



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN**

CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA

**EXPECTATIVA E REALIDADE NO VESTUÁRIO DA MULHER IDOSA: PESQUISA
COM UM GRUPO DE PRÁTICAS FÍSICAS EM CAMARAGIBE/PE**

**RECIFE
2020**

CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA

**EXPECTATIVA E REALIDADE NO VESTUÁRIO DA MULHER IDOSA: PESQUISA
COM UM GRUPO DE PRÁTICAS FÍSICAS EM CAMARAGIBE/PE**

Dissertação de Mestrado apresentada ao
Programa de Pós-graduação em Design
da Universidade Federal de Pernambuco
como parte dos requisitos para obtenção
do título de Mestre em Design

Área de concentração: Planejamento e
contextualização de artefatos

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Kátia Medeiros de
Araújo

RECIFE

2020

Catálogo na fonte
Bibliotecária Nathália Sena, CRB-4/1719

P436e	Pereira, Crisna Caroline Alves Expectativa e realidade no vestuário da mulher idosa: pesquisa com um grupo de práticas físicas em Camaragibe/PE / Crisna Caroline Alves Pereira. – Recife, 2020. 108f.: il. Orientadora: Kátia Medeiros de Araújo. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Design, 2020. Inclui referências, apêndices e anexos. 1. Moda. 2. Vestuário. 3. Idoso. 4. Mulher. I. Araújo, Kátia Medeiros de (Orientadora). II. Título. 745.2 CDD (22. ed.) UFPE (CAC 2021-13)
-------	---

CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA

**EXPECTATIVA E REALIDADE NO VESTUÁRIO DA MULHER IDOSA: PESQUISA
COM UM GRUPO DE PRÁTICAS FÍSICAS EM CAMARAGIBE/PE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestra em Design.

Aprovada em: 30/01/2020.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Kátia Medeiros de Araujo (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^a. Dr^a. Maria Alice Vasconcelos Rocha (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^a. Dr^a. Maria Grazia Cribari Cardoso (Examinadora Externa)
Universidade Federal Rural de Pernambuco

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, pela saúde, a força e a persistência a mim concedidas.

Aos meus pais, Aleudo e Lenilda, pelo apoio incondicional durante todo o percurso da pesquisa.

Aos meus familiares, amigos e amigas pela compreensão nos momentos mais difíceis, em especial à minha avó Ana (in Memoriam), que inspirou esta pesquisa, mas nos deixou muito cedo e não pôde vê-la concluída.

E a todas as mulheres que já sofreram com os preconceitos da sociedade, seja pela idade ou por qualquer outro motivo. Que este trabalho possa contribuir para um melhor futuro para nós.

AGRADECIMENTOS

O desenvolvimento do projeto de pesquisa que resultou na presente dissertação não seria possível sem a contribuição de diversas pessoas e instituições, que auxiliaram de diversas maneiras ao longo das etapas da sua execução.

Agradeço primeiramente à Prof^a. Kátia Medeiros de Araújo, pelo aceite em orientar a presente pesquisa, pelas ricas contribuições ao meu trabalho, e pela força e paciência dedicadas a mim.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela concessão da bolsa de estudos.

Às professoras Maria Alice Vasconcelos Rocha e Maria Grázia Cribari Cardoso, pelas enriquecedoras contribuições apresentadas durante o processo de qualificação do presente trabalho de pesquisa.

A todos os professores do Programa de Pós-graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), em especial àqueles com quem tive a oportunidade de trocar conhecimentos durante as disciplinas que contribuíram para o engrandecimento do trabalho.

À instituição de pesquisa Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), por possibilitar a execução deste trabalho de pesquisa, e a todos os seus funcionários, pelo apoio e por proporcionar um ambiente propício para o desenvolvimento desta dissertação.

À colega de mestrado Tamires Souza Coutinho, pelo apoio e auxílio no momento do desenvolvimento da metodologia do projeto e da submissão ao Comitê de Ética.

Aos meu pais, José Aleudo Amaro Pereira e Lenilda Alves da Silva Pereira, e à amiga e colega de mestrado Amanda Menezes Dounis, por suas contribuições, insights e opiniões durante o processo de escrita e execução da presente dissertação.

RESUMO

As mudanças nas taxas de natalidade e expectativa de vida provocam alterações na estrutura etária da sociedade em todo o mundo e ampliam os desafios vividos pelas pessoas idosas. Através de pesquisa com um grupo de mulheres de camadas populares praticantes de exercícios físicos no SESI da cidade de Camaragibe, no estado de Pernambuco - Brasil, propõe-se a compreender as estratégias de uso de vestuário de mulheres idosas, diante da oferta de produtos baseada em um sistema da moda excludente. A estratégia metodológica se pautou pela abordagem qualitativa, por meio de estudo de bibliografias nas disciplinas de saúde, ciências sociais, moda e consumo, através do qual foram identificados e abordados criticamente os conceitos de envelhecimento, envelhecimento ativo, indústria do antienvelhecimento, feminilidade, mulher idosa, democratização da moda, funções do vestuário, consumo e apropriação, procedendo-se à observação de cunho etnográfico e a entrevistas semiestruturadas com mulheres integrantes do grupo selecionado. O estudo apreendeu a existência de um código do uso de vestuário baseado nas expectativas sociais em relação à imagem idealizada da mulher idosa. Constatou-se que essas consumidoras utilizam estratégias de compras em lojas populares, que oferecem modelos variados não direcionados às suas necessidades enquanto público-alvo; entretanto, acessando a diversidade de estilos ofertados, as participantes buscam possibilidades de adequação a seus padrões e necessidades práticas. Concluiu-se que as roupas e práticas de vestuário do grupo de mulheres idosas pesquisado funcionam como instância de comunicação não-verbal da discriminação baseada na idade e na condição social e de gênero que permeia a cultura na qual estão inseridas, expressando também suas estratégias de identificação.

Palavras-chave: Moda. Vestuário. Idoso. Mulher.

ABSTRACT

Changes in birth rate and life expectancy cause alterations in society's age structure in the whole world and amplify life challenges for elderly people. Throughout a research with a group of women provenient of lower classes, participants of physical exercises at SESI in the city of Camaragibe, state of Pernambuco, in Brazil, It proposes to comprehend elderly women strategies in their wearing of clothing, as a result of an excluding fashion based system. Methodological strategy was based in a qualitative approach, by means of studying health, social science, fashion and consumption literature, concepts of ageing, active ageing, antiageing industry, femininity, elderly woman, fashion democratization, garment functions, consumption and appropriation were indentified and crytically addressed, proceededing to an observation of an ethnographic nature and semi-structured interviews with women participating in the aimed group. The research aprehended the existence of a code in the wearing of clothing, based in social expectations related to the ideals of elderly woman's image. In this context it was found that those consummers use strategies by means of buying apparel in popular stores, that offer a variety of types of clothes not directed to their needs as a target; although, by accessing the diversity of styles offered by them, the participants search possibilities of adequation to their standards and practical needs. It concluded that the clothes and the apparel wearing of the researched elderly women group work as an instance of non-verbal communication of ageism and of the social condition and gender that permeate the culture to which they belong, also expressing their identitification strategies.

Keywords: Fashion. Apparel. Elderly. Woman.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	A escritora Joan Didion em campanha de 2015 da grife Celine	41
Figura 2 –	Mulheres idosas em campanha de 2015 da grife Dolce&Gabbana .	41
Figura 3 –	Modelos de idades variadas aparecem juntas em campanha de 2011 da Marks & Spencer.....	41
Figura 4 –	Lyn Slater, blogueira e digital influencer de 66 anos.....	42
Figura 5 –	Iris Apfel, empresária, designer de interiores e digital influencer de 98 anos	42
Figura 6 –	A jornalista e consultora de moda Glória Kalil, de 76 anos, e a empresária e consultora de moda Constanza Pascolato, de 80 anos	43
Figura 7 –	Participantes e instrutora em dias de prática de pilates	56
Figura 8 –	Alunas dos grupos de hidroginástica e pilates trocam presentes celebrando o dia das mães em 2018	63
Figura 9 –	Alunas dos exercícios em café da manhã organizado durante um dia de exercícios	63
Figura 10 –	Alunas e instrutoras dos exercícios em uma festa de fim de ano em dezembro de 2018 (da esq. para a dir. são alunas idosas a 1ª, 4ª, 5ª, 7ª e 8ª).....	63
Figura 11 –	Looks de Fátima Bernardes em seu programa na TV Globo	83
Figura 12 –	Looks de Ana Maria Braga em seu programa na TV Globo.....	83

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	O ENVELHECIMENTO E SEUS DESAFIOS	16
2.1	Saúde e o processo de envelhecimento	18
2.2	O idoso no século XXI	20
2.3	Mulher e envelhecimento	24
2.4	A percepção do que é ser idoso	27
2.5	O idoso como público-alvo	28
2.6	A oferta de produtos de vestuário para a mulher idosa	29
3	MODA, VESTUÁRIO E A MULHER IDOSA	32
3.1	O vestuário como comunicação através da história	33
3.2	A questão cultural e social e a indumentária	36
3.3	Funções do vestuário e critérios práticos de escolha	38
3.4	A mulher idosa e a moda	39
4	SÍNTESE TEÓRICA E CONSTRUÇÃO METODOLÓGICA	46
5	ESTUDO DE CASO: GRUPO DE PRÁTICAS FÍSICAS DAS SENHORAS DA VILA DA FÁBRICA – CAMARAGIBE/PE	54
5.1	Estratégias de Aquisição	58
5.2	Na intimidade e fora de casa	64
5.3	Vestuário da mulher idosa, autonomia e gênero	66
5.4	Como devem ser as roupas das senhoras?	69
5.5	O desafio de se vestir bem	75
5.6	Análise e resultados	79
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	85
	REFERÊNCIAS	90
	APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA APLICADA ÀS PARTICIPANTES DA PESQUISA	94
	APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLA- RECIDO (TCLE) CONFORME ASSINADO PELAS PARTICIPANTES DA PESQUISA.....	96

ANEXO A – PARECER CONSUBSTANCIADO DO COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA DA UFPE (UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO) PRIMEIRA VERSÃO	98
ANEXO B – PARECER CONSUBSTANCIADO DO COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA DA UFPE (UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO) SEGUNDA VERSÃO.....	102
ANEXO C – PARECER CONSUBSTANCIADO DO COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA DA UFPE (UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO) TERCEIRA VERSÃO	106

1 INTRODUÇÃO

No momento atual fala-se cada vez mais sobre os idosos. As mudanças ocorridas na pirâmide etária mundial têm chamado a atenção de diversos setores da sociedade, porém não necessariamente se refletindo em melhorias para essa categoria. Esta pesquisa foi realizada por uma pessoa que acompanhou de perto uma familiar idosa e que, sendo uma profissional formada na área de moda, percebeu o descaso dessa indústria com o público de idade mais avançada.

Não é preciso ser tão próximo da indústria da moda e do vestuário para perceber o distanciamento mantido pela mesma em relação aos idosos, mas ao presenciar as tribulações encontradas por essas mulheres na prática, essa discrepância fica mais evidente. Foi ao acompanhar esta familiar idosa em um dia de compra de roupas que as dificuldades sofridas por ela ao tentar conseguir um vestido para uma festa tornaram perceptível a pertinência de um estudo nessa área.

O contato com o grupo de mulheres que praticam exercícios no Sesi de Camaragibe, em Pernambuco, acentuou ainda mais a percepção de que os idosos têm buscado, cada vez mais, ter uma vida mais saudável. A observação do vestuário dessas mulheres também contribuiu para ampliar o interesse da pesquisadora no assunto, e então surgiu a ideia de realizar a pesquisa a partir da observação realizada no dia a dia das práticas de exercícios.

A relevância do tema se dá pelo fato de que houve um aumento na quantidade de pessoas idosas em todo o mundo nas últimas décadas, e que deve se acentuar ainda mais até a metade do século XXI (UNFPA, 2012). Os avanços da medicina têm possibilitado que as pessoas além de viverem mais, também possam cuidar melhor de sua saúde e ter uma participação mais ativa na sociedade. Porém, essa mudança não aboliu automaticamente as dificuldades vividas nesta fase da vida. As políticas públicas voltadas para o idoso, por exemplo, ainda necessitam de muitas melhorias, e o próprio processo de gradativo envelhecimento social tem provocado alterações nos sistemas previdenciários ao redor do mundo que prejudicam os próprios contribuintes.

Infelizmente os poucos avanços já conquistados também ainda não mudaram completamente a visão da sociedade sobre as pessoas idosas e o envelhecimento a uma idade avançada, que continuam sendo vistos por uma ótica negativa. Essa visão tende a tratar o coletivo idosos de uma forma homogeneizada, desconsiderando

fatores internos e externos. Fatores genéticos, cuidado com a saúde, até o nível de escolaridade, todos são exemplo de variáveis que influenciam no processo de envelhecimento. Como resultado vivemos em uma realidade que, por um lado, marginaliza os idosos e os coloca em uma posição socialmente inferior, e por outro, prega um ideal de juventude, que deve ser seguido por todos, mesmo os mais velhos. Em resumo, a juventude está no topo da hierarquia das categorias etárias, e deve ser o objetivo maior de todos, não importa quão irreal ele seja. A maneira como uma determinada sociedade lida com o envelhecimento diz muito sobre a mesma e tem relação direta com o modo de viver dos seus idosos. A ideia de velhice é uma construção social, e um aspecto muito importante do processo envolve a relação entre o comportamento de uma pessoa e o que o grupo do qual faz parte espera dela.

Para as mulheres existe um agravante, que envolve os ideais de feminilidade e sua consequente perda durante o envelhecimento. As mudanças pelas quais passa o corpo, com o avanço da idade, tendem a ser consideradas mais negativas para as mulheres do que para os homens. Existe uma indústria do antienvelhecimento, que movimenta bilhões de dólares ao redor do mundo, incentivando o combate às rugas e a qualquer outro sinal do avanço etário sobre o corpo. Em termos de saúde, as mulheres também têm uma tendência a sofrerem mais com doenças crônicas, o que pode trazer mais obstáculos ao processo de envelhecimento. Socialmente, a mulher ainda sofre com a hierarquia subentendida entre os gêneros, que tende a diminuir e desvalorizar tudo que é relacionado ao feminino, e a situa em uma posição desvantajosa em relação ao homem. Todos esses estigmas tornam-se mais proeminentes durante a velhice.

Quando tratamos de moda, império da novidade e, consequentemente, da juventude, observamos uma indústria que mantém os idosos à parte. Muito pouco se vê pessoas mais velhas em publicidades de moda ou como digital influencers, mas mesmo quando elas aparecem, apresentam um estilo de vida de luxo e elegância, que em nada se relaciona com a vida e o dia a dia da maioria das pessoas idosas. Na realidade prática da venda de vestuário, tampouco se vê uma produção voltada a esse público. Os modelos e modelagens apenas consideram pessoas mais jovens, seus corpos e seus estilos de vida.

Este estudo pretende ser uma maneira de visibilizar a condição das mulheres idosas e explicitar como a moda e a indústria de vestuário corroboram para uma visão estigmatizada do envelhecimento. Visamos apresentar a designers, estilistas e às

indústrias de vestuário uma imagem real de mulheres idosas comuns, de classe social baixa e média-baixa, e de seus desafios no uso de peças de vestuário. Trata-se de um grupo pouco valorizado pela moda, pois não possuem alta renda discricionária disponível para consumir. Ainda assim, sendo consumidoras, destacamos que essas mulheres não estão tendo suas necessidades atendidas. O trabalho objetiva, portanto, construir uma perspectiva crítica que contribua para a democratização do olhar da moda.

Para tratar do tema abordado, consultamos livros, artigos científicos e reportagens de revistas e jornais, visando elucidar conceitos sobre envelhecimento, moda e vestuário. A produção bibliográfica debatida na pesquisa (BARTHES, 2009; BAUDRILLARD 1981; BELO, 2013; 2016; BORGES, 2015; CALASANTI, 2015; CALASANTI E KING, 2018; CRANE, 2006; CUCHE, 1999; DEFALCO 2010; JONES, 2011; LAVER, 1989; LIMA; SILVA; GALHARDONI, 2008; MILLER, 2012; NERY, 2009; SCHNEIDER ; IRIGARAY, 2008; SIMMEL, 1904; 2014, entre outros) trata das diferentes definições de idade (cronológica, biológica, social e psicológica), envelhecimento ativo/ bem-sucedido, discriminação baseada na idade, feminização da velhice, sistema da moda, vestuário como comunicação não-verbal, democratização do vestuário, funções da vestimenta, critérios práticos na escolha de vestuário, e outros assuntos pertinentes e relacionados à situação atual do idoso, em especial da mulher idosa. O foco da busca bibliográfica recaiu sobre o envelhecimento e a forma como a moda e o vestuário se relacionam com este processo sob ótica da ciência, nas dimensões biológica, socioeconômica, antropológica e psicológica.

Ao longo do período de pesquisa bibliográfica foi possível perceber que existe uma discriminação baseada na idade direcionada aos idosos, que neste caso se une ao sexismo, que já acompanha as mulheres ao longo da vida. Quando tratamos da moda, este preconceito aparece no fato de que a mulher idosa tem dificuldades de encontrar peças de vestuário que considerem adequadas a elas. O problema fica perceptível quando vemos que muitas mulheres idosas compram em lojas que vendem peças para mulheres mais jovens. Na realidade, existem poucas lojas que consideram mulheres de idade mais avançada como sendo seu público-alvo, e as poucas que existem muitas vezes ofertam peças com a imagem tradicional, e frequentemente antiquada, que se faz da mulher acima dos 60 anos.

Desta maneira, não é incomum ver mulheres mais velhas provando peças que elas consideram esteticamente agradáveis, mas que não servem em seus corpos.

Afirma-se hoje em dia que vivemos uma democratização da moda, mas vemos que as mulheres em idade avançada dificilmente conseguem comprar as roupas que realmente desejam, pelo menos não sem passar por longas sessões de prova de vestuário.

Após a constatação desta problemática, a presente pesquisa foi desenvolvida objetivando compreender as estratégias de uso de vestuário de mulheres idosas, em função da oferta de produtos baseada pelo sistema da moda. Para tanto, foram observadas as práticas de vestuário de mulheres idosas participantes de atividades físicas (pilates e/ou hidroginástica) no clube social do Sesi, bairro da Vila da Fábrica no município de Camaragibe, Pernambuco. A escolha do objeto visou compreender quais são as estratégias de uso de vestuário utilizadas pelas mulheres idosas participantes nas atividades do clube, uma vez que o mercado de vestuário, baseado no sistema da Moda, não prioriza este nicho como público-alvo de sua produção.

Para que o objetivo geral desta pesquisa fosse atingido, percorremos, ao longo do estudo, os seguintes objetivos específicos:

- Entender o processo de envelhecimento em relação aos aspectos biológicos;
- Identificar a posição social do idoso na atualidade, em especial da mulher idosa;
- Contextualizar, através de fatos históricos, o uso de vestuário como forma de comunicação;
- Apresentar a abordagem teórica sobre o funcionamento da moda e sua relação com o uso de vestuário da mulher idosa;
- Analisar os hábitos de uso de vestuário de mulheres idosas.

Trata-se de um estudo de caso, de abordagem qualitativa, tendo por método a Análise de Discurso, através da qual buscamos compreender, sobretudo por meio do recurso a entrevistas, mas também pela possibilidade de convivência e observação participante no grupo de práticas de exercícios físicos do Sesi de Camaragibe, a linguagem fazendo sentido nas explicações das senhoras pesquisadas sobre suas roupas, assumindo-se que não há neutralidade na fala, tal como afirmado pela semiologia barthesiana. Assim, coleta de dados foi procedida através de observação de um grupo de mulheres praticantes de exercícios e posterior aplicação de

entrevistas semiestruturadas com 7 informantes, selecionadas por amostragem não-probabilística e pela possibilidade de acesso e anuência das entrevistadas.

Esta dissertação foi estruturada em seis capítulos, que abordam conceitos sobre envelhecimento e posição social do idoso na sociedade, principalmente mulheres idosas, e a relação da moda com o uso de vestuário das mesmas.

O primeiro capítulo se trata da Introdução, que apresenta a justificativa, o problema de pesquisa, os objetivos e a relevância do estudo.

O segundo capítulo, denominado “O Envelhecimento e Seus Desafios”, apresenta dados e conceitos importantes sobre o processo de envelhecimento e sua imagem negativa na sociedade, bem como o crescimento da população idosa e as mudanças pelas quais tem passado esta categoria etária, mais especialmente as mulheres.

O terceiro capítulo, intitulado “Moda, Vestuário e a Mulher Idosa”, discorre sobre conceitos das áreas de moda e vestuário relevantes ao objeto de estudo, mais especificamente sobre o uso de vestuário como comunicação não-verbal, e sua relação com o uso de vestuário da mulher idosa.

O quarto capítulo, denominado “Síntese Teórica e Construção Metodológica”, trata dos procedimentos metodológicos empregados na pesquisa, explicitando a abordagem, a tipologia do estudo, o universo e a amostra, o instrumento de coleta e o método de análise; e sintetiza os conceitos mais importantes abordados nos capítulos anteriores.

O quinto capítulo, nomeado “Estudo de Caso: Grupo de Práticas Físicas das Senhoras da Vila da Fábrica – Camaragibe/PE”, apresenta as informações sobre grupo estudado na pesquisa, as informantes, e os principais dados coletados a partir das observações e entrevistas, acompanhados das discussões, a análise e os resultados.

O sexto capítulo discorre sobre as Considerações Finais, respondendo ao problema de pesquisa e aos objetivos apresentados no início da investigação. Nele estão contidos os desafios e triunfos da pesquisa, os consensos e contradições apreendidos ao longo do trabalho de campo e recomendações para a produção científica posterior, que possa vir a utilizar esta pesquisa como base.

Na parte final do trabalho encontram-se as Referências Bibliográficas, os Apêndices e Anexos de documentos importantes para a pesquisa.

2 O ENVELHECIMENTO E SEUS DESAFIOS

Iniciaremos a presente pesquisa tratando da temática do envelhecimento. Apesar de entendermos que esta formatação, na qual iniciamos o trabalho de pesquisa falando sobre o objeto empírico, não é usual, esta decisão se deu pela forma como a pesquisa foi desenvolvida. Ela foi iniciada como uma pesquisa exploratória, e foi a partir da convivência com pessoas idosas que as reflexões aqui contidas surgiram. Por esta razão, consideramos importante apresentar o universo no qual ela se passa antes de adentrar os conceitos do tema, principalmente para que fique explícita a relação destes conceitos com a realidade apresentada na pesquisa. Por isso este capítulo visa apresentar reflexões sobre o processo de envelhecimento, e seu papel na sociedade atual, a título de contextualização dos problemas com os quais o grupo estudado precisa lidar.

No século XXI as sociedades têm se deparado com uma realidade diferente com relação ao idoso. Os censos preveem uma inversão na pirâmide etária que já começou e tende a ficar mais pronunciada nas próximas décadas. Segundo um relatório do *United Nations Population Fund*¹ (UNFPA; 2012) uma a cada nove pessoas no mundo tem 60 anos ou mais, e as projeções indicam um aumento para uma a cada cinco em 2050. Ainda segundo o relatório da UNFPA (2012) a maior parte dessa população é formada por mulheres: em 2012 a cada 100 mulheres com mais de 60 anos havia 84 homens, valor que cai para 61 homens a cada 100 mulheres com mais de 80 anos. Essa mudança na quantidade de pessoas idosas se deve não só aos avanços da medicina, mas também a uma alteração na forma de ver o envelhecimento. A redução das taxas de natalidade também contribuiu para que nos encaminhe para uma sociedade envelhecida. Entretanto não é possível afirmar que haja uma consonância de pensamentos em relação ao envelhecimento e ao ser idoso.

Neste estudo vamos considerar pessoa idosa como aquela que possui 60 anos ou mais, como geralmente é utilizado pela *World Health Organization*² (WHO, 2002) e pelo Estatuto do Idoso (BRASIL, 2013), criado pelo Governo Brasileiro no ano de

¹ UNFPA é a agência de saúde sexual e reprodutiva da Organização das Nações Unidas (ONU). <<https://www.unfpa.org/about-us>>. Acesso em: 30 set. 2018.

² Em português Organização Mundial da Saúde (OMS). Ao longo do estudo é possível que seja referida por ambas as siglas, dependendo do idioma original do documento que está sendo citado.

2003, que também define que, no Brasil, a pessoa é considerada idosa a partir dos 60 anos, quando passa a gozar de prioridade em vários aspectos, e tendo assegurado o direito à vida, saúde, educação, lazer, trabalho, dignidade, respeito, dentre outros.

Ainda assim o envelhecimento segue sendo um tema que gera muitas controvérsias e que causa as mais variadas reações. Segundo Lima, Silva e Galhardoni (2008) diversos estudos em gerontologia mostram que o próprio idoso tende a ter uma percepção positiva em relação à satisfação com a vida, mesmo o estereótipo da velhice sendo tão negativo. Na verdade, o envelhecimento é um processo que existe ao longo de toda a vida. Mesmo antes do nascimento o ser humano já está em processo de envelhecimento, mas o mesmo acaba sendo mais evidenciado com a aproximação do fim da vida. É por isso que qualquer iniciativa que busque disponibilizar ao idoso uma vida mais confortável é também uma iniciativa pelo jovem de hoje e que será parte da futura população idosa.

Nas circunstâncias atuais, porém, essa alteração na estrutura social está causando atritos em diversos países, principalmente por causa da Previdência Social. Entende-se que, se os idosos hoje vivem mais, eles também têm a capacidade de produzir prolongada. Soma-se a isto o fato de que, em breve, teremos mais idosos aposentados do que pessoas mais jovens produzindo e contribuindo com a Previdência Social, o que causaria um desequilíbrio financeiro nas contas dos governos. Por esse motivo Reformas da Previdência Social estão acontecendo em diversos países (RAE, 2019; CAILHOL; KRISTANADJAJA, 2019) e, não só os idosos de hoje, mas também as pessoas mais jovens, idosos do futuro, têm a probabilidade de se aposentarem cada vez mais tarde ampliada, e ainda há muito a ser melhorado em relação às políticas sociais voltadas para esse grupo. Segundo Belo (2016) essa teoria desconsidera que os idosos do futuro tendem a ser mais saudáveis e, por consequência, menos dependentes do sistema de saúde.

Estando aposentado ou não, porém, é possível perceber que o idoso do século XXI tem uma vida geralmente mais ativa do que o idoso do passado. A ideia do envelhecimento bem-sucedido, da melhor idade, vem sendo propagada quase como via de regra, mas, apesar de ser, em teoria, um ponto de vista positivo, não é possível generalizar quando o assunto é envelhecimento. Segundo DeFalco (2010) e Calasanti (2015) existe uma verdadeira indústria do antienvelhecimento, que vende desde o mascaramento dos sinais da passagem da idade, até a ideia de que o idoso, mesmo com todas as alterações biológicas naturais, deve continuar vivendo da mesma

maneira e com o mesmo ritmo de alguém mais jovem. O idoso ativo consome mais, e sendo um grupo que continua cada vez mais crescendo em números, é do interesse do mercado que seja assim, porém essa teoria tende a ignorar os idosos em estado de pobreza, vulnerabilidade e dependência.

Neste capítulo vamos conhecer melhor as várias faces do envelhecimento, desde os processos naturais biológicos causados pelo avanço da idade, passando pela situação social do idoso na atualidade e a representação do mesmo na indústria da moda. Vamos buscar entender como o envelhecimento é visto pelo senso comum, e pelo próprio idoso, especialmente a mulher idosa, foco principal deste estudo.

2.1 Saúde e o processo de envelhecimento

Um dos fatores mais importantes para o aumento da expectativa de vida no mundo todo é o avanço nas pesquisas na área de medicina. Não é à toa que, ao pesquisar estudos sobre o envelhecimento e os idosos, a maioria das pesquisas seja oriunda da área da gerontologia³. Uma das questões mais complexas quando o assunto é envelhecimento é a diminuição das capacidades físicas e mentais causadas pelo avanço da idade, infelizmente, muitas vezes reforçada por alguns dos próprios estudos médicos, que tratam o idoso como frágil. Essa é uma grande causa da estigmatização à qual os indivíduos idosos são expostos. Segundo alguns estudos em gerontologia, entretanto, é impossível considerar o envelhecimento de maneira uniforme, pois o mesmo é um processo heterogêneo que é influenciado por uma série de questões genéticas, pessoais e sociais.

Relatórios da Organização Mundial da Saúde (WHO, 2002; 2007; 2015) frequentemente tratam idosos como sendo pessoas com 60 anos ou mais, mas esta é apenas uma convenção. Existem ainda, por exemplo, definições de idoso mais idoso, 80 anos ou mais, centenários, com 100 anos ou mais, e super-centenário, com 110 anos ou mais. Porém não é possível definir como a idade reflete na saúde baseando-se apenas na idade cronológica. Estudos como o de Schneider e Irigaray (2008) consideram a existência de quatro conceitos de idade que coexistem das maneiras mais variadas. A primeira que consideramos ao pensar o envelhecimento é

³ Área do conhecimento científico, multidisciplinar, que estuda o processo de envelhecimento humano, abrangendo os aspectos físicos, emocionais e socioculturais. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=gerontologia>>. Acesso em 05 set. 2019.

a cronológica, definida pela passagem do tempo em anos, meses e dias. Entretanto é necessário considerar também as outras três: a idade biológica é definida pelas modificações que acontecem com o corpo humano ao longo da vida e causam as perdas físicas decorrentes da idade avançada, a idade social é determinada pela relação entre o comportamento do indivíduo e as expectativas que a sociedade na qual ele está inserido tem sobre as pessoas de sua idade, e a idade psicológica se refere à relação entre a idade cronológica do indivíduo e a manutenção de capacidades como percepção, aprendizagem e memória. (SCHNEIDER; IRIGARAY, 2008).

É possível perceber que avaliar apenas a idade cronológica do indivíduo para considera-lo incapaz ou frágil é muito vago. Schneider e Irigaray (2008, p. 592) vão afirmar que “[...] a velhice é uma construção social e cultural, sustentada pelo preconceito de uma sociedade que quer viver muito, mas não quer envelhecer.” Podemos, portanto, perceber a importância do meio social no processo de envelhecimento. Entendendo este como um evento progressivo que acontece durante toda a vida, é possível pensá-lo de uma forma positiva, como uma experiência bem-sucedida, com qualidade de vida e bem-estar, desde que sejam analisadas as dimensões socioculturais e coletivas que o influenciam. (LIMA; SILVA; GALHARDONI, 2008). Fatores como cuidado pessoal com a saúde ao longo da vida e realidade social na qual a pessoa viveu, por exemplo, podem influenciar nos desdobramentos do processo de envelhecimento. Escolaridade, renda, profissão, família, dentre outros, podem ser, então, determinantes para os desdobramentos da velhice.

Não podemos esquecer, ainda, que existem relações de poder envolvidas diretamente no tema do envelhecimento. A discriminação baseada na idade⁴ é um problema real, que envolve, antes de qualquer coisa, questões sociais. Segundo Calasanti (2015) os textos que tratam do envelhecimento bem-sucedido têm uma tendência a focar nas ações individuais, relegando a responsabilidade pelo sucesso do envelhecimento apenas aos próprios idosos, através de suas decisões de estilo de vida.

⁴ Do inglês “ageism”, preconceito direcionado a idosos, comparado ao “sexism” (sexismo) e “racism” (racismo). CALASANTI (2015).

Um indivíduo pode intencionalmente excluir outro, mas a exclusão de um grupo pode emergir da maneira que as instituições sociais “normalmente” operam: as maneiras como nós tipicamente performamos família, ou educação, ou trabalho. (CALASANTI, 2015, p. 1095)⁵

Ou seja, não é possível pensar a discriminação baseada na idade, sem que sejam consideradas as relações de idade, a maneira como esta é utilizada para organizar a sociedade e definir relações de poder entre categorias etárias, nas quais o idoso perde seu valor tanto financeira, quanto culturalmente (CALASANTI, 2015).

É por isso que, apesar do incentivo a pensar a terceira idade do ponto de vista do envelhecimento bem-sucedido, não é possível ignorar os desafios decorrentes desse processo. A velhice é um momento de vulnerabilidade, carregado de estigmas e antes de apenas afirmar que o idoso pode ter uma vida ativa, deve-se avaliar as suas limitações, não apenas físicas, mas também sociais. Generalizações, nesse caso, não funcionam, sejam elas positivas ou negativas, as combinações desses fatores sociais, psicológicos e biológicos vão gerar infinitas possibilidades de envelhecimento.

2.2 O idoso no século XXI

O comportamento do idoso no século XXI mudou bastante em relação a décadas anteriores, em grande parte graças aos avanços da medicina que não só prolongaram a expectativa de vida, como também trouxeram para essas pessoas a possibilidade de uma qualidade de vida maior. O envelhecimento ativo está, afinal, ligado ao envelhecimento saudável e ao acesso a direitos que os permitam serem participativos na sociedade. A WHO (2002, p. 12) define envelhecimento ativo como sendo “o processo de otimização de oportunidades para saúde, participação e segurança, com o objetivo de melhorar a qualidade de vida conforme as pessoas envelhecem.”⁶ Entretanto, para Belo (2013) essa visão de envelhecimento ativo tornou-se hegemônica, no que ela chama de “consenso ilusório”, impondo um novo comportamento aos idosos que nem sempre condiz com a realidade em que vivem e

⁵ No original: “Individuals can intend to exclude another; but group exclusion can also emerge from the way social institutions ‘normally’ operate: the ways that we typically perform family, or education, or work.”

⁶ No original: “Active ageing is the process of optimizing opportunities for health, participation and security in order to enhance quality of life as people age.”

com os desafios que esse grupo precisa enfrentar. Na prática, o envelhecimento ativo estimula o consumo, a individualidade e a independência do idoso, criando uma ditadura de juventude e alimentando o julgamento daqueles que não condizem com a mesma (BELO, 2016). Esse pensamento é simplista, e segundo Lima, Silva e Galhardoni (2008, p. 797) “[...] envelhecer bem não é apenas uma questão individual, e sim um processo que deve ser facilitado pelas políticas e pelo aumento das iniciativas sociais e de saúde ao longo do curso de vida.” Porém as políticas públicas incentivam cada vez mais esta autonomia do idoso, e o resultado é que acabamos julgando de modo preconceituoso aqueles que não se encaixam nesse ideal (BELO, 2013).

Conforme dissemos no tópico anterior, o idoso sofre com a discriminação baseada na idade, muitas vezes provocada pela ideia de que ele próprio é o único responsável por um envelhecimento saudável e bem-sucedido. A partir do momento em que estudos científicos afirmam que é possível envelhecer bem, com foco na individualidade e desconsiderando várias outras condições, que não apenas são de grande importância nesse processo, mas também estão relacionadas a fatores externos ao indivíduo, eles passam a reforçar o estigma do envelhecimento. Esse tipo de afirmação alimenta a noção de que um idoso que não apresente um envelhecimento saudável é o único responsável por sua própria situação. Neste caso a ciência apenas substitui o senso comum por afirmações científicas, mas continua reforçando a discriminação baseada na idade (CALASANTI, 2015).

Calasanti (2015, p. 1095) afirma que “Aqueles que são ‘velhos’ sofrem desigualdades nas distribuições de autoridade, status, e renda, e eles são culturalmente desvalorizados”.⁷ Este é um problema sistêmico, que gera uma perda de autonomia do idoso, e se reflete em vários setores da sociedade, como na família e no trabalho, onde a discriminação aparece nas próprias políticas de contratação, promoção e aposentadoria. As mudanças no processo de aposentadoria refletem uma crença de que o idoso ainda tem domínio de suas faculdades físicas e mentais e deve seguir sendo socialmente produtivo, porém se choca com a ideia de que o idoso que segue trabalhando é um obstáculo à inserção de pessoas mais jovens no mercado de trabalho. Muitas vezes eles sequer têm sua opinião considerada, por serem vistos

⁷ No original: “Those who are “old” suffer inequalities in distributions of authority, status, and income, and they are culturally devalued.”

como ultrapassados, o que alimenta uma marginalização dos mesmos dentro do ambiente de trabalho.

O principal motivo para que a teoria sobre o envelhecimento bem-sucedido apresente falhas é que, focando em questões de saúde, como a manutenção das capacidades físicas e mentais, ela não dá a devida importância aos fatores culturais que desvalorizam o envelhecimento. Estes reafirmam a discriminação baseada na idade, provocam a exclusão do idoso e envolvem diretamente as relações de poder entre as faixas etárias.

Segundo o Estatuto do Idoso (BRASIL, 2013), indivíduos com mais de 60 anos devem ter uma série de direitos assegurados, como prioridade no atendimento, e o direito à vida, saúde, educação, lazer, trabalho, dignidade, respeito, dentre outros. Muito se fala destes direitos, mas ainda mais comum é vê-los sendo desrespeitados. De pessoas usando espaços de atendimento preferenciais e estacionando em vagas de idosos a outras se recusando a ceder um assento no transporte público, a ideia geral que parece permear essas atitudes é a de que, ou os idosos se encontram em situação de igualdade em relação qualquer outro cidadão mais jovem em se tratando das capacidades físicas, ou de que o envelhecimento os torna cidadãos de segunda classe, que possuem um status inferior. Porém, o idoso continua tendo valor para o mercado se seguir ativamente consumindo.

Ser visto como “velho” resulta em perdas de poder e autoridade para manter o controle do próprio corpo, marginalização econômica, estigma, desvalorização cultural, e exclusão da completa [experiência da] vida adulta e cidadania. Pessoas velhas encontram-se barradas de um emprego pago, dispensadas como meras consumidoras de lazer e trivialidades se elas possuírem dinheiro para gastar e escarnecidas como dependentes onerosos se não possuírem. (CALASANTI; KING 2018, p. 12)⁸

É importante entender que o padrão pelo qual o idoso será sempre julgado é o da juventude. Quando é difundida a ideia de idoso vital, se rejeita qualquer ideia que não seja a juventude e, ainda assim, se julga aqueles que querem mantê-la a todo custo, muitas vezes taxando-os como ridículos. A sociedade em geral corrobora com essa visão estigmatizada, evitando o assunto, rejeitando o processo natural de

⁸ No original: “Being seen as “old” results in losses of power and authority to maintain control over one's body, economic marginalization, stigma, cultural devaluation, and exclusion from full adulthood and citizenship. Old people find themselves barred from paid employment, dismissed as mere consumers of leisure and trivia if they have money to spend and derided as burdensome dependents if they do not.”

envelhecimento e, muitas vezes, deixando o idoso à margem. Combater os sinais do envelhecimento tornou-se quase uma obsessão, que movimenta uma verdadeira indústria. Segundo relatórios, a chamada Indústria do antienvelhecimento terá se tornado em 2025 um mercado de mais de 300 bilhões de dólares (SCHORR, 2018). Esse número mostra a dificuldade que existe por parte da população em geral de se preparar psicologicamente para as mudanças provenientes do envelhecimento. Muitas vezes, as pessoas preferem utilizar todos os artifícios para retardar o processo, mas a verdade é que é impossível fugir. O processo de envelhecimento começa antes mesmo do nascimento e culmina na fase hoje conhecida como “terceira idade”, e segundo DeFalco (2010) quando se chega a ela acaba sendo difícil se reconhecer em si mesmo, pois a vida inteira foi vivida vendo o “velho” no outro e não em si mesmo. As pessoas tratam o idoso como o outro, e, sendo o outro, seus problemas não interessam a mais ninguém. “A negação permite que o ‘envelhecimento’ permaneça um problema dos ‘envelhecidos’, apesar do fato de que estamos *todos* inevitavelmente implicados na discussões sobre envelhecimento.”⁹ (DEFALCO, 2010, p. xvi).

Mas esta atitude de rejeição da velhice tem origem em questões estruturais. Existe um discurso que determina o comportamento da sociedade em relação aos idosos, justificando-o através de questões biológicas, e este é determinado por interesses econômicos. Belo (2016) aponta que nas décadas de 1980 e 1990 houve uma tendência a considerar o idoso como uma pessoa física e mentalmente incapaz de manter o convívio social, e isso provocava a sua marginalização, mas ela aponta que essa atitude era reflexo da falta de importância do idoso do ponto de vista econômico capitalista.

Desta maneira, pode-se afirmar que a construção das imagens dominantes – positivas ou negativas – sobre a velhice, não têm uma relação direta com o processo físico de envelhecimento, mas sim, com o contexto histórico e econômico. O mesmo corpo envelhecido pode ter representações totalmente diferentes. (BELO, 2016, p. 21.)

Se consideramos, então, a situação atual do idoso e as perspectivas de envelhecimento populacional, o envelhecimento ativo, saudável ou bem-sucedido apresenta uma alternativa melhor à economia, pois apresenta um idoso vital e capaz

⁹ No original: “Denial allows ‘aging’ to remain the concern of the ‘aged,’ despite the fact that we are *all* unavoidably implicated in discussions of aging.”

de produzir e consumir. Essa é a ideia que tem sido promovida pela mídia e que se tornou quase um mantra quando se fala sobre envelhecimento, um padrão de jovialidade que não é tão simples assim de ser mantido.

2.3 Mulher e envelhecimento

Discursos em geral tendem a homogeneizar o envelhecimento das mais diversas maneiras, entretanto o simples fato de envelhecer não transforma toda uma população em uma coisa só. Conforme já dito, apenas a idade cronológica não pode definir por igual a maneira como cada corpo vai reagir ao processo de envelhecimento, e o coletivo idosos não necessariamente tem mais em comum do que apenas a idade. Da mesma maneira que há uma grande diversidade na população como um todo, ela permanece na terceira idade, e envelhecer não torna todas as pessoas uma massa uniforme. Porém existe uma tendência a crer, até mesmo, que o aumento da idade provoca uma redução da fronteira entre masculino e feminino, criando um grupo com mais igualdade de gênero (CALASANTI; KING, 2018). Segundo os autores, nos Estados Unidos há uma tendência a compreender os idosos como um grupo sem gênero, como se o estigma do idoso sobressaísse em relação aos estigmas atrelados ao feminino e ao masculino. Para Calasanti e King (2018, p. 12) “gênero compreende as atividades pelas quais grupos produzem *masculinidade* e *feminilidade*, que por sua vez são as maneiras respectivas pelas quais grupos distinguem aqueles que são masculinos e femininos dos outros ao seu redor.”¹⁰ Dessa forma o idoso será julgado a partir do que é socialmente considerado masculino e feminino, e estigmatizado pela possível perda destas características.

Embora não exista comprovação para essa teoria, em uma cultura baseada em relações de heterossexualidade, entende-se essa redução na masculinidade e na feminilidade como uma redução no status do indivíduo. Aqui a relação de poder que existe entre faixas etárias aparece novamente, uma vez que os padrões de gênero impostos estão diretamente ligados à juventude, que sendo o grupo dominante, determina o idoso como socialmente subordinado, uma vez que demonstra

¹⁰ No original: “[...] gender comprises the activities by which groups produce masculinity and femininity, which in turn are the respective ways groups distinguish those who are manly and womanly from others around them.”

incapacidade de manter as mesmas características da juventude, inclusive o gênero. Uma das vias pela qual a indústria do antienvelhecimento trabalha é o incentivo às pessoas já na faixa da meia-idade, ou seja, por volta de 50 anos, a fazerem reposição hormonal, consumindo os hormônios que o corpo perde naturalmente com o avanço da idade, e impedindo a redução acentuada das características atreladas ao gênero. Enquanto essa ideia causa uma desvalorização do idoso, a inexistência dessa perda reforça a manutenção de estigmas atrelados à masculinidade e à feminilidade. Nos dois casos a mulher acaba sofrendo mais com o preconceito.

A mudança do corpo feminino com o avanço da idade é causa de preocupação para uma grande quantidade de mulheres, uma vez que a aparência feminina está com frequência em foco. Existe uma pressão para que o corpo permaneça com uma aparência jovem enquanto envelhece. A ideia de juventude está diretamente ligada à feminilidade, e mulheres tendem a temer as marcas do envelhecimento, como rugas, por exemplo, mais do que os homens. Um relatório britânico publicado em 2018 pela Royal Society for Public Health (RSPH)¹¹ demanda o banimento por parte de empresas de beleza e cosméticos do termo “antienvelhecimento” de seus produtos, por reforçar uma visão negativa sobre o envelhecimento, como se fosse algo do que se envergonhar e não apenas um processo natural da vida. O relatório afirma que quase metade das mulheres e um quarto dos homens sente muita pressão para manter uma aparência jovem, reforçando que esta recai com mais força sobre as mulheres (BARR, 2018). Entretanto, Williams (2018) aponta que, apesar de o termo antienvelhecimento ter se tornado tabu, outros termos como “pró-pele” e “anti-rugas” continuam sendo utilizados, reforçando a pressão sobre as mulheres e a impressão de que envelhecer é repugnante, mas agora através de eufemismos. No artigo ela considera a atitude preconceituosa com o envelhecimento ainda mais nociva do que outras, pois além de focar apenas na aparência da mulher também elimina qualquer valor relacionado à experiência de vida da mesma.

Podemos entender que existe uma idealização do comportamento de acordo com o gênero, e a imagem de que o idoso perde muitas das características relacionadas ao gênero está diretamente relacionada a essa idealização. A outra teoria, atrelada à anterior, é a de que essa suposta diminuição de fronteiras entre os gêneros aumentaria a equidade entre eles, mas ela também não se sustenta, pois,

¹¹ Sociedade Real para Saúde Pública, em tradução livre.

como vimos, a velhice também é um reflexo da história de vida de cada indivíduo, e as relações de gênero se refletem diretamente nela.

Grupos se organizam com base no gênero de forma que o que as pessoas interpretam como masculino e feminino dão forma e refletem divisões do trabalho focadas no gênero (remunerado e não-remunerado, e ocupações dentro de cada uma dessas); e as pessoas recompensam a performance de trabalho diferentemente, com o trabalho das mulheres sendo geralmente desvalorizado em relação ao dos homens. (CALASANTI; KING, 2018, p. 12) ¹²

A maioria dos idosos no contexto brasileiro são mulheres. Segundo BELO (2016), no Brasil o percentual de mulheres idosas é de 55,8%, e em Pernambuco de 57,3%, demonstrando o que autora nomeia “feminização da velhice”. As mulheres idosas de hoje são, em grande parte, as “donas de casa” de sua juventude ou, quando trabalhavam fora, recebiam menos, isso se refletindo no fato de que hoje se são pensionistas de seus falecidos maridos, ou aposentadas que ganham salários mais baixos, em sua maioria salário mínimo. Essas mulheres possuem em grande parte baixa renda e baixa escolaridade, e muitas vezes são ainda responsáveis pelo cuidado de seus lares e de suas famílias, inclusive financeiramente (BELO, 2013). Segundo relatório da *United Nations*¹³ (WHO, 2007) em geral, mulheres mais velhas têm mais probabilidade de viverem sozinhas do que homens mais velhos. Nesse caso elas tem mais chance de ficarem vulneráveis e desprotegidas. Mulheres têm mais doenças crônicas do que homens, porém vivem mais, tendendo a ser cuidadoras dos esposos na velhice, ou, se não forem casadas, a terem que se cuidar sozinhas. Existem alguns programas sociais que direcionam renda a idosos, mas em vários casos acontece a apropriação desses valores por parte de familiares. Em grande parte das vezes essa apropriação ocorre através de violências, sejam elas físicas ou psicológicas, ou até mesmo abandono e cárcere privado, sendo em 89% dos casos provocada por familiares (BELO, 2016).

Esses dados demonstram algumas das dificuldades vividas pelas mulheres idosas, causadas, em sua maioria, por questões estruturais de cunho sexista, que tendem a dividir as atividades com base no gênero. A sociedade tem ideais sobre como as pessoas devem agir de acordo com o gênero e com a idade. Ser uma mulher

¹² No original: “Groups organize on the basis of gender such that what people take to be masculine and feminine shapes and reflects gendered divisions of labor (paid and unpaid, and occupations within each of these); and people reward performance of such labor differentially, with women's work generally devalued relative to men's.”

¹³ Em português Organização das Nações Unidas (ONU).

idosa implica ter que lidar com esses dois ideais simultaneamente, lidando com os estigmas e os preconceitos causados por ambos, e com os reflexos herdados de uma vida lidando com preconceito baseado no gênero.

2.4 A percepção do que é ser idoso

Temos um discurso de envelhecimento saudável, ativo, um mercado que vende a juventude não só na aparência, mas também na atitude, e uma realidade que não permite à mulher idosa aproveitar esses potenciais, pois estão muito além daquilo a que elas têm acesso. Chegamos a um momento em que envelhecer traz cada vez mais possibilidades, mas onde vive-se mais apenas para produzir mais. Não se sabe realmente o que a sociedade espera desse grupo etário, apenas sabe-se que são ideais controversos e inatingíveis. Talvez o maior reflexo de que o coletivo pensa tão pouco sobre o envelhecimento em idade avançada é ainda não sabermos exatamente como lidar com este processo. A sociedade vê o envelhecimento como o caminho para o fim da vida, como algo a ser combatido e evitado. Existe uma verdadeira indústria do antienvelhecimento focada a todo custo em disfarçar os sinais da velhice. A população em geral vive tentando ignorar o envelhecimento e sua existência, relegando aos idosos a preocupação com essa fase da vida, e tendo ainda mais dificuldade em lidar com ela no momento em que chega. E o curso natural é que ela chegue para todos.

Em meio a um cenário de visões tão contraditórias pouco se questiona como o próprio idoso se percebe. Se a velhice vai ser em muito determinada pela maneira como ela é vista socialmente, por aquilo que se espera do indivíduo e como ele atende ou não a essas expectativas que lhe são externas, é preciso pensar em como eles veem essas visões conflitantes. O idoso de hoje tem a possibilidade de levar uma vida mais ativa, mas não sabemos seus reais desejos e necessidades, nem se eles estão sendo atendidos. Qualidade de vida e, conseqüentemente, de envelhecimento bem-sucedido são conceitos extremamente subjetivos e quase impossíveis de serem mensurados. Por isso é de grande importância passar a palavra ao próprio idoso quando o objetivo é a compreensão desse tema. Segundo Lima, Silva e Galhardoni (2008) a subjetividade é um elemento importante em muitas pesquisas com idosos da área de saúde, pois privilegiam a opinião do sujeito.

A subjetividade também é um aspecto importante no estudo das identificações sociais do indivíduo. A identidade de um indivíduo não é fixa, nem é determinada, “A identidade social de um indivíduo se caracteriza pelo conjunto de suas vinculações em um sistema social: vinculação a uma classe sexual, a uma classe de idade, a uma classe social, a uma nação, etc.” (CUCHE; 1999, p.177). Nesse sentido, quando pensamos na mulher idosa, podemos entender que ela tem uma identidade que é formada, dentre outras relações, pela sua vinculação às categorizações socialmente construídas de mulher e de idosa. Ela vai carregar, portanto, os estigmas e as expectativas, bem como lidar com a realidade dessas duas vinculações. Podemos pensar essa relação a partir da ótica da hetero-identidade e da auto-identidade, segundo os conceitos de Cuche (1999). A primeira é definida pelos outros, a segunda definida pelo próprio grupo. Em uma situação como a da mulher idosa sua auto-identidade acaba sendo menos legítima, pois nas relações sociais suas vinculações de “mulher” e “idosa” a colocam duplamente em desvantagem. Na relação de forças simbólicas os dois grupos acabam ocupando os postos de dominados e quase sempre acabam forçados a internalizar a visão que o outro tem sobre eles próprios, que nesse caso é negativa. “A identidade negativa aparece então como uma identidade vergonhosa e rejeitada em maior ou menor grau [...]” (Cuche, 1999, p. 184-185). Assim, entendemos que a mulher idosa precisa lidar com a imagem que existe na sociedade e ao mesmo tempo com a maneira como elas próprias se percebem. Essa imagem precisa ser considerada quando pensamos na forma como se refletirá em seu vestuário.

2.5 O idoso como público-alvo

A população idosa apenas cresce a cada ano, e não surpreende que para algumas pessoas esses números possam parecer assustadores. A população de pessoas com 60 anos ou mais em 2017 era de 962 milhões, mais que o dobro que em 1980. Projeções mostram que em 2050 esse número já deve ter dobrado novamente, chegando a mais de 2 bilhões, segundo relatório das United Nations (2017). O mesmo relatório indica que ao longo das próximas décadas a quantidade de pessoas com mais de 60 anos deve superar primeiro a quantidade de crianças com 10 anos ou menos, e depois a quantidade de adolescentes e jovens entre 10 e 24 anos.

De acordo com essas projeções a terceira idade se encaminha para ser um dos maiores grupos na sociedade. Com as novas possibilidades de viver a vida, o

idoso contemporâneo passa a ser um importante público-alvo para o mercado, que deve voltar cada vez mais os olhares para esse coletivo, tanto como consumidor de produtos quanto como consumidor de serviços. É importante ressaltar que o objetivo da presente pesquisa não é tratar o idoso pelo viés mercadológico, vendo-o apenas como possível consumidor, mas tentar compreender a situação na qual esses indivíduos se encontram, e como ela se reflete em diversas esferas da sociedade. Se vamos tratar do uso de vestuário de mulheres idosas precisamos entender o funcionamento do mercado de moda, que é, basicamente, capitalista, e como o idoso é representado neste mercado, principalmente por ser mais uma maneira de reforçar a discriminação baseada na idade.

Em uma pesquisa de tendências sobre grupos geracionais de consumo, voltada principalmente para o vestuário, Morace (2012) apresenta dois grupos de idosos como públicos-alvo, e suas características como consumidores. Um deles é mais focado na comunidade e na família, o outro em aproveitar os prazeres da vida. Os dois grupos, segundo o autor, buscam manter o controle de suas vidas, seja pela participação ativa na comunidade, seja pelo desejo de aproveitar as experiências que não puderam ser vividas em outros momentos. Apesar de esse tipo de análise ser importante para que se entenda o consumo dos idosos, também acaba trazendo certa dose de irrealidade, uma vez que o foco das pesquisas de tendências é apresentar oportunidades de desenvolvimento de novos produtos de moda, voltados para os perfis descritos. Podemos notar que, em ambos os casos, o foco está em idosos que possuam renda e saúde disponíveis para consumir. É preciso avaliar que essas duas visões acabam sendo limitadoras do que é ser idoso na contemporaneidade e ignorando outras possibilidades de vivência nessa fase, já que foca nos idosos que possuem poder de compra. Entender outras maneiras de viver a terceira idade é importante para que estes outros grupos não continuem sendo ignorados pelo mercado, principalmente os menos avantajados, seja em saúde, seja em acesso ou financeiramente.

2.6 A oferta de produtos de vestuário para a mulher idosa

A ausência de produtos voltados para os idosos, e mais especificamente para a mulher idosa, pode ser percebida na produção de vestuário. O corpo em idade avançada passou por diversas mudanças e exige uma modelagem específica para

que o vestuário fique confortável. Existem estudos na área de ergonomia objetivando avaliar o conforto no vestuário, tanto em relação a modelagem, quanto ao uso de tecidos. Porém, há ainda pouca produção voltada para entender o consumo dessas mulheres do ponto de vista estético.

Existem também estudos na área de design de moda que abordam esse tema de um ponto de vista mais mercadológico, como as pesquisas de tendência de Morace (2012), que vão definir as melhores estratégias de criação e de marketing da produção voltada ao idoso. Rocha, Hammond e Hawkins (2005) em uma pesquisa com mulheres de três países diferentes fizeram um levantamento quantitativo objetivando identificar as variáveis mais importantes para a mulher idosa no consumo de vestuário. Em suas conclusões, esses autores trazem observações importantes sobre como as indústrias de vestuário, os designers e os profissionais de marketing podem pensar a mulher idosa como consumidora. Entender tais padrões de consumo é importante para apreender as tendências de consumo desse público; entretanto, destacamos que o objetivo desta pesquisa é apreender como esse uso de vestuário acontece na prática.

Já abordamos aqui a existência de uma hegemonia da juventude, na qual a categoria etária dos idosos está socialmente subordinada à categoria dos grupos mais jovens. Essa hegemonia encontra eco no universo da moda, uma vez que a mesma incentiva a consumir o novo. A mulher idosa, sobretudo a dos estratos sociais mais baixos, dificilmente é incluída na imagem propagada pela moda e quase nunca é o público específico das marcas. As poucas lojas que afirmam vender peças voltadas a essas mulheres ofertam produtos com um estilo que pode ser considerado antiquado e sóbrio. Idosas que busquem lojas que vendam produtos desenvolvidos tendo como público-alvo mulheres mais jovens podem encontrar nelas algo que lhes agrade, mas acabam passando pelo constrangimento de, por muitas vezes, as peças não lhes servirem.

Muito se insiste na ideia de que a mulher idosa se veste de uma maneira particular, diferente de mulheres mais jovens, até mesmo muito diferente de como se vestia quando era mais jovem. Segundo Schneider e Irigaray (2008, p. 591): “O envelhecimento é o resultado de uma construção que o indivíduo fez durante toda a vida.”, não fazendo muito sentido, assim, esperar que um indivíduo aos 60 ou mais seja tão diferente de como era aos 20 ou 40, já que a velhice é um desdobramento da experiência de vida. Logo, recaímos na questão de que essa mudança no hábito de

vestir reflete como a sociedade espera que uma mulher idosa se comporte e se vista; ou seja, de uma maneira específica, socialmente aceitável, mas que, ao mesmo tempo, tenha por objetivo manter ao máximo a aparência de juventude.

É por essa eterna dicotomia na qual vive a mulher idosa, que se faz necessária uma investigação sobre como a realidade dessa mulher influencia seu uso de vestuário. No próximo capítulo abordaremos o funcionamento da moda e a maneira pela qual o vestuário trabalha como forma de comunicação na sociedade. Introduziremos o debate sobre a necessidade de criação de estratégias que desafiem a exclusão social que se apresenta a este segmento etário, o das mulheres idosas, também através da produção de vestuário.

3 MODA, VESTUÁRIO E A MULHER IDOSA

No capítulo anterior abordamos os desafios de ser idoso no século XXI, principalmente para a mulher idosa, porém não é possível falar sobre o vestuário dessas mulheres sem falar sobre Moda. Crane (2006, p. 21) considera moda como “normas rigorosas sobre a aparência que se considera apropriada num determinado período”. Com o passar do tempo a moda tem se tornado cada vez mais globalizada e internacional, reduzindo as fronteiras entre as diferentes nações, mas ainda há diferenças entre o que é usado na Europa e no Brasil, por exemplo. Não só os aspectos geográficos, mas também aspectos culturais têm sua importância e influenciam decididamente no consumo, sendo parte vital do desenvolvimento das tendências. Por isso essa influência tornou-se cada vez mais objeto de estudos.

Moda não é simples vestimenta. Ela é o signo das formas de expressão que se mostram também em outros domínios. Como parte das funções humanas, os povos desenvolveram também a ciência, a arte, a literatura, a religião e o direito. Todo homem, selvagem ou civilizado, possui uma alma coletiva na qual repousam todas as formas de arte, recebendo influências também da cultura de outros povos, que se reflete no modo de vestir. (NERY, 2009, p. 9)

Apesar de o vestuário estar diretamente ligado à moda, ele não é só moda. Antes do que é considerado o surgimento da moda o vestuário já funcionava como elemento diferenciador na sociedade. Muito antes de o sistema de desenvolvimento e produção de roupas ser como é hoje, a roupa já era uma ferramenta de comunicação e um reflexo da sociedade da qual faz parte. Essa mudança ocorre no momento em que o uso de vestuário passa a seguir normas estéticas de acordo com a classe social, e se inicia o processo no qual as outras camadas começam a tentar imitá-las.

Nesta pesquisa não pretendemos tratar o uso de vestuário como forma de expressão de identidades individuais, mas como parte de um sistema social mais amplo, no qual cada escolha comunica algo, mesmo que involuntariamente, a partir de uma lógica baseada em uma variedade de fatores culturais. Baseado nesta premissa, neste capítulo, também, vamos refletir sobre a relação da mulher idosa com a moda, mais especificamente em como esta idosa é representada pela mesma, e o que pode ser socialmente esperado desta categoria de mulheres em termos de vestuário.

3.1 O vestuário como comunicação através da história

Ao refletirmos sobre o vestuário ao longo dos milênios, é possível que o nosso primeiro pensamento seja sobre o quanto ele difere, não só de acordo com a época, mas de acordo também com a região do mundo. Entretanto, se há algo que os vestuários ao longo da história da humanidade têm em comum é a capacidade que a roupa tem de comunicar (JONES, 2011). Desde sempre o vestuário tem sido usado, se usarmos um termo da semiologia, como signo. A moda tem um sentido; as peças que usamos são significantes às quais atribuímos significados (BARTHES, 2009). Embora o autor se aprofunde em uma análise semiológica da moda, diretamente ligada à linguística, na qual não pretendemos nos aprofundar nesta pesquisa, suas conclusões são de grande importância por evidenciarem a existência de códigos implícitos no uso de vestuário, e de um sistema que busca explicitar o que é adequado ou não. Segundo Jones (2011, p. 42) “Um exame da história da moda e dos usos e costumes dos diferentes países revela que todas as sociedades, das mais primitivas às mais sofisticadas, usam roupas e ornamentos para transmitir informações sociais e pessoais”. Por isso o estudo de história da moda nos cursos de graduação de estilismo e design de moda é bastante comum, não apenas para que os profissionais conheçam estilistas e modelos de outras épocas, mas para que entendam a relação entre as diversas questões sociais e as práticas de vestuário em determinados períodos.

Nery (2009, p. 9) diz que “A indumentária sempre foi um reflexo do gosto contemporâneo, retratando de certa forma o desenvolvimento econômico, cultural e político. A roupa diferenciada identificava camadas sociais, profissões, idade ou sexo.” Ao falar sobre a história da roupa, Laver (1989) nos aponta vários momentos que demonstram como a humanidade tem feito uso da indumentária para separar e classificar os indivíduos em grupos. Por muito tempo, a vestimenta era diretamente expressiva (e, em alguns casos, determinante) de uma série de questões como idade, gênero, função e classe social para citar alguns, sendo, talvez, a distinção de vestuário masculino e feminino uma das mais comuns.

Se no Egito Antigo as temperaturas no vale do rio Nilo facilmente dispensariam o uso de roupas, isso não impediu que fossem usadas como representação de classes. Os escravos, por exemplo não as usavam, mas os cidadãos sim, estes últimos sendo ainda diferenciados de acordo com a classe social, através de sua

indumentária. Na Roma Antiga os membros das classes altas usavam roupas com muitos tecidos que dificultavam sua locomoção, deixando claro que eram pessoas que não precisavam se preocupar demais com a restrição de movimentos, ou seja, não eram trabalhadores braçais. Não muito diferente, no século XIX as mulheres de classes mais abastadas usavam roupas que também limitavam os movimentos, mostrando que não necessitavam fazer as tarefas domésticas, pois dispunham de pessoas que cumprissem essas funções para elas; até mesmo ter uma pele bronzeada e uma aparência saudável eram considerados símbolos de vulgaridade, por serem o resultado de uma rotina de trabalhos. Neste mesmo período os homens utilizavam faixas de tecido que deixavam o colarinho tão rígido, que isto lhes dava um ar de altivez, comparado, talvez, ao uso do rufo¹⁴ séculos antes, ambas sendo maneiras encontradas pelos aristocratas de manter uma postura elevada em relação às classes que consideravam inferiores.

Durante o período em que as leis suntuárias (que limitavam o uso de certas roupas a certos setores da sociedade) ainda existiam era muito fácil diferenciar as posições que cada categoria de cidadão ocupava, embora, em realidade, não fosse tão simples controlar o que era usado pela população, e em geral tais leis acabassem não surtindo muito efeito. Na Grécia Antiga as classes mais pobres não tinham acesso a roupas coloridas, o que as levou a tingi-las em tons de marrom avermelhado, prática que era rejeitada pelas autoridades, e chegou a ser proibida em certos ambientes. No Império Bizantino, o roxo era cor exclusiva do casal imperial. Entre os séculos XIV e XV, as pontas dos sapatos eram tão pontudas que, na Inglaterra, o rei fez uma tentativa de proibi-las, cobrando uma multa pelo seu uso. Não surpreende que os portugueses tenham ficado tão felizes ao descobrir o Pau-brasil e sua pigmentação avermelhada, uma vez que esta era uma cor tão difícil de conseguir, que apenas as classes mais altas eram autorizadas a usá-la, tanto que durante a revolta dos camponeses alemães, uma das reivindicações era a permissão de usar peças nessa cor (LAVER, 1989; BRAGA; PRADO, 2011).

Entretanto os registros históricos mostram que essas proibições afetavam bem mais a burguesia do que a aristocracia (LAVER, 1989; NERY, 2009). O que nós

¹⁴ Rufo: Gola cheia e circular, com pregas regulares que lhe conferem tanto profundidade quanto altura. Era comum entre os homens e as mulheres das classes altas europeias e americanas em meados do século XVI a meados do século XVII, e depois novamente no século XIX (NEWMAN; SHARIFF, 2011, P. 161).

conhecemos como “moda” só surgiu apenas na segunda metade do século XIV, sendo sua divulgação ampliada após a criação, no século XVIII, dos *fashion plates*, ilustrações que serviam como base das tendências em vestuário (LAYER, 1989). O aumento do comércio e o surgimento da burguesia mercantil foram os maiores responsáveis pelo surgimento do que conhecemos como moda. Apesar de possuir poder econômico, a burguesia não possuía o poder político, nem o prestígio da nobreza, os quais eles ambicionavam.

Aquela classe social, fundamentada no comércio, não tinha sangue azul, tradição ou títulos de nobreza, que só eram adquiríveis por hereditariedade ou por benesse real. Mas ela não só passou a ambicionar, como também a comprar o prestígio e o modo de vida dos nobres, assim como sua sofisticada forma de se vestir, que era, como sói ser e qualquer tempo e sociedade, um meio de estabelecer distinção social entre os indivíduos: de acordo com classes, castas ou grupos de pertencimento. (BRAGA; PRADO, 2011, p. 18)

É nestas circunstâncias que se inicia o processo de cópia do vestuário das classes intermediárias em relação às classes mais nobres, que criou um ciclo do vestuário baseado na imitação e na substituição da indumentária em voga. Porém, as origens dessas mudanças no vestuário continuaram tendo caráter econômico e social, não só no sentido aqui já citado, mas também no de que essas peças representavam algum tipo de consenso social, que tinha as mais diversas influências. Desde movimentos artísticos até relações internacionais, que perpassavam também possíveis guerras, avanços tecnológicos e demandas de determinados grupos (como as revoltas dos trabalhadores e o movimento feminista) também foram de grande importância nas mudanças ocorridas no vestuário ao longo da história.

A história da moda no Brasil é um ótimo exemplo disso. Tendo sido a produção e venda de tecidos sempre controlada de acordo com tratados de negociações internacionais, e limitações, por parte da coroa portuguesa, quanto à produção de tecidos no Brasil colônia, muito da modernização da produção de vestuário só começou com a vinda da família real para o país. Mesmo após esta mudança, os padrões de indumentária seguidos no Brasil tiveram como ideal, por um longo período, a moda francesa que, por sinal, não era muito bem adequada ao clima tropical. A idealização do que vinha da Europa era a grande responsável por essa realidade, e foi bastante difícil, inclusive, convencer a população de que o que era produzido no país também tinha qualidade, atrasando o desenvolvimento da criação de moda e de um estilo nacional (BRAGA; PRADO, 2011).

3.2 A questão cultural e social e a indumentária

Conforme pudemos ver no tópico anterior, com a ascensão da burguesia deu-se o surgimento do que pode ser mais propriamente chamado de moda. Foi um reflexo do desejo de uma classe considerada socialmente inferior de ascender ao nível de uma outra classe através da cópia do vestuário da mesma. Isso criou um ciclo onde uma classe social não desejando se igualar à uma classe considerada inferior começa a mudar seu estilo para algo novo, até que aquela vestimenta anterior tenha passado e seja considerada fora de moda.

Para Simmel (1904; 2014) o ser humano possui uma natureza dualística, formada por múltiplas forças opostas. Ele afirma que nós possuímos uma tendência para o geral e outra para o individual, e que as duas se combinam para formar a unidade. Isso quer dizer que o ser humano almeja, simultaneamente, ser parte de um grupo, se encaixar em uma sociedade, mas não tanto que se torne apenas mais uma parte do todo. A moda seria, então, uma forma de satisfazer essas duas tendências, permitindo ao indivíduo ser parte de um grupo e, ao mesmo tempo, mantendo uma diferenciação em relação aos outros.

Sendo uma das mais evidentes marcas de status social e de gênero – útil, portanto, para manter ou subverter fronteiras simbólicas –, o vestuário constitui uma indicação de como as pessoas, em diferentes épocas, veem sua posição nas estruturas sociais e negociam as fronteiras de status. (CRANE, 2006, p. 21)

Com o passar das décadas, a moda se tornou cada vez mais múltipla. Seguir apenas um padrão de vestimenta passou a ser algo impensável. Os diversos avanços tecnológicos na produção de vestuário, que culminaram com a criação da roupa pronta para vestir, facilitaram o acesso das massas aos produtos, e ampliaram as possibilidades de vestuário (NERY, 2009; BRAGA, PRADO, 2011). Entretanto, ainda assim a moda persistiu, inclusive reduzindo cada vez mais a duração do ciclo de consumo de vestuário, acelerando as mudanças, produzindo, por exemplo, peças que são adequadas a este verão, mas não ao próximo. Ainda assim, vivemos em um período do vestuário ao qual muitos chamam de democratização da moda, supermercado de estilos, ou até fim da moda, fazendo referência ao fato de que a variedade disponível permitiria a todos montarem seus guarda-roupas da maneira que bem entendem.

Entretanto, esta afirmação é apenas parcialmente verdadeira. Conforme falamos, a moda sempre serviu como uma forma de comunicar sobre quem a utiliza. Para que algo comunique é preciso que exista um interlocutor capaz de captar a mensagem, e para que seja captada é preciso que ela exista dentro um código predeterminado. Ou seja, por mais que nós tenhamos mais liberdade nas escolhas de vestuário, precisamos decidir dentro das opções ofertadas pelo mercado, obedecendo a regras sociais que determinam o que é adequado, de acordo com as mais diversas categorias das quais fazemos parte. Se este uso estiver completamente dissociado dos citados fatores, dificilmente será compreendido.

É importante reforçar que essa pesquisa não visa tratar o vestuário de maneira simplista, nem determinante, mas entender que esta categoria de artefatos, assim como outros itens de cultura material, são reflexos da sociedade à qual pertencem, e que existem códigos muitas vezes implícitos, mas socialmente aceitos, que podem ser usados, nem sempre conscientemente, para afirmar características do indivíduo, afiliações sociais, dentre outros. Nem sempre as informações apreendidas no vestuário serão verdadeiras, muitas vezes podemos interpretar essa linguagem não verbal de forma equivocada, bem como a mesma pode ser utilizada propositalmente para passar uma impressão diferente da real. Ao dizer que a moda-vestuário é uma forma de comunicação não-verbal, e que hoje há uma liberdade maior no que as pessoas escolhem consumir, podemos recair em uma “falácia” da livre escolha de vestuário. Mesmo algumas estéticas que vão de encontro ao que está em voga na moda são, na realidade, uma reafirmação das tendências, uma vez que funcionam como uma resposta a estas (SIMMEL, 1904).

No estudo da história da moda existe uma tendência a apresentar os estilos hegemônicos, principalmente das classes mais abastadas, como referência para determinado período, e muitas vezes as roupas das classes mais pobres ou de grupos considerados marginais não são levadas em conta, mesmo que sejam mais revolucionárias e apresentem com mais clareza indícios das mudanças sociais que estavam por vir. Crane (2006), em seu estudo sobre o vestuário feminino como resistência não verbal, explica como o uso de peças com estilo masculino entre o século XIX e início do século XX representou uma mudança que veio a influenciar o estilo do vestuário feminino ao longo das décadas seguintes. O uso dessas peças aconteceu naturalmente, tanto por mulheres que eram independentes e começaram a trabalhar fora, quanto por mulheres que vivenciaram situações que exigiam

liberdade de movimentos, por exemplo, ao nadar ou praticar esportes. A necessidade de que as mulheres trabalhassem durante a Guerra, inclusive em fábricas de munição, e também em outras circunstâncias nas quais as saias atrapalhariam, como nas minas, também tiveram importância para iniciar a popularização do uso de calças por mulheres. A autora afirma que essas situações demonstram formas de resistência à cultura dominante, porém nem todas as mulheres que as utilizavam, o faziam com a intenção de protestar. Estudos como esse demonstram na prática como as mudanças sociais muitas vezes se refletem no vestuário, até mesmo de maneira inconsciente, antes de serem notadas pela sociedade.

3.3 Funções do vestuário e critérios práticos de escolha

É pelos motivos citados no tópico anterior que Jones (2011) reafirma a importância de que um profissional de moda conheça o contexto histórico, geográfico, econômico e social com o qual está trabalhando, e análises como a já citada auxiliam a entender os movimentos que ocorrem na sociedade e motivam as escolhas dos compradores. O profissional de moda precisa estar atento ao que acontece na sociedade, no cinema, na música, na literatura, etc., e saber “ler” os sinais da mudança antes de todo mundo, predizendo as possíveis necessidades e anseios do grupo para o qual ele cria.

A autora apresenta oito funções da vestimenta que, a seu ver, precisam ser consideradas no momento da pesquisa e da produção de vestuário. São os pontos considerados pelos usuários ao escolher suas roupas, sendo quatro delas funções práticas (utilidade, decência, indecência ou atração sexual, ornamentação), e quatro funções adicionais (diferenciação simbólica, filiação social, autoaprimoramento psicológico, modernidade). Utilidade é a função que abarca questões como conforto, durabilidade e praticidade da peça; decência envolve a possibilidade de a roupa ajudar a disfarçar os defeitos reais ou imaginários dos usuários, inclusive quando ficam mais velhos; indecência ou atração sexual remete à capacidade que as roupas têm de realçar os atrativos sexuais de quem a usa; ornamentação envolve as possibilidades de realçar atrativos físicos, criatividade, individualidade ou marcar a posição dentro de um grupo. Dentre as funções adicionais, diferenciação simbólica é a responsável por diferenciar profissões, filiações religiosas, níveis sociais ou estilos de vida; filiação social representa o uso de vestuário para demonstrar

pertencimento a um grupo, do contrário, podendo os indivíduos virem a ser excluídos; autoaprimoramento psicológico demonstra, ao contrário da função anterior, o desejo de cada indivíduo de se diferenciar de alguma forma dos outros indivíduos do grupo, se esforçando para reforçar sua identidade pessoal; modernidade representa o desejo de demonstrar-se atento às novidades, e ser visto como alguém que está à frente.

A autora também aponta os critérios práticos que são considerados pelos clientes ao comprar roupas, e que devem ser levados em conta em sua criação: preço, qualidade, caimento, conforto, relevância, marca e conveniência e serviços (JONES, 2011). Cada um destes pontos varia de acordo com o público para o qual as peças estão sendo desenvolvidas, o que novamente demanda uma pesquisa sobre o mesmo. Hoje nós sabemos que as mudanças ocorridas com a categoria dos idosos levou-os a ser um grupo de tamanho considerável e tornou-os pessoas, em geral, mais longevas. Dada a importância dessa mudança na sociedade, era de se esperar que cada vez mais marcas se dedicassem a pesquisar esta categoria como público-alvo de moda-vestuário, buscando compreender suas necessidades e atendê-las. Pretendemos investigar neste panorama como a moda lida com a mulher idosa.

3.4 A mulher idosa e a moda

Nós já falamos um pouco sobre como a indumentária tem sido utilizada ao longo dos milênios para comunicar as mais diversas informações sobre quem a utiliza, e como ela pode ser representativa sobre questões socioeconômicas e geopolíticas de uma determinada região. Falamos um pouco, também, sobre o que é a moda, seu surgimento e o código implícito social que guia as normas de vestuário. Agora precisamos entender como tudo isso se relaciona com a mulher idosa, ou seja, que características da cultura de nossa sociedade são representadas no vestuário dessas mulheres, e como a indústria da moda, em suas tendências, lida com a categoria da mulher idosa e com o envelhecimento.

Barthes (2009) faz uma análise da moda como sistema que está diretamente ligada à linguagem. Nessa pesquisa não pretendemos nos aprofundar nas questões semiológicas abordadas pelo autor, mas a sua pesquisa nos auxiliará a entender melhor como a moda trabalha para divulgar o que é considerado tendência ou “na

moda". Ele analisa as legendas nas revistas de moda e como elas transmitem a mensagem desejada. Para ele a revista representa a autoridade no assunto e, portanto, o que ela exhibe em suas páginas está impregnado da ideia de moda, pois o texto utilizado na revista estaria ali escrito para demonstrar não só o que é moda, mas carrega em seu subtexto também, através da ausência, aquilo que não é moda. Em alguns aspectos a pesquisa de Barthes pode parecer datada, uma vez que hoje temos vários outros veículos de divulgação além das revistas e, em teoria, há uma variedade muito maior de possibilidades de utilização de vestuário. Mas se pensamos na imagem vendida não só pelas revistas, mas por esses outros veículos que funcionam como divulgação da moda, podemos refletir que há ainda uma força que guia o que é considerado "em alta", o que é e o que não é mais tendência de moda.

Não são apenas as peças apresentadas nesses veículos que expressam as tendências: os comportamentos e a atitude ali presentes também fazem parte do ideal da moda. Em sua grande maioria essa moda é representada por mulheres jovens, ou mulheres maduras que seguem um ideal de juventude. A imagem ali representada de juventude, por exemplo é a moda, e a imagem não representada, o envelhecimento, não é. Em um artigo sobre o súbito aparecimento de mulheres mais velhas em propagandas de marcas famosas, Howard (2015) afirma que o objetivo de tais propagandas não era atingir o público mais velho, mas o mais puro desejo de chocar. Segundo ela, as mulheres representadas nas propagandas não são sequer representadas em peças "estilosas", mas em tons neutros e com estilos que não causam na espectadora idosa uma vontade de replicá-los (Figuras 1 e 2). Para a autora, a melhor propaganda com modelos idosas é a que as apresenta juntamente a modelos mais jovens, todas elas vestidas com "elegância e estilo" (Figura 3). Como ex-modelo que vivenciou durante décadas a realidade do setor, ela não acredita que a moda se importe verdadeiramente com o público sênior, uma vez que as lojas continuam não apresentando roupas "elegantes e estilosas" que sejam adequadas para mulheres mais velhas.

Figura 1 – A escritora Joan Didion em campanha de 2015 da grife Celine



Fonte: Site do Daily Mail¹⁵

Figura 2 – Mulheres idosas em campanha de 2015 da grife Dolce&Gabbana



Fonte: Site do Daily Mail¹⁶

Figura 3 – Modelos de idades variadas aparecem juntas em campanha de 2011 da Marks & Spencer



Fonte: Site do Daily Mail¹⁷

¹⁵ Disponível em: < <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-2915866/Grey-power-No-fashion-ads-insult-older-women-new-campaigns-not-fashion-forward-think.html> >. Acesso em: 16 dez. 2019

¹⁶ Disponível em: < <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-2915866/Grey-power-No-fashion-ads-insult-older-women-new-campaigns-not-fashion-forward-think.html> >. Acesso em: 16 dez. 2019

¹⁷ Disponível em: < <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-2915866/Grey-power-No-fashion-ads-insult-older-women-new-campaigns-not-fashion-forward-think.html> >. Acesso em: 16 dez. 2019

Nos últimos anos temos visto um aumento de influenciadoras e modelos mais velhas, assim como Lyn Slater (Figura 4) e Iris Apfel (Figura 5), hoje respectivamente com 66 e 98 anos; porém, sabemos que essas mulheres ostentam uma imagem que retrata os ideais da juventude, que remonta a uma ideia de envelhecimento ativo, idealizado (KAY, 2017). Podemos citar, também, as brasileiras Glória Kalil e Constanza Pascolato (Figura 6), respectivamente com 76 e 80 anos, consultoras de moda que transmitem uma imagem de elegância. É importante ressaltar que essas mulheres e as marcas que representam fazem parte de uma realidade muito diferente da brasileira e da representada na presente pesquisa, por serem voltadas às populações europeia ou norte-americana, e apresentarem classes sociais mais elevadas e com maior poder de compra. Conforme falamos no primeiro capítulo, esta forma de ver o envelhecimento precisa ser sempre relativizada, e precisamos avaliar se esse aumento na visibilidade da mulher idosa na moda se reflete na produção em massa e voltada para as classes com menor poder de compra.

Figura 4 – Lyn Slater, blogueira e digital influencer de 66 anos



Fonte: Compilação da autora.¹⁸

Figura 5 – Iris Apfel, empresária, designer de interiores e digital influencer de 98 anos



Fonte: Compilação da autora.¹⁹

¹⁸ Montagem feita à partir de imagens coletadas do perfil no Instagram de @iconaccidental. Disponível em: < <https://www.instagram.com/iconaccidental> >. Acesso em: 16 dez. 2019

¹⁹ Montagem feita à partir de imagens coletadas do perfil no Instagram de @iris.apfel. Disponível em: < <https://www.instagram.com/iris.apfel> >. Acesso em: 16 dez. 2019

Figura 6 – A jornalista e consultora de moda Glória Kalil, de 76 anos, e a empresária e consultora de moda Constanza Pascolato, de 80 anos



Fonte: Compilação da autora.²⁰

Conforme vimos no capítulo anterior, o ingresso a uma faixa de idade considerada avançada pode vir acompanhado de diversos desafios para os idosos, dentre eles questões financeiras e de saúde. Jones (2011, p. 40) afirma que “Os gastos do consumidor dependem de seu nível de renda. Depois de pagos os impostos, as taxas e os itens de primeira necessidade, como alimentação e habitação, sobra a ‘renda discricionária’ (que pode ser gasta ou poupada)”, e a moda costuma focar nos consumidores que possuem esta renda disponível. Veremos no próximo capítulo que as mulheres entrevistadas nesta pesquisa são de classe baixa, com pouco acesso a peças de marcas caras, logo, estas publicidades e influenciadoras vendem produtos, e mais ainda um *lifestyle* (estilo de vida), que não condiz com a renda discricionária das mesmas, nem com o ambiente no qual elas vivem e as pessoas com quem convivem.

Porém o objetivo dessa discussão não é entender se a mulher idosa tem capacidade de estar na moda ou não, nem mesmo se ela o quer, mas refere-se a como ela se utiliza desse mercado, pensado para outras faixas etárias, e constrói seu próprio vestuário. Visamos entender como elas lidam com a discriminação baseada na idade, uma vez que as peças disponíveis têm como público-alvo pessoas mais jovens, e que a sociedade tece julgamentos contraditórios, em relação ao vestuário de pessoas idosas.

²⁰ Montagem feita à partir de imagens coletadas do site Patrícia Brandão e do perfil no Instagram de @constanzapascolato2g, disponíveis em <<https://www.patriciabrandao.com.br/single-post/2017/11/13/Reinaldo-Louren%C3%A7o-apresenta-sua-linda-cole%C3%A7%C3%A3o-no-Theatro-Municipal-de-S%C3%A3o-Paulo>> e <https://www.instagram.com/p/Bwm-fTelMgf/?utm_source=ig_web_button_native_share>. Acessos em 18 dez. 2019.

É por essas razões que precisamos refletir sobre o consumo de moda de forma crítica. É comum entre muitos autores da área de consumo, inclusive de consumo de moda, afirmações como as citadas, remetendo a uma suposta liberdade do consumidor em suas escolhas. Para Crane (2006) hoje em dia, a forma de vestir pode ser utilizada não apenas para manter, mas também para subverter fronteiras simbólicas, e as pessoas utilizam o vestuário para demonstrar como elas veem sua própria posição na estrutura social. Segundo a autora, através do consumo, utilizando-o para desempenhar papéis e criar o que a autora chama “narrativas próprias”, compreendendo o próprio passado, presente e futuro, o indivíduo constrói sua identidade pessoal, que está sempre em evolução. Crane (2006, pág. 37) afirma que: “A variedade de opção de estilos de vida disponíveis na sociedade contemporânea liberta o indivíduo da tradição e lhe permite fazer escolhas que criem uma auto-identidade significativa.”

Para Miller (2010) o consumidor tem uma ideia precisa dele próprio em relação à vasta quantidade de bens de consumo que estão à disposição; ou seja, no ato da compra, não os escolhe ao acaso, mas por se identificar com eles. Para ele, em todo relacionamento existem dois aspectos: o normativo, que se refere à cobrança social para que as pessoas “sejam” e “ajam” de acordo com a categoria à qual representam; e o real, que corresponde àquilo que se sabe sobre aquela pessoa individualmente, a percepção sobre quem ela realmente é. Com a mobilidade de classes, o autor afirma, é possível ao indivíduo acessar uma variedade de estilos que lhes permite subverter o normativo e trazer à tona o aspecto real.

Segundo Douglas e Isherwood (2006, p. 28) “Conceitos abstratos são sempre difíceis de lembrar, a menos que assumam alguma aparência física”. Um objeto não significa por si só, mas assume os significados que lhe são atribuídos. Deixando-se de lado as utilidades reais das mercadorias elas passam a servir como “um meio não verbal para a faculdade humana de criar.” (DOUGLAS e ISHERWOOD, 2006, p. 108). Para os autores é necessário que a ideia de consumo deixe de ser a de apenas um resultado do trabalho, mas a de que é parte de um mesmo sistema social, no qual este é a parte da cultura que visualizamos e organizamos de forma hierarquizada. Os produtos funcionam como símbolos, são utilizados para provocar reações e comunicar às pessoas coisas sobre quem os utiliza. A sociedade de consumo é aquela em que os bens são a principal forma de se expressar, reconhecer e entender seus valores centrais.

De acordo com o que foi percebido da realidade do idoso, neste estudo utilizamos as teorias acima citadas com ressalvas. Não pretendemos afirmar que as falas dos autores sejam falsas, principalmente porque as mudanças na moda e no uso de vestuário, e consequentemente, no consumo dos mesmos, ao longo dos séculos são claras, e os estilos de hoje são realmente menos limitadores do que em outras épocas, mas não podemos abordá-las de forma generalizante. Se existe esta democratização, ela é limitada pelo que é ofertado pela indústria de vestuário e pela cultura da sociedade na qual estas peças estão inseridas. Apreendemos que a maioria das mulheres idosas passa por muitas dificuldades e sofre muitos estigmas, portanto não é possível afirmar que elas tenham liberdade total de escolha em relação ao seu vestuário, sejam elas das camadas mais pobres ou das mais abastadas. Entretanto, concordamos que o uso de vestuário dessas mulheres resulte e seja representativo da visão social do envelhecimento, que comunique muito sobre estigmas e preconceitos vivenciados pelas mulheres. Assim, visamos investigar como o grupo abordado no nosso estudo, um grupo de idosas residentes em um contexto periférico em um município da Região Metropolitana de Recife, lida com o desafio do se vestir no contexto sociocultural em que estão inseridas.

4 SÍNTESE TEÓRICA E CONSTRUÇÃO METODOLÓGICA

As teorias tratadas ao longo deste trabalho foram de suma importância para a compreensão do tema abordado pela pesquisa, trazendo contribuição fundamental às análises das informações obtidas. Apresentamos neste capítulo uma síntese das principais informações e teorias apreendidas através da pesquisa bibliográfica, seguida da descrição da metodologia aplicada ao presente estudo.

Observamos a realidade do envelhecimento da sociedade, processo que se reflete na vida dos envelhecidos, e pudemos apreender que os números deste crescimento e também suas projeções para o futuro nos mostram uma tendência de aumento ainda mais significativa no tamanho da população idosa. Por causa disso prevê-se grandes desafios, principalmente na área da saúde, demandando novas políticas públicas. Os mais afetados são os idosos de mais pobres, entre os quais se incluem os de classe média-baixa, público com o qual lidamos na presente pesquisa. (BELO, 2016; UNFPA, 2012, 2017; WHO, 2002, 2007, 2015).

Existe muito mais no processo de envelhecimento do que apenas a passagem do tempo. Outros fatores são importantes na manutenção da saúde em uma idade avançada. Os comportamentos, a saúde e a maneira como o indivíduo é visto na sociedade à qual pertence são fatores que também devem ser levados em consideração quando pensamos na heterogeneidade do envelhecimento, sendo inadequado associar a perda das capacidades físicas e mentais unicamente ao fator etário, e arbitrário comparar pessoas de uma mesma faixa etária nesses aspectos (SCHNEIDER; IRIGARAY, 2008). Esta foi uma perspectiva muito importante a ser aplicada na execução da pesquisa.

Os conceitos de envelhecimento ativo ou envelhecimento bem-sucedido são hegemônicos na atualidade e designam a capacidade de pessoas idosas de viverem a vida de uma forma ativa, saudável e participativa, porém desconsideram muitas vezes as dificuldades com as quais essas pessoas se deparam ao chegar a uma idade avançada e a heterogeneidade deste processo em diferentes contextos sociais. Não são apenas as decisões pessoais que impactam no processo de envelhecimento, mas o diferente nível de acesso a diversos benefícios, diretamente relacionado à classe social de cada cidadão. Existem obstáculos ao longo da vida que são externos ao controle dos indivíduos, bem como questões genéticas, incontrolláveis, que podem se refletir em perda da saúde durante a idade avançada, mas podem ser minimizados

através de políticas públicas que atendam à população. Esta ideia de que é sempre possível envelhecer ativamente é alimentada por uma indústria do antienvelhecimento, que cresce em cima da imposição da imagem de juventude aos idosos, incentivando a venda de produtos que disfarçam ou retardam os efeitos do envelhecimento. Isto nos mostra o quanto a sociedade ainda não lida bem com a ideia do envelhecimento, tendo o mesmo como declínio caminho da morte (BELO, 2013; CALASANTI; KING, 2018).

Estes são elementos que formam um tema que permeia esta pesquisa: a discriminação baseada na idade, do inglês, *ageism*, o preconceito ao qual as pessoas são expostas por causa de sua idade (CALASANTI, 2015). Uma forma de discriminação diretamente ligada às relações de poder na sociedade, uma vez que a imagem do envelhecimento tem a ver com fatores como contexto histórico e econômico. A pessoa idosa é vista como alguém que não possui poder de decisão e autonomia, causando a marginalização dos mesmos no que se refere à participação social.

O envelhecimento é visto também como um declínio dos ideais heterossexuais de masculinidade e feminilidade, o que causa uma redução no status social dos indivíduos. A preocupação que acompanha a mulher desde a juventude em ser feminina e as cobranças por sua aparência, pioram com as mudanças físicas decorrentes da idade avançada e tornam-se motivo de vergonha, que podem levar a uma necessidade de cobrir o próprio corpo (CALASANTI; KING, 2018). Através desta informação podemos pensar como este processo se reflete na forma que as mulheres idosas veem seus próprios corpos. A divisão do trabalho baseada nos gêneros também colabora para que haja uma diferença no envelhecimento entre os dois, sendo o trabalho feminino majoritariamente não remunerado ou pior remunerado e menos valorizado que o do homem ao longo da vida. O resultado dessa construção da desigualdade de gênero culmina na velhice (BELO, 2013; CALASANTI; KING, 2018).

A maioria dos idosos no Brasil é formada por mulheres, grande parte delas é foram “donas de casa”, que, na velhice, dispõem de rendas mais baixas. Mulheres têm mais tendência para doenças crônicas dos que os homens, porém, também tendem a viver mais, o que resulta em um processo denominado feminização da velhice. Assim, com grande frequência, tornam-se cuidadoras dos seus esposos. Por isso, há uma possibilidade maior de viverem sozinhas, estando assim mais

vulneráveis e desprotegidas e sob o risco de sofrerem com apropriação de sua renda por parte de familiares, violências psicológicas e até mesmo físicas. (BELO, 2013).

Compreendidos os principais aspectos sobre o envelhecimento, é preciso entender o funcionamento da moda, e como isso se reflete nas roupas da mulher idosa. Na presente pesquisa tratamos a moda não só como um conjunto de normas do que é considerado apropriado em uma época, mas também como um signo das expressões da sociedade. Da forma como é conhecida hoje, ela surgiu com o advento do comércio e a ascensão da burguesia, mas, assim como outros objetos de cultura material, o vestuário funciona como uma forma de comunicação não-verbal dos ideais da sociedade, podendo ser representativa de gênero, profissão, classe social, dentre outros (LAVER, 1989; JONES, 2011; NERY, 2009). Supostamente vivemos em uma época de democratização de estilos na atualidade, na qual as pessoas teriam liberdade para escolher o que desejam vestir ou como desejam representar as si próprias. Na realidade, ainda existem fatores limitadores, uma vez que a sociedade tem expectativas quanto aos comportamentos dos indivíduos, e que essas se refletirão, normalmente, em seu vestuário. Para que essa comunicação faça sentido, é preciso que seja parte de um sistema de significados já existente (BARTHES, 2009); logo, a liberdade de escolha é apenas parcial. Isso impacta diretamente o vestuário das mulheres idosas, na medida que o mesmo será representativo da forma como elas são vistas pela sociedade e do que desejam comunicar através dele.

O sistema da moda se utiliza dos meios de comunicação da área para apresentar suas tendências, o que está na moda e o que está fora de moda, e os idosos raramente aparecem nessas divulgações. A moda e a indústria do vestuário não costumam contemplar esse público. Na prática, a publicidade de moda pouco representa as pessoas mais velhas, e quando as representa, utiliza-se de imagens que são, em sua maioria, sóbrias e pouco atrativas, que refletem uma visão mais tradicional do envelhecimento. Essa representatividade é ainda menor nas lojas, onde as peças vendidas são majoritariamente pensadas para públicos mais jovens. Mesmo com o surgimento de digital *influencers* idosas nas últimas décadas, a imagem representada na publicidade e mídia em geral não condiz com a realidade de muitas mulheres idosas, principalmente aquelas que possuem rendas mais baixas, não apenas pela diferença de classe social, mas também pelo contexto social no qual elas estão inseridas (JONES, 2011).

Os indivíduos possuem diversas motivações ao comprarem peças de vestuário, as chamadas funções da vestimenta. Uma delas, a da decência, expressa essa necessidade, a qual já citamos, que uma pessoa pode sentir de disfarçar possíveis imperfeições de seus corpos. No momento da aquisição das peças de vestuário os consumidores também consideram os critérios práticos que podem ser determinantes na escolha, que podem envolver preço, caimento e conforto, dentre outros (JONES, 2011). Esses conceitos auxiliam a compreender melhor as escolhas e as estratégias que mulheres idosas adotam diante da grande variedade de peças disponíveis no mercado, e que não são pensadas para elas, enquanto público.

Conforme pudemos perceber, as mulheres idosas são pouco contempladas pela indústria de vestuário. Baseada na moda, esta tem como foco principal o conceito de juventude, que não engloba este grupo de pessoas com 60 anos ou mais. Nesta pesquisa visamos entender, então, como este grupo percebe a oferta de vestuário e se adapta a ela, já que não são o público-alvo da grande maioria das empresas. Esta primeira etapa de pesquisa bibliográfica foi de grande importância para entender a situação do idoso no momento atual da sociedade, para trazer conceitos fundamentais para a análise da questão proposta e para a consequente definição das técnicas de pesquisa.

Devido ao fato de que este trabalho visa compreender aspectos sociais que não podem ser quantificados, foi feita a opção pela pesquisa qualitativa. Segundo Minayo, Deslandes e Gomes (2009, p. 21) a pesquisa qualitativa: “[...] trabalha com o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes”, sendo assim mais indicada para a abordagem da pesquisa. O objetivo desta pesquisa não é trabalhar com generalizações, com regularidades ou leis, mas com a interpretação de um caso particular.

Na pesquisa qualitativa a preocupação do pesquisador não é com a representatividade numérica do grupo pesquisado, mas com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, de uma instituição, de uma trajetória, etc. (GOLDENBERG, 2011, n. p)

Como parte do estudo qualitativo foi feita uma observação do grupo escolhido, utilizando-se a perspectiva etnográfica, originada no campo da antropologia. Segundo Peirano (1995) a pesquisa etnográfica busca o diálogo com o outro. O principal objetivo da antropologia é relacionar conceitos preestabelecidos a contextos diferentes e particulares. Por isso a base da pesquisa de campo etnográfica é essa

possibilidade de submeter os conceitos a casos específicos, através de uma observação aprofundada. “São essas duas direções – a especificidade do caso concreto e o caráter universalista da sua manifestação – que levam a antropologia a um processo de refinamento de problemas e conceitos [...]” (PEIRANO, 1995, p. 18). Embora esta não seja uma pesquisa desenvolvida na disciplina de Antropologia, foi possível perceber a utilidade da aplicação do olhar etnográfico ao problema proposto, uma vez que os sujeitos da pesquisa fazem parte de um mesmo grupo, do qual a pesquisadora também foi membro, formando um conjunto social próprio com uma intensa dinâmica relacional, já que praticavam juntos exercícios físicos e se relacionavam entre si em diversas ocasiões em torno dessa prática. A observação da dinâmica do grupo pesquisado tornou possível fazer a relação entre a teoria e as práticas reais de vestuário das mesmas.

A pesquisa foi desenvolvida com um grupo de mulheres praticantes de exercícios de pilates e/ou hidroginástica, em um espaço particular no bairro da Vila da Fábrica, na cidade de Camaragibe, Pernambuco. O grupo era formado em sua grande maioria por mulheres acima dos 60 anos. A pesquisadora fez parte de um dos grupos de exercícios desta unidade por um período de mais de um ano, e manteve contato por um período, tanto anterior, quanto posterior, por ter familiares que também praticavam exercícios no local, até o momento em que a turma do pilates foi encerrada pela instituição. Este contato permitiu à pesquisadora participar de eventos com as participantes, bem como da prática de exercícios propriamente dita, observando seus comportamentos e vestuário. A escolha do grupo deveu-se não apenas ao acesso da pesquisadora ao mesmo, mas também pela percepção de que este grupo englobava mulheres habitantes da periferia, de um município da Região Metropolitana de Recife, em sua maioria de renda média para baixa e que, portanto, não teriam as mesmas facilidades de acesso a peças mais bem adaptadas a elas. Elas também demonstravam certa vitalidade e visão positiva em relação à vida e um desejo de cuidado pessoal com a saúde, por serem ativas, não só em relação aos exercícios físicos, mas também em seu dia-a-dia.

Durante este período foi percebida a pertinência da aplicação de entrevistas semiestruturadas, para que as informações obtidas por meio da convivência da pesquisadora com o grupo pudessem ser mais específicas. Segundo Gil (2012, p. 109): “Pode-se definir entrevista como a técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados

que interessam à investigação”, permitindo, assim, abordar alguns tópicos de maneira mais direta. O fato de a entrevista ser um método adequado para obter informações sobre os saberes, crenças, esperanças, sentimentos, desejos e atitudes, ou seja, os mais diversos aspectos da vida social (GIL, 2012, p. 109), nos fez perceber esta técnica, complementarmente às observações preliminares realizadas, como ideal aos objetivos da pesquisa e abraçá-la como instrumento central às ferramentas técnicas de pesquisa de campo.

Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com 7 participantes do grupo, escolhidas por amostragem não-probabilística, por acessibilidade. As participantes foram mulheres com 59 anos ou mais, praticantes de exercícios físicos (pilates e/ou hidroginástica) em um espaço no bairro da Vila da Fábrica em Camaragibe, Pernambuco. A escolha da faixa etária deveu-se à consideração, por parte da OMS, de pessoas com 60 anos ou mais como sendo idosas em países em desenvolvimento, corroborada pela determinação do Estatuto do Idoso, que considera os direitos à população com esta mesma faixa etária, tendo sido incluída uma mulher na época com 59 anos, que já estava próxima de completar 60 anos e se disponibilizou a ser uma das informantes. As entrevistas foram organizadas com um roteiro de perguntas já definido pela pesquisadora (Apêndice A), mas ainda permitindo às entrevistadas falarem livremente sobre tópicos que envolviam as temáticas abordadas, não só sobre vestuário, mas também sobre a relação destas mulheres com seu entorno, sempre relacionadas ao uso de vestuário e acessórios. As entrevistas foram registradas em áudio para que nenhum detalhe fosse perdido durante a fase de interpretação dos dados, e foram feitas em local previamente combinado. Durante a escolha das participantes foram verificados, também, como critérios de inclusão na pesquisa a capacidade das mesmas de se comunicar e expor ideias com clareza, se eram residentes na Região Metropolitana de Recife e se aceitavam participar voluntariamente da pesquisa perante assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (Apêndice B).

Assim a metodologia de pesquisa em campo utilizada, combinou entrevistas com a observação realizada durante 2 anos de contato direto com o grupo, e o material coletado neste período foi organizado para se passar à fase de interpretação.

Tal como definido por Minayo, Deslandes e Gomes (2009), a interpretação dos dados é a última etapa do ciclo de pesquisa:

A terceira etapa, resumida no título *Análise e tratamento do material empírico e documental*, diz respeito ao conjunto de procedimentos para valorizar, compreender, interpretar os dados empíricos, articulá-los com a teoria que fundamentou o projeto ou com outras leituras teóricas e interpretativas cuja necessidade foi dada pelo trabalho de campo. (MINAYO, DESLANDES, GOMES, 2009, P. 26-27)

É neste momento que os dados são ordenados, classificados e analisados, buscando-se encontrar a lógica peculiar e interna, ou seja, os códigos sociais, do grupo que está sendo analisado. (MINAYO, DESLANDES E GOMES, 2009). O instrumento escolhido para a análise dos dados obtidos com as entrevistas foi a análise de discurso. Segundo Orlandi (2015, p. 13) “Na análise de discurso, procura-se compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e da sua história. ” Ela argumenta que não há neutralidade na fala, refletindo sobre o que considera realmente importante: a produção de significados através da fala. A base da análise de discurso é a de que a fala não é neutra, pois a história e a ideologia estão sempre presentes na mesma. Os sentidos estão sempre embutidos nos discursos, e precisamos entender como nos relacionamos com a linguagem para interpretá-los, “[...] refletindo sobre como a linguagem está materializada na ideologia e como a ideologia se manifesta na língua.” (ORLANDI, 2015, P. 15). As elaborações da autora dialogam diretamente com as construções teóricas de Roland Barthes em torno do conceito de mito moderno, que a seu ver se erige em torno da linguagem da publicidade que ampara o consumo moderno e a moda. Este segundo autor sugere a linguagem publicitária como uma fala mítica. Para Barthes (1999, p. 131) “[...] já que o mito é uma fala, tudo pode constituir um mito, desde que seja suscetível de ser julgado por um discurso.” Ele defende que a mitologia faz parte da semiologia e da ideologia, dando grande importância à questão histórica, e afirmando que ela estuda as ideias-em-forma. A análise de discurso, portanto, se encaixa perfeitamente como ferramenta de análise desta pesquisa, já que a mesma visa compreender os significados que podem influenciar as escolhas de uso de vestuário das mulheres idosas.

As informações coletadas nas entrevistas foram, então, cruzadas com os dados da observação e as definições identificadas na pesquisa bibliográfica, interpretando as falas das entrevistadas através da análise de discurso e de acordo com o conhecimento desenvolvido nas etapas anteriores. Essas informações foram sistematizadas através da transcrição e posterior fichamento dos dados obtidos

através da entrevista e das observações, sendo divididos por temas. O principal objetivo desta sistematização foi encontrar possíveis concordâncias e divergências nas próprias falas das entrevistadas, bem como entre as falas umas das outras.

No próximo capítulo vamos conhecer um pouco mais sobre os perfis das mulheres pesquisadas e abordar os resultados obtidos a partir da análise das observações e das entrevistas.

5 ESTUDO DE CASO: GRUPO DE PRÁTICAS FÍSICAS DAS SENHORAS DA VILA DA FÁBRICA – CAMARAGIBE/PE

No capítulo anterior fizemos uma síntese dos conceitos mais importantes abordados no levantamento bibliográfico, objetivando constituir um dispositivo analítico para a apreciação dos dados obtidos no campo, de acordo com a metodologia da Análise de Discurso descrita por Orlandi (2015). A autora orienta que a relação do analista com os seus objetos de pesquisa, os sentidos apreendidos nas falas e atos dos informantes mediante seu contexto social específico, bem como sua interpretação, deve ser sempre regida pelos conceitos teóricos trabalhados na pesquisa. Neste capítulo visamos proceder com a primeira etapa da análise, na qual, segundo Orlandi (2015, p. 76), desfaz-se “[...] a ilusão de que aquilo que foi dito só poderia sê-lo daquela maneira”. Ou seja, construímos um objeto discursivo através da compreensão de quem são os sujeitos, qual sua história e em que circunstâncias são proferidas as suas falas.

Conforme já falado, o grupo observado neste estudo é formado por mulheres que praticam exercícios físicos como pilates e/ou hidroginástica na unidade do Serviço Social da Indústria (SESI) no bairro da Vila da Fábrica, em Camaragibe. Todas as entrevistadas moram na própria cidade de Camaragibe e possuem entre 59 e 75 anos. Muitas fazem parte de atividades religiosas em suas congregações, e destas, a maioria é de religião católica.

Camaragibe é uma cidade da Região Metropolitana de Recife, localizada no subúrbio. As regiões nas quais elas moram e o próprio bairro da Vila da Fábrica, onde praticam exercícios, têm uma população majoritariamente de pessoas de classe baixa e média-baixa, como elas próprias. A renda média do cidadão camaragibense é de 1,8 salários mínimos, e apenas 9,1% da população tem uma ocupação formal, segundo dados do IBGE²¹. Em 2010, 41,9% da população vivia com até ½ salário mínimo por pessoa. Apesar de possuir uma alta taxa de escolarização no Ensino Fundamental, o número de matrículas cai drasticamente quando se passa ao Ensino Médio, demonstrando uma tendência ao abandono escolar.

Quanto às senhoras, como impressão geral, elas formavam um grupo muito animado, que marcava com frequência festas de café da manhã no próprio horário

²¹ Informações segundo a página do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/camaragibe/panorama> >. Acesso em: 27 dez. 2019.

dos exercícios, em datas de aniversários, celebrações como o dia das mães e Carnaval, e também excursões a praias e balneários. Em geral, havia duas celebrações anuais organizadas pela própria entidade promotora das atividades físicas (o SESI) nos períodos de São João e Natal, com bastante participação dessas mulheres e de suas famílias. Outras festas eram organizadas esporadicamente, em razão de outras datas comemorativas, como por exemplo, dia das mães e aniversários das instrutoras. Algumas das alunas dos exercícios eram praticantes de outros tipos de hobby, como dança, e costumavam combinar de sair juntas para serestas e outras festas. Era possível perceber na maioria delas um gosto pela dança, e eram sempre muito animadas durante as celebrações, brincando umas com as outras e fazendo piadas.

Se pensarmos na imagem que normalmente se faz do envelhecimento e na discriminação baseada na idade, estando na companhia do grupo era quase impossível perceber que se tratavam de mulheres de meia-idade e idosas; exceto, quando a conversa se dirigia para o tema da saúde. Muitas delas chegaram à prática de exercícios por recomendação médica, portanto o assunto sempre acabava vindo à tona. Era fácil perceber como a maioria delas dizia sentir uma melhora nos problemas de saúde, principalmente referentes à mobilidade. Quanto a este assunto, a questão do trabalho doméstico aparecia com muita frequência, uma vez que esses problemas dificultavam sua execução. Muitas delas possuíam netos, alguns ainda pequenos, e ajudavam a cuidar deles, configurando outra responsabilidade que acumulavam.

Havia quatro grupos de exercícios, sendo dois de pilates, e dois de hidroginástica, em dois turnos, manhã e tarde. As entrevistadas faziam parte de três desses grupos: Pilates da manhã, hidroginástica da manhã e hidroginástica da tarde. Quanto ao uso de vestuário durante a prática de exercícios físicos, no pilates, que ao contrário da hidroginástica não exige o uso de uma roupa tão específica quando um traje de banho, algumas das alunas usavam peças inadequadas, de tecidos folgados e sem elasticidade, o que dificultava os movimentos, talvez por não se sentirem bem com peças de malha ou elásticas, que normalmente são mais justas. Porém, a maioria usava roupas mais esportivas, adequadas à prática dos exercícios (Figura 7).

Figura 7 – Participantes e instrutora em dias de prática de pilates



Fonte: Compilação com imagens do arquivo pessoal da autora.

A seguir vamos apresentar o perfil destas mulheres. Nomes fictícios foram designados a todas as participantes, baseados em nomes de flores e escolhidos de forma aleatória pela pesquisadora.

A primeira entrevistada foi Violeta, praticante de pilates no horário da manhã, tem 64 anos e é aposentada. Ela é casada, mora com o esposo e eles tem duas filhas adultas com quem mantêm contato frequente. Ela costuma ter contato com membros da sua congregação da Igreja Católica, participa de reuniões de condomínio e da prática de exercícios no espaço onde foi feita a pesquisa. Tem carro, mas não dirige, e costuma pegar carona com o marido ou sair sozinha de ônibus quando ele não pode levá-la.

A segunda entrevistada foi Orquídea, praticante de hidroginástica e pilates no horário da manhã, tem 62 anos, estava aposentada há mais de um ano e essa era sua única renda. Ela tem três filhos, mas mora sozinha. Ela dirige e tem carro, costumando sair sozinha. Ela foi a mais reservada dentre todas as entrevistadas, se resumindo a respostas curtas e pouco detalhadas.

A terceira entrevistada foi Lis, praticante de pilates no horário da tarde, tem 70 anos, não trabalha e é pensionista. Mora sozinha e, apesar de ter irmãos e filhos, diz que nenhum é muito próximo a ela, mas não detalhou os motivos. Dentre as entrevistadas que expressaram sua religião, foi a única que se declarou evangélica e disse que tem o costume de ir à igreja a pé, pois mora perto, mas para outros lugares vai de ônibus ou de carro, mas não detalhou se algum familiar lhe levava ou se utilizava táxis ou outros transportes de aluguel.

A quarta entrevistada foi Margarida, praticante de hidroginástica no horário da tarde, é a mais velha dentre todas, com 75 anos. Ela mora com o esposo e tem duas filhas que não moram mais com ela. Ela afirmou que também costuma sair sozinha, geralmente de ônibus.

A quinta entrevistada foi Açucena, praticante de hidroginástica no horário da tarde, tem 66 anos, é pensionista e tem três filhos, todos morando em outras cidades. Ela mora sozinha e diz que sai muito, todos os dias, sempre de ônibus.

A sexta entrevistada foi Magnólia, praticante de hidroginástica no horário da manhã, foi a mais jovem e a única com menos de 60 anos, porém já perto de completar. Ela é artesã e ainda não está aposentada. Ela mora só com o marido e como atividades, além da prática da hidroginástica, participa de um grupo de artesãs. Disse que sai sempre só, de carro, ônibus ou carro de aplicativo.

A sétima entrevistada foi Rosa, praticante de hidroginástica no horário da manhã, tem 62 anos, trabalha com venda de roupas e não é aposentada. Ela disse que poderia ter se aposentado como trabalhadora rural, mas abriu empresa e agora estava pagando como empreendedora para poder se aposentar. Ela mora com o marido e tem uma filha, com quem demonstrou ter muita proximidade. Além das atividades físicas, ela diz que participa de atividades na Igreja Católica, inclusive em um grupo chamado Obra de Maria. Costuma sair de casa só e vai à Igreja a pé, mas disse também viajar muito. Dentre as entrevistadas foi a que mais se abriu durante a conversa, falando sobre diversos temas com mais profundidade.

É possível perceber entre as entrevistadas uma variedade nas respostas, mas é importante destacar que todas têm pelo menos um filho, e que todas ou moram sozinhas, ou com o marido. Por questões de descrição o perfil delas não foi mais aprofundado, mas ainda assim foi possível ter uma noção da situação na qual elas vivem e como se relacionam com seus familiares e comunidades das quais fazem parte. São mulheres de classe baixa ou média-baixa, e que aparentam por suas falas possuir baixa escolaridade.

Iremos, a partir de agora, abordar as respostas dadas em relação a seus hábitos de vestuário. Optamos por utilizar uma abordagem baseada no Método de Interpretação de Sentidos, conforme descrito por Minayo, Deslandes e Gomes (2009). Dividido em três etapas, este método orienta a fazer primeiramente uma leitura compreensiva para absorver a visão de grupo e identificar temas recorrentes nos depoimentos; depois o recorte de trechos das entrevistas identificando as ideias

explícitas e implícitas; e, por fim, buscar sentidos mais amplos nas falas, dialogando com a fundamentação teórica, o contexto, as observações e o objetivo da pesquisa. De início, focaremos principalmente nas duas primeiras etapas. Dividimos os dados em subtópicos com foco em temáticas que se sobressaíram nos discursos das participantes. Ao final do capítulo, fecharemos com um tópico de análise.

É importante ressaltar que as entrevistadas foram informadas sobre o tema da entrevista, portanto suas falas podem ter sido condicionadas, em alguns aspectos, pelo conhecimento de estarem falando com alguém que estuda vestuário, e que elas consideraram uma autoridade no tema. Antes mesmo do início da entrevista, elas fizeram comentários em relação ao fato de que não entendiam de moda, acreditando não serem adequadas para responder à pesquisa, no que foram tranquilizadas pela entrevistadora. Todavia, é preciso levar este entendimento por parte das participantes em consideração durante a análise de suas falas.

5.1 Estratégias de Aquisição

Conforme percebemos no Capítulo 3, a moda com frequência não é pensada para a consumidora da terceira idade, o que foi corroborado na contemplação das informações colhidas no trabalho de campo. Um dos objetivos desta pesquisa é entender que estratégias essas mulheres utilizam para se desviar da dificuldade de acesso aos bens legitimados pela moda. Durante as entrevistas foram feitas várias perguntas sobre o uso de vestuário, a compra e a produção pessoal (uso de maquiagem e acessórios) das mulheres entrevistadas. A intenção era perceber, entre outros aspectos, como elas se relacionam com o vestuário e entender se elas consideram as peças ofertadas pelas lojas satisfatórias.

Todas as sete entrevistadas afirmaram comprar roupas prontas, e apenas três afirmaram que costumam, também, comprar o tecido e mandar para uma costureira. Duas afirmaram que já haviam tentado encomendar peças com costureiras, mas não gostaram do resultado e, portanto, desistiram da prática. Quanto às lojas, as mais citadas foram Riachuelo, C&A, Marisa e Emanuelle, mas Lis afirmou comprar em lojas de “roupa para gordinho”, Margarida não conseguiu citar nomes de lojas, enquanto Rosa, por ser revendedora, disse comprar pessoalmente em Caruaru e encomendar através da sobrinha em São Paulo, pois usa as próprias peças que revende, tendo citado as marcas diJolly, Gaby e Parceria como algumas que mais usa. Ela também

afirmou durante a entrevista ter mais facilidade de vestir peças em tamanhos G ou até mesmo GG. Orquídea afirmou não comprar em de marcas famosas, mas em “lojas padrão”, que foi como ela se referiu a algumas lojas varejistas de *fast-fashion*²², como as citadas anteriormente. Magnólia foi a única que disse comprar em lojas no centro de Recife, nas proximidades da Rua Duque de Caxias e Rua do Rangel, onde é possível encontrar lojas como Marisa e Emanuelle, mas também outras lojas mais populares, com preços ainda mais acessíveis. Apenas ela e Lis afirmaram comprar a pessoas que revendem (as populares “sacoleiras”), a primeira a uma colega de exercício, a segunda à própria sobrinha. Orquídea foi a única que afirmou não comprar a “sacoleiras” e Margarida disse que as filhas compram as roupas para ela.

Às vezes sim [precisa ajustar]. Eu já procuro mais coisa que caiba mesmo. [...] Não, é difícil [encontrar peças que não precisem de ajuste]. [...] É só a... a cava que fica muito... No caso o tamanho isso aqui fica muito aberta né a cava. (Orquídea, 62 anos)

É porque quando eu mando fazer não sai do meu agrado. (Açucena, 66 anos.)

Não, eu compro já pronta, é... Mando fazer... eu só mandei fazer somente um vestido numa amiga minha também que faz, mas a maioria das minha roupa eu compro tudo pronta. (Magnólia, 59 anos)

Com certeza [precisa ajustar]. Eu mesma ajusto que eu sou costureira também né. Então assim, eu não sou costureira pra ninguém, eu costuro mesmo pra mim, pra minha família. [...] Quando tem uma peça que tá muito apertada, aí eu vou e fa... e abro ou ou coloco alguma coisa que dê, que dê realce na roupa, e do, do, uma coisa, uma peça que você tem em casa guardada você pode transformar ela em nova. (Magnólia, 59 anos.)

Não, eu já tentei [mandar fazer], mas não deu certo aí eu parei. [...] Não [ajusto], eu já compro o que combine pro meu corpo, já. (Rosa, 62 anos.)

Foi possível inferir pelas respostas a essa pergunta que todas as entrevistadas consomem peças de vestuário de lojas mais populares, sejam elas de grandes varejistas ou de revenda de pequenas empresas. Essas peças, em geral, costumam ter preços mais acessíveis, mas também são fabricadas em grandes quantidades e em modelos e modelagens padronizadas para as massas. Porém, o mais interessante, é que a maioria afirmou não fazer ajustes, pois prova as peças e só compra aquelas que servem bem. Foi possível perceber pelo que foi afirmado que

²² Uma abordagem de design, criação, e marketing de tendências de vestuário que enfatiza disponibilizar aos consumidores tendências de moda rapidamente e de forma barata. Tradução livre. Disponível em: <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/fast%20fashion>>. Acesso em: 29 dez. 2019.

elas preferem comprar peças que já estejam bem ajustadas aos seus corpos, mesmo que precisem provar várias roupas, do que comprar uma peça que necessite ser ajustada. Essas práticas condizem com a renda das mesmas, e com o que sabemos sobre a condição da mulher idosa no Brasil em termos de condições financeiras, conforme abordado no Capítulo 2. Isto coloca em evidência a importância para estas mulheres, de um dos critérios práticos citados por JONES (2011) no momento da compra de vestuário: o preço. A renda discricionária de muitas pessoas idosas é reduzida, pois muitas vezes as despesas, principalmente com saúde, nesta fase da vida são altas, e para mulheres que já vivem com uma renda baixa, a mesma torna-se ainda menor.

Mas é importante avaliar outro aspecto também significativo na compra de vestuário em lojas como as citadas por essas pesquisadas: o critério de conveniência e serviços. Durante as conversas mais de uma entrevistada afirmou necessitar provar várias roupas antes de encontrar algo que elas gostem, bem como que, hoje em dia, existe uma variedade maior de peças disponível para que elas escolham o que lhes agrade. Nesse sentido, as lojas citadas pelas mesmas apresentam uma possibilidade de provar diversas peças, de estilos variados e para quase todas as ocasiões em um mesmo lugar. Todas estas falas demonstram um desejo de conveniência quando o assunto é vestuário, isto é, não desejam se preocupar muito com as roupas, querem que o processo seja o mais prático possível, apenas comprar e vestir. Esta conveniência aparece, também, quando algumas afirmam comprar com “sacoleiras”, já que elas as conhecem e podem trazer peças já nos estilos de que gostam. A maioria das entrevistadas também demonstrou não ter muita paciência para encomendar peças com costureiras, ou não gostar do resultado final. Mesmo as que disseram ter esse costume, demonstraram que ainda assim também compram peças prontas. Outro ponto importante foi a afirmação das mesmas de que não fazem ajustes, ou que preferem comprar peças que já fiquem bem no corpo, mas nem sempre é possível, e uma das entrevistadas informou fazer os próprios ajustes, quando necessário, e aproveitar para customizar as roupas. Entretanto, este aspecto recai, também, na questão financeira, pois ajustar as peças representa uma despesa a mais, além do gasto inicial com a compra do vestuário.

Todas disseram usar jeans, inclusive Lis, que é evangélica e só usa saia, disse ter 19 saias jeans. Ela e Açucena foram as únicas que disseram não usar calça,

embora Açucena tenha dito que usava a categoria de peças antes, mas que não estava mais gostando. Todas as outras entrevistadas afirmaram gostar de usar calça. Em termos de comprimento algumas disseram que gostam de usar roupas acima do joelho; e novamente Lis se diferenciou das demais afirmando só usar saia abaixo do joelho, por questões religiosas. Violeta foi a única que disse preferir roupas curtas e leves que deixam mais à vontade e soltinhas. Disse que o marido fala sobre o comprimento das peças, mas ela não liga. Magnólia escolheu bermuda como peça preferida, e Rosa disse que frequentemente usa bermudas em casa, mas quando sai prefere usar calça comprida e não consegue nem ir de bermuda à igreja. Os dados obtidos relativos a este momento da entrevista demonstraram uma grande diferença nas práticas e ideários das nossas entrevistadas em relação à imagem que impera sobre mulheres idosas, que povoam o imaginário popular com vestidos e saias mais tradicionais.

Foi possível perceber que o jeans é um item de grande importância para elas, e talvez nem seja uma constatação tão surpreendente. Uma das questões levantadas e debatidas nesta pesquisa é a ausência de peças que sejam pensadas para a mulher idosa na indústria do vestuário. Por isso nós investigamos as estratégias que elas usam para se adaptar à oferta de produtos nas lojas, e o uso do jeans parece ser uma delas. Criado como traje de mineiros e depois popularizado, o jeans é uma das peças mais utilizadas hoje, fácil de ser encontrado nas formas, tamanhos e modelagens mais variadas, e também possui diversas adaptações no próprio tecido, como, por exemplo a adição de elastano, o que o torna mais adequável às diversas formas dos corpos. Porém, apesar de aparentemente ser uma peça coringa para o dia a dia delas, durante a observação percebemos que o jeans não era uma peça recorrente nos eventos do grupo. Naqueles que ocorriam durante o dia, mesmo as mulheres que não iam participar da prática de exercícios geralmente usavam roupas mais leves; apenas algumas poucas iam com peças jeans. Nos eventos à noite, elas geralmente usavam vestidos ou calças de tecidos variados, e mais raramente peças em tecidos jeans. Isto nos permite inferir que o jeans, sendo uma peça de fácil acesso, de uso comum na sociedade e que apresenta mais possibilidades de adaptação aos corpos mais variados, é mais utilizado no dia a dia, porém pode ser considerado desconfortável para os momentos de lazer, como as celebrações diurnas do grupo, e não elegante o suficiente para uma festa à noite. Apesar de muitas terem afirmado gostar de vestidos,

podemos notar que são uma opção mais leve para usar em casa, ou uma opção mais elegante para usar em festas e outros eventos mais especiais.

Dentre as entrevistadas que falaram sobre blusas, a maioria disse não se importar de usar peças sem mangas. Violeta disse não gostar muito de mangas, pois são quentes, e gostar mais de blusas de alça e mais cavadas, “mais soltas” que a deixam mais confortável. Rosa embora use peças sem mangas disse não gostar de “blusas de alcinha”, e Lis foi a única que disse usar apenas peças com mangas. Sobre transparências, recursos muito comuns no acabamento das produções que povoam as blusas no mercado de vestuário nas lojas de *fast fashion*, todas disseram não usar, ou usar pouco, e Magnólia disse só usar com uma blusa de segunda pele por baixo. Sobre peças com recortes ou rasgos nenhuma também disse usar; e Violeta chegou a dizer que peças rasgadas pareciam velhas.

A maioria das entrevistadas afirmou gostar de estampas, mas Violeta e Lis disseram preferir os tipos mais discretos. Magnólia disse que gosta de estampas coloridas, e Margarida e Açucena disseram usar quase todos os tipos, mas a Açucena afirmou que usa mais floridas. Orquídea também disse preferir estampas de flores, mas gosta mais de peças lisas. Apenas Rosa não comentou sobre estampas, mas foi possível perceber pela observação que esta também aprecia e usa peças estampadas. Sobre cores as respostas foram as mais variadas: Violeta gosta de cores mais claras, Orquídea de preto, azul, vermelho e lilás, mas não gosta de branco, nem de tons fluorescentes, Lis prefere cores neutras, Margarida gosta de verde e não gosta de amarelo, Açucena gosta de verde, azul e tons bebês e não usa cores extravagantes, Magnólia, por outro lado, gosta de roupas coloridas e de rosa, vermelho, preto e lilás. Foi possível perceber que, mesmo com uma grande variedade, é comum a todas elas usarem estampas (Figuras 8 e 9), mas quanto às cores não houve concordância, pois cada uma apresentou uma opinião própria. Apesar da alegação das entrevistadas de que gostam de peças estampadas, cabe analisar se tecidos estampados são mais comuns nos produtos das lojas que as participantes costumam frequentar. É preciso questionar se é apenas o gosto das mesmas que influencia nestas escolhas, ou se a facilidade maior de acesso pesa em sua decisão, uma vez que as peças estampadas são mais comuns no seu uso do dia a dia do que em festas noturnas (Figura 10).

Figura 8 – Alunas dos grupos de hidroginástica e pilates trocam presentes celebrando o dia das mães em 2018



Fonte: Compilação com imagens do arquivo pessoal da autora.

Figura 9 – Alunas dos exercícios em café da manhã organizado durante um dia de exercícios



Fonte: Arquivo pessoal da autora.

Figura 10 – Alunas e instrutoras dos exercícios em uma festa de fim de ano em dezembro de 2018 (da esq. para a dir. são alunas idosas a 1ª, 4ª, 5ª, 7ª e 8ª)



Fonte: Arquivo pessoal da autora.

Ao fim do levantamento foi possível perceber que o uso de vestuário das entrevistadas diverge bastante. Dentre as poucas convergências estão a preferência por lojas mais populares, o uso de jeans, em sua maioria de calças, e de peças estampadas, mesmo que os estilos de estampas variem bastante. Os resultados destas questões demonstram tanto que o estilo destas mulheres idosas é bastante

variado, como também que alguns conceitos generalizantes sobre o uso de vestuário das mesmas não estão necessariamente corretos.

5.2 Na intimidade e fora de casa

Durante o período de convivência com o grupo e contatos preliminares com outras idosas, foi possível perceber que muitas mulheres idosas diziam usar roupas diferentes quando não estavam em casa. Apesar de não ser algo exatamente incomum, já que normalmente as pessoas tem uma tendência a eleger peças mais confortáveis e menos elaboradas para permanecer em suas residências, durante as conversas muitas vezes foi possível entender que elas utilizavam em casa peças que consideravam inadequadas para sair, demonstrando que, talvez, elas rejeitem o uso de algumas roupas por perceberem que existe uma discriminação baseada na idade, e não exatamente, ou pelo menos não apenas, por não gostarem do tipo de peça. Outra característica perceptível é a importância que muitas dão ao olhar do outro quando se está fora de casa, com o que as pessoas vão pensar se elas usarem determinadas peças, ou se não estiverem bem arrumadas. Também foi observado que as peças que elas usam em casa atendem mais ao critério prático do conforto (JONES, 2011), enquanto que, para sair, usam suas peças preferidas, não necessariamente guiadas pelo critério do conforto, mas por razões relativas à expressão do padrão que atenda às expectativas sociais sobre o vestuário para a faixa etária, o gênero e outros valores pertinentes ao grupo social. Também foi possível notar que existe um cuidado na produção para ser vista, mesmo que não seja exagerado.

É só mais calça comprida né? Vestido não é tanto porque tem sempre que tá... Tenho muito vestido, mas ultimamente eu não to mais vestindo. [...] Ah porque eu não to mais trabalhando aí... também não to saindo muito. (Orquídea, 62 anos.)

Costumo [usar uma roupa diferente para sair], gosto sempre, se for, gosto de um vestidinho soltinho, botar um cinto e sair toda... pra frente. (Margarida, 75 anos.)

Ó eu sempre gosto de saia e blusa [para sair], aí sempre to comprando um vestidinho pra eu ficar à vontade, em casa principalmente, esses vestido não é, daqueles caso de 12 reais. Aí em casa eu me sinto à vontade que eu não gosto de tá muito presa não sabe? Aí eu compro um vestido bem folgado e fico em casa, e pra sair eu compro mais saia e blusa, nem de short nem de calça eu to gostando mais. (Açucena, 66 anos.)

Eu mesmo gosto mais de me produzir quando eu saio né? Porquê aparência é tudo né? Assim na rua. (Magnólia, 59 anos.)

Eu gosto calça comprida e tá de bermudinha em casa, como eu já disse, entendeu? Pra sair é calça, agora pra tá em casa, bermudinha. (Rosa, 62 anos)

Ao serem questionadas sobre como se arrumavam quando iam sair de casa, algumas poucas entrevistadas disseram só se vestir de modo diferenciado quando vão a festas e à igreja, mais a maioria afirmou gostar de se arrumar para sair em qualquer ocasião, algumas chegando a afirmar usar peças totalmente diferentes. Um ponto interessante é que Margarida, Açucena e Rosa elegeram como peças que usam para sair as mesmas que haviam escolhido como suas preferidas (vestido soltinho, saia e blusa e calça, respectivamente). A partir destas afirmações podemos perceber que, para as três, apesar de menos confortáveis que as roupas usadas em casa, as peças de sair têm mais a ver com a imagem de si mesmas que elas buscam transmitir para o mundo.

Sobre o uso de maquiagem e acessórios as respostas das entrevistadas variaram, pois algumas afirmaram usar apenas maquiagem ou apenas acessórios, e outras disseram usar os dois. Apenas Lis disse não usar nenhuma das duas coisas, mas como a entrevistada declarou-se evangélica, é possível que isso reflita os costumes de sua congregação. O aspecto sobre o qual todas as outras entrevistadas concordaram, porém, refere-se ao fato de que, mesmo usando maquiagem e/ou acessórios, preferiam algo mais discreto, algumas afirmando que só usavam maquiagem em festas. Magnólia foi a única que disse gostar de acessórios mais chamativos, por ser artesã e produzir os próprios acessórios. Quanto ao cabelo, algumas disseram não fazer nada de diferente além do normal, cortar e lavar, enquanto que Violeta disse relaxar, hidratar e escovar, Açucena informou pintar e Magnólia, além da pintura, faz também um processo químico de relaxamento dos fios conhecido como escova progressiva. Algumas das entrevistadas que não falaram sobre o tema também aparentavam pintar o cabelo, sendo esta uma prática recorrente no grupo.

As falas das entrevistadas demonstraram uma preocupação com a aparência ao frequentar espaços públicos, principalmente em eventos nos quais um determinado *dress code*²³ é exigido (como casamentos e formaturas, por exemplo, que exigem o

²³ Termo que se refere ao tipo de traje exigido em determinadas ocasiões ou lugares.

uso de peças sociais), mas também deram a impressão de não querer usar nada que chame muita atenção, ou que as mesmas considerem muito exagerado. Esse também pode ser um reflexo da imagem de que a mulher idosa não deve mais exagerar na sua indumentária, dando preferência à discrição.

5.3 Vestuário da mulher idosa, autonomia e gênero

Um dos temas abordados nas entrevistas foi sobre a relação que as entrevistadas mantêm com seus familiares em relação ao uso de vestuário. Conforme vimos no Capítulo 2 muitas vezes idosos perdem a autonomia de fazer suas próprias escolhas, por razões diversas, ou até mesmo dependem financeiramente de outros familiares. No primeiro caso, os parentes passam a determinar como seu dinheiro será usado. Vimos, também, como existe uma espécie de hierarquia em relação à idade, na qual a autoridade acaba sendo exercida pelas pessoas mais jovens, podendo atuar como censoras de seus parentes mais velhos, considerando que seu julgamento seja mais adequado. Se pensarmos no tema do vestuário, muito guiado pela moda, familiares mais jovens podem ser vistos como pessoas que tem mais contato com as tendências. Por fim, se a mulher idosa ainda for casada, não é difícil imaginar, se pensarmos na hierarquia normalmente subentendida entre os gêneros, que o marido também possa agir como regulador de seu vestuário. Todas essas questões estão diretamente atreladas a preconceitos em relação a gênero e idade reproduzidos pela sociedade e que podem, inclusive, afetar a visão da própria mulher idosa em suas decisões.

As entrevistadas foram questionadas sobre se recebiam ajuda para escolher as peças de roupa que usavam, tanto na loja, quando vão comprar, quanto em casa, quando vão sair. Violeta e Orquídea disseram que escolhem elas mesmas o que vestem, no caso de Violeta mesmo dizendo que o marido tenta regular o que ela usa, principalmente se forem peças mais curtas, e que depois que ela compra todos querem opinar, inclusive as filhas e a mãe; e no caso de Orquídea, recebendo esporadicamente a opinião do filho. Margarida, Magnólia e Rosa disseram que ninguém as ajuda a escolher suas roupas e reforçaram que só a opinião delas próprias tem importância no momento da escolha. Lis informou que a filha costuma dar opinião sobre seu vestuário e Açucena afirma que quando as filhas moravam com ela costumavam ajudar, mas agora que ela só olhava no espelho e decidia sozinha.

Não, a opinião é minha mesmo eu falo eu quero essa, eu gosto dessa, aí eu uso. (Margarida, 75 anos, quando questionada se recebia opinião de familiares sobre suas roupas.)

Não, eu compro. Às vezes elas [as filhas] me dão de presente, às vezes eu não gosto aí vou e troco o meu gosto... (Açucena, 66 anos, quando questionada sobre quem compra as roupas dela.)

Minha filha, as cores que eu gosto mas eu nunca uso porque não tem as cores que eu gosto assim, eu gosto de verde e azul, aí quando eu vejo uma verde num dá muito em meu tamanho, aí eu procuro uma que chegue a parecer com ela né, pra fazer o meu gosto. (Açucena, 66 anos.)

Eu prefiro comprar pronto, porque eu provo, seu eu não gostar eu não fico né. Aí eu vou em outra loja e assim eu vou levando. (Açucena, 66 anos.)

Ó a que eu não gostei ontem mesmo eu dei. Tava guardada, guardada [ininteligível] intuída dentro do guarda-roupa, a menina [ininteligível] eu digo tu leva, se não der na pessoa que tu vai levar pode dar a qualquer pessoa por lá que você acha que der. (Açucena, 66 anos, sobre roupas que não gosta.)

Eu compro mais na cidade²⁴ né? Agora assim especificamente as loja não, qualquer uma que eu vê, basta eu olhar, gostar que eu compro. (Magnólia, 59 anos.)

Porque muita gente elas copiam [as roupas das famosas], e você tem que ver que você que, você que tem que se vestir do jeito que cê gosta, não copiar. Seja você, não os outros. (Magnólia, 59 anos.)

Pra mim o meu gosto é o meu gosto. Se alguém opinar, é porque essa aqui fica bonita em você. Se eu gostar eu compro, se eu não gostar, o gosto daquela pessoa não é o meu. [...] É o que eu quero. A opinião é minha! (Magnólia, 59 anos.)

[Compro] Só. É o que eu gostar. Não tem essa coisa, essa fica bem em você, aí se ficar bem em mim eu compro. E se outra pessoa disser assim essa num, eu num gostei, mas se eu gostar eu uso. (Rosa, 62 anos.)

Várias das entrevistadas afirmaram não ligar para opiniões e escolherem elas mesmas as roupas que queriam, e algumas chegaram a dizer que hoje em dia existia uma maior variedade de peças de vestuário disponível para que se tomasse uma decisão. Estas falas das participantes demonstram uma vontade de expressar sua autonomia, mas também refletem a teoria de que vivemos uma democratização da moda. Todavia, alguns detalhes demonstram as dificuldades que elas têm em sua busca pelas roupas que gostam, como quando afirmam não ser fácil encontrar as cores que gostam, precisar provar muitas peças até finalmente encontrar o que desejam, e doar ou trocar peças que não gostaram. Conforme já comentamos, essa

²⁴ Expressão local utilizada para se referir ao comércio do centro da cidade do Recife.

liberdade de escolha não é tão idealizada quanto alguns autores da área de consumo fazem parecer. Apesar de nas lojas que elas comprem haver uma maior variedade de escolha, a oferta não é tão bem adaptada às mudanças do corpo idoso.

Mesmo com o discurso de autonomia, a figura da filha apareceu algumas vezes nesse momento. Mesmo Margarida e Rosa, que alegaram escolher sozinhas suas roupas, demonstraram ter as filhas como referência de bom gosto. Margarida, por exemplo, informou serem as filhas que comprem as roupas para ela, e admite que nem sempre elas acertam nas escolhas, pois já houve casos de peças que não serviram e de outras das quais não gostou, e acabou doando. Rosa falou bastante na filha ao longo de toda a entrevista. Ela dizia com muita frequência que era julgada por gostar de “coisas boas”, mas que quem gostava mesmo era a filha dela e que, muitas vezes, era ela quem lhe presenteava. Ela demonstrou dar valor a produtos mais caros, atribuindo diretamente qualidade a esses produtos, dizendo, por exemplo, que a filha preferia comprar dois vestidos “bons”, ao invés de usar o mesmo valor para comprar dez que fossem mais baratos. A filha da mesma aparece ainda como uma possível reguladora de seu vestuário, caso ela decidisse usar uma roupa considerada inadequada. As filhas também apareceram em comentários sobre presentes de Violeta e Açucena, porém a primeira diz que as filhas acertam sempre nas escolhas, enquanto que a segunda dá a entender que nem sempre, pois afirma que às vezes elas comprem, por exemplo, um vestido que aparentemente seria “a cara” dela, mas a peça não lhe serve, ou o modelo não lhe agrada, tendo que ser trocado, o que acaba sendo uma contradição no seu discurso. A mesma entrevistada disse observar o que as filhas vestem e que considera que elas se vestem bem, mas ainda assim destaca a percepção de que as filhas costumam errar quando se trata das escolhas para a mãe.

Pronto, agora mesmo eu to esperando pela minha filha que ela, ela vem pra eu escolher o vestido pra ir pra formatura dela. (Lis, 70 anos)

É sempre a minhas fia, a minha filha quem compra sabe? (Margarida, 75 anos, sobre como adquire suas roupas.)

Ó pra dizer a verdade, antigamente tinha [quem desse opinião sobre as roupas], quando tinha minhas filha comigo né? Mas como eu sou só agora eu mesmo compro, eu vou no espelho, eu vejo se dá, num... Se me agrada. (Açucena, 66 anos)

*Não [observo as famosas]. Sabe quem eu vejo? Minha filha. Minhas filha. [...]
Elas se veste muito bem, todas duas. (Açucena, 66 anos)*

E eu tenho uma filha mesmo, que se eu vestisse, se fosse de vestir, se eu vestisse uma roupa que eu vejo muita gente vestir, ela dizia logo a mim. Ela nunca falou comigo “mainha isso aí eu não gostei”. Porque ela não fala, mas porque eu já sei como eu devo usar. Mas se eu vestir o que muitas mulheres vestem... ela manda “não mainha pelo amor de Deus tire logo isso”. Que ela é parecida comigo, entendeu? Não acho, as coisas dela é parecida comigo. (Rosa, 62 anos.)

Essa importância que algumas das participantes dão ao estilo e à opinião de suas filhas foi um ponto que chamou atenção durante a pesquisa, principalmente por ter uma relação direta com as questões de hierarquização entre faixas etárias. Deduzimos que para essas idosas as filhas sejam um ponto de referência quando o assunto é vestuário por terem mais contato com as tendências e com a moda, talvez até mesmo pela falta de representação de mulheres idosas por essa indústria. Mas mesmo considerando o estilo das filhas bonito e elegante, as entrevistadas afirmaram que não usariam roupas iguais às delas, por causa da idade.

A influência de outras pessoas também apareceu em uma fala de Açucena, que afirmou que aos 45 anos “inventaram de pintar” o cabelo dela. Embora não tenha dito quem foi a pessoa, foi possível perceber que ela tomou essa decisão influenciada por alguém, provavelmente lhe incentivando a cobrir os cabelos brancos, marcas do envelhecimento. Depois disso ela disse, novamente sem especificar quem, que queriam que ela voltasse a deixar os cabelos naturais, mas ela se negava, pois, para normalizar precisa passar pelo processo em que, segundo ela, o cabelo fica com três cores. Ela insiste na pintura, então, porque desistir de pintar significaria passar um tempo com uma aparência que não lhe agrada, e não necessariamente por preferir assim, reforçando a ideia de que esta decisão é reflexo de um preconceito que foi imposto a ela.

No próximo tópico vamos nos aprofundar um pouco mais a respeito, uma vez que essa relação com o vestuário de mulheres mais jovens pode ir de encontro às suas opiniões sobre o que é adequado vestir após uma certa idade.

5.4 Como devem ser as roupas das senhoras?

Um dos pontos importantes que a pesquisa visou investigar foi a visão da mulher idosa sobre o envelhecimento em relação ao uso de vestuário. Nossa intenção era verificar a influência da discriminação baseada na idade, que no caso da mulher idosa é reforçada pelo preconceito de gênero, e que se reflete também na produção

de moda, majoritariamente voltada para públicos mais jovens. Esses elementos combinados formam uma imagem do que é socialmente aceito como roupa adequada a uma mulher idosa. Um tema levantado ao longo da entrevista refere-se à percepção sobre as mudanças em seus modos de vestir ao longo dos anos; uma segunda objetivou apurar se costumavam observar a roupa de mulheres da sua mesma faixa etária (mulheres idosas), fossem elas próximas, amigas e familiares, ou famosas. As respostas as essas questões permitiram avaliar se as mesmas afirmavam se impor algum tipo de limitação com o avanço da idade que não tinham quando eram mais jovens, e também entender, através dos comentários sobre o que acham do vestuário de outras mulheres, o que elas consideram adequado ou inadequado mulheres idosas usarem.

Apenas Lis afirmou que seu estilo de vestir não mudou, pois sempre foi evangélica e sempre se vestiu da mesma maneira que se veste hoje. Violeta informou que gostava das roupas que usava na juventude, com saias godê e cintura alta, mas que considerava normal a mudança de estilo de vestuário, com o passar do tempo, e que ela ia se adaptando. Apesar do comentário sobre achar esse tipo de peças bonitas, a informante expressou que atualmente não ter muito vínculo com o estilo de roupas que ela já havia afirmado preferir. Assim como ela, as informantes Margarida e Magnólia disseram preferir o padrão como se vestem hoje. Margarida afirma que antigamente ela precisava encomendar as roupas e usá-las independente do resultado, mas hoje tem mais opções para escolher de acordo com seu gosto. Magnólia informou que hoje aproveitava para curtir o que não pôde quando era mais jovem, e por isso agora usava roupas coloridas, que “realcem o espírito”. Estas três entrevistadas focaram suas respostas em uma visão positiva do uso de vestuário contemporâneo, considerando que tem mais liberdade na escolha do que antigamente.

Olha, eu achava antigamente tão lindo, eu gostava das roupas que minha mãe mandava fazer pra mim, mas hoje tá de acordo com o tempo né, a gente vê hoje outros tipos de roupa, outros tipos de confecção, de modelo, de tudo, aí a gente vai se adequando no que gosta e vai usando. (Violeta, 64 anos)

É porque agora é mais assim... De primeiro eu só mandava fazer assim, do jeito que fizesse eu vestia né. Agora a gente já tem mais, pode escolher com o gosto da gente. (Margarida, 75 anos, sobre o que mudou em seu vestuário em relação a antigamente.)

Por outro lado, as outras três entrevistadas apontaram em suas respostas uma visão desse mesmo tema limitada pela idade. Notamos ao longo das entrevistas que elas apresentam diversas motivações para se imporem certas limitações no uso de vestuário. Dentre estas estão o sentimento de que devem esconder seus corpos dos olhos das outras pessoas, como se fosse ofensivo e vergonhoso exibir as mudanças decorrentes do envelhecimento, a concepção de que ao envelhecer o comportamento muda, e isso se reflete nas roupas que elas usam, e no fato de que as peças, hoje, já não tinham o mesmo caimento em seus corpos como quando eram mais jovens.

É a gente vai envelhecendo vai mais, se comportando melhor. (Orquídea, 62 anos, quando questionada se considerava que seu modo de vestir tenha mudado.)

Tem, essas peças, essas saia agora que tão usando né, esses vestido curtinho assim, esses short curto eu não gosto não. [...] Porque eu num... acho que num assenta pra mim. (Margarida, 75 anos.)

Mudou, minha filha. A partir do meu corpo. E quando eu usava, comprava roupa pra mim, um vestido caía na medida, e hoje em dia, depois que a gente se casa, tem filho, a idade vai chegando já não, o corpo já não ajuda. (Açucena, 66 anos, quando questionada se considerava que seu modo de vestir tenha mudado.)

Não, porque ela tá tão jovem ainda pra mim. Que se eu fosse a idade dela eu fazia a mesma coisa, mas dessa idade eu não vou vestir. Porque é uma roupa meia degotada que eu sei que não dá mais pra mim. É pra elas que tão jovem... cabe a elas. (Açucena, 66 anos, quando questionada se usava roupas parecidas com as das filhas.)

Só não uso é curta né. Porque eu acho que é a gente tem que ver nossa idade. Pra mim é assim. Tudo depende da sua idade, você também não vai botar um shortinho pequenininho. Tem que ser uma bermuda, um vestido que seja de acordo com sua idade. Eu acho assim, eu não gosto de parecer uma coisa que eu não sou. (Magnólia, 59 anos.)

Eu acho assim, você quando chega numa certa idade, eu acho muito, veste muito bem uma pessoa, uma senhora chique. Não uma pessoa que você quer ser jovem e no final você vai ficar mais... mais ridícula que está. (Rosa, 62 anos.)

Cada um usa o que você quiser, o que você gostar. Agora eu não gosto. Não tem como eu gostar. Eu acho muito lindo quando eu vejo uma senhora bem chique. Porque quando você chega numa certa idade, você não vai ficar mais jovem não, não pense que você fica mais jovem não. Você anda com aquelas blusinha... Eu nunca esqueço um dia eu fui pra Boa Viagem que eu fazia, eu pegava roupa em Boa Viagem, quando era mais jovem, aí, na pronta entrega, aí ia um rapaz na minha frente, dois rapaz, entrou uma mulher de short por aqui [curto] de camiseta, toda cheia de babado, babado ela, a pele, toda babada, aí ele disse assim "se ela tivesse com uma roupa bem bonita, bem vestida, não tava vendo tanto babado que ela tem". Aí eu disse tá vendo isso é a certeza. O dia que você chega numa certa idade você tem de, de... vestir uma roupa que cubra mais sua, sua pele. Não expor. [...] [Recife] É muito

quente, aí você tem que usar, eu uso assim. Assim, eu uso, mas não sinto bem sair mais assim [roupa sem manga]. Eu, tem uma manguinha eu gosto mais, entendeu? (Rosa, 62 anos.)

Todos esses aspectos são indícios de como as expectativas da sociedade em relação ao envelhecimento são discriminatórias e acabam coibindo certas atitudes por parte dessas mulheres, como vimos em uma das falas, na qual uma das participantes, na época ainda mais jovem, presenciou uma experiência de discriminação com uma idosa por causa do vestuário, e esse fato contribuiu para que ela definisse sua própria maneira de vestir, agora que está mais velha. Esses fatos expressam que a cultura do antienvelhecimento já está arraigada; compelindo as pessoas a rejeitar e esconder tudo aquilo que for sinal do avanço da idade.

Apesar de nem todas as entrevistadas terem apontado o envelhecimento como principal motivo para a mudança no vestuário, das sete, seis fizeram afirmações ao longo da entrevista que refletiam a crença de que após uma certa idade a mulher não deve usar certos tipos de roupas. Novamente apenas Lis demonstrou não fazer muita distinção entre as roupas de mulheres mais jovens ou mais velhas, o que faz sentido se pensarmos que muitas igrejas protestantes têm códigos de vestimenta que normalmente são seguidos por todas as fiéis, independentemente de idade. O único comentário a respeito das amigas que ela fez foi que considera que elas são mais “desarrumadas”, demonstrando que, em algum nível, existe um padrão de cuidado pessoal que ela considera ideal e observa nas outras mulheres. Essa informante não soube explicar o que ela considerava importante no vestuário, mas afirmou que nota quando as pessoas estão bem vestidas.

Violeta desde o início da entrevista demonstrou uma recusa em assumir um vestuário que seja considerado de idosa, mas em seu discurso ela deixou transparecer que acredita que exista uma expectativa sobre esse vestuário conforme a mulher vai envelhecendo. Durante a conversa ela afirmou que por diversas vezes que apesar da idade não gostava de algumas peças que cubram mais o corpo.

Oia, apesar da idade, 64 anos, eu não gosto de roupa longa, a não ser assim, se for uma coisa muito necessária, eu gosto mais de roupas curtas e leves, não gosto de roupa quente, não gosto de roupa de mangas, gosto mais de roupa assim, de cava de alça que a gente fique mais à vontade, uma roupa mais soltinha, mas também eu gosto muito dum short. Uma bermuda com uma camiseta que a gente se sente à vontade, eu gosto muito de usar. (Violeta, 64 anos)

Por incrível que pareça eu não visto aquelas roupas longa que é mais aberta, que tem mais saia, eu não visto. Gosto mais uns ajustadinho no corpo, é esse tipo de vestido, de roupa que eu gosto. (Violeta, 64 anos)

Eu tenho uma prima que ela se veste bem, eu acho. Aí as roupas delas assim não são aquelas roupas de acordo com a idade delas são umas roupas mais jovem, do jeito mesmo que eu gosto, entendeu. [...] E eu tenho uma outra amiga que eu acho que ela se veste... não se veste muito bem. Porque ela num... assim é o tipo de modelo da roupa, a fazenda, entendeu? É como se fosse assim numa pessoa mais antiga do que ela. Entendeu? Que tivesse mais idade. (Violeta, 64 anos)

Estas falas demonstram que ela acredita que suas escolhas não são o esperado, de acordo com sua idade. Ainda assim ela diz não gostar de roupas muito apertadas, pois não a deixam à vontade e incomodam. Sobre peças com rasgos, afirmou que não combinam mais com ela. Ao comentar sobre observação de estilos de outras mulheres ela afirma admirar aquelas que usam peças que ela considera não serem de acordo com a idade, ou seja, peças que, em teoria, seriam adequadas a pessoas mais jovens.

Orquídea, ao contrário, afirmou que com a idade tem roupas que já não dá mais para usar, por exemplo, muito apertadas e que exponham demais a pele. Ela acredita que uma mulher mais velha tenha que usar roupas mais folgadas, e que acha que algumas amigas se vestem diferente dela e não se vestem bem, pois usam essas peças que ela considera inadequadas. Ao falar sobre como se arruma, Margarida disse que gostava de se vestir “toda pra frente”; entretanto também teceu comentários sobre adequação das peças à idade. Ela diz que não usa roupa curta, e que as mulheres que não se vestem bem usam roupas coladas e decotadas, enquanto que as mulheres que se vestem bem andam “bem compostas”. Informou, ainda, que quando gosta da roupa de uma amiga até pergunta se pode comprar uma igual. O mesmo disse Açucena, que quando gosta de algo que uma amiga está usando pergunta se pode comprar uma roupa parecida. Apesar disso, ela afirma não notar muito o que as amigas usam, mas diz que conhece sim uma pessoa que se veste muito bem, citando uma amiga que se vestia com elegância. Ela também disse que observa mais as próprias filhas, mas que não tenta se vestir igual a elas por causa da idade. Ela diz que sempre esteve acima do peso, mas que o caimento das peças não era mais o mesmo, pois o corpo havia mudado depois de ter filhos e conforme a idade avançava.

Magnólia foi uma das que demonstrou mais jovialidade. Em suas falas ela comentou diversas vezes sobre as peças que havia comprado, sobre as cores e

modelos que escolhe estarem na moda. Entretanto, nem mesmo ela fugiu ao discurso sobre a inadequação de algumas peças ao vestuário de mulheres mais velhas. Apesar de ser a entrevistada mais jovem do grupo, com 59 anos, afirmou não usar roupa curta por causa da idade. Quando se refere a amigas que se vestem bem, ela reafirma que são aquelas que estão bonitas pela idade delas, demonstrando que espera que essas amigas se vistam de acordo com sua faixa etária.

Rosa foi a que deu a entrevista mais longa, pois se disponibilizou a continuar conversando após o término das perguntas, e acabou fazendo muitos comentários a respeito do tema. Ela afirmou que algumas amigas não se vestiam adequadamente para a idade, e que não achava bonito mulheres acima do peso se vestindo com roupas de aspecto mais jovial. Por esse motivo ela deixa, até mesmo, de sair com amigas que considera não usarem roupas adequadas para a idade. Pudemos notar que os preconceitos se refletem na maneira como elas observam o que outras mulheres idosas, até mesmo amigas, vestem, muitas vezes julgando que certas peças sejam inadequadas e inapropriadas para mulheres naquela faixa etária, conforme observamos nos seguintes trechos:

Tem certas roupas que não dá pra gente mais com a idade que tem tá vestindo né. Por exemplo, muito apertada que tá aí amostrando... essas dobras fica horrível. Aí tem que usar uma roupa já mais folgada né. (Orquídea, 62 anos, sobre o que observava na maneira de vestir de algumas amigas idosas.)

Essas saia, essas saia ligada demais eu... Tem aquelas roupa com, muito escandalosa. (Margarida, 75 anos, sobre o que observava na maneira de vestir de algumas amigas idosas.)

E não é aquela coisa chamativa, é aquela coisa que é, é, é uma coisa, uma imagem que ela passa bonita. Pela idade dela, aquela coisa que é natural dela mesma. (Magnólia, 59 anos, sobre amigas que se vestem bem.)

Não tem umas que eu não, eu fico na minha, mas eu acho que não é adequado pra aquela idade não. Se você tivesse um corpo bonito, se você for, assim... tem que gente que tem, mulher muito forte, forte né, que usa roupa de boyzinha²⁵, já não é meu... minha praia não. (Rosa, 62 anos.)

Tinha mulher que ela dizia “eita mulher vou pra seresta contigo” certo? Porque tinha a seresta da igreja, eu dizia “meu Deus, essa mulher será que vai do jeito que ela anda?” Aí uma, uma colega da gente levou ela pra seresta, ela disse “mais nunca”, sofreu vergonha que só, porque ela uma idade daquela ir pruma seresta de shortezinho. (Rosa, 62 anos.)

²⁵ Termo popularmente usado na região para se referir a mulheres mais jovens.

Através dos relatos de seis das entrevistadas, foi possível perceber que elas concordaram que existem peças que não são consideradas adequadas a mulheres idosas. Essas peças geralmente são caracterizadas por serem muito curtas, muito decotadas, muito justas ou sem mangas. Em alguns depoimentos foi possível perceber que o uso de peças que se enquadrem nessas características é interpretado não apenas como inadequado, mas também como ridículo e ligado a uma tentativa dessas mulheres de, usando termos que apareceram nas falas das entrevistadas, serem o que não são. Outro detalhe interessante é perceber que em algumas falas a exposição de mais “pele” por parte de mulheres idosas é considerada um incômodo às outras pessoas, como se elas devessem se cobrir mais para evitar que os outros sejam obrigados a ver suas rugas e imperfeições, e como se essas imperfeições fossem motivo para que elas se envergonhem. Mesmo quando uma mulher mais velha decide ir de encontro a essa ideia, ela demonstra ter consciência de não estar atingindo as expectativas da sociedade.

O discurso sobre o envelhecimento foi, provavelmente, a maior constante ao longo das entrevistas. Não foram poucas as falas das participantes que demonstravam a consciência de que há um padrão considerado adequado ao vestuário de uma mulher idosa. Nestas falas foi possível perceber como a discriminação baseada na idade se reflete no uso de vestuário das mesmas, pois já está arraigada no pensamento sobre o que, não apenas elas próprias devem ou não usar, mas também outras mulheres idosas. Apesar de termos tido algumas surpresas, como o uso por parte de algumas das entrevistadas de peças sem mangas, peças mais curtas e peças jeans, também tivemos algumas confirmações sobre o estereótipo da mulher idosa, que remete a uma das funções básicas do vestuário citadas por Jones (2011), a decência. Para Jones (2011, p. 25) “Muitas pessoas sentem alguma insegurança em revelar suas imperfeições físicas, especialmente quando ficam mais velhas, e as roupas ajudam a disfarçar e esconder nossos defeitos, reais ou imaginários.” Essa percepção ficou evidente nas falas das participantes que afirmaram ter mudado a maneira de vestir por causa do envelhecimento.

5.5 O desafio de se vestir bem

A presente pesquisa versa diretamente sobre a relação entre a moda, a oferta de produtos de moda e a relação das mulheres idosas com as mesmas. Porém, pelas

falas das entrevistadas, foi possível perceber que elas não têm muito contato com a moda, pelo menos não da maneira como nós entendemos este sistema. Se analisarmos as respostas das entrevistadas vamos perceber que sua inspiração sobre o que elas consideram bonito, de bom gosto ou na moda, é proveniente do que observam. Com isso queremos dizer que o uso de vestuário que chega a elas é um reflexo do que está ao seu redor, nas vitrines das lojas e nas pessoas em cuja opinião elas confiam. É verdadeiro afirmar que isto não é uma característica exclusiva das mulheres idosas, mas precisamos averiguar se, para elas, há uma influência direta do consumo de mulheres mais jovens.

Durante a entrevista tivemos algumas falas que apontam para as possíveis fontes de referência para as mesmas. Uma delas, como já citado, são as filhas. Foi possível perceber que várias entrevistadas citaram admirar o vestuário das filhas e confiar nas suas opiniões. Outra fonte, essa menos citada, foram as famosas. Percebemos que talvez seja mais fácil para elas acompanhar o que é exibido nessa mídia, do que o que é publicado na Internet ou em mídias especializadas, como as revistas de moda. Ao serem questionadas sobre se costumavam observar as roupas usadas pelas mesmas, por exemplo, Violeta disse observá-las, já tendo até ido a uma costureira para fazer peças iguais às que viu na televisão. Ela comenta que observa bastante o que usa Fátima Bernardes e, às vezes, Ana Maria Braga e as repórteres do Jornal Nacional. Já Orquídea disse admirar o estilo da atriz Lília Cabral, e Lis e Margarida afirmaram não saber citar nomes, mas que observavam, também, o que as famosas usam.

Outras três entrevistadas disseram não observar o que as famosas vestem, e Magnólia chegou a dizer que não acha correto copiar as famosas, pois as pessoas deveriam ser elas mesmas e se vestirem do jeito que gostam, mas acrescentou taxativa que acha horrível o que as famosas usam, o que significa que deve tê-las observado algumas vezes. Segundo Rosa, as famosas têm outro corpo, tem cirurgias plásticas, portanto não considera certo tentar imitá-las. Ou seja, algumas consideraram que era irreal copiar o que essas mulheres usam, pois elas fazem parte de uma realidade completamente diferente, demonstrando que realmente existe uma imagem de distanciamento em relação ao estilo de vida.

A atriz tá certa, a atriz tem um corpo é, é, lim... é, como é, faz plástica, é outra coisa, aí aquilo é a vida dela, mas você querer imitar uma atriz num... eu acho que num dá certo não. (Rosa, 62 anos.)

A realidade na qual elas vivem passa muito longe do contato com a publicidade e as influenciadoras de moda que citamos no capítulo anterior, o que reforça nossa teoria de que elas não são o público para esse tipo de divulgação, nem para o estilo de vida que as mesmas representam. Mulheres como Glória Kalil, Constanza Pascolato, e algumas atrizes podem passar uma imagem de elegância, mas ainda assim, estão em um estrato social muito diferente, e uma mulher idosa da classe social das participantes que tentasse utilizar um estilo semelhante poderia ser tratada com um certo distanciamento, visto que uma das entrevistadas, que afirmou gostar de roupas e produtos, nas palavras dela, “bons”, ou seja, de marcas um pouco mais caras, disse sentir-se tratada com indiferença pelas colegas, que costumam comprar produtos bem mais baratos. Algumas entrevistadas, por outro lado, também demonstraram admiração ao observar amigas que, segundo elas, eram bem vestidas.

Olha, tinha uma aqui. [...] Ela se vestia muito bem. Eu digo, menina tu parece que vai prum, tu parece que vai pruma festa. (Açucena, 66 anos, sobre uma amiga que ela considera que se veste bem.)

Eu acho assim, não é criticada assim, elas não me dizem, mas eu acho indiferença sabe? Pelas roupa que eu visto, sabe como é? Porque diz que eu sou, assim, já me disseram “eita”, não não é ela criticar, mas se você tá num canto aí diz assim “eita, chegou a barona²⁶”. É uma crítica né? Fosse uma madame. É uma crítica, sacomé²⁷? Uma dia eu cheguei a dizer assim “mulher, isso é crítica, visse?” ela disse “É não mulher, é porque tu anda tão chique”. (Rosa, 62 anos.)

Das 3 informantes que expressaram opinião negativa quanto à imitação do estilo de vestuário de pessoas televisivas, tanto Açucena quanto Rosa demonstraram ser mais apegadas ou até dependentes da(s) filha(s). A exceção recaiu sobre Magnólia, que foi incisiva quando se referiu à sua independência nas escolhas e foi uma das poucas que falou em moda, mas sempre de forma superficial. Ficou evidenciado durante a pesquisa que estas mulheres não têm contato com tendências de moda, além do que presenciam nas lojas e no próprio uso de vestuário das pessoas em seu dia-a-dia. A única entrevistada que demonstrou ter um interesse maior por marcas famosas foi Rosa, que afirmou ter ganhado de presente da filha um óculos da marca Prada, que ela chamou de “Prado”. Mas há uma negação por parte de algumas em relação à moda, conforme podemos ver nos dois primeiros trechos abaixo:

²⁶ Barona: Expressão popular para baronesa. Na fala da entrevistada denota uma ironia em relação a sua elegância.

²⁷ Sacomé: Expressão popular para “Sabe como é?”

[Loja] De grife, de grife eu não entro não. [...] É mais a padrão né? Riachuelo, Marisa... É... C&A, Emanuelle. (Orquídea, 62 anos)

Minha filha, olhe... eu sou tão difícil de comprar roupa, eu num vivo comprando. Não sou da moda, não gosto... (Açucena, 66 anos)

E ontem comprei um vestido neon a ela [Rosa, revendedora de roupas]. [...] Tá na moda né? No Carnaval né? [...] Eu comprei duas pantalona, daquelas envelope que fecha na frente, fecha atrás. Só no estilo viu? Só no look. [...] É a última que eu comprei agora, as duas que eu comprei, belíssima, preto com aquelas papoulas vermelha, laranja com lilás, com laranja bem forte, assim. Né, a moda né, neon né. (Magnólia, 59 anos.)

Quando se fala em moda, ela surge como sinônimo de tendência²⁸. As peças citadas por Magnólia se legitimaram enquanto uma tendência naquele momento, já que muitas pessoas usavam e estavam em muitas vitrines de lojas. Outra entrevistada que se referiu à moda em suas falas foi Açucena, estabelecendo uma relação direta entre comprar muito e acompanhar as tendências. Rosa não falou diretamente em moda, mas falou diversas vezes sobre usar “o que é bom”, em referências a produtos mais caros. No seu discurso houve uma referência direta ao uso destas roupas como sendo algo com um certo status, e foi possível perceber a influência da filha dela nesse aspecto, uma vez que ela afirmava que era ela quem gostava dos produtos e comprava para ela.

Vimos a dificuldade das informantes em encontrar peças que sejam pensadas para mulheres idosas. Observamos que as entrevistadas demonstraram necessitar fazer ajustes, provar exaustivamente as opções antes de comprá-las, e caso não gostem, ir em outra loja, demonstrando que não é tão simples encontrar peças que se adequem às suas expectativas. Reclamaram por não conseguirem roupas nas cores que gostam, recaindo com frequência nas peças pretas e brancas, e que o caimento não fica mais tão bom. Foi possível perceber que outra saída comum para algumas mulheres é comprar roupas em lojas para pessoas acima do peso; nas palavras de uma informante, roupas ou lojas para “gordinho”. Duas entrevistadas falaram a respeito: uma delas foi Lis, que assinalou que compra nesse tipo de loja, e Rosa, que disse às vezes comprar peças em tamanho GG, uma vez que nem mesmo as peças em tamanho G lhe servem. É importante ressaltar que, apesar de estar acima do peso,

²⁸ A moda é definida como “Estilos de roupa, acessórios, música, arte e outros elementos de determinada cultura que se tornam prevalentes em dado período” (NEWMAN; SHARIFF, 2011, P. 124), enquanto tendência é: “Direção geral para a qual algo se movimenta ou evolui. Na moda, uma tendência pode ser um estilo, uma cor, uma estampa ou padronagem etc. que começa a ganhar aceitação ou adoção ampla.” (NEWMAN; SHARIFF, 2011, p. 181).

Rosa não teria medidas para vestir GG, o que demonstra que as grades de tamanhos das marcas tradicionais geralmente se baseiam em fôrmas pequenas, que não beneficiam pessoas que estejam acima do peso ou cujos corpos estejam mudados pela idade, o que também exigiria modelagens diferenciadas. Ela é revendedora, e afirma que muitas clientes mais velhas preferem roupas para pessoas acima do peso, por desejarem peças com estilos mais joviais.

Olhe eu gosto muito de loja pra gordinho. (Lis, 70 anos, sobre o tipo de loja que costuma comprar roupas.)

Tem não, e, e roupa de gordo é aí que não tem mermo. É difícil, só tem pra jovem. Magrinho. Você vê que eu vendo, quando eu chego com a roupa de gente gor... mai for... gordo, como eu, ele... num instante se acaba. Porque falta. (Rosa, 62 anos, sobre a falta de peças para idosas nas lojas.)

É forte que, mas elas não gosta de roupa de senhora não, elas gosta de roupinha assim, bem boyzinha. Aí é isso que não tem né. (Rosa, 62 anos, revendedora de roupas sobre as clientes com mais de 60 anos.)

Estas falas apontam para outro aspecto prático da compra de vestuário citado por Jones (2011), o caimento da roupa. A modelagem das lojas de grandes redes não é feita tendo a mulher idosa como público, o que explica as dificuldades das quais elas falaram. Uma vez que o padrão de produção dessas lojas é baseado em corpos idealizados, sabemos que não é exclusividade da mulher idosa essa dificuldade em encontrar facilmente uma peça que tenha um bom caimento, ainda assim, podemos perceber que elas passam por mais transtornos nessa busca. Por isso há uma tendência a comprar peças em lojas ou com modelagens apropriadas para pessoas gordas, um nicho cujo design também está longe de ser o ideal, e cuja modelagem não necessariamente será bem adaptada ao corpo de uma mulher idosa, mesmo que ela esteja acima do peso.

5.6 Análise e resultados

Ao longo deste capítulo pudemos conhecer o grupo de mulheres participantes da presente pesquisa, e iniciar uma análise de suas respostas durante as entrevistas. Agora, vamos passar à parte final da Análise de Discurso, conforme orientado por Orlandi (2015), quando de posse do objeto discursivo. Assim, vamos analisar a formação ideológica do discurso das informantes, relacionando-o com as teorias relacionadas no dispositivo de análise. Seguimos com a terceira etapa do Método de

Interpretação de Sentidos, na qual buscaremos compreender o contexto das falas das entrevistadas e a lógica por trás das mesmas (MINAYO; DESLANDES; GOMES, 2009). Recuperaremos os temas que abordamos nos Capítulos 2 e 3 para entendermos melhor como a realidade deste grupo de mulheres de Camaragibe, praticantes de exercícios físicos, se relaciona com o envelhecimento e a moda no momento atual da sociedade brasileira e em seus contextos específicos.

As mulheres entrevistadas na pesquisa possuíam entre 59 e 75 anos, porém no grupo havia idades ainda mais variadas entre as praticantes de exercícios. Em sua grande maioria elas decidiram praticar pilates ou hidroginástica, ou em alguns casos, ambos, por recomendação médica. Dentre elas era possível perceber, na prática, que utilizar a idade cronológica para definir o avanço do envelhecimento não é suficiente, pois uma mulher mais jovem poderia ter uma saúde mais debilitada do que uma outra mais velha. No grupo havia uma senhora com mais de 90 anos que participava do pilates no horário da manhã e que, apesar de se limitar um pouco em alguns movimentos, fazia praticamente todos os exercícios orientados pela instrutora, com algumas poucas exceções. Havia uma senhora aproximadamente 15 anos mais jovem que não conseguia executar a maioria dos exercícios, e possuía até mesmo dificuldade para se levantar sem auxílio. Essa heterogeneidade do envelhecimento ficou ressaltada, também, nas falas e comportamentos das informantes, que divergiam em suas opiniões. Temos uma mulher de 59 anos, que de acordo com as definições oficiais ainda não seria considerada idosa, mas que em relação a uma outra mulher, 5 anos mais velha, tem um discurso mais conservador no tocante ao seu vestuário. De fato, a convivência com essas mulheres mostrou a relevância dos aspectos biológicos, psicológicos e sociais nas características do envelhecimento, e comprovou que tratar o coletivo idosos como sendo homogêneo é o primeiro erro que podemos cometer ao tratar de uma pesquisa de campo com os mesmos.

Ao iniciar o estudo de caso, portanto, a primeira coisa necessária a ter em mente era a consciência dessa diversidade, que foi expressada inclusive em suas opiniões sobre o envelhecimento. À primeira vista elas parecem verdadeiramente abraçar o ideal de envelhecimento ativo ou bem-sucedido: praticam exercícios, cuidam da saúde, se divertem e se comportam de maneira extrovertida, irreverente. Entretanto, é preciso passar por cima dessa primeira impressão para entender que existe muito mais envolvido. Como já dissemos, na maioria dos casos o exercício é a forma que encontraram de cuidar de seus problemas de saúde que, conforme vimos

no capítulo 2, acometem mais as mulheres durante o envelhecimento a uma idade avançada. O assunto sempre surgia em momentos de conversa, nos quais elas diziam quais problemas de saúde tinham, geralmente relacionados a limitações da mobilidade, e como a prática de exercício vinha auxiliando em relação a essas condições. Costumavam comentar sobre tratamentos, remédios, sobre o trabalho doméstico e sua influência no desenvolvimento ou na piora desses problemas. Portanto a segunda coisa mais importante a se considerar durante o trabalho de campo foram as dificuldades pelas quais todas as pessoas idosas estão sujeitas a passar, não apenas pelo avanço da idade, mas também pela forma como a sociedade lida com o envelhecimento, e pelas condições sociais das entrevistadas em questão. Neste caso, especificamente, esses obstáculos do dia a dia ficam ainda mais evidentes por se tratar de um grupo de pessoas de classe baixa e média-baixa, que não tem acesso a uma série de facilidades e benefícios em razão de sua renda, e da necessidade de privilegiar as despesas relativas ao cuidado com a saúde.

A convivência com o grupo auxiliou na desconstrução das imagens mais amplamente divulgadas sobre o envelhecimento, e na formação de uma compreensão pautada na realidade daquelas mulheres. Para tal, foi preciso desconstruir a imagem negativa do envelhecimento, mas também não se deixar absorver pela idealização da manutenção da juventude na idade avançada. Ao invés de uma imagem pronta sobre o que é ser uma mulher idosa, durante o contato com esse grupo de mulheres nos deparamos com o efeito dessas expectativas e pressões sociais nos comportamentos e decisões das idosas, inclusive no que concerne a seu uso de vestuário. E o discurso das informantes sobre o tema nos mostrou de forma clara e contundente a discriminação baseada na idade. Conforme havíamos tratado no capítulo 2, a mulher sofre duas vezes os efeitos desta discriminação, pois as mudanças físicas provocadas pela idade vão diretamente de encontro ao ideal da aparência feminina. Em suas falas, a necessidade de cobrir o corpo, esconder os sinais do envelhecimento, pintar o cabelo, afastar dos olhos das pessoas as imperfeições e as rugas, fica clara. Apesar de serem mulheres com comportamentos descontraídos, ao mesmo tempo vivem em um entorno mais tradicional. Muitas se declararam membros e frequentadoras de igrejas, sendo a maioria católica, espaços que lidam com visões mais conservadoras, e demandam um comportamento menos extravagante de seus frequentadores.

Todavia, mesmo se não houvesse a influência do comportamento religioso, é preciso entender que o ambiente no qual essas mulheres vivem corrobora com um

pensamento mais convencional em muitos aspectos, inclusive em relação ao idoso. De acordo com os dados demográficos da cidade de Camaragibe, podemos perceber que a realidade na qual habitam essas mulheres não é propícia a que se desenvolva uma visão menos preconceituosa sobre o envelhecimento, uma vez que o acesso às informações que poderiam auxiliar a desconstruir essa imagem é limitado. O acesso à moda destas mulheres é mínimo, seu contato é apenas com aquilo que consomem, as peças acessíveis de grandes magazines e pequenos revendedores de roupas baratas, condizentes com sua renda. Elas não podem gastar muito com suas roupas, nem parecem ter muito interesse nisso, e relacionam esse costume de comprar peças de vestuário diretamente à ideia de ser uma pessoa da moda.

Vimos que as próprias informantes da pesquisa demonstraram manter um distanciamento do vestuário de mulheres famosas. Até mesmo o mais simples sinal de um vestuário diferente, que elas consideram mais elegante, é um diferencial que as faz verem outras mulheres com distinção, conforme observamos no episódio do óculos de marca famosa que provocou uma reação de afastamento, uma impressão de não pertencimento àquele espaço.

Entretanto, vimos em uma das participantes uma opinião contrária. Mesmo sendo frequentadora da Igreja Católica, uma das informantes não corrobora com a visão do que é esperado para a mulher idosa. Em realidade, ela demonstra conhecimento dos códigos de vestir considerados adequados, mas expressa uma tentativa constante de se distanciar da imagem do envelhecimento. Se por um lado apreendemos da parte dela um comportamento contracorrente, devemos questionar suas origens. Esta informante foi a que demonstrou ter mais contato com o vestuário apresentado na mídia. Ela afirmou observar as roupas usadas por mulheres famosas na televisão e solicitar a costureiras que façam modelos semelhantes. As duas mulheres que a entrevistada citou como exemplos cujo vestuário ela observava foram Fátima Bernardes, jornalista e apresentadora, de 57 anos (Figura 11), e Ana Maria Braga, também jornalista e apresentadora, de 70 anos (Figura 12). Ambas são mulheres que mantêm uma imagem, um comportamento e uma indumentária menos tradicional em relação às suas faixas etárias, portanto, podemos entender que esse contato seja importante para a visão desta mulher em relação às suas próprias escolhas de vestuário.

Figura 11 – Looks de Fátima Bernardes em seu programa na TV Globo



Fonte: Compilação da autora²⁹

Figura 12 – Looks de Ana Maria Braga em seu programa na TV Globo



Fonte: Compilação da autora.³⁰

Precisamos, entretanto, considerar também a influência do conceito de envelhecimento ativo, que segue ideais de juventude, vendido pela mídia e pela indústria do antienvelhecimento. Durante a pesquisa confirmamos o que já havíamos tratado no Capítulo 2 em relação à hierarquização das categorias etárias, e idealização da juventude. Porém a juventude nas falas das outras informantes apareceu como algo distante, que não mais pertence a elas. Os ideais de juventude surgiram em sua busca pela manutenção da saúde, um pouco nos comportamentos, sua vontade de se divertir, de aproveitar a vida, mas não inteiramente em seu vestuário. Observamos a comunicação não-verbal, os códigos de vestimenta que

²⁹ Montagem feita à partir de imagens coletadas no site GShow, disponíveis em <<https://gshow.globo.com/programas/altas-horas/noticia/fatima-bernardes-se-aproxima-dos-57-anos-lido-bem-com-esse-momento-da-vida.ghtml>>, <<https://gshow.globo.com/programas/encontro-com-fatima-bernardes/noticia/fatima-bernardes-da-boas-vindas-a-primavera-com-dicas-de-looks-para-usar-na-estacao.ghtml>>, <<https://gshow.globo.com/programas/encontro-com-fatima-bernardes/noticia/encontro-confira-as-fotos-do-programa-com-joao-cortes-e-diogo-nogueira.ghtml>> Acesso em: 28 dez. 2019.

³⁰ Montagem feita à partir de imagens coletadas no site Ana Maria Braga, disponíveis em <<https://anamariabraga.globo.com/materia/camisa-vinho-e-branca-listrada-da-ana-maria-braga/>>, <<https://anamariabraga.globo.com/materia/macacao-preto-com-estampa-tropical-da-ana-maria-braga/>>, <<https://anamariabraga.globo.com/materia/blusa-cropped-de-renda-guipire-da-ana-maria-braga/>>, <<https://anamariabraga.globo.com/materia/vestido-preto-de-alcinha-da-ana-maria-braga/>> e <<https://anamariabraga.globo.com/materia/look-ana-maria-braga-vestido-tropical/>>. Acesso em: 28 dez. 2019.

estão inseridos nas roupas delas, e pudemos perceber como esse consumo está dividido entre o que elas desejam representar sobre si mesmas e o que elas demonstram se ater ao esperado pela sociedade. Enquanto elas afirmam usarem apenas o que elas querem e buscarem roupas que satisfaçam seu gosto, ao mesmo tempo apontam códigos de conduta sociais que não devem ser quebrados e ecoam os juízos em relação à faixa etária e à classe social às quais fazem parte. Tanto a imagem de uma elegância referente a classes superiores, quanto a imagem do que é jovem são afastados da realidade do que elas usam, do que vestem do que consomem, e as escolhas que elas fazem no uso de vestuário refletem as expectativas da sociedade, ora confirmando algumas destas, ora questionando-as.

Quando falamos sobre moda, no Capítulo 3, tratamos das teorias de consumo que afirmam existir uma democratização do vestuário. A observação e a conversa com essas mulheres também nos confirmaram que essa teoria é falha. Os aspectos da realidade que acabamos de apresentar mostram que ela não é tão real assim pois é controlada por muitas variáveis. Em teoria a mulher idosa pode escolher entre diversos estilos aquele que melhor lhe representa; na prática ela precisa escolher dentro de suas condições financeiras, entre o que está disponível nas lojas e que nem sempre tem um bom caimento em seus corpos, e ainda considerar as reações que o uso de tal vestuário irá suscitar nas outras pessoas. Isso corrobora com o conceito que abordamos de vestuário como uma forma de comunicação não-verbal, demonstrando ser representativo dos ideais da sociedade sobre gênero e classe social das informantes, tanto quanto e talvez até mais do que da auto-identidade das mesmas.

Assim, para conseguirem ter acesso ao vestuário disponível, elas se valem de algumas estratégias, sendo a principal delas buscar, dentre as muitas peças à disposição, aquelas que sejam mais facilmente adaptáveis aos seus corpos e que sigam o código de conduta esperado por parte delas, em meio a uma enxurrada de roupas com estilos que lhes são considerados inadequados. Elas fazem escolhas regidas pela função da decência (JONES, 2011), ou seja, a necessidade de esconder seus corpos por vergonha de expor as características do avanço da idade. A pesquisa demonstrou que a mulher idosa não é contemplada pela moda, nem representada pela mesma, e isso contribui para a continuidade dessa discriminação.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises e seus resultados nos mostram que a realidade do uso de vestuário das mulheres idosas participantes desta pesquisa perpassa muitas dificuldades e obstáculos, que envolvem questões financeiras, sociais e culturais.

Através do levantamento bibliográfico pudemos conhecer conceitos sobre o envelhecimento. Apreendemos que envelhecer é um processo influenciado por diversas variáveis, inclusive sociais, e que não é possível tecer comparações considerando apenas a idade cronológica dos sujeitos, ou tratar a categoria dos idosos como algo homogêneo. Entendemos que a sociedade ainda tem dificuldade em lidar com o envelhecimento, em grande parte pela não compreensão das implicações destas outras variáveis no avanço dos sintomas da idade avançada. Culturalmente as pessoas não entendem que o envelhecimento é um processo que dura a vida toda. As pessoas idosas acabam sofrendo discriminação, sendo tratadas como incapazes e obrigadas a seguir padrões irreais de juventude, especialmente a mulher, que sofre com outros aspectos discriminatórios referentes ao estereótipo feminino, e cujas mudanças no corpo contribuem para uma ideia de perda da feminilidade.

A bibliografia também corroborou para observarmos como essas questões sobre o envelhecimento são comunicadas pelo uso de vestuário das informantes da pesquisa, uma vez que entendemos que o vestuário existe dentro de um contexto maior, social, e que seu uso funciona como uma ferramenta de comunicação não-verbal. Da forma como a moda opera sua estrutura de desenvolvimento de produtos, entendemos que ela prioriza, em sua produção de vestuário, as pessoas mais jovens, principalmente as de renda mais alta, e que a mulher idosa não está bem representada, nem dentro desta produção, nem na publicidade.

Durante a pesquisa de campo, as informantes demonstraram precisar ultrapassar alguns percalços para conseguirem peças de vestuário que considerem adequadas à sua faixa etária e bem adaptadas aos seus corpos. Pudemos perceber que sua renda é reduzida e que elas possuem problemas de saúde que já comprometem parte de seus gastos, tendo então pouca condição de dedicar um valor elevado a seu consumo de vestuário. Durante a investigação concluímos que seu vestuário é representativo da cultura de seu entorno, pois elas limitam o seu uso de acordo com o que é considerado adequado a uma mulher idosa; fazem isso utilizando

estratégias de adaptação, uma vez que as peças que são financeiramente acessíveis nem sempre se adequam a esses ideais de vestuário.

Esses aspectos são representativos da discriminação baseada na idade, que acaba sendo reforçada pela maneira como a moda e a indústria do vestuário mantêm esse público-alvo à margem de sua produção. Estas circunstâncias levam a uma oferta de produtos inadequados a elas, sua condição financeira, seus estilos, seus anseios, suas expectativas e as do seu entorno, e demonstram uma falha no conceito da democratização do consumo de vestuário. Por esse motivo, mesmo elas se utilizando da prática de comprar vestuário em lojas com uma grande variedade de modelos, muitas de suas tentativas de aquisição resultam em experiências frustrantes, que envolvem uma grande quantidade de provas, a necessidade de ajustes e, em alguns momentos, o desapego das peças indesejadas adquiridas.

A execução da pesquisa teve dificuldades e inconveniências, e uma delas foi o fato de que a aproximação com as informantes era limitada, portanto as tentativas de se acercar, principalmente em relação a temas que poderiam ser considerados delicados, como assuntos financeiros ou questões de sua vida familiar, precisavam ser feitas muitas vezes de forma discreta e não invasiva. Isto ocorreu porque a pesquisadora, apesar de ser parte do grupo de exercícios, não apenas representava uma faixa etária diferente, mas também era o membro mais jovem dentre as praticantes matriculadas no espaço, o que concede um distanciamento natural. Talvez, esse contato houvesse acontecido de forma ainda mais espontânea com uma pessoa da mesma faixa etária do grupo.

A dissolução do grupo de exercícios de pilates também representou um contratempo na execução da pesquisa, uma vez que a pesquisadora passou a não mais frequentar o espaço de práticas de exercício. Essa mudança fez com que se tornasse mais difícil buscar outras entrevistadas ou aprofundar as informações obtidas com as primeiras informantes. O estudo poderia ter sido mais beneficiado, caso o contato com as entrevistadas tivesse persistido, principalmente no tocante aos recortes de classe social e racial, os quais a presente pesquisa não pôde investigar em mais detalhes. Assim, este imprevisto resultou em uma redução no corpus. Se tivesse sido praticável agendar novos encontros para a execução de entrevistas mais longas e um possível acesso às peças de vestuário disponíveis no guarda-roupas das mesmas, teria sido viável inferir ainda mais dados sobre a temática.

Porém, consideramos que mesmo com todas as dificuldades e limitações que são parte inerente a qualquer pesquisa, os resultados foram proveitosos em vários aspectos. Primeiramente porque o estudo não se limitou às 7 entrevistas que efetivamente aconteceram, mas abordou também a prática da observação durante o período de convivência com o grupo, que durou aproximadamente um ano e meio. Durante essas ocasiões, muito foi apreendido pela pesquisadora, e a opção metodológica pelo estudo de caso tornou possível apresentar um recorte da realidade de uso de vestuário de mulheres idosas com condições financeiras reduzidas. Este é um grupo que não possui visibilidade dentro do universo da moda, portanto entendemos que a pesquisa demonstrou sua importância para esta categoria etária, como uma forma de trazer à tona práticas e costumes possivelmente desconhecidos ou pouco abordados. A relevância para a indústria da moda e do vestuário também é evidente, uma vez que a presente pesquisa possibilitou abrir a visão para um público-alvo que não está tendo suas necessidades satisfeitas pelas mesmas, e que normalmente fica em segundo plano tanto em termos de publicidade quando de produção.

Este trabalho também visou levantar um debate sobre envelhecimento, gênero e os preconceitos a eles relacionados, fazendo um paralelo direto com a imagem da mulher idosa representada pela moda. Através desta investigação pudemos questionar certos conceitos dentro da sociedade que valorizam outras categorias etárias em relação às pessoas mais velhas, e hierarquizam a sociedade. Conceitos generalizantes a respeito do envelhecimento ativo ou bem-sucedido, relacionados diretamente à indústria do antienvelhecimento, também foram refutados através do exemplo prático trabalhado na pesquisa. Esta demonstrou que as informantes, apesar de praticarem exercícios e outras atividades de lazer, muitas vezes tomaram a decisão de aderir a tais grupos por recomendação médica ou mesmo por decisão própria, visando a melhora da saúde, inclusive a partir de problemas que envolviam dificuldades de mobilidade.

Acreditamos que o presente estudo beneficia a produção acadêmica, abrindo um leque de possibilidades a partir das temáticas nele abordadas com enfoque nos objetos da moda e do vestuário, pensando sua relação com a discriminação baseada na idade sofrida por este público. A pesquisa também abre caminho para outros estudos enfocando a relação das mulheres idosas/sociedade, tendo como base outros itens de cultura material; estudos que abordem como representação e (pré)conceitos

disseminados na sociedade interferem na vida do público idoso. Sendo um estudo que aborda a relação do público em questão com o vestuário de forma qualitativa e focada na representação do envelhecimento através do vestuário, julgamos que a pesquisa contribua para entender a mulher idosa não apenas como mais um número em meio a um grupo que cresce e tem potencial como segmento de mercado, mas como indivíduo com gostos, opiniões e expectativas.

Sugerimos, para os pesquisadores que desejem estudar o tema, possíveis abordagens para trabalhos futuros. Por exemplo, pesquisas abordando o uso de vestuário por homens idosos poderiam acrescentar ainda mais ao debate sobre como as questões de gênero se refletem na temática do vestuário entre idosos, considerando-se que a moda é geralmente vista como um domínio feminino. Outra possibilidade visualizada se refere ao estudo de uma ou mais cadeias de lojas de *fast fashion*, objetivando investigar as consumidoras acima dos 60 anos que frequentam a(s) mesma(s) e seus hábitos de consumo relacionados a essa(s) marca(s). Apesar de menos comuns, existem lojas consideradas voltadas para mulheres idosas, e um exame mais aprofundado deste segmento de lojas seria relevante para se entender que imagem elas reafirmam em relação ao uso de vestuário de mulheres em idade avançada. Por fim, visualizamos também que uma análise construída nos mesmos moldes deste estudo, porém voltada a mulheres de outras classes sociais, poderia complementar o panorama aqui iniciado sobre o tema.

Não é possível saber o que o futuro reserva à questão da pessoa idosa na sociedade. A tendência é que esta população continue aumentando durante as próximas décadas, o que deve mudar ainda mais a estrutura social. Com esta pesquisa, gostaríamos de propagar a ideia de que a população idosa não representa “o outro”, mas todos nós, e que uma mudança na maneira como os idosos são tratados é também uma mudança para toda a sociedade. Sabemos que a moda se baseia no capitalismo e que provavelmente os idosos cujo consumo interessa ao mercado são aqueles com maior renda discricionária disponível; todavia, esperamos que os novos designers e estilistas, principalmente aqueles que desejam buscar novos nichos de mercado, ou novas formas mais inclusivas de abordagem de sua profissão, possam ver neste estudo de caso uma oportunidade de produzir algo novo, com consciência do seu consumidor e propósito social.

Queremos acreditar que cada vez mais o tema do envelhecimento será abertamente debatido, e que este trabalho contribua no sentido de ir aos poucos

derrubando as barreiras da discriminação baseada na idade. Enfim, esperamos ter auxiliado na percepção de que chegar a uma idade avançada tem suas dificuldades e seus obstáculos, mas que esta é mais uma fase da vida, que deve ser compreendida e respeitada, tanto por aqueles que já a vivenciam quanto por aqueles que um dia também chegarão lá.

REFERÊNCIAS

- BARR, Sabrina. Term 'anti-ageing' should be banned from beauty and cosmetics industry, report says. **Independent**, 7 jun. de 2018. Disponível em: <<https://www.independent.co.uk/life-style/health-and-families/anti-ageing-beauty-cosmetics-products-ban-ageism-royal-society-public-health-report-a8388291.html>>. Acesso em: 18 set. de 2019.
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. Siglo xxi, 1999.
- BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. Tradução: Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1981.
- BELO, Isolda. **Mulher idosa em Pernambuco: empoderamento e seus entraves**. Recife: Fundaj, 2016. Relatório.
- BELO, Isolda. Velhice e mulher: vulnerabilidades e conquistas. **Revista Feminismos**, v. 1, n. 3, 2013.
- BORGES, Maria Claudia Moura. O idoso e as políticas públicas e sociais no Brasil. **As múltiplas faces da velhice no Brasil**. Campinas: Alínea, p. 79-104, 2015.
- BRAGA, João. PRADO, Luís André do. **História da moda no Brasil: das influências às autorreferências**. São Paulo: Pyxis Editorial, 2011.
- BRASIL. Ministério da saúde. **Estatuto do idoso**. Brasília: Ministério da Saúde, 2013.
- CAILHOL, Amandine; KRISTANADJAJA, Gurvan. Réforme des retraites: le contenu et le calendrier divisent. **Libération**, 3 set. de 2019. Disponível em: <https://www.liberation.fr/france/2019/09/03/reforme-des-retraites-le-contenu-et-le-calendrier-divisent_1749115>. Acesso em: 18 set. de 2019.
- CALASANTI, Toni. Combating ageism: How successful is successful aging?. **The Gerontologist**, v. 56, n. 6, p. 1093-1101, 2015.
- CALASANTI, Toni; KING, Neal. The dynamic nature of gender and agind bodies. **Journal of anging studies**, v. 45, p. 11-17, 2018.
- CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. Tradução: Cristiana Coimbra. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.
- CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Tradução de Viviane Ribeiro. Bauru: EDUSC, 1999.
- DE BARROS, Myriam Moraes Lins. Testemunho de vida: um estudo antropológico de mulheres na velhice. **Velhice ou terceira idade**. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, p. 113-168, 2006.

DEBERT, Guita Grin. A antropologia e o estudo dos grupos e das categorias de idade. **Velhice ou terceira idade**. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, p. 49-67, 2006.

DEFALCO, Amelia. **Uncanny Subjects**: aging in contemporary narrative. The Ohio State University Press, 2010.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais [recurso eletrônico]. Rio de Janeiro: Record, 2011.

HETTICH, Dominik; HATTULA, Stefan; BORNEMANN, Torsten. Consumer Decision-Making of Older People: A 45-Year Review. **The Gerontologist**, 2017.

HOWARD, Sandra. Grey power? No – these fashion ads insult older women. Why the new campaigns are not as fashion forward as we think. **The daily mail**. 18 jan. de 2015. Disponível em: <<https://www.dailymail.co.uk/femail/article-2915866/Grey-power-No-fashion-ads-insult-older-women-new-campaigns-not-fashion-forward-think.html>>. Acesso em: 06 dez. de 2019.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design**: o manual do estilista. Tradução: Iara Biderman. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

KAY, Karen. Fashion wakes up to the older woman. **The guardian**. 23 abr. de 2017. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/fashion/2017/apr/22/older-women-fashion-silver-pound>>. Acesso em: 06 dez. de 2019.

LAVER, James. **A roupa e a moda**: uma história concisa. Capítulo final [por] Christina Probert. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIMA, Ângela Maria Machado de; SILVA, Henrique Salmazo da; GALHARDONI, Ricardo. Envelhecimento bem-sucedido: trajetórias de um constructo e novas fronteiras. **Interface-Comunicação, Saúde, Educação**, v. 12, p. 795-807, 2008.

LOPES, Andrea. Dependência, contratos sociais e qualidade de vida na velhice. **As múltiplas faces da velhice no Brasil**. Campinas: Alínea, p. 129-140, 2015.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo**: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. In: RAE Clássicos, Jan./Mar. 2007, p. 99 a 115.

MILLER, Daniel. **Consumption and its consequences**. Polity, 2012.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de moda: a relação pessoa-objeto**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

MORACE, Francesco. **Consumo autoral: as gerações como empresas criativas**. Tradução Kathia Castilho. 2ª ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2012.

MORGANROTH GULLETTE, Margaret. The other end of the fashion cycle: practicing loss, learning decline. In: WOODWARD, Kathleen. **Figuring Age: woman, bodies, generations**. Bloomington: Indiana UP, 1999. p. 34-58.

MOTTA, Alda Britto da. Chegando pra idade. **Velhice ou terceira idade**. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, p. 223-235, 2006.

NERY, Marie Louise. **A evolução da indumentária: subsídios para criação de figurino**. 3. reimpr. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2009.

NEWMAN, Alex; SHARIFF, Zakee. **Dicionário ilustrado moda de A a Z**. Ilustrações Zakee Shariff. Tradução Ana Carolina Mesquita. São Paulo: Publifolha, 2011.

ORLANDI, Eni. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 12ª edição. Campinas: Pontes Editores, 2015.

PEIRANO, Mariza. **A favor da etnografia**. Rio de Janeiro: Remule-Dumará, 1995.

PEIXOTO, Clarice. Entre o estigma e a compaixão e os termos classificatórios: velho, velhote, idoso, terceira idade. **Velhice ou terceira idade**. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, p. 69-84, 2006.

RAE, David. Six ways social security will be changing in 2020. **Forbes**, 9 set. de 2019. Disponível em: < <https://www.forbes.com/sites/davidrae/2019/09/09/social-security-changes-2020/#16375e776752>>. Acesso em: 18 set. de 2019.

ROCHA, Maria Alice V.; HAMMOND, Lynne; HAWKINS, David. Age, gender and national factors in fashion consumption. **Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal**, v. 9, n. 4, p. 380-390, 2005.

SANTOS, Silvia Maria Azevedo dos; RIFIOTIS, Theophilos. Cuidadores familiares de idosos dementados: uma reflexão sobre o cuidado e o papel dos conflitos na dinâmica da família cuidadora. **As múltiplas faces da velhice no Brasil**. Campinas: Alínea, p. 141-164, 2015.

SCHNEIDER, Rodolfo Herberto; IRIGARAY, Tatiana Quarti. O envelhecimento na atualidade: aspectos cronológicos, biológicos, psicológicos e sociais. **Estudos de Psicologia**, v. 25, n. 4, p. 585-593, 2008.

SCHORR, Melissa. A brief tour of Boston's anti-aging industry. **Boston Globe**. Boston, 11 dez. de 2018. Disponível em: <<https://www.bostonglobe.com/magazine/2018/12/11/brief-tour-boston-anti-aging-industry/CHnW0g138nPmHLrhSZFDM/story.html>>. Acesso em: 17 set. 2019.

SIMMEL, Georg. Fashion. In: **International Quaterley** 10 (1904), p. 130 a 155.

SIMMEL, G. **Filosofia Da Moda** (2ª edição ed.). Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2014.

UNITED NATIONS POPULATION FUND. **Ageing in the twenty-first century: a celebration and a challenge**. 2012.

UNITED NATIONS, DEPARTMENT OF ECONOMIC AND SOCIAL AFFAIRS, POPULATION DIVISION. **World population ageing 2017: highlights**. United Nations Publications, 2017.

WILLIAMS, Zoe. Why anti-ageing is out e the beauty industry. **The guardian**. 16 set. de 2018. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/fashion/shortcuts/2018/sep/16/why-anti-ageing-is-out-in-the-beauty-industry>>. Acesso em: 18 set. de 2019.

WORLD HEALTH ORGANIZATION et al. **Active ageing: A policy framework**. Geneva: World Health Organization, 2002.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **World report on ageing and health**. World Health Organization, 2015.

WORLD HEALTH ORGANIZATION et al. **Women, ageing and health: A framework for action: Focus on gender**. 2007.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA APLICADA ÀS PARTICIPANTES DA PESQUISA

1. Identificação

- Nome Completo;
- Etária (Data de nascimento);
- Ocupação (Tem alguma ocupação ou trabalho? Participa de algum grupo na comunidade em que vive ou na igreja?);
- Lugar na família (Como descreve sua relação com sua família? Mora com alguém ou sozinha?);
- Estratificação social (Pelo local de moradia e outras informações de atividades que sugerem o estrato social);
- Mobilidade (Sai de casa sozinha? Possui alguma limitação de locomoção?);
- Situação financeira (É aposentada? Tem autonomia financeira? Quem administra o dinheiro?).

2. Vestuário

- Como se veste?
- Como adquire suas roupas?
- Quais os lugares, as lojas onde geralmente compra?
- Alguém traz roupas para lhe vender?
- É ela mesma quem escolhe as peças?
- Compra com alguém? Quem?
- Que tipo de roupas usa?
- Quais as roupas que julga mais adequadas para usar? (Com mangas/sem mangas/ vestidos curtos/ longos/ calças compridas? Casaquinhos? Xale?)
- Quais as roupas que mais gosta?
- Tem alguma preferência por cor? Usa estampas? De que tipo?
- As roupas compradas prontas precisam de ajustes?
- Quem faz os ajustes se necessários?
- Quais são as principais diferenças que vê entre como se veste hoje como se vestia quando era mais nova?

- O que acha inadequado para usar (Por exemplo, roupas transparentes, sem mangas, jeans...)
- Pedir que fale um pouco o tipo de roupa que gosta de usar.

3. Maquiagem e Adornos

- Como é que se arruma? Gosta de acessórios e/ou maquiagem?
- Em que ocasiões costuma se arrumar mais? Por quê? Em que eventos ou ocasiões?
- Usa jóias ou bijouterias? Que peças? (brincos, colares, anéis...)
- Como são seus acessórios? (grandes? Pequenos? Discretos? Quais os estilos? Símbolos religiosos?)
- Como adquire seus acessórios?
- Quais acessórios considera adequados para usar?
- E quanto ao cotidiano?

4. Observações sobre o vestuário

- Acha que as amigas da mesma faixa etária também se vestem parecido ou se vestem diferente? Poderia falar um pouco como se vestem suas amigas? (Por exemplo, da hidroginástica, da igreja, vizinhas, de outros lugares.)
- Se inspira em alguém para se vestir? Costuma observar na televisão, as famosas ou de algum lugar que frequenta?
- Aponte e descreva uma pessoa de sua idade que conhece e que considera que se veste bem.
- Descreva também uma que não se veste bem.

**APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)
CONFORME ASSINADO PELAS PARTICIPANTES DA PESQUISA**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

Programa de Pós-graduação em Design - Mestrado

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

(PARA MAIORES DE 18 ANOS OU EMANCIPADOS)

Convidamos o(a) Sr.(a) para participar como voluntário(a) da pesquisa **EXPECTATIVA E REALIDADE NO VESTUÁRIO DA MULHER IDOSA: PESQUISA COM UM GRUPO DE PRÁTICAS FÍSICAS EM CAMARAGIBE/PE** que está sob a responsabilidade da pesquisadora **CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA**, domiciliada na Rua Doutor Carlos Alberto de Menezes, 359, Vila da Fábrica, Camaragibe, Pernambuco, Brasil, CEP 54759-135, telefone (81)99353-8417, email: crisna.caroline@ymail.com, sob a orientação da prof.^a dr.^a Kátia Medeiros de Araújo.

Todas as suas dúvidas podem ser esclarecidas com o responsável por esta pesquisa. Apenas quando todos os esclarecimentos forem dados e você concorde com a realização do estudo, pedimos que rubrique as folhas e assine ao final deste documento, que está em duas vias. Uma via lhe será entregue e a outra ficará com o pesquisador responsável.

Você estará livre para decidir participar ou recusar-se. Caso não aceite participar, não haverá nenhum problema, desistir é um direito seu, bem como será possível retirar o consentimento em qualquer fase da pesquisa, também sem nenhuma penalidade.

Nessa pesquisa pretendemos analisar as estratégias de vestuário de mulheres idosas diante da oferta do mercado de moda. Ela visa identificar os reais desejos e necessidades dessas mulheres, para que a produção de moda voltada a este grupo esteja de acordo com suas expectativas. Serão realizadas entrevistas em profundidade, podendo as mesmas serem gravadas ou filmadas. Os possíveis riscos deste procedimento são desconforto, constrangimento ou alterações de comportamento durante a filmagem ou gravação de áudio, cansaço ao responder à entrevista e invasão de privacidade.

Todas as informações desta pesquisa serão confidenciais e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, não havendo identificação dos voluntários, a não ser entre os responsáveis pelo estudo, sendo assegurado o sigilo sobre a sua participação. Os dados coletados nesta pesquisa, gravações, entrevistas, fotos e filmagens ficarão armazenados em arquivos em computador pessoal, sob a responsabilidade da pesquisadora, no endereço acima informado, pelo período de mínimo 5 anos.

Em caso de dúvidas relacionadas aos aspectos éticos deste estudo, você poderá consultar o Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos da UFPE no endereço: **(Avenida da Engenharia s/n – 1º Andar, sala 4 - Cidade Universitária, Recife-PE, CEP: 50740-600, Tel.: (81) 2126.8588 – e-mail: cepccs@ufpe.br).**

Assinatura da pesquisadora

CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO VOLUNTÁRIO(A)

Eu, _____, CPF _____, abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo **EXPECTATIVA E REALIDADE NO VESTUÁRIO DA MULHER IDOSA: PESQUISA COM UM GRUPO DE PRÁTICAS FÍSICAS EM CAMARAGIBE/PE**, como voluntário(a). Fui devidamente informado(a) e esclarecido(a) pela pesquisadora sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade.

Local e data _____, ____/____/____

Assinatura do participante: _____

Impressão
digital

Presenciamos a solicitação de consentimento, esclarecimentos sobre a pesquisa e o aceite do voluntário em participar:

Nome:	Nome:
Assinatura:	Assinatura:

ANEXO A – PARECER CONSUBSTANCIADO DO COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA DA UFPE (UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO) PRIMEIRA VERSÃO



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Moda e Terceira Idade: expectativa e realidade no uso de vestuário de mulheres idosas

Pesquisador: CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 19078619.8.0000.5208

Instituição Proponente: Centro de Artes e Comunicação

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 3.617.978

Apresentação do Projeto:

Trata-se de um Projeto de Mestrado do PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN da UFPE

MESTRANDA: Crisna Caroline Alves Pereira

ORIENTADORA: Profa. Kátia Medeiros de Araújo

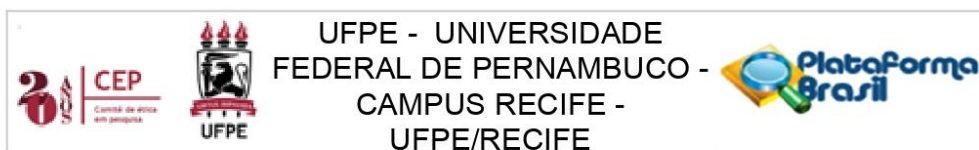
LOCAL DA PESQUISA: Camaragibe, PE.

PARTICIPANTES "...mulheres com 59 anos ou mais, praticantes de exercícios físicos (pilates e/ou hidroginástica) em um espaço no bairro da Vila da Fábrica em Camaragibe, Pernambuco".

PRODUÇÃO DOS DADOS: "...através de dois instrumentos: observação em profundidade com viés etnográfico e entrevistas pautadas semiestruturadas com informantes voluntários". As entrevistas, "...inicialmente será realizada em espaços públicos a combinar com cada uma das participantes, de acordo com suas preferências, podendo ser estendida às residências das entrevistadas, caso as mesmas sintam-se confortáveis e autorizem a visita da pesquisadora". Quanto às observações, focarão um "grupo de mulheres idosas que pratica regularmente exercícios físicos (pilates e/ou hidroginástica) em um espaço no bairro da Vila da Fábrica em Camaragibe, Pernambuco, praticantes de uma ou mais atividades".

ANÁLISE DOS DADOS: "As informações coletadas nas entrevistas serão então cruzadas com os dados da observação e as definições identificadas na pesquisa bibliográfica, interpretando as falas

Endereço: Av. da Engenharia s/nº - 1º andar, sala 4, Prédio do Centro de Ciências da Saúde
Bairro: Cidade Universitária **CEP:** 50.740-600
UF: PE **Município:** RECIFE
Telefone: (81)2126-8588 **E-mail:** cepccs@ufpe.br



Continuação do Parecer: 3.617.978

das entrevistadas através da análise de discurso e de acordo com o conhecimento desenvolvido nas etapas anteriores".

Objetivo da Pesquisa:

OBJETIVO GERAL: "...compreender as estratégias de uso de vestuário de mulheres idosas, em função da oferta de produtos baseada pelo sistema da moda".

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- "Entender o processo de envelhecimento;
- Identificar a posição social do idoso na atualidade;
- Documentar fatos históricos sobre o vestuário como forma de comunicação;
- Apresentar o funcionamento do Sistema da Moda;
- Analisar os hábitos de uso de vestuário de mulheres idosas".

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

RISCOS: "...possam causar constrangimento e desconforto aos participantes, e que em toda pesquisa envolvendo seres humanos há riscos para a integridade e dignidade dos envolvidos. Baseado nisso identificamos os seguintes riscos:

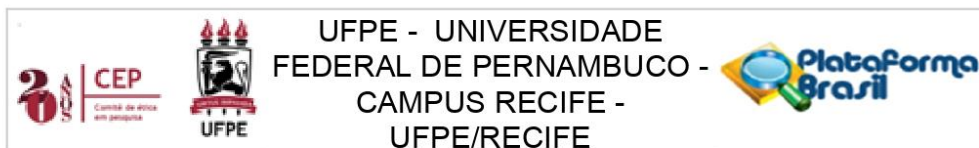
- A. Desconforto, constrangimento ou alterações de comportamento durante a filmagem ou gravação de áudio;
- B. Cansaço ao responder à entrevista;
- C. Invasão de privacidade.

Apesar de estarmos confiantes de que a pesquisa não apresentará maiores riscos aos participantes, por respeito aos preceitos éticos e com a intenção de que a presente pesquisa não fira a dignidade humana dos sujeitos termos da pesquisa, mediante leitura e explicação do TCLE;

- B. Aplicação das entrevistas aos voluntários individualmente, respeitando os desejos dos mesmos em relação a local e horário, garantindo assim o sigilo dos sujeitos envolvidos".

BENEFÍCIOS: "Promover uma maior compreensão dos hábitos de uso de vestuário de mulheres idosas por parte das empresas, indústrias, lojas e profissionais da área de Moda, que trabalham com a produção de vestuário, possam perceber as necessidades físicas, psíquicas e sociais deste público que ainda não estão sendo atendidas pelos produtos atualmente ofertados no mercado".

Endereço: Av. da Engenharia s/nº - 1º andar, sala 4, Prédio do Centro de Ciências da Saúde
Bairro: Cidade Universitária **CEP:** 50.740-600
UF: PE **Município:** RECIFE
Telefone: (81)2126-8588 **E-mail:** cepccs@ufpe.br



Continuação do Parecer: 3.617.978

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Projeto bem escrito.

Metodologia descrita detalhadamente.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

FOLHA DE ROSTO - Assinada pela vice-coordenadora do programa que é a orientadora do projeto

TCLE - Ok

CARTA DE ANUÊNCIA - Solicita dispensa.

CRONOGRAMA - Adequado

ORÇAMENTO - Responsabilidade da pesquisadora principal

TERMO DE CONFIDENCIALIDADE-Anexado

CURRÍCULOS - Anexados

Recomendações:

Nenhuma.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

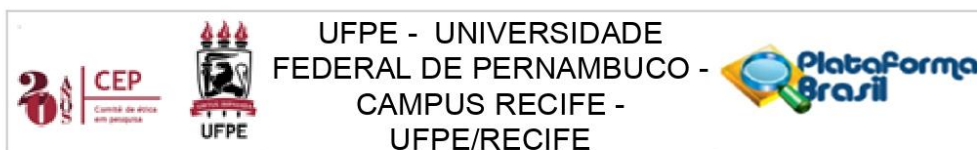
Apresentar Folha de rosto assinada por outro responsável competente, que não seja a orientadora (por constituir conflito de interesse).

Considerações Finais a critério do CEP:

O Protocolo foi avaliado na reunião do CEP e está em PENDÊNCIA. O (A) pesquisador (a) deverá atender as considerações deste Parecer Consubstanciado, corrigindo as pendências diretamente na Plataforma, no Projeto detalhado e no TCLE, se for o caso. Todas as modificações realizadas devem ser destacadas em amarelo.

É obrigatório anexar à parte, uma carta de RESPOSTA ÀS PENDÊNCIAS, informando onde foram feitas as correções (em qual documento/item/página). Siga as instruções do link "Para resolver pendências", disponível no site do CEP/UFPE. O (A) pesquisador (a) tem 30 dias para responder aos quesitos formulados pelo CEP em seu parecer. Após esse prazo, o projeto será considerado arquivado (res.466/12).

Endereço: Av. da Engenharia s/nº - 1º andar, sala 4, Prédio do Centro de Ciências da Saúde
Bairro: Cidade Universitária **CEP:** 50.740-600
UF: PE **Município:** RECIFE
Telefone: (81)2126-8588 **E-mail:** cepccs@ufpe.br



Continuação do Parecer: 3.617.978

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1380086.pdf	14/08/2019 19:14:09		Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	ProjetoDetalhado.docx	14/08/2019 19:12:54	CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.docx	14/08/2019 19:12:41	CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA	Aceito
Outros	Historico.pdf	12/08/2019 19:40:02	CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA	Aceito
Outros	CurriculoLattesKatiaMedeirosdeAraujo.pdf	07/08/2019 19:05:33	CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA	Aceito
Outros	CurriculoLattesCrisnaCarolineAlvesPereira.pdf	07/08/2019 19:04:37	CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA	Aceito
Outros	TermoDeConfidencialidade.pdf	07/08/2019 18:55:45	CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA	Aceito
Outros	SolicitacaoDispensaCartaAnuencia.pdf	07/08/2019 18:55:33	CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA	Aceito
Folha de Rosto	FolhaDeRosto.pdf	07/08/2019 18:54:48	CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA	Aceito

Situação do Parecer:

Pendente

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

RECIFE, 03 de Outubro de 2019

Assinado por:
LUCIANO TAVARES MONTENEGRO
(Coordenador(a))

Endereço: Av. da Engenharia s/nº - 1º andar, sala 4, Prédio do Centro de Ciências da Saúde
Bairro: Cidade Universitária **CEP:** 50.740-600
UF: PE **Município:** RECIFE
Telefone: (81)2126-8588 **E-mail:** cepccs@ufpe.br

ANEXO B – PARECER CONSUBSTANCIADO DO COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA DA UFPE (UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO) SEGUNDA VERSÃO



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Moda e Terceira Idade: expectativa e realidade no uso de vestuário de mulheres idosas

Pesquisador: CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 19078619.8.0000.5208

Instituição Proponente: Centro de Artes e Comunicação

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 3.667.135

Apresentação do Projeto:

Trata-se de um Projeto de Mestrado do PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN da UFPE.

MESTRANDA: Crisna Caroline Alves Pereira

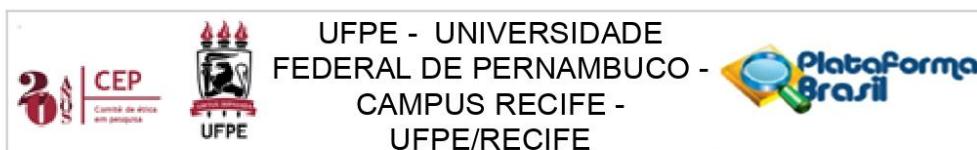
ORIENTADORA: Profa. Kátia Medeiros de Araújo

LOCAL DA PESQUISA: Camaragibe, PE.

PARTICIPANTES "...mulheres com 59 anos ou mais, praticantes de exercícios físicos (pilates e/ou hidroginástica) em um espaço no bairro da Vila da Fábrica em Camaragibe, Pernambuco".

PRODUÇÃO DOS DADOS: "...através de dois instrumentos: observação em profundidade com viés etnográfico e entrevistas pautadas semiestruturadas com informantes voluntários". As entrevistas, "...inicialmente será realizada em espaços públicos a combinar com cada uma das participantes, de acordo com suas preferências, podendo ser estendida às residências das entrevistadas, caso as mesmas sintam-se confortáveis e autorizem a visita da pesquisadora". Quanto às observações, focarão um "grupo de mulheres idosas que pratica regularmente exercícios físicos (pilates e/ou hidroginástica) em um espaço no

Endereço: Av. da Engenharia s/nº - 1º andar, sala 4, Prédio do Centro de Ciências da Saúde
Bairro: Cidade Universitária **CEP:** 50.740-600
UF: PE **Município:** RECIFE
Telefone: (81)2126-8588 **E-mail:** cepccs@ufpe.br



Continuação do Parecer: 3.667.135

bairro da Vila da Fábrica em Camaragibe, Pernambuco, praticantes de uma ou mais atividades".

ANÁLISE DOS DADOS: "As informações coletadas nas entrevistas serão então cruzadas com os dados da observação e as definições identificadas na pesquisa bibliográfica, interpretando as falas das entrevistadas através da análise de discurso e de acordo com o conhecimento desenvolvido nas etapas anteriores".

Objetivo da Pesquisa:

OBJETIVO GERAL: "...compreender as estratégias de uso de vestuário de mulheres idosas, em função da oferta de produtos baseada pelo sistema da moda".

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- "Entender o processo de envelhecimento;
- Identificar a posição social do idoso na atualidade;
- Documentar fatos históricos sobre o vestuário como forma de comunicação;
- Apresentar o funcionamento do Sistema da Moda;
- Analisar os hábitos de uso de vestuário de mulheres idosas".

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

RISCOS: "...possam causar constrangimento e desconforto aos participantes, e que em toda pesquisa envolvendo seres humanos há riscos para a integridade e dignidade dos envolvidos. Baseado nisso identificamos os seguintes riscos:

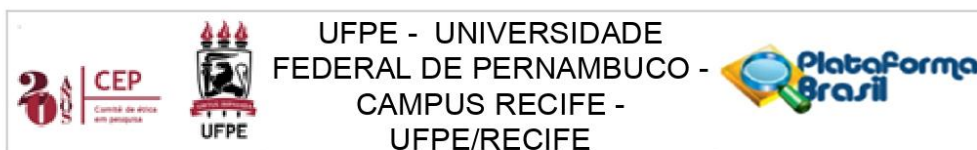
- A. Desconforto, constrangimento ou alterações de comportamento durante a filmagem ou gravação de áudio;
- B. Cansaço ao responder à entrevista;
- C. Invasão de privacidade.

Apesar de estarmos confiantes de que a pesquisa não apresentará maiores riscos aos participantes, por respeito aos preceitos éticos e com a intenção de que a presente pesquisa não fira a dignidade humana dos sujeitos da pesquisa, mediante leitura e explicação do TCLE;

C. Aplicação das entrevistas aos voluntários individualmente, respeitando os desejos dos mesmos em relação a local e horário, garantindo assim o sigilo dos sujeitos envolvidos".

BENEFÍCIOS: "Promover uma maior compreensão dos hábitos de uso de vestuário de mulheres

Endereço: Av. da Engenharia s/nº - 1º andar, sala 4, Prédio do Centro de Ciências da Saúde
Bairro: Cidade Universitária **CEP:** 50.740-600
UF: PE **Município:** RECIFE
Telefone: (81)2126-8588 **E-mail:** cepccs@ufpe.br



Continuação do Parecer: 3.667.135

idosas por parte das empresas, indústrias, lojas e profissionais da área de Moda, que trabalham com a produção de vestuário, possam perceber as necessidades físicas, psíquicas e sociais deste público que ainda não estão sendo atendidas pelos produtos atualmente ofertados no mercado".

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Projeto bem escrito, com Metodologia descrita detalhadamente.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Todos os documentos encontram-se em conformidade com as exigências do CEP.

Recomendações:

Nenhuma.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Projeto Aprovado.

Considerações Finais a critério do CEP:

As exigências foram atendidas e o protocolo está APROVADO, sendo liberado para o início da coleta de dados. Informamos que a APROVAÇÃO DEFINITIVA do projeto só será dada após o envio do Relatório Final da pesquisa. O pesquisador deverá fazer o download do modelo de Relatório Final para enviá-lo via "Notificação", pela Plataforma Brasil. Siga as instruções do link "Para enviar Relatório Final", disponível no site do CEP/CCS/UFPE. Após apreciação desse relatório, o CEP emitirá novo Parecer Consubstanciado definitivo pelo sistema Plataforma Brasil.

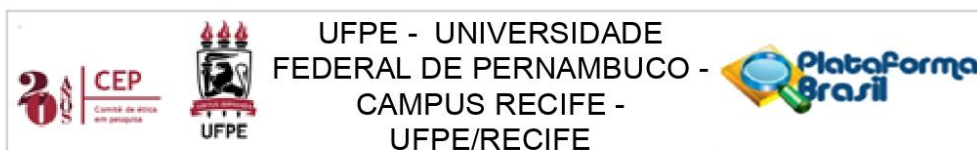
Informamos, ainda, que o (a) pesquisador (a) deve desenvolver a pesquisa conforme delineada neste protocolo aprovado, exceto quando perceber risco ou dano não previsto ao voluntário participante (item V.3., da Resolução CNS/MS Nº 466/12).

Eventuais modificações nesta pesquisa devem ser solicitadas através de EMENDA ao projeto, identificando a parte do protocolo a ser modificada e suas justificativas.

Para projetos com mais de um ano de execução, é obrigatório que o pesquisador responsável pelo Protocolo de Pesquisa apresente a este Comitê de Ética relatórios parciais das atividades desenvolvidas no período de 12 meses a contar da data de sua aprovação (item X.1.3.b., da Resolução CNS/MS Nº 466/12).

O CEP/CCS/UFPE deve ser informado de todos os efeitos adversos ou fatos relevantes que alterem o curso normal do estudo (item V.5., da Resolução CNS/MS Nº 466/12). É papel do/a pesquisador/a assegurar todas as medidas imediatas e adequadas frente a evento adverso grave ocorrido (mesmo que tenha sido em outro centro) e ainda, enviar notificação à ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária, junto com seu posicionamento.

Endereço: Av. da Engenharia s/nº - 1º andar, sala 4, Prédio do Centro de Ciências da Saúde
Bairro: Cidade Universitária **CEP:** 50.740-600
UF: PE **Município:** RECIFE
Telefone: (81)2126-8588 **E-mail:** cepccs@ufpe.br



Continuação do Parecer: 3.667.135

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1380086.pdf	25/10/2019 18:12:48		Aceito
Outros	Carta_Resposta.pdf	25/10/2019 18:10:22	CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA	Aceito
Folha de Rosto	Folha_de_Rosto.pdf	25/10/2019 18:09:04	CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	ProjetoDetalhado.docx	14/08/2019 19:12:54	CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.docx	14/08/2019 19:12:41	CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

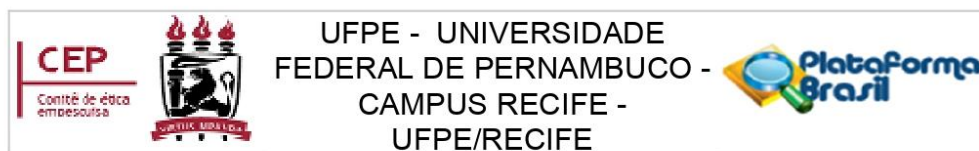
Não

RECIFE, 29 de Outubro de 2019

Assinado por:
LUCIANO TAVARES MONTENEGRO
(Coordenador(a))

Endereço: Av. da Engenharia s/nº - 1º andar, sala 4, Prédio do Centro de Ciências da Saúde
Bairro: Cidade Universitária **CEP:** 50.740-600
UF: PE **Município:** RECIFE
Telefone: (81)2126-8588 **E-mail:** cepccs@ufpe.br

ANEXO C – PARECER CONSUBSTANCIADO DO COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA DA UFPE (UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO) TERCEIRA VERSÃO



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DA EMENDA

Título da Pesquisa: Expectativa e realidade no vestuário da mulher idosa: pesquisa com um grupo de práticas físicas em Camaragibe/PE

Pesquisador: CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA

Área Temática:

Versão: 3

CAAE: 19078619.8.0000.5208

Instituição Proponente: Centro de Artes e Comunicação

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 4.489.134

Apresentação do Projeto:

Trata-se de Emenda ao projeto original para alterações no título e adequação nos objetivos, propostos pela banca examinadora, ficando o novo título "Expectativa e realidade no vestuário da mulher idosa: pesquisa com um grupo de práticas físicas em Camaragibe/PE", redução no número de voluntários, passando de 12 para 7 devido a extinção do grupo pesquisado.

Pesquisa qualitativa de viés descritivo, através de entrevistas e observação de viés etnográfico. A amostra de sujeitos será determinada por conveniência de forma não-probabilística. A coleta de dados será realizada pela própria pesquisadora, de modo observacional, e a análise dos dados será interpretativa, através de análise do discurso.

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário:

Compreender as estratégias de uso de vestuário de mulheres idosas, em função da oferta de produtos baseada pelo sistema da moda.

Objetivo Secundário:

Entender o processo de envelhecimento em relação aos aspectos biológicos;

Identificar a posição social do idoso na atualidade, em especial da mulher idosa; Contextualizar, através de fatos históricos, o uso de vestuário como forma de comunicação; Apresentar a abordagem teórica sobre o funcionamento da moda e sua relação com o uso de vestuário da

Endereço: Av. da Engenharia s/nº - 1º andar, sala 4, Prédio do Centro de Ciências da Saúde

Bairro: Cidade Universitária

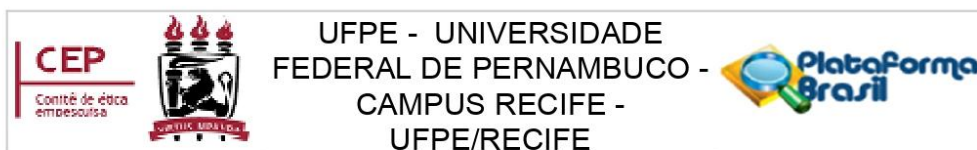
CEP: 50.740-600

UF: PE

Município: RECIFE

Telefone: (81)2126-8588

E-mail: cephumanos.ufpe@ufpe.br



Continuação do Parecer: 4.489.134

mulher idosa;

Analisar os hábitos de uso de vestuário de mulheres idosas.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos:

Compreendemos que a abordagem dos voluntários e aplicação da pesquisa de campo possam causar constrangimento e desconforto aos participantes, e que em toda pesquisa envolvendo seres humanos há riscos para a integridade e dignidade dos envolvidos. Baseado nisso identificamos os seguintes riscos: A. Desconforto, constrangimento ou alterações de comportamento durante a filmagem ou gravação de áudio; B. Cansaço ao responder à entrevista; C. Invasão de privacidade. Apesar de estarmos confiantes de que a pesquisa não apresentará maiores riscos aos participantes, por respeito aos preceitos éticos e com a intenção de que a presente pesquisa não fira a dignidade humana dos sujeitos envolvidos, nos comprometemos a minimizar qualquer possível dano através dos seguintes procedimentos: A. Apresentação prévia dos termos da pesquisa, mediante leitura e explicação do TCLE; B. Aplicação das entrevistas aos voluntários individualmente, respeitando os desejos dos mesmos em relação a local e horário, garantindo assim o sigilo dos sujeitos envolvidos.

Benefícios:

A presente pesquisa pretende apresentar os seguintes benefícios: A. Promover uma maior compreensão dos hábitos de uso de vestuário de mulheres idosas por parte das empresas, indústrias, lojas e profissionais da área de Moda, que trabalham com a produção de vestuário, possam perceber as necessidades físicas, psíquicas e sociais deste público que ainda não estão sendo atendidas pelos produtos atualmente ofertados no mercado.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Sem comentários, o projeto já foi apresentado no programa de Pós-Graduação.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Apresenta a documentação exigida.

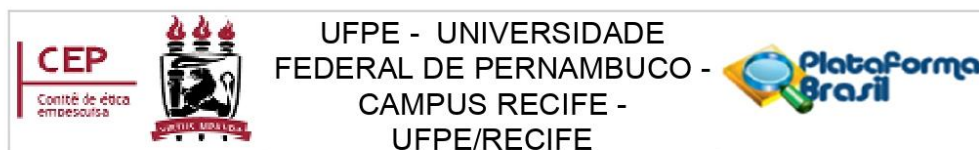
Recomendações:

Sem Recomendações.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Sem Pendências.

Endereço: Av. da Engenharia s/nº - 1º andar, sala 4, Prédio do Centro de Ciências da Saúde
Bairro: Cidade Universitária **CEP:** 50.740-600
UF: PE **Município:** RECIFE
Telefone: (81)2126-8588 **E-mail:** cephumanos.ufpe@ufpe.br



Continuação do Parecer: 4.489.134

Considerações Finais a critério do CEP:

A emenda foi avaliada e APROVADA pelo colegiado do CEP.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_1677528_E1.pdf	15/12/2020 15:07:20		Aceito
Outros	Justificativa_de_emenda.pdf	15/12/2020 15:01:13	CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA	Aceito
Brochura Pesquisa	Dissertacao_Crisna_Caroline_Alves_Pereira.docx	15/12/2020 15:00:22	CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.docx	15/12/2020 14:59:15	CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA	Aceito
Folha de Rosto	folhaDeRosto.pdf	15/12/2020 14:53:01	CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	ProjetoDetalhado.docx	14/08/2019 19:12:54	CRISNA CAROLINE ALVES PEREIRA	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

RECIFE, 05 de Janeiro de 2021

Assinado por:
LUCIANO TAVARES MONTENEGRO
(Coordenador(a))

Endereço: Av. da Engenharia s/nº - 1º andar, sala 4, Prédio do Centro de Ciências da Saúde
Bairro: Cidade Universitária **CEP:** 50.740-600
UF: PE **Município:** RECIFE
Telefone: (81)2126-8588 **E-mail:** cephumanos.ufpe@ufpe.br