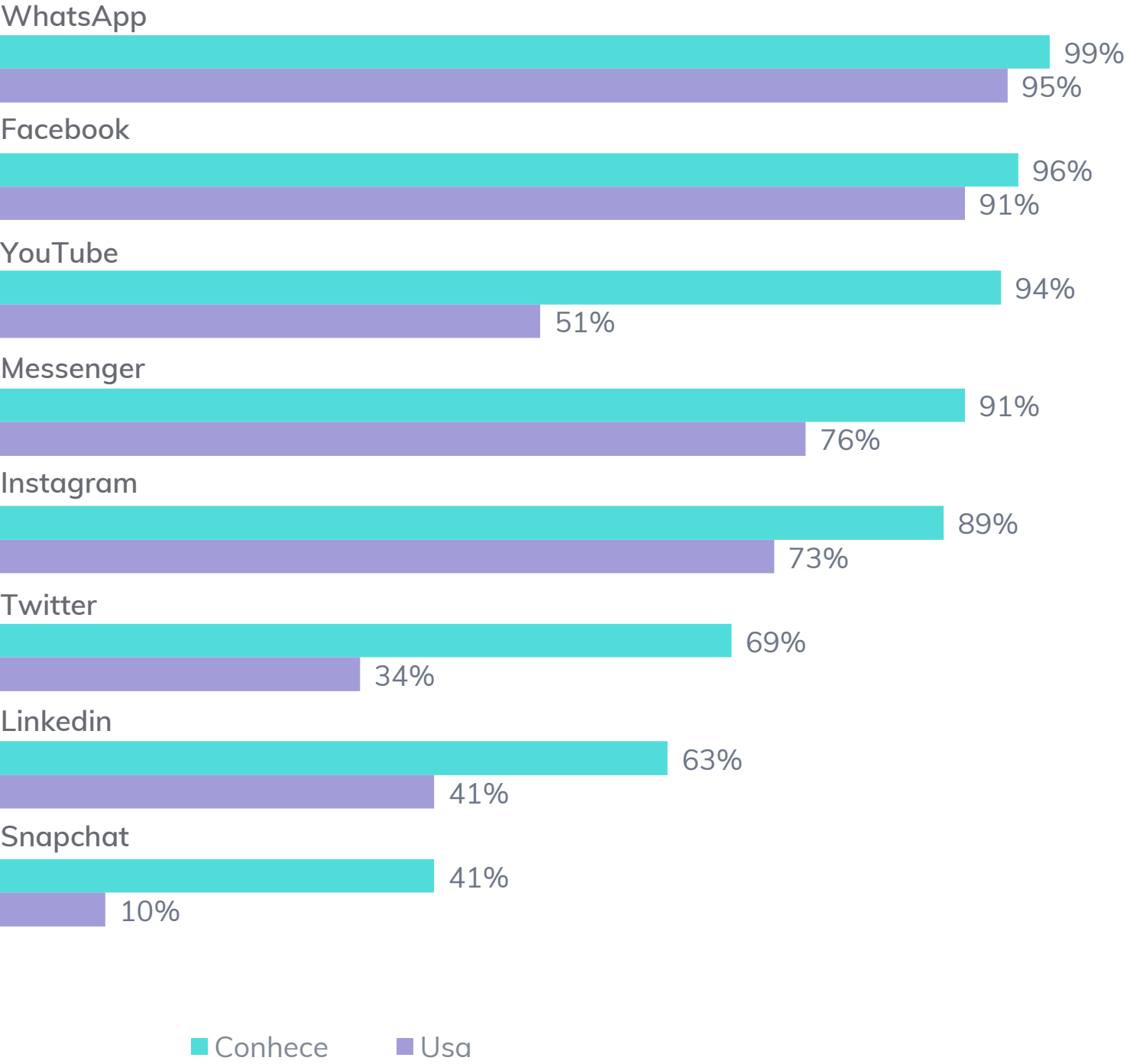


Me considero uma pessoa digital.



■ Discordo ■ Não concordo nem discordo ■ Concordo

Redes sociais



Favorita porque...

Os maduros querem estar onde todo mundo está. A facilidade de uso também faz a diferença na hora de justificarem porque essas são suas redes sociais preferidas.

Mulheres

"Fácil de usar. Fico satisfeita. atende minhas necessidades.. Penso que perderia muito tempo com outras redes."

"Gosto de ver as postagens no Facebook , uso o WhatsApp para conversar com família e amigos, assisto vídeos de receitas e saúde no YouTube."

"Consigo ao mesmo tempo me relacionar com as pessoas, mostrar o meu trabalho e ficar atualizada."

Homens

"Pelas novidades da atualidade, me relaciono com meus amigos e com o mundo no geral."

"Porque não preciso responder para ninguém. Posso só olhar o que postam."

"É uma maneira rápida de me comunicar com família e amigos."

Os maduros consomem (e muito) serviços digitais considerados para jovens.



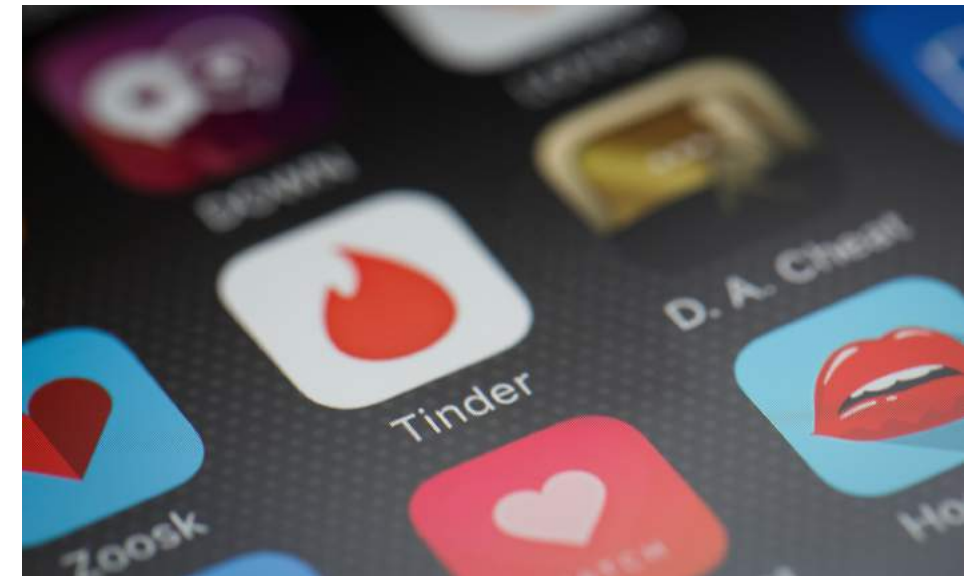
70% dos maduros entrevistados
acima dos 50 consomem
conteúdo na Netflix.

Base: 508 respondentes



58% dos maduros entrevistados
acima dos 50 têm conta no Spotify,
seja na versão paga ou freemium

Base: 345 respondentes



27% dos maduros entrevistados
declaram usar ou ter usado sites/app de
relacionamento depois dos 50.

Base: 533 respondentes

Influenciadores digitais

04

+

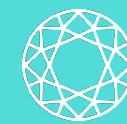
+

+

+

+

+



Quem são?

Eles podem criar movimentos, memes e tendências. Influenciar decisões, opiniões e pontos de vista. Recomendar produtos e serviços. Mas também simbolizar um novo movimento da mídia em que o poder da fala não está mais centralizado em grandes meios como o rádio e a televisão, podendo estar ao alcance de uma pessoa comum, que grava seus vídeos no próprio quarto.

Influenciadores digitais são produtores de conteúdo em canais como YouTube, Instagram e Facebook com uma força persuasiva capaz de afetar comportamentos e decisões de consumo. Em um mundo com tanto ruído publicitário, confiar em marcas e comerciais é cada vez mais raro. Nesse cenário, as recomendações de amigos e o boca a boca ganha mais força porque é baseado na confiança. Para os influenciadores digitais, confiança é a nova moeda. Com ela, eles são capazes de mover multidões!

Mas será que os maduros se relacionam com influenciadores da mesma forma que os Millennials e a Geração Z?

Vem descobrir!

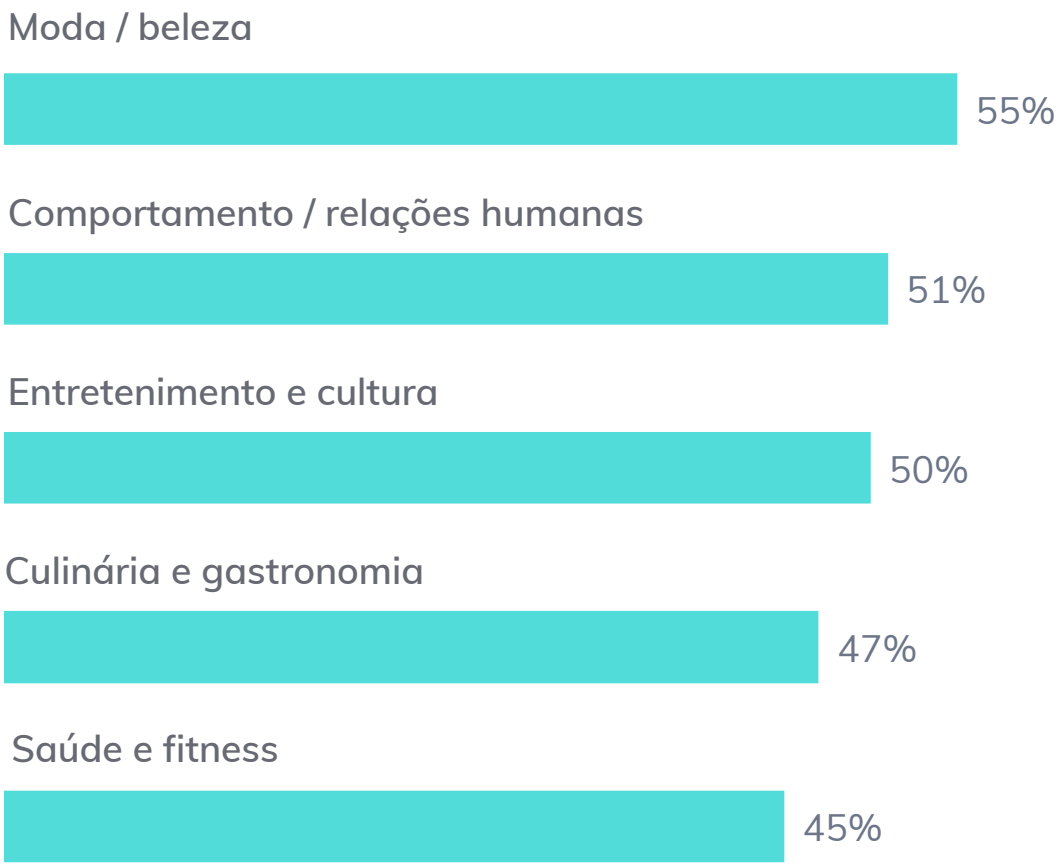


Eles também são vistos pelos 50+

67% dos maduros entrevistados acima dos 50 anos sabem o que é um influenciador digital. 46% desses seguem algum influenciador digital nas suas redes sociais. E eles gostam de ler, falar e ouvir sobre os mais diferentes assuntos.

Quer ver só?

Principais assuntos de interesse



Os maduros estão em busca de informações sobre cuidados com a pele e cabelos. Uma tendência e uma grande oportunidade!

55% afirmam que o principal assunto de interesse ao seguir um influenciador digital é relacionado ao universo de moda e beleza. E um recente estudo realizado pelo Google indica o mesmo.



Fonte: Dados internos, Google, 2019.



de buscas
relacionadas a
"pele madura".



de **crescimento**
ao ano para **buscas**
relacionadas a pele
madura (2018 x 2017).

Os mais seguidos

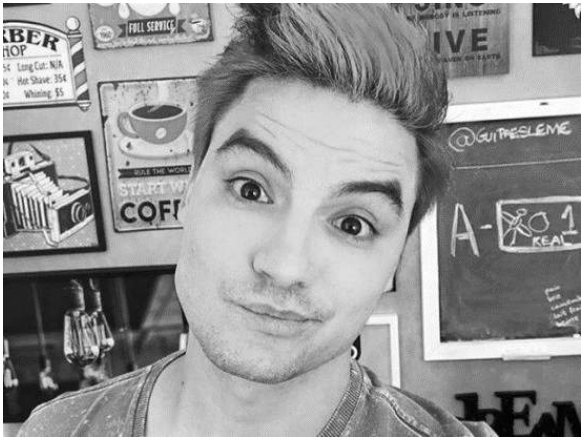
Apesar de a maioria dos respondentes não ter uma lembrança de um influenciador digital, alguns dos nomes mais citados foram influenciadores bastante conhecidos, alguns pelos jovens e outros pelo público adulto.



Ricardo Amorim



Consuelo Blocker



Felipe Neto



Whindersson Nunes



Jout Jout



Kéfera

Os mais seguidos

Já na lista dos preferidos pelos maduros – e, conseqüentemente, mais seguidos, parte da lista mudou. Os influenciadores do universo jovem cederam espaço para nomes bem mais ligados ao universo adulto e até mesmo religioso.



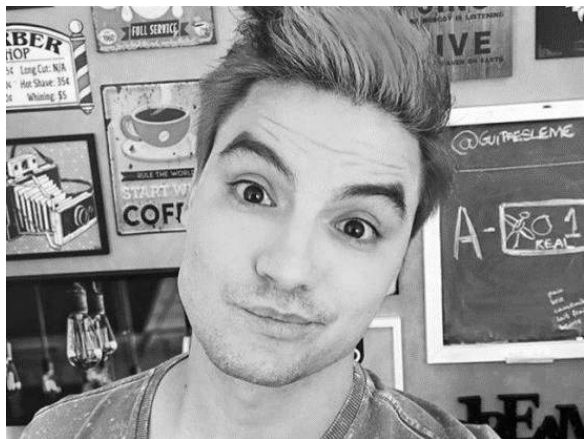
Ricardo Amorim



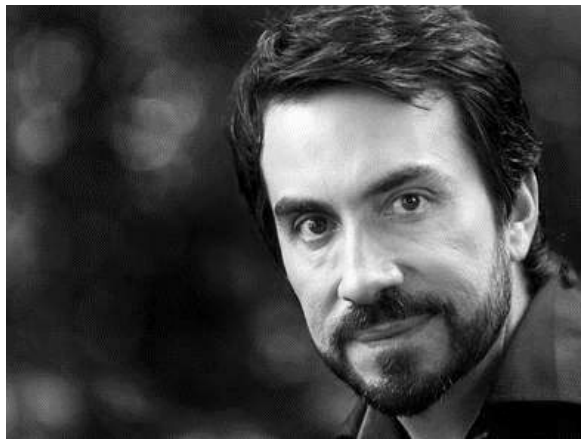
Carlinhos Maia



Consuelo Blocker



Felipe Neto



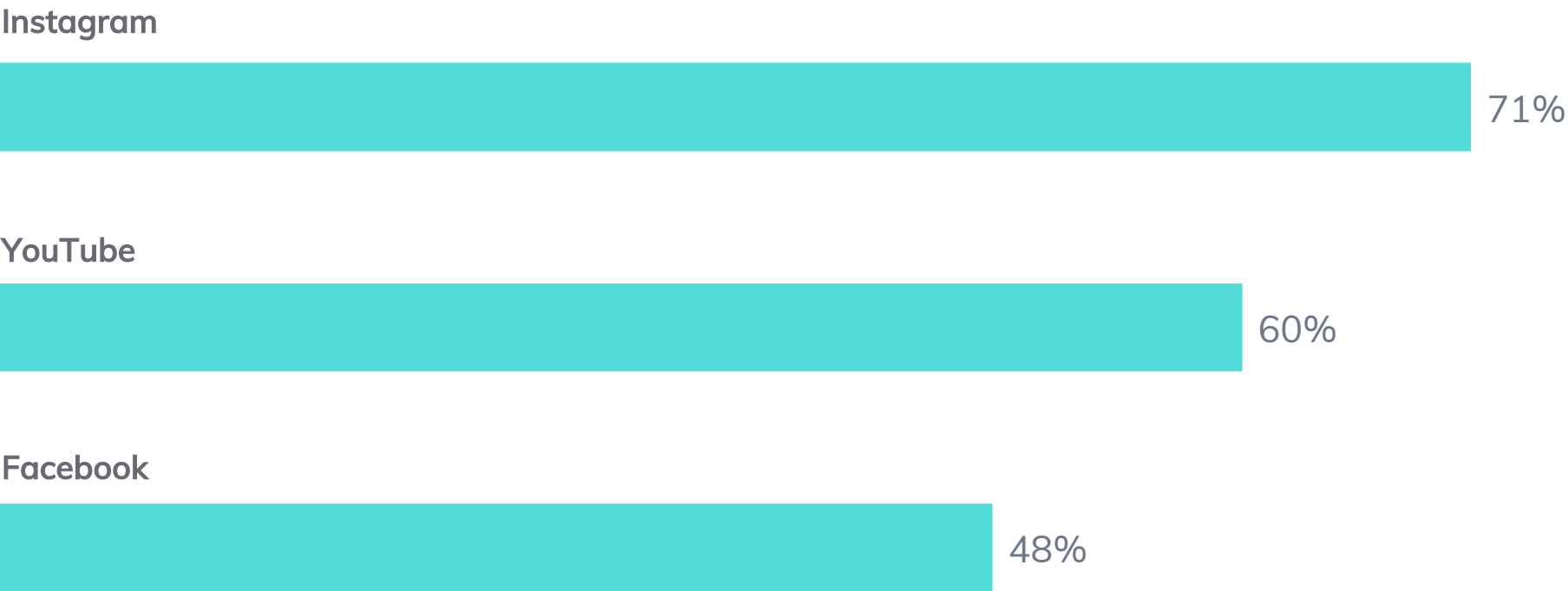
Padre Fábio de Melo

Dispositivos mais utilizados

Para 82% dos 50+ ouvidos nesse estudo, o celular é o principal dispositivo para seguir influenciadores.

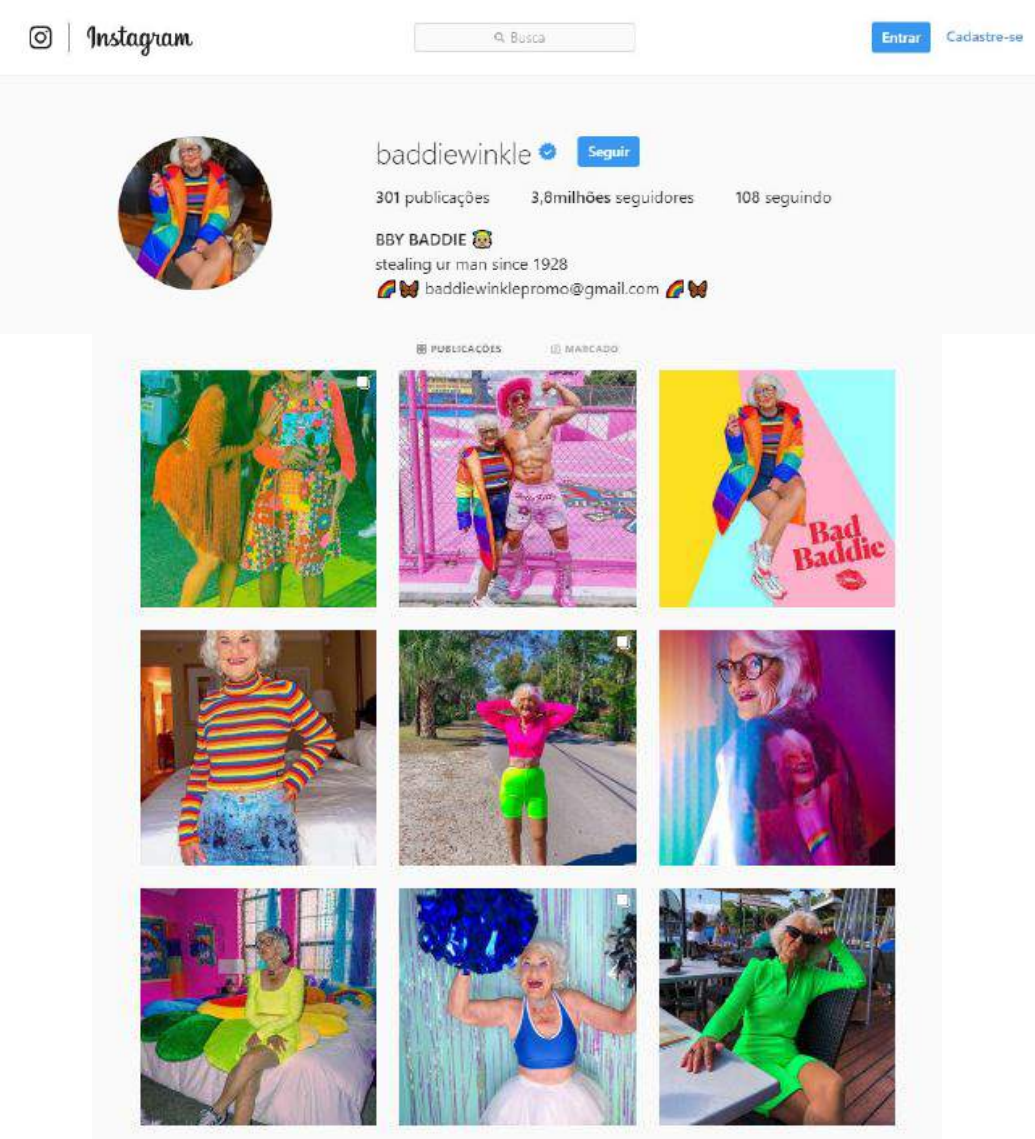
Mais da metade (53%) dos entrevistados preferem consumir conteúdo de influenciadores digitais por vídeo, seguido de conteúdo em formato de texto (35%).

Qual canal você mais utiliza para seguir influenciadores?



Base: 238 respondentes

Por dentro do universo digital maduro



Siga essa instagrammer de 90 anos [aqui](#).



Siga esse grupo no Facebook [aqui](#).



Leia a matéria completa [aqui](#).

Consumo por influência

05



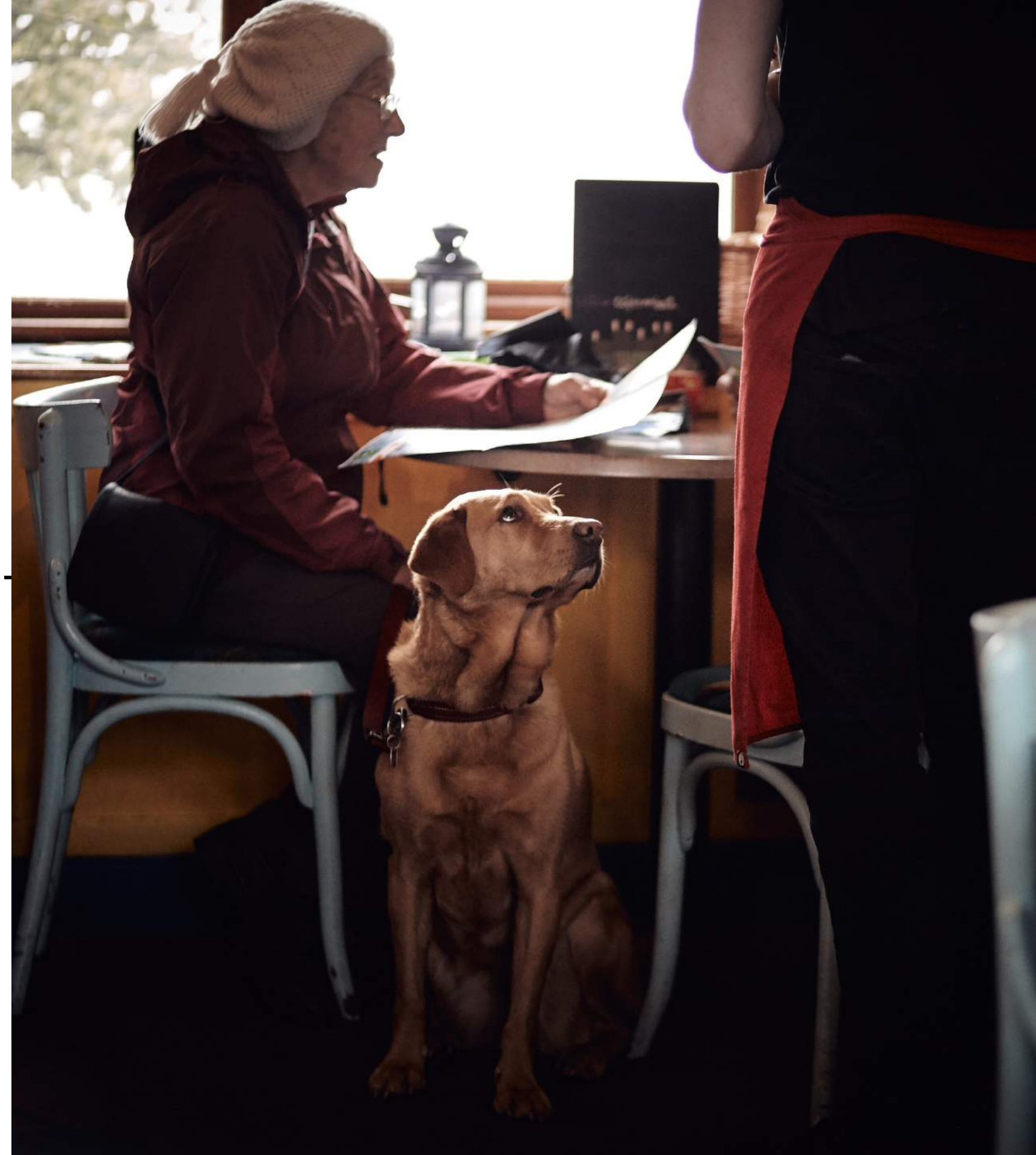
Influenciando conhecimento e consumo

71% dos respondentes acima dos 50 anos já ficou sabendo de um produto ou serviço por indicação de um influenciador digital.

19% deles buscam informação de novos produtos com influenciadores digitais e celebridades.

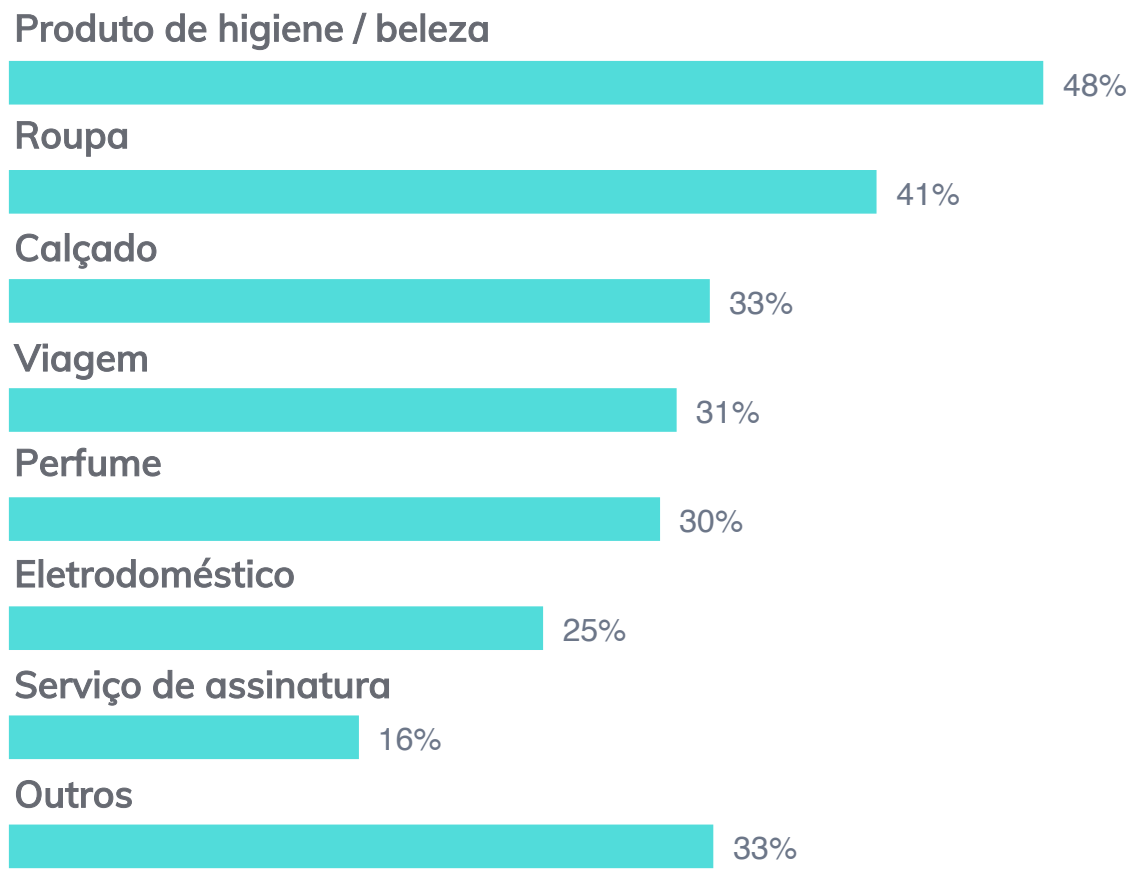
75% dos que descobriram um produto por meio de um influenciador, já comprou algum produto ou serviço por indicação deste influenciador.

Agora, me diz: há ou não há um mundo desconhecido de oportunidades nisso?



Categorias já compradas

O que você comprou depois da indicação do influenciador?



Base: 128 respondentes

Além das alternativas existentes, na opção “outros” nossos respondentes citaram também:

- Eletrônicos
- Alimentos
- Livros
- Produtos limpeza



Insight

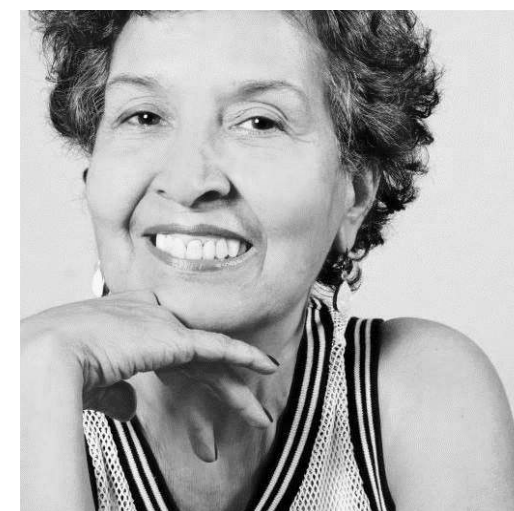
Os maduros sabem quem são e seguem influenciadores digitais nas redes sociais, porém ainda há um gap de engajamento, já que não têm lembrança imediata de grandes personalidades que interagem com eles.

Observamos no estudo a presença de alguns maduros que estão produzindo conteúdo digital de qualidade e se destacando como microinfluenciadores na maturidade.

Trouxemos aqui alguns cases para vocês conhecerem.



Rosangela Marcondes



Maya Santana



Kika Gama Lobo



Avós da razão: Gilda, Helena e Sonia

Influenciadores maduros



Organicamente, no @it_avo, vou entregando para meu grupo todas as minhas experiências de vida ativas, alegres e descomplicadas. Minha intenção é motivar pessoas 60+ a saírem da zona de conforto, se desafiarem a estudar, se socializar, passear, viajar. Já no @domingoacucarado, compartilho o belo, o manual, a moda para 60+, a decoração, o inspiracional. Por isso, meu grupo sempre deseja comprar aquilo que posto. Me encanta poder tocar e inspirar alguém. Foi assim que cheguei a 150 mil pessoas, sem nenhuma pretensão. Por pura alegria de buscar e compartilhar!

Rosângela Carvalho Marcondes

Domingo Açucarado (Facebook) e @it_avo (Instagram) + 150.000 Seguidores

Espaço de compartilhamento das experiências com seus três netos Catarina, Lucas e Júlia, além de tudo o que a emociona e inspira.

Por que faço?

Gosto de pesquisar, amo o belo, sou otimista, quero colaborar com as pessoas. Acima de tudo, desejo que todos saibam das belezas do mundo.

Maiores desafios

Tenho uma lojinha de ideias, por isso preciso ter sempre uma linda vitrine. Isso envolve um trabalho intenso de busca para surpreender e animar as pessoas, em um compromisso de dividir, duas vezes ao dia, uma dica, uma ideia ou uma imagem.

Maiores delícias

Aqueles comentários gentis e carinhosos que nos animam a fazer sempre mais e melhor. E, claro, os novos fãs que chegam.

Exemplo do impacto

Uma artesã de Camboriú amava muito o conteúdo que eu postava. Comecei a compartilhar suas peças de artesanato com a intenção de inspirar outras artesãs; ela cresceu muito, me agradece sempre, me manda presentes; amo saber que colaborei a impactar a vida de alguém. No IT avó, muitas mulheres aparecem no café porque me acompanham pela internet e adoram a ideia do encontro offline.

Influenciadores maduros



Minha carreira jornalística se desenvolveu em diversas empresas de comunicação, como o Estadão e a BBC de Londres. Hoje, me considero dona de um meio de comunicação muito eficaz. Com meu canal, me comunico diariamente com até 10 mil pessoas, sendo a vasta maioria mulheres com idade acima de 50 anos. É um nicho.

Maya Santana

@50emails (Instagram) + 6.700 Seguidores

Espaço de discussão sobre a vida adulta, com uma abordagem inovadora e desprovida de preconceitos.

Por que faço?

No blog, coloquei em prática duas vontades: sacio a vontade de escrever, continuar a atuar como jornalista, e, ao mesmo tempo, me dedico a um tema que me interessa, o envelhecimento.

Maiores desafios

Fazer um trabalho sério e interesse o suficiente para atrair mais e mais pessoas. Quando criei o blog, em agosto de 2010, o Brasil se via em plena juventude. Hoje, já percebemos que estamos envelhecendo a passos largos, o que fez surgir diversos programas de rádio e de televisão sobre o tema. Além disso, preciso estabelecer uma relação de confiança com aqueles que acessam o blog, sobretudo depois do fenômeno das notícias falsas.

Maiores delícias

A maior de todas é ver a resposta das pessoas ao meu trabalho e poder interagir com meu público. Eles perguntam, questionam, pedem ajuda. Respondo a todos. Tenho perfeita consciência da minha responsabilidade ao lidar com essa parcela madura da sociedade, ávida por conteúdos que lhe digam respeito.

Exemplo do impacto

Ajudamos a divulgar uma campanha do Festival de Artes Vertentes para levantar recursos para as crianças carentes de Tiradentes. Em curto espaço de tempo, eles conseguiram angariar o que precisavam.

Influenciadores maduros



Não estamos preocupadas em sermos influenciadoras, mas se pudermos influenciar alguém com algo interessante para o bem, vamos achar fantástico! - “Não quero influenciar ninguém. Quero que haja respostas do tipo: vocês estão erradas, vão começar tudo de novo.” **Helena, 90 anos.**

Gilda, Helena e Sonia **Avós da Razão (YouTube)** + 7.500 Visualizações

Programa apresentado por três mulheres que se conhecem há mais de 50 anos, com idade entre 76 e 90 anos, que respondem a perguntas enviadas pelo WhatsApp.

Por que fazemos?

“Nosso objetivo era dividir o que a gente já fazia na mesa do bar, chamar mais pessoas para nossa conversa, juntar gerações, sexos e o mais importante, aspirações.” **Sonia, 80 anos**

Maiores desafios

“Eu sinto como se eu entrasse em um foguete para Marte e tivesse que pilotar. É tudo muito novo. As informações vão chegando, é uma grande loucura, e a gente tem que fazer o foguete subir. Estou me sentindo uma astronauta e estou adorando.” **Gilda, 76 anos.**

Maiores delícias

“Vai ser o dia que responderem pra mim: um dia eu chego lá!” **Helena, 90 anos.**

“Tudo o que é novo é uma delícia.” **Sonia, 80 anos.**

“Outro dia, entrei no banco e uma pessoa me perguntou: E o Avós da Razão, como você está vivendo com esse sucesso? Eu respondi: ainda não cheguei lá, mas vou chegar.” **Gilda, 76 anos.**

Exemplo do impacto

“Vejo essa mudança no campo das ideias, com meus dois filhos. De repente, até vejo eles me dando uma certa razão, percebendo que eu não sou essa cavalgada que eles pensavam que eu fosse.” **Helena, 90 anos.**

“Meu ex-marido, meu amigo até hoje, andava meio desanimado e deprimido. De repente esse movimento todo nosso, despertou nele de tal forma que ele começou a escrever, a participar no Facebook.” **Gila, 76 anos.**

Influenciadores maduros



Com o canal do YouTube e o talk-show que estou conduzindo ao lado da Martha Medeiros pelo Brasil inteiro sinto que estou atingindo as pessoas de forma certa, e que elas são receptivas ao pensamento de resiliência, que nos mostra como enfrentar os desafios da vida com humor. Essa ferramenta digital, ainda que muito rápida e móvel, me ajuda a cumprir esse papel.

Kika Gama Lobo

#Atitude50 (YouTube) + 55.000 Visualizações

Entrevistas feitas com mulheres 50+ para falar sobre as dores e as delícias da maturidade.

Por que faço?

Minha motivação de criar o blog foi o divã virtual. Eu estava tão sufocada com tantos problemas que usei as redes sociais como parlatório. Comecei a entender que meus problemas eram comuns a tanta gente, sobretudo a pessoas desconhecidas. São problemas de saúde, excesso de boletos, envelhecimento, dores, filhos e também sobre os poucos sabores dessa fase da vida.

Maiores desafios

Encontrar uma linguagem democrática que atinja muitas pessoas sem parecer rasa, nem ter um traço intelectual que afaste ou repulse as pessoas. Ou seja, ser uma voz de conteúdo.

Maiores delícias

Eu tenho adorado conversar com o público de meia idade, tem sido uma experiência muito bacana dialogar com quem eu não conheço.

Exemplo do impacto

Uma vez entrei no metrô e uma mulher me falou: “você é a Kika? Eu sigo seu canal” Uma pessoa que eu nunca vi na vida me deu um retorno tão imediato e disse que gostava do que eu fazia. Me senti o Obama.

Dicas para quem quer começar

- Defina que tipo de público você quer alcançar.
- Olhe tudo dentro do seu segmento, saia zapeando.
- Pegue os blockbusters e entenda o que os fez chegar lá.
- Faça um curso digital, aprenda sobre métricas de SEO e ROI, por exemplo.
- Entenda como impulsionar o conteúdo sem gastar todo o seu dinheiro, ao mesmo tempo em que você se mantém autoral e verdadeira.
- Fale sobre o que realmente te emociona. Não é trabalho, é aprendizado. Prazeroso, divertido. É sobre compartilhar e ponto.
- Defina a periodicidade das postagens – e se comprometa com ela. O ideal é ter nova postagem todos os dias – ou quase todo dia.
- Meta a cara. Faça do jeito que sabe, uma hora acaba dando certo.



Por que ainda precisamos falar sobre longevidade?

Não há nada mais antigo do que preconceito contra a idade. Esse é o ageísmo: julgar alguém pelos anos vividos. É urgente criarmos um novo olhar para a longevidade.

24% dos maduros entrevistados afirmam que sentem preconceito por terem mais de 50 anos. 83% disseram que as gerações mais velhas aprendem com as gerações mais jovens e vice-versa.

83% dos maduros afirmam que as gerações mais velhas aprendem com as gerações mais jovens e vice-versa.



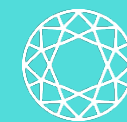
Apenas 11%
das empresas do mercado brasileiro
mantêm **programas de contratação
de profissionais maduros.**

Fonte: Envelhecimento nas organizações e a gestão da idade, FGV/ Aging Free Fair, 2018.

Conclusão

06

+ + + + + +



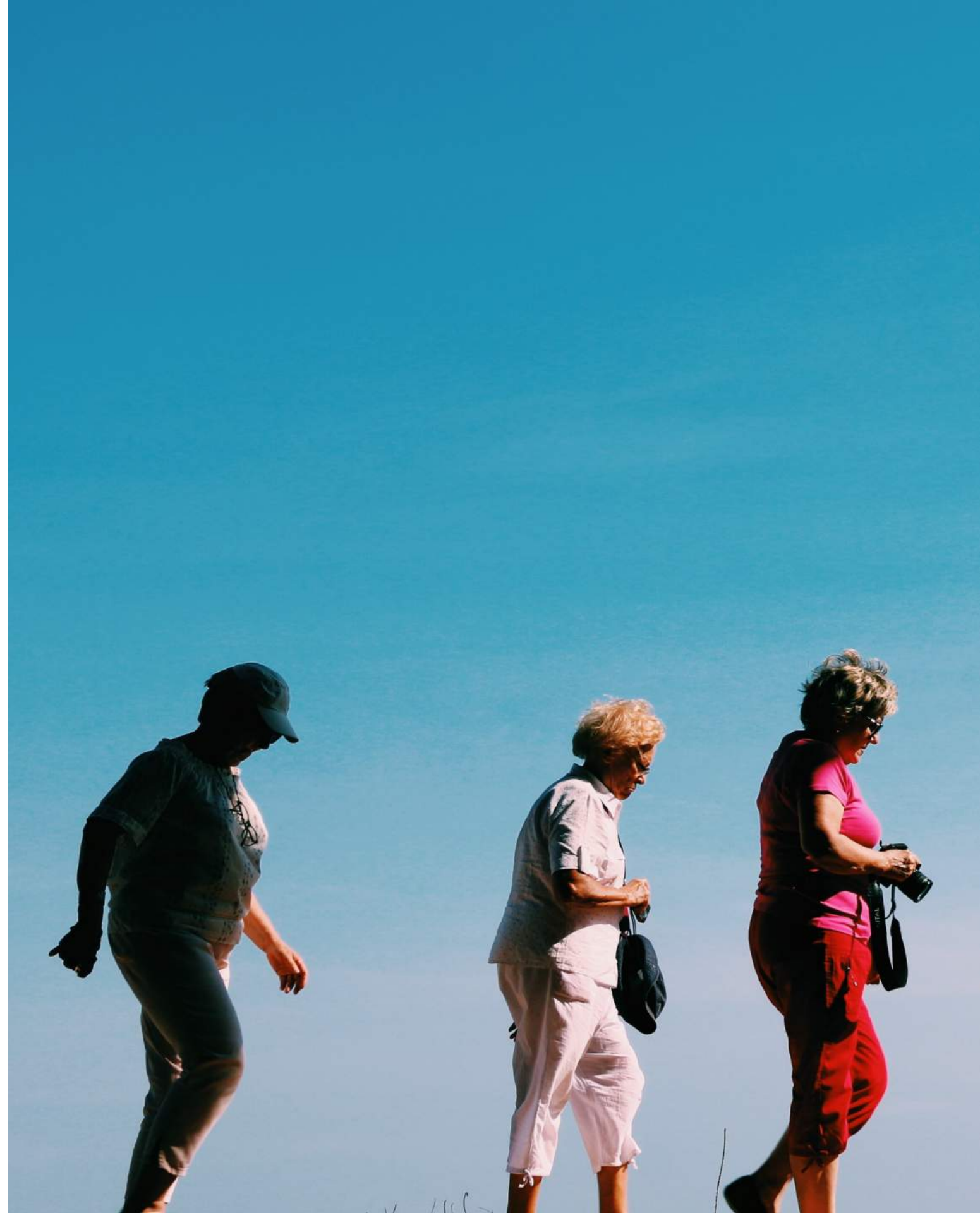
Hora de mudar!

Envelhecer hoje é um processo completamente diferente do que foi para nossos bisavós. E essa mudança está inteiramente conectada com a presença da internet na vida dos novos maduros. A partir dela, eles buscam conhecimento no Youtube, diversão no Facebook, relacionamento no Instagram e encontram no WhatsApp sua janela para o mundo. Pelo digital, os novos maduros conversam, matam as saudades, reencontram pessoas do passado, se aproximam da família, mantêm grupos de amigos, encontram um companheiro, escolhem a próxima viagem e, dessa forma, sem mantêm conectados com a vida – pulsante, ativa e digital.

Entretanto, ainda existe um território vasto a ser explorado com influenciadores dessa nova geração. A produção de conteúdo digital, contemporâneo e relevante que dialogue com os desafios, anseios e necessidades dos 50+ e a inserção das marcas nesse contexto tem o potencial de transformar a relação dos maduros com essas marcas que eles já consomem diariamente – ou podem consumir.

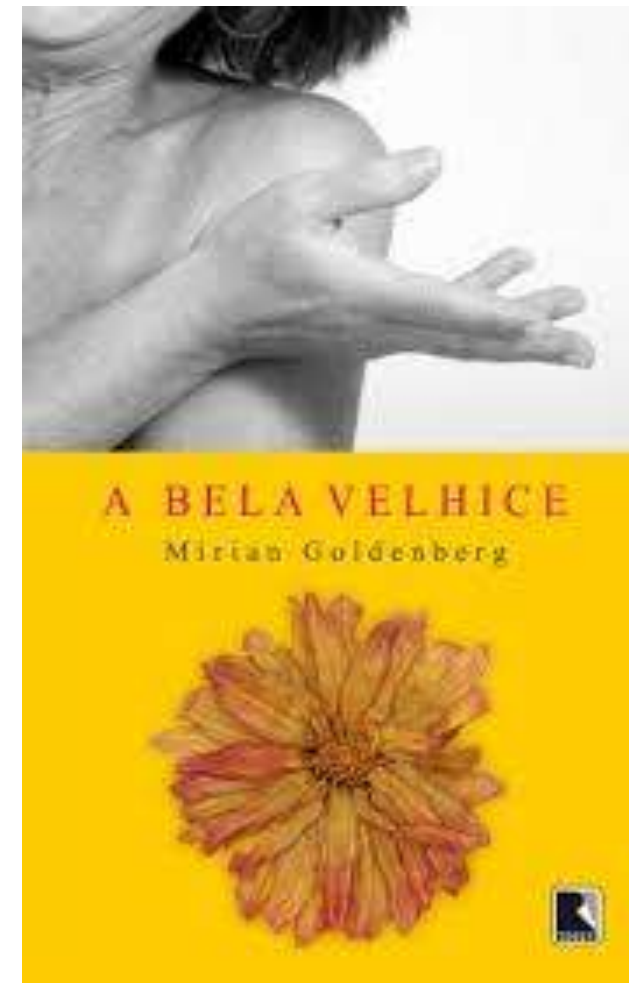
Se o público maduro também está na internet, o que sua marca tem feito para se comunicar com ele? A busca por essa resposta pode levá-lo a descobrir novos caminhos de interação, relacionamento e posicionamento com a geração que mais cresce no Brasil.

Boa sorte!



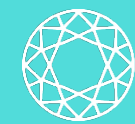
A longevidade está em todo lugar! Continue essa imersão.

- TEDx: [Let's end Ageism](#)
- TEDx: [Life's Third Act com Jane Fonda](#)
- Vídeo: [Tsunami60+](#)
- Documentário: [Envelhescência](#)
- Artigo: [60+ retratados na publicidade](#)
- Campanha Natura: [Velha Pra Isso](#)
- Campanha Ikea: [Start Something New](#)
- Campanha Gillette: [Handle with Care](#)
- Campanha: [Stash Finance](#)



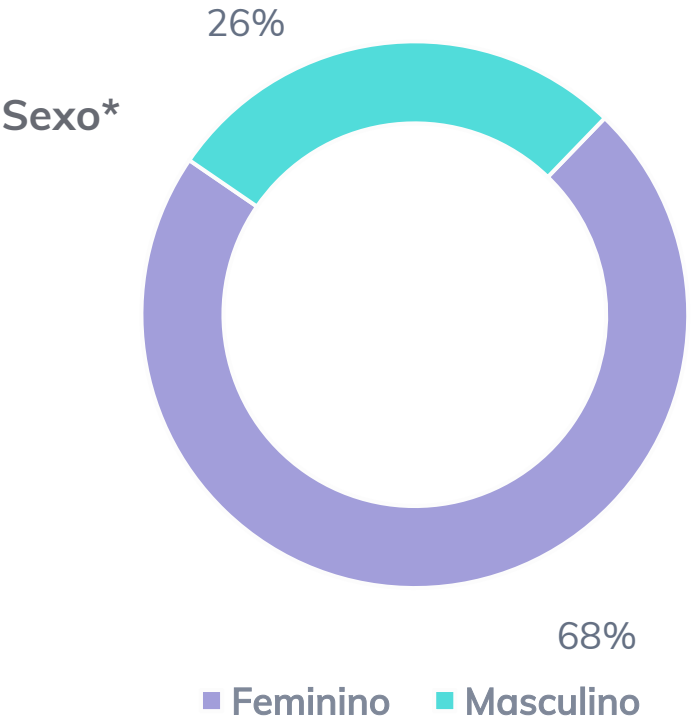
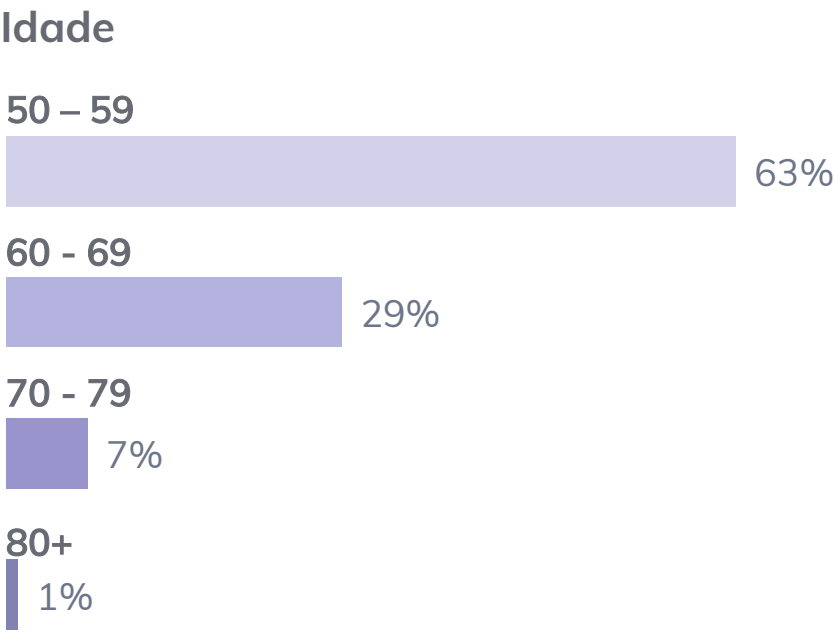
Metodologia

07



Perfil da amostra

O estudo sobre os Maduros ocorreu entre os dias 26 de fevereiro e 12 de março de 2019 e contou com uma amostra de 534 respondentes do nosso painel, vindo da rede social do MeSeems e de esforços do Hype 60+ nas redes sociais e a partir de listagens de e-mail.



*6% preferiu não declarar





Essas foram apenas algumas das nossas descobertas.

Quer ter acesso ao estudo completo?

Entre em contato com a gente ;)
atendimento@mindminers.com



Apoio:



Amo
Minha
Idade



SHARP





MINDMINERS

Questione mais.