

# O Brasil imita o Japão

Francisco Gracioso\*

Um relatório recente do Banco Mundial, distribuído no Rio de Janeiro, divulgou dados impressionantes sobre a rapidez do envelhecimento da população brasileira, no confronto com outros grandes países do mundo. Até mesmo os observadores bem informados foram apanhados de surpresa pelos efeitos que esse envelhecimento poderá ter na estrutura social, desenvolvimento econômico e qualidade de vida dos brasileiros nas próximas décadas.

Segundo o relatório, a idade média dos brasileiros era de 18,6 anos em 1970, passou para 29 anos em 2010 e chegará a 45,6 anos em 2050. Naquele ano, os idosos acima de 60 anos representarão quase 30% da população brasileira e o País terá atingido um grau de envelhecimento superior ao do Japão de hoje, reconhecido como o país mais envelhecido do mundo.

Para completar, na média anual entre 2045/2050 nascerá pouco mais da metade das crianças que nasceram na média entre 2000/2005 (2,1 milhões de nascimentos contra 3,6 milhões).

Seria desnecessário nos determos aqui nas conseqüências de todo tipo que advirão dessa nova realidade. Mas, limitando-nos ao mundo do marketing e da publicidade, eis algumas das conseqüências previsíveis:

1. Menor predisposição à inovação e às mudanças. É sabido que as pessoas mais velhas resistem mais a tudo que é novo, pois têm receio das mudanças. Cada vez mais os lançamentos de produtos e outras inovações deverão levar em conta essa resistência crescente.

2. Preferência por apelos racionais. Há vários estudos que mostram que os países mais jovens preferem apelos emocionais nos

comerciais, enquanto os países mais envelhecidos preferem argumentos racionais e lógicos. Isso não significa que esses argumentos mais racionais devam ser menos criativos, mas trata-se aqui de um novo tipo de criatividade.

3. Mudanças no orçamento familiar. As famílias tenderão a preferir casas e apartamentos menores, carros compactos e mais despesas com o lazer do casal. Haverá menos obrigações quanto à educação dos filhos, pois o número médio de filhos já caiu para menos de dois por casal e continuará a cair nos próximos anos.

4. Mais poupança. À medida que envelhece, a população tende a preocupar-se mais com o futuro e haverá uma explosão dos planos privados de aposentadoria e pensão, entre outras formas de poupança. Os planos privados de saúde também deverão crescer bastante nos próximos anos.

Enfim, estamos diante de uma realidade que nunca enfrentamos antes. Até mesmo o "casting" dos comerciais deverá mudar progressivamente com a inclusão de modelos cada vez mais velhos. E os hábitos atribuídos aos jovens terão de ser cuidadosamente revistos.

Na verdade, os próximos anos verão mudanças até mesmo na estrutura etária das agências de propaganda. Hoje em dia, a criação está confiada em grande parte a jovens criadores na casa dos 20 anos, cujas idéias têm mais sintonia com o público jovem. Mas à medida que as pessoas envelhecem, as agências deverão também amadurecer, se quiserem continuar em sintonia com o mercado. É muito possível que a atual geração Y seja substituída, em poucos anos, por protótipos de jovens de sucesso cada vez mais velhos.

"Conselheiro da ESPM