

A Melhor Idade e o Potencial da Publicidade: Sobre os novos hábitos de consumo em e-commerce no brasil

Jaqueline de Aquino Jesus

RESUMO

Com o envelhecimento da população, entende-se que a melhor idade vem ganhando espaço não apenas nos clubes de entretenimento ou nas salas das universidades, mas principalmente nos espaços online da internet “dos jovens”. Sendo um assunto ainda pouco estudado e explorado pelas organizações, a melhor idade, hoje, passa por dois momentos: (a) dificuldades diárias durante sua tentativa de interação com sites e aplicativos na internet; e (b) a cada dia cresce o número de idosos que buscam conhecimentos em informática, para se adaptarem aos novos modelos de comunicação, entretenimento e compra de uma sociedade cada vez mais digital. Com essas temáticas, o projeto de estudo versará sobre os três temas: Melhor Idade, Publicidade e E-commerce, e, assim, encontrar respostas que nos levem a compreender o papel da publicidade e analisar o potencial que ela possui diante desse cenário de encontro e desencontro entre o online e a melhor idade.

Palavras Chave: Melhor Idade, Terceira Idade, Publicidade, E-commerce, Consumidor Online.

<http://www.fapcom.edu.br/wp-content/uploads/2016/05/3-A-Melhor-Idade-e-o-Potencial-da-Publicidade-sobre-os-novos-ha%CC%81bitos-de-consumo-do-e-commerce-do-Brasil-Jaqueline-de-Aqui1.pdf>