

AFEMI

Associação Feminina das Servidoras Públicas do Brasil

20 de Janeiro de 2011

Terceira Idade

Leia este mês:

- Sexualidade e Exercícios Físicos na Meturidade
- 10 Dicas de Aromaterapia para a melhor idade
- Preparando a casa para a chegada da terceira idade "Chega a velhice um dia... E a gente ainda pensa. Que vive... E adora ainda mais a vida!"
- A procura de própria identidade
Publicidade para idosos merece cuidados especiais
- Cérebro Melhor aponta para importância das reservas cognitivas
- Cuidados específicos na terceira idade auxiliam na prevenção de quedas
Idosos religiosos têm menos transtornos mentais
- Moda específica para idosos quase não existe, aponta estudo

[Destaques AFEMI](#)

[O que é AFEMI?](#)

[Palavra da Presidente](#)

[Ação Social](#)

[Mural](#)

[Beleza](#)

[Comportamento](#)

[Entretenimento](#)

[Política](#)

[Saúde](#)

Publicidade para idosos merece cuidados especiais



A população idosa no Brasil está em franca expansão e em breve deverá representar cerca de 36 milhões de pessoas, na sua maioria mulheres, que vivem em áreas urbanas, particularmente nas grandes metrópoles, segundo projeções do estatístico e pesquisador Manoel A. Costa, PHD pela London School of Economics. A tendência também aponta para um crescimento do número de idosos que moram sozinhos e, desse modo, se mantêm ativos como consumidores.

Neste cenário, como revelam os trabalhos publicados pela geógrafa Elza Berquó, essa população irá requer atenção para que as cidades e as empresas se aparelhem para poder oferecer recursos, produtos e serviços de variadas ordens demandados pelos idosos. Como a legislação nem sempre aborda essa população que possui necessidades particulares e, frequentemente especiais, ao contrário do que ocorre com crianças e adolescentes, é recomendável que tanto esses consumidores quanto as empresas e prestadoras de serviços que os atendem adotem práticas transparentes e uma boa dose de cautela para evitar transtornos de ambas as partes.

Esse é o caso, por exemplo, da publicidade de produtos, serviços e até itens financeiros (crédito consignado, pagamento de contas por débito automático, etc) voltada para idosos, que requer uma série de cuidados muitas vezes ignorados pelas empresas. Como o idoso pode se proteger para não se deixar ludibriar por uma propaganda? Como prestadores de serviços, estabelecimentos comerciais e financeiros e até agências de publicidade devem proceder na para não se envolver em problemas desnecessários em razão de equívocos nas peças ou campanhas publicitárias destinadas a esse público alvo? Que cuidados as duas partes devem tomar? Como o Conar (órgão que faz a auto-regulação de peças publicitárias) pode contribuir? O que está e não está previsto na legislação?

Esses e outros temas relacionados estão no foco das discussões e das preocupações dos profissionais do escritório de advocacia **Braga Nascimento & Zílio**, que podem falar a respeito desse e de outros temas.