
Comunicação para a dignidade humana

Eduardo Cesário Ribeiro JORNALISTA SÓCIO-DIRETOR DA JORNALISTAS EDITORA E MEGA BRASIL COMUNICAÇÃO
24 de junho de 2025

Desde o início da vida humana, a comunicação tem desempenhado um papel estratégico, seja do ponto de vista de sobrevivência, como de transmissão de conhecimentos e culturas, seja no estabelecimento de relações e parcerias saudáveis e duradouras. É por meio da comunicação que interagimos com outras pessoas, que cuidamos das pessoas amadas, somos educados, ensinamos, emitimos alertas, tentamos sensibilizar e influenciar pessoas e atores sociais ao longo de nossas vidas. E muito mais.

Já para as organizações sociais, a comunicação é um fator essencial porque é por meio dela que conseguem mobilizar a sociedade para suas causas, implementar ações de captação de recursos, fazer a sensibilização e gestão de voluntários, influir em políticas públicas e estabelecer parcerias estratégicas. Assim, a sustentabilidade financeira e propósito social de uma entidade sem fins lucrativos passa pela habilidade de estabelecer e promover conexões positivas e influentes.

Hoje o mundo enfrenta uma realidade importante e que não tem tido a devida importância por parte de diversos atores sociais. Refiro aqui ao combate ao etarismo. Esse combate é necessário porque precisamos valorizar e promover iniciativas que promovam mais justiça, bem-estar e dignidade humana.

O preconceito do etarismo tem deixado executivos e profissionais experientes, na faixa de 50+, à margem do mercado de trabalho. Realidade perversa, que impede a riqueza da mescla entre as diversas faixas etárias, de todos os gêneros e de todas as raças, capaz de tornar a sociedade melhor, mais respeitosa e humana e mais produtiva. E isso acontece justamente depois que a pessoa passou a vida inteira lutando por mais conhecimento, por ter contribuído para a riqueza do país, por ter pago impostos e por ter contribuído uma melhoria no capital social e humano da nação.

Estudo da Organização Mundial de Saúde (OMS) aponta que, em 2030, o Brasil terá a quinta população mais idosa do mundo. Atualmente, há 54 milhões de brasileiros na faixa etária dos 50 anos, quase um quarto da população. Segundo estudo da Fundação Getúlio Vargas (FGV), em 2040, 57% da força de trabalho do País será composta por pessoas acima dos 45 anos. O IBGE prevê que, em duas décadas, as pessoas com mais de 60 anos serão maioria no Brasil.

A mesma preocupação extrapola nossas fronteiras. Susan Golden no livro *“Stage (Not Age): How to Understand and Serve People Over 60 - the Fastest Growing, Most Dynamic Market in the World”* afirma que atualmente as pessoas com mais de 60 anos já compõem um mercado global de 22 trilhões de dólares. Oportunidade comercial pronta para ser desbravada por empresas que repensem a forma de distinguir os mais experientes.

Por isso, executivos e empreendedores da comunicação corporativa brasileira reuniram-se para criar o “**Movimento bstory - A experiência que transforma**”. Uma iniciativa do Gecom – Grupo Empresarial de Comunicação em parceria e sob a liderança dos executivos Paulo Marinho e Daniel Marinho. O empreendimento nasce com o objetivo de dar protagonismo e apoio a essa faixa cada vez mais numerosa da sociedade, bem como reconhecer, valorizar e compartilhar experiências, histórias e legados de pessoas e instituições de setores relevantes na sociedade, tendo como foco e objetivo maior o combate ao etarismo.

O intuito é construir um movimento dinâmico e abrangente capaz de reunir esses profissionais em torno de um ecossistema de disseminação, troca, diálogos e escutas com vista a missão de valorizar a experiência e o talento profissional e, do mesmo modo, combater o etarismo e os preconceitos nele embutidos. E ainda permitir a conexão do Brasil com outros mercados, fortalecendo internacionalmente a reputação do País nas discussões e trocas sobre o tema.

Junte-se ao Movimento bstory para mudar essa realidade. Use o poder da comunicação para sensibilizar as pessoas de seu círculo social e mudar o cenário que temos hoje no Brasil e no mundo. “A união faz a força” não é só um ditado popular, mas sim uma realidade que faz a diferença, sobretudo quando as intenções são positivas. Se você meu leitor não estiver nos 50 anos ou mais, um dia estará. Qual futuro você quer para você quando tiver 50 anos? Você tem sede de quê? Você tem fome de quê? Mãos à obra!
