

UNIVERSIDADE FEEVALE
Mestrado Profissional em Indústria Criativa

LAURA SCHEMES PRODANOV

ENVELHECIMENTO E INDÚSTRIA CRIATIVA: RELAÇÕES ENTRE O CORPO
FEMININO E A MODA

Novo Hamburgo
2016

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

Prodanov, Laura Schemes.

Envelhecimento e indústria criativa: relações entre o corpo feminino e a moda / Laura Schemes Prodanov. – 2016.

88 f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (Mestrado em Indústria Criativa) – Feevale, Novo Hamburgo-RS, 2016.

Inclui bibliografia.

"Orientadora: Prof.^a Dr.^a Margarete Fagundes Nunes

Co orientador: Prof Dr. Dusan Schreiber".

1. Moda. 2. Indústria criativa. 3. Etnografia. 4. Envelhecimento.
5. Corpo. I. Título.

CDU 67:159.928

Bibliotecária responsável: Bruna Heller – CRB 10/2348

LAURA SCHEMES PRODANOV

ENVELHECIMENTO E INDÚSTRIA CRIATIVA: RELAÇÕES ENTRE O CORPO
FEMININO E A MODA

Dissertação apresentada à banca examinadora como
requisito à obtenção de título de Mestre pelo
Mestrado Profissional em Indústria Criativa da
Universidade Feevale.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Margarete Fagundes Nunes

Co orientador: Prof Dr. Dusan Schreiber

Novo Hamburgo

2016

LAURA SCHEMES PRODANOV

Dissertação de Mestrado em Indústria Criativa, com título **Envelhecimento e indústria criativa: relações entre o corpo feminino e a moda**, submetida à banca examinadora, como requisito necessário para obtenção do título de Mestre.

Aprovada por:

Profª Drª Margarete Fagundes Nunes (Orientadora)
Universidade Feevale

Prof. Dr. Dusan Schreiber (Coorientador)
Universidade Feevale

Profª Drª Denise Regina Quaresma da Silva
Universidade Feevale

Profª Drª Carla Pantoja Giuliano
Centro Universitário Ritter dos Reis/Uniritter

Novo Hamburgo, 13 de dezembro de 2016.

RESUMO

Este trabalho tem como temática o envelhecimento, o corpo feminino e a moda. Com o passar dos anos, a mulher altera sua relação com corpo frente às mudanças físicas ocorridas e isso faz com que ela mude sua forma de vestir. Já a moda, que se encontra dentro das chamadas Indústrias Criativas, é um mercado que necessita se adaptar às constantes demandas para continuar com seu poder de venda, e a compreensão desse público é bastante importante para essa indústria. Para a compreensão de conceitos como gênero, corpo, envelhecimento, moda e Indústria Criativa, alguns autores foram fundamentais, como Butler (2003), Debert (2004), Simmel (2008), Florida (2011) e Da Matta (1978). A problemática da pesquisa concentra-se em compreender como se dá essa relação entre corpo e moda com mulheres acima de 60 anos. O procedimento metodológico desta pesquisa foi a abordagem etnográfica, por meio do qual adaptou-se técnicas como o registro de narrativas biográficas. De antemão, já é possível entender que a relação entre corpo e moda com mulheres acima de 60 anos muda cada vez mais enquanto os anos passam. Seus corpos mudam, e por isso e outros motivos, como a liberdade recém conquistada, suas preferências passam a ser outras, diferentes das de antes. Esta é uma dissertação do Mestrado em Indústria Criativa, da linha de pesquisa de Conteúdos Criativos.

Palavras-chave: Moda; Indústria Criativa; Corpo; Envelhecimento; Etnografia.

ABSTRACT

This work has as theme aging, the female body and fashion. Over the years, woman changes her relationship with the body over the physical changes that have taken place, and this causes her to change the way she dress. However, fashion, which is within the so-called Creative Industries, is a market that needs to adapt to the constant demands to continue with its sales power, and the understanding of this public is very important for this industry. For the understanding of concepts such as gender, body, aging, fashion and the Creative Industry, some authors were fundamental, such as Butler (2003), Debert (2004), Simmel (2008), Florida (2011) and Da Matta (1978). The research problem focuses on understanding how this relationship between body and fashion occurs with women over 60 years of age. The methodological procedure of this research was the ethnographic approach, through which techniques such as the recording of biographical narratives were adapted. In advance, it is already possible to understand that the relationship between body and fashion with women over 60 changes more and more as the years go by. Their bodies change, and for this and other reasons, such as the newly won freedom, their preferences become different from before. This is a dissertation of the Masters in Creative Industry, from the line of research of Creative Content.

Key Words: Fashion; Creative Industries; Body; Aging; Ethnography.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Vestido de 1860.....	40
Figura 2 – Setores Criativos da UNESCO.....	44
Figura 3 – Setores Criativos do Ministério da Cultura.....	45

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. CAMINHOS INVESTIGATIVOS.....	13
2.1 DESENHO DA PESQUISA.....	22
2.2 PÚBLICO-ALVO.....	23
3. CORPO, GÊNERO E ENVELHECIMENTO.....	25
4. MODA.....	38
4.1 O SETOR DA MODA.....	38
4.2 A MODA NA INDÚSTRIA CRIATIVA.....	42
4.3 MODA E CONSUMO NA VELHICE.....	48
5 DIÁLOGOS EM CAMPO.....	53
5.1 BIOGRAFIA E TRAJETÓRIA.....	56
5.2 CORPO.....	62
5.3 ENVELHECIMENTO.....	69
5.4 MODA.....	74
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	80
REFERÊNCIAS.....	84

1. INTRODUÇÃO

A inspiração desta pesquisa partiu de uma curiosidade da pesquisadora, que viu, por muito anos, e continua vendo sua avó materna reclamando da falta de produtos de moda a ela ofertados, pois gostaria de consumir esses produtos, mas não os encontra em uma versão considerada, por ela, apropriada à sua idade e ao seu corpo.

Para corroborar essa instigação, a antropóloga Mirian Goldenberg¹ realizou uma pesquisa na qual perguntou para mulheres se elas deixariam de usar algo porque envelheceram, e 96% delas disseram que sim, o que faz pensar, mais uma vez, quais seriam os motivos que levam as mulheres, depois de envelhecer, a mudar suas maneiras de vestir e sua relação com a moda.

Essas questões levaram a autora do presente trabalho a realizar uma pesquisa sobre o assunto no seu trabalho de conclusão de curso na graduação em Moda, que tinha como foco a produção de uma coleção de roupas para mulheres com mais de 70 anos, que, segundo a Organização Mundial da Saúde – OMS –, fazem parte do segmento da população chamado de Terceira Idade.² Essa mesma instigação levou a autora a dar continuidade a esta reflexão por meio do desenvolvimento de uma pesquisa no mestrado profissional em Indústria Criativa, a partir de 2015.

A relevância de estudar esse grupo justifica-se pelo fato de que, segundo o Censo do IBGE³ de 2010, o número de brasileiros acima de 65 anos deve praticamente quadruplicar até 2060, confirmando a tendência de envelhecimento da população.

Constata-se, nesta pesquisa já realizada, que são inúmeras as tentativas das mulheres em melhorar seu corpo, que no Brasil é considerado um verdadeiro capital (GOLDENBERG, 2009), ou mesmo tentar impedir que a ação do tempo se torne visível. Para isso, pode-se observar academias, salões de beleza e consultórios estéticos lotados, e muitos desses estabelecimentos são criados para atender públicos essencialmente considerados velhos pela sociedade. Ou seja, o novo tem valor, o velho não, por isso, tenta-se camuflar o velho de

¹ GOLDENBERG, Mirian. *Homem não chora. Mulher não ri*. 80 ideias para entender melhor sexo, amor e felicidade. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2013.

² Segundo a OMS, são consideradas da Terceira Idade as pessoas acima de 60 anos em países em desenvolvimento, como o Brasil, e com mais de 65 anos em países desenvolvidos.

Disponível em: <<http://elo.com.br/portal/colunistas/ver/218357/a-velhice-comeca-aos-60-anos-afinal-o-que-e-ser-idoso-.html>>. Acesso em: 06 abr. 2014.

³Disponível em:

<http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/08/130829_demografia_ibge_populacao_brasil_lgb.shtml>. Acesso em: 08 mar. 2014.

novo.⁴

Talvez por sempre pregar a beleza jovem, o mercado não se interesse em trabalhar com públicos mais velhos. Falando de um mercado nacional de moda, tem-se como percepção o aspecto de que a necessidade de ser jovem aparece muito mais no universo da moda do que em qualquer outro, pois poucas marcas observam fatores positivos em associar a sua imagem com a de alguém com mais idade. É possível que, por isso, o mercado de moda também tenha se tornado, de certa forma, preconceituoso com o velho, já que esse mercado é predominantemente calcado em valores considerados jovens e modernos.

Na sociedade contemporânea, a jovialidade possui um valor muito alto, assim, manter-se jovem tornou-se um imperativo, ao passo que envelhecer é um fardo, principalmente para as mulheres. É preciso investigar o porquê desse fenômeno e, mais precisamente, como essas mulheres encaram a ideia da velhice.

O mercado de moda possivelmente apropria-se desses valores para construir sua imagem calcada em mulheres jovens, com corpos magros e que inspiram autoconfiança. Mas, não é só de mulheres jovens que o mercado de moda sobrevive. Mulheres acima de 65 anos também compram e, especialmente, possuem mais dinheiro e tempo para investirem nesse mercado, segundo pesquisa realizada pela consultoria *GFK Indicator*⁵, chamada de Panorama da Maturidade, que também aponta que essa faixa da população injeta R\$ 150 bilhões por ano na economia brasileira.

Diante dessas constatações, pretendeu-se, nesta pesquisa, responder à seguinte problemática: como se dão as relações entre corpo, envelhecimento e mercado de moda em mulheres que residem na cidade de Novo Hamburgo? Para atender a essa indagação, partiu-se da percepção dos próprios sujeitos de investigação, mulheres acima de 60 anos, de camadas médias urbanas, residentes na cidade de Novo Hamburgo, no estado do Rio Grande do Sul.

O objetivo geral deste trabalho foi analisar a percepção de mulheres com idade superior a 60 anos, de camadas médias urbanas, acerca da relação corpo, envelhecimento e mercado de moda. Os objetivos específicos foram: identificar questões acerca do envelhecimento e seu processo, visando a um melhor entendimento de como se dá a percepção de seu próprio corpo nessa fase da vida; compreender qual é a relação que essas

⁴ Optou-se por utilizar, neste trabalho, prioritariamente, a expressão “velhas” e/ou “velhice” para denominação das mulheres com mais de 60 anos, pois, segundo Motta (2012, p. 96), “atualmente, está-se tentando reabilitar a palavra velho/velha proscrita pela ânsia da sociedade de consumo em eufemizar a ‘idade’ e disfarçar a fobia social a essa etapa da vida, ao mesmo tempo que oferece serviços ‘específicos’ para a ‘terceira’, ‘melhor’ ou ‘feliz idade’”.

⁵ Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/arquivo/economia/2003/not20030926p21974.htm>>. Acesso em: 14 maio 2014.

mulheres possuem com a moda; verificar de que maneira o mercado de moda brasileiro, por meio da indústria criativa, pode se aproximar dos interesses e dos desejos desse público específico, que pode vir a ser um potencial mercado.

A metodologia utilizada foi alicerçada, principalmente, na pesquisa de método etnográfico. Estudaram-se questões acerca do envelhecimento e seu processo, tentando entender melhor, com base na visão de mulheres que já passaram e se encontram nessa transição entre um corpo e uma mente considerados jovens para um corpo e uma mente velhos. Analisa-se essa pesquisa por intermédio das narrativas biográficas, da análise de conteúdo por meio de categorias e também da observação participante. Nesse sentido, a pesquisa teve uma abordagem qualitativa, com aporte na pesquisa quantitativa.

Também se realizou pesquisa de revisão bibliográfica, que, segundo Prodanov e Freitas (2009), é um “amplo levantamento das fontes teóricas, com objetivo de elaborar a contextualização da pesquisa e seu embasamento teórico” (p. 143). Para isso, foram utilizadas as obras consideradas relevantes, sejam essas clássicas ou recentes, publicadas acerca dos assuntos aqui estudados, com o objetivo de entender até onde eles já foram estudados e discutidos.

O caráter interdisciplinar desta pesquisa está baseado nos suportes teóricos e metodológicos de mais de uma área do conhecimento, como a Antropologia, a Moda, a Comunicação, a História, entre outras.

A reflexão sobre a relação dessas mulheres com a moda, que é um dos setores da Indústria Criativa, é importante dentro de um mestrado profissional de Indústria Criativa a fim de contribuir com propostas de trabalhos, sejam eles técnicos ou não, que tenham como foco esse público, o qual passa a ser cada vez maior na sociedade brasileira.

Este trabalho está dividido da seguinte maneira: o Capítulo 1 é a Introdução do estudo. O Capítulo 2 apresenta o percurso metodológico e o público-alvo da pesquisa. No Capítulo 3, abordam-se conceitos de gênero, corpo e envelhecimento e suas transformações, pois as representações sobre a velhice mudaram ao longo do tempo e afetaram o modo como os sujeitos a interpretam. A feminização da velhice e o “envelhecimento bem-sucedido” e feliz são outras questões abordadas no capítulo.

O Capítulo 4 contempla a moda em geral e também como área de conhecimento integrante da Indústria Criativa. Discute-se o conceito de moda, apresentando alguns teóricos que analisam essa área de conhecimento e também trazendo algumas concepções sobre o surgimento e as características da Indústria Criativa, assim como apresentando alguns dados

quantitativos sobre hábitos e interesses de consumo na velhice, além da importância desse novo grupo de consumidores, dados esses de pesquisas já previamente realizadas.

E, por fim, no Capítulo 5, apresenta-se a pesquisa etnográfica em si, com seus resultados e a transcrição das falas das mulheres participantes da pesquisa, agrupando essas respostas em categorias para melhor entendimento final do conteúdo.

2. CAMINHOS INVESTIGATIVOS

Esta pesquisa, do ponto de vista da sua natureza, é aplicada, pois "objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos" (PRODANOV; FREITAS, 2009, p. 62). O método científico utilizado é o indutivo, no qual "o argumento passa do particular para o geral, uma vez que as generalizações derivam de observações de casos de realidade concreta" (PRODANOV; FREITAS, 2009, p. 140).

Quanto aos objetivos, é uma pesquisa exploratória, pois "tem como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto que vamos investigar [...] ou descobrir um novo enfoque para o assunto" (PRODANOV; FREITAS, 2009, p.62-63), e também é descritiva, já que a pesquisadora registra e descreve os fatos observados. A pesquisa descritiva é bastante utilizada pelas ciências humanas e sociais e em pesquisas mercadológicas.

Em relação aos procedimentos, é uma pesquisa bibliográfica, que, segundo Cervo & Bervian (1983, p. 55), "procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos [...] e busca conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas existentes sobre um determinado assunto, tema ou problema". Assim, esta pesquisa foi elaborada a partir de livros, artigos, teses, dissertações e documentos oficiais da iniciativa pública e da privada, como FIRJAN e Ministério da Cultura.

Um dos procedimentos técnicos utilizados foi a observação participante, a partir das orientações advindas do método de investigação etnográfico. Nesta dissertação, dialoga-se com a Antropologia a partir de alguns marcos teóricos, especialmente advindos da antropologia interpretativa, desenvolvida por Geertz, que define a cultura como "teia de significados", cabendo ao antropólogo ir à busca dos significados, interpretá-los, em vez de perseguir leis e regularidades (GEERTZ, 1989).

Com isso, é possível construir uma análise dos significados que são constituídos e estabelecidos socialmente. Esse entendimento é reforçado pela reflexão teórico-metodológica acerca da pesquisa de campo e da experiência etnográfica. Os ensinamentos da etnografia, advindos da Antropologia, são os fundamentos pelos quais se interpretou a inserção em campo, o diálogo estabelecido com as interlocutoras da pesquisa e os questionamentos inerentes à experiência de campo. Faz-se aqui uma aproximação ao método de investigação antropológica, ciente de que se trata de uma primeira "travessia", dos primeiros diálogos com esse campo do conhecimento, no interior de um mestrado marcadamente interdisciplinar.

Segundo Rocha e Eckert (2008), o método etnográfico é um método específico da pesquisa antropológica, e a Antropologia tem como objeto de estudo a diversidade cultural (GEERTZ, 1989). Se a Antropologia tem como objeto de investigação a cultura e o entendimento acerca da produção e da manifestação da diversidade cultural, ela é também uma ciência interpretativa (GEERTZ *apud* NUNES, 2010). A antropologia, por meio do método etnográfico, estabelece (DA MATTA, 1978) uma ponte entre dois universos: do(a) pesquisador(a) e dos(as) pesquisados(as), independentemente dos níveis de proximidade e distância relativos a essas realidades. Pode-se afirmar que o antropólogo, por meio da observação participante, coloca seu corpo e sua pessoa a serviço da aprendizagem (NUNES, 2010). Para Da Matta (1978), Antropologia é onde necessariamente se estabelece uma ponte entre dois universos, realizada com um mínimo de aparato institucional.

Esses dois universos aqui são representados como, primeiramente, o universo da autora e, em segundo lugar, o universo das pessoas pesquisadas, mulheres acima de 60 anos. Da Matta (1978) diz que o problema é deixar de ser uma classe ou um grupo para poder estranhar alguma regra social e descobrir o exótico que está petrificado dentro das pessoas, e isso já foi realizado pela autora quando ela pesquisou sobre o mesmo assunto em seu trabalho de conclusão na graduação, ou seja, o estranhamento acerca da velhice já estava criado. O mesmo autor diz que, quando um etnólogo consegue se familiarizar com uma cultura diferente da sua ou com um grupo específico no interior da sua própria cultura, ele adquire competência nessa cultura, então, pode-se entender que já existe um conhecimento acerca do assunto.

Por sua vez, Velho (1980) afirma, todavia, que familiaridade e proximidade física não são sinônimos de conhecimento e que, mesmo dentro da própria sociedade, existe, constantemente, essa experiência de estranhamento. Ele ainda complementa quando fala que o problema do antropólogo é ir além da percepção das diferenças e mesmo dos conflitos, para captar a lógica que define a especificidade da experiência de um sistema cultural particular. É por meio desse entendimento que se procura estudar esse grupo particular de mulheres, que, mesmo com relativo nível de proximidade, não é completamente conhecido, objetivo perseguido pela abordagem etnográfica. Velho (1980, p. 18) ainda complementa essa ideia:

O movimento mais dramático coloca-se quando o pesquisador volta-se para o seu próprio cotidiano neste processo de estranhamento. Isto é possível, sem necessariamente levar à loucura, porque a vida social e a cultura se dão em múltiplos planos, em várias realidades que estão referidas a níveis institucionais distintos. O indivíduo na sociedade moderna move-se entre esses planos, realidades, níveis e constitui sua própria identidade em função deste movimento.

O trabalho do observador na etnografia não é contemplativo, é interacional, está situado e desloca-se. Segundo Rocha e Eckert (2008, p. 10): “O encontro/confronto do cientista social com as sociedades não-europeias foi evidentemente que deu origem a este modo de conhecimento particular elaborado desde a técnica da observação rigorosa contínua e regular da vida social. ”

As mesmas autoras dizem que a prática da etnografia se constitui como uma forma de o antropólogo pesquisar, na vida social, os valores éticos e morais, os códigos de emoções, as intenções e as motivações que orientam a conformação de uma determinada sociedade. Ao observar os discursos das autoras, percebe-se uma diferença entre a prática da etnografia e o método da etnografia. Por método, entende-se que ele é composto de técnicas e de procedimentos de coletas de dados associados a uma prática do trabalho de campo a partir de uma convivência mais ou menos prolongada do pesquisador junto ao grupo social a ser estudado. Ainda se pode falar especificamente sobre as pesquisas etnográficas, que, de acordo com Da Matta (1978), são feitas de modo artesanal e paciente, dependendo de humores, temperamentos, fobias e todos os ingredientes das pessoas e do contato humano. Segundo Rocha e Eckert (2008, p. 2):

A pesquisa etnográfica constituindo-se no exercício do olhar (ver) e do escutar (ouvir) impõe ao pesquisador um deslocamento de sua própria cultura para se situar no interior do fenômeno por ele observado através da sua participação efetiva nas formas de sociabilidade por meio das quais a realidade investigada se lhe apresenta.

Silva (2009) também diz que fazer etnografia é um modo de fazer livros, de andar e de ver. “Andar, ver e escrever, três fluxos que se encontram dinamicamente inter-relacionados, a exercerem e sofrerem influências recíprocas” (p. 185). Sobre o andar, Silva (2009) diz que não há como prescrever, com exatidão, atitudes, posturas e procedimentos de um etnógrafo, mas sabe-se que os procedimentos devem ser definidos, a postura adotada e as atitudes tomadas ocorrem a partir de alguns valores, como o respeito à comunidade estudada. Sobre o ver, o autor diz que envolve, além da relatividade que a subjetividade impõe à percepção, a capacidade de se incluir como peça exterior, cuja presença altera a cena. E, por último, sobre escrever, ele diz que, enquanto anda e olha, o etnógrafo está sendo movido para uma escrita, enquanto está permanentemente entrevedo uma tarefa ao cabo de tudo: escrever.

Também é necessário observar que algumas vezes o antropólogo é “iniciado” no seu trabalho de campo por um dos membros do grupo que investiga. Em geral, denomina-se esse personagem de apoio nos primeiros passos no contexto da pesquisa de “interlocutor

principal”, segundo Rocha e Eckert (2008). Nesse caso, deve-se citar a avó da autora, que já havia servido de “interlocutora principal” quando foi realizado o trabalho de conclusão de curso e que deu continuidade a esse papel que serviu como ponte para a autora ser iniciada, novamente, dentro do grupo que será pesquisado.

Esta pesquisa se insere no contexto de uma antropologia urbana, podendo-se dizer herdeira dos urbanos da Escola de Chicago, grupo de sociólogos americanos e europeus dos anos 1920 que tinha por interesse comum desenvolver um método e conceitos pertinentes para tratar do fenômeno urbano e industrial, segundo Rocha e Eckert (2008). É de necessária valia citar esse grupo de estudiosos que inseriram a pesquisa antropológica e a etnográfica dentro de um contexto urbano, e não somente em sociedades extremamente exóticas e de difícil acesso.

Esse grupo abriu espaço para uma nova visão acerca da etnografia, fugindo do clássico mundo acadêmico e abrindo portas para ela adentrar outros espaços. Cinquenta anos depois da Escola de Chicago, em 1970, a Antropologia passou a ser vista como uma via de acesso privilegiada para o entendimento das mudanças sociais, políticas e culturais que estavam a ocorrer na dinâmica da sociedade brasileira e, mais particularmente, nas grandes cidades, pois, antes, ela se dedicava principalmente ao estudo das populações indígenas, mantendo-se à margem das grandes questões nacionais, diferentemente da Sociologia e da Ciência Política, que discutiam padrões de desenvolvimento econômico e alternativas de modelo político para o país (MAGNANI, 2009).

Atualmente, mais de 40 anos depois dessa mudança na visão do método etnográfico, a Antropologia vem despertando interesse entre profissionais de marketing, consultoria e pesquisas de mercado. Agora, o alvo é o consumidor e o interesse não propriamente pela Antropologia, mas pelo método que comumente se entende ser sua marca (MAGNANI, 2009). Segundo o mesmo autor:

Os antropólogos, claro, diante dessa demanda tiveram que haver-se com complicados problemas de ordem teórico-metodológica pois, acostumados à investigação de grupos com fronteiras bem definidas e de dimensões que permitiam o uso de seu instrumental costumeiro, agora enfrentavam-se com movimentos, com grupos regidos por diferentes padrões culturais e com sujeitos de práticas sociais de consequências políticas (MAGNANI, 2009, p.131).

A alma da etnografia, porém, sempre se manteve a mesma, sendo guiada por perguntas como ‘Quem são? Onde moram? Quais são seus vínculos de parentesco? Em que acreditam? Como passam seu tempo livre?’ Nesse ponto, a Antropologia podia afirmar que estava em seu campo, pois seja no trato com seu tema tradicional, as populações indígenas,

seja no estudo das “comunidades” ou de grupos étnicos, perguntas desse tipo sempre estiveram presentes, norteando as pesquisas (MAGNANI, 2009).

Especialistas de mercado admitem que já acabou o tempo em que as empresas realizavam apenas pesquisas acerca da idade e da renda dos consumidores. Hoje é necessário bem mais do que isso para uma grife crescer e, principalmente, sobreviver à concorrência (MÜLLER, 2005). Com todas essas afirmações, pode-se compreender de que maneira a etnografia ajuda em uma pesquisa que visa a entender como o público de mulheres em idade avançada se relaciona com a moda nessa fase de suas vidas. A etnografia é de extrema importância para conhecer mais profundamente quem são essas mulheres e, assim, possibilitar a criação de produtos que atendam às necessidades e às vontades que elas demonstram e desejam.

No interior desse método, lança-se mão da técnica de pesquisa denominada narrativa biográfica, que se soma à observação participante, conforme toma os relatos biográficos como narrativas de ciclos de vida, pelos quais o sujeito se situa em contextos sociais vividos e reinterpretados no presente, o que lhe permite fazer inferências a respeito do lugar de onde o discurso é produzido na atualidade (ROCHA E ECKERT, 2013, p. 108). Segundo as mesmas autoras, a narrativa biográfica se prendeu menos a uma abordagem longitudinal, para ser assumida como visão de mundo, representação simbólica colada ao vivido: motivações inconscientes e subjetivas. Já Maluf (1999, p. 77) fala sobre o caráter social da pesquisa:

A leitura e a reflexão antropológica que tomam essa narrativa como objeto, tornam-se, assim, a interpretação de uma interpretação. A diferença é que, se a interpretação contida na narrativa de vida visa a história individual, o objetivo da interpretação antropológica é alcançar os conteúdos e os sentidos sociais da experiência.

A autora supramencionada ainda complementa quando diz que isso não deve comprometer a outra direção sobre a qual a reflexão deve se debruçar, pois existe, em toda narrativa de vida, uma problemática central, e encontrar esse fio é também um dos propósitos do empreendimento antropológico. Em outros termos, a interpretação antropológica deve saber revelar a “quintessência” da experiência e da autorreflexão que constituem a narração. O objetivo é buscar os sentidos, os significados da narrativa e da situação narrativa. Interpretar não somente o que foi dito, mas o que foi dito naquela situação, buscando inseri-lo no contexto mais amplo de itinerários pessoais e coletivos.

As narrativas biográficas, por meio de entrevistas semiestruturadas, foram os procedimentos técnicos utilizados para a pesquisa e usadas como base, em que a mulher

entrevistada foi convidada a falar sobre questões acerca da sua vida, origem familiar, trajetória e discorrer sobre os temas da pesquisa, moda e envelhecimento. Para Thiollent (1982), entrevista semiestruturada é feita a partir de um pequeno número de perguntas abertas. Já Ludke e André (1986) dizem que a entrevista semiestruturada se desenvolve a partir de um roteiro básico, porém não rígido, permitindo que o entrevistador faça os devidos ajustes ao desenrolar da entrevista. Para os mesmos autores, durante a entrevista, é criada uma relação de interação (clima de estímulo e aceitação mútua) entre quem pergunta e quem responde, em que o entrevistado fala com maior liberdade sobre o tema proposto, considerando seus conhecimentos. Todos esses aspectos foram acontecendo naturalmente durante as entrevistas, pois a interação acaba gerando outros assuntos a serem tocados, o que cria a necessidade de ajustes.

Para fim de melhor análise dos dados coletados, foram criadas categorias, que se desenrolam ao longo de capítulos. As categorias foram criadas a partir da análise das narrativas biográficas já concluídas. Foram construídas 12 categorias, sendo essas parte de quatro grandes grupos: biografia e trajetória, envelhecimento, corpo e moda. Para isso, divide-se esse capítulo em subcapítulos, a fim de conseguir o melhor entendimento do conteúdo.

Para o complemento da análise das narrativas, opta-se pela análise de conteúdo Bardin (2011), que é um conjunto de técnicas de análise das comunicações. Trata-se, portanto, de um tratamento da informação contida nas mensagens, essas captadas durante as entrevistas. A mesma autora afirma que esse discurso não é um produto acabado, mas um momento em um processo de elaboração, com tudo o que isso comporta de contradições, incoerências e imperfeições. Ela afirma que isso é particularmente evidente nas entrevistas em que a produção é ao mesmo tempo espontânea e constrangida pelas situações (BARDIN, 2011).

Para que se torne possível extrair alguma tendência clara do material bruto, apesar de organizado, é preciso, segundo Laville e Dione (1999, p. 24),

Empreender um estudo minucioso de seu conteúdo, das palavras e frases que o compõem, procurar-lhe o sentido, captar-lhes as intenções, comparar, avaliar e descartar o acessório, reconhecer o essencial e selecioná-lo em torno das ideias principais [...] é este o princípio da análise de conteúdo: consiste em desmontar a estrutura e os elementos desses conteúdos para esclarecer suas diferentes características e extrair sua significação.

Magnani (2009) também fala sobre a significação que essas falas podem vir a representar para a pesquisa, quando diz que o pesquisador não apenas depara com o significado do arranjo do nativo (GEERTZ, 1989), mas, ao perceber esse significado e

descrevê-lo nos seus próprios termos, é capaz de apreender essa lógica e incorporá-la de acordo com os padrões de seu próprio aparato intelectual e até mesmo de seu sistema de valores e percepção. Ou seja, o olhar de perto e de dentro vai além da análise do significado, porque exige a compreensão do contexto em que foi produzido, do que ele chama de cenário.

O mesmo autor ainda afirma que a etnografia é uma forma especial de operar, pois é quando

O pesquisador entra em contato com o universo dos pesquisados não para permanecer lá ou mesmo para atestar a lógica de sua visão de mundo, mas para seguindo-os até onde seja possível, numa verdadeira relação de troca, comparar suas próprias teorias com as deles e assim tentar sair com um modelo novo de entendimento ou, ao menos, com uma pista nova, não prevista anteriormente (MAGNANI, 2009, p. 135).

Com isso, após o trabalho de coleta de material, é feita a parte da análise, que será aqui apresentada. É a partir desse material que são criadas o que já se chamou de categorias, feitas a partir de: “dados, a sua organização, divisão em unidades manipuláveis, síntese, procura de padrões, descoberta dos aspectos importantes e do que deve ser aprendido e a decisão sobre o que vai ser transmitido aos outros” (BOGDAN E BIKLEN, 1994, p. 205). Falando novamente em Bardin (2011), a autora diz que essas categorias são uma operação de classificação de elementos construtivos, de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamento com critérios previamente definidos. Esses critérios foram pensados já na hora de formular o roteiro de pesquisa, quando se separaram as questões por temas coerentes com os assuntos que são abordados ao longo do trabalho, como corpo, envelhecimento e moda. Bardin (2011) ainda diz que esses agrupamentos são efetuados em razão das características comuns desses elementos. Magnani (2009) chama esses agrupamentos de totalidades, mas afirma que não se trata, evidentemente, daquela totalidade que evoca um todo orgânico, funcional, sem conflitos. É esse tipo de totalidade que se pode observar nesta pesquisa. Fatos que vão ao encontro uns dos outros, mas que não são necessariamente exatamente os mesmos. De forma mais sucinta, Magnani (2009, p. 20) explica: “Uma totalidade consistente em termos da etnografia é aquela que, experimentada e reconhecida pelos atores sociais, é identificada pelo investigador, podendo ser descrita em seus aspectos categoriais”.

Magnani (2009) também fala sobre o que é necessário para conseguir material para a criação dessas categorias:

Para captar essa dinâmica, por conseguinte, é preciso situar o foco nem tão de perto, que se confunda com a perspectiva particularista de cada usuário, e nem tão de

longe, a ponto de distinguir um recorte abrangente, mas indecifrável e desprovido de sentido. Em outros termos, nem no nível das grandes estruturas físicas, econômicas, institucionais, etc. Nem no das escolhas individuais: há planos intermediários onde se pode distinguir a presença de padrões, de regularidades – ainda que em fluxo, em negociação. E para identificar essas regularidades e poder construir, como referência, algum tipo de totalidade no interior da qual seu significado possa ser apreciado, é preciso contar com alguns instrumentos, algumas categorias de análise (MAGNANI, 2009, p. 138).

Para que todas essas análises possam ser feitas, entra outra parte importante dessa metodologia: a observação participante. Essa técnica, segundo Queiroz (2007), caiu no esquecimento por alguns anos, até ser novamente introduzida no meio acadêmico na década de 1990, sendo, a partir de então, considerada um processo pelo qual a interação da teoria com a prática concorre para a transformação ou implementação do meio pesquisado. A mesma autora ainda conta que, na observação participante, é importante integrar o observador à sua observação, e o conhecedor ao seu conhecimento (QUEIROZ, 2007). Isso foi possível a partir do relacionamento que já havia sido previamente desenvolvido com as mulheres desse grupo, principalmente porque elas já haviam participado de outra pesquisa da autora. Sobre o conhecimento, a estrutura teórica do trabalho visa a preparar a pesquisadora para adentrar nesse grupo com o conhecimento prévio necessário para a realização de uma etnografia, com observação participante consistente.

Queiroz (2007) ainda afirma que a Antropologia utiliza a observação participante como algo para desvendar redes mais complexas de relacionamentos do ser humano de forma descritiva e que um dos pontos positivos é a possibilidade de obter a informação no momento em que ocorre o fato na presença do observador. Além disso, é o meio mais direto de se estudar uma ampla variedade de fenômenos.

Mas, voltando à origem, foi o antropólogo Bronisław Malinowski que revolucionou a Antropologia nas três primeiras décadas do século XX, quando fez propostas referentes aos métodos de trabalho de campo, principalmente em relação à observação participante (SCHWARTZ, 1955). É nessa situação que o antropólogo permanece o tradutor por excelência, capaz de explicar valores sociais ou decifrar códigos simbólicos de sociedades “outras”, buscando desvendar ideologias e representações em uma perspectiva comparativa com sua própria ideologia.

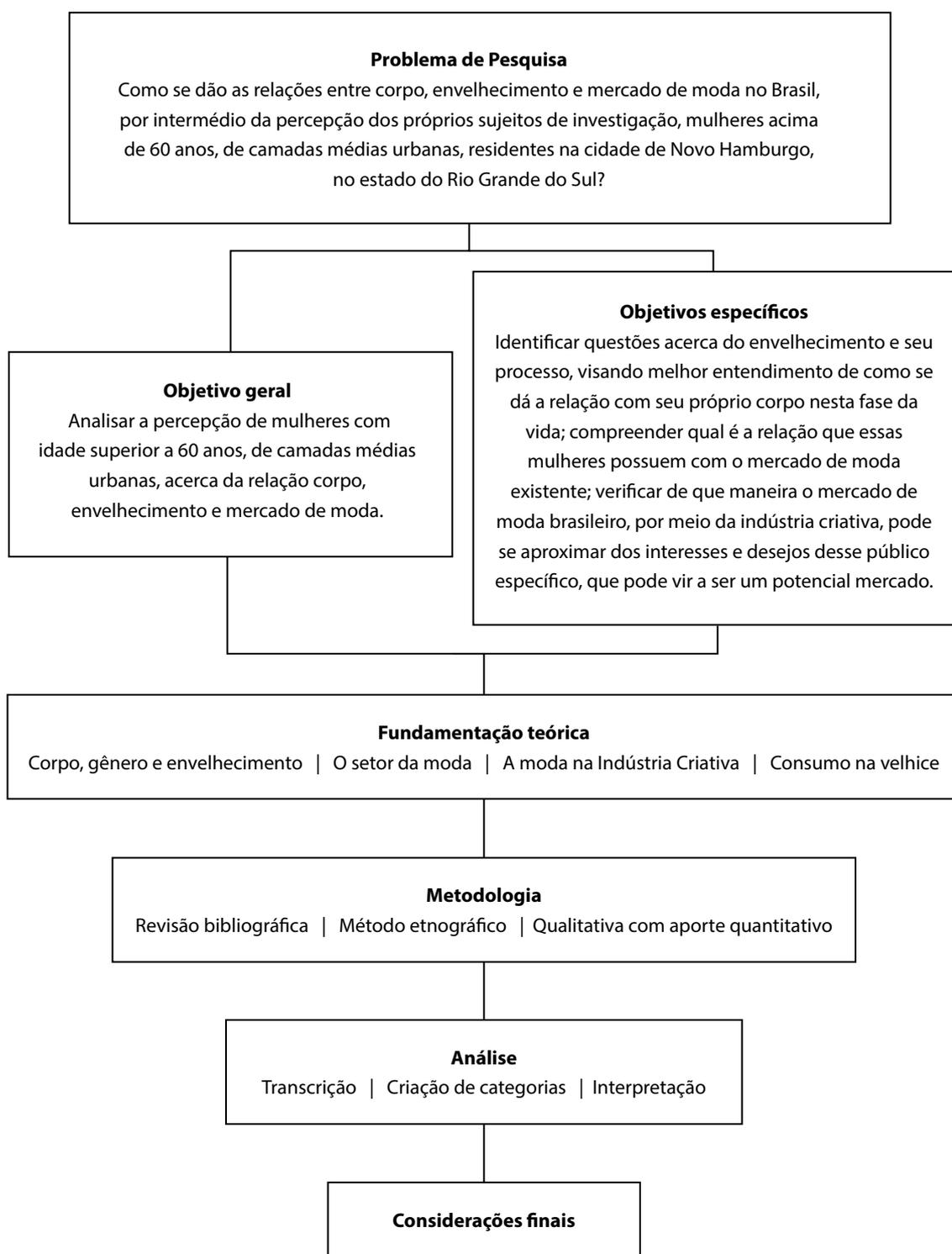
Nesta pesquisa, a observação participante soma-se ao registro das narrativas biográficas, compondo a abordagem etnográfica, traduzindo o que essas mulheres contam de suas vidas. Nesse sentido, Krainovich-Miller (2001) explica, de maneira simplificada, como que deve ser feita a pesquisa a partir desse ponto de vista:

Para a realização da observação participante, o pesquisador deve adquirir algumas habilidades e competências, tais como: ser capaz de estabelecer uma relação de confiança com os sujeitos; ter sensibilidade para pessoas; ser um bom ouvinte; ter familiaridade com as questões investigadas, com preparação teórica sobre o objeto de estudo ou situação que será observada; ter flexibilidade para se adaptar a situações inesperadas; não ter pressa de adquirir padrões ou atribuir significado aos fenômenos observados; elaborar um plano sistemático e padronizado para observação e registro dos dados; ter habilidade em aplicar instrumentos adequados para a coleta e apreensão dos dados; verificar e controlar os dados observados; e relacionar os conceitos e teorias científicas aos dados coletados (KRAINOVICH-MILLER, 2001, p. 21).

Pode-se afirmar que diversos desse pontos já foram cobertos pela pesquisa, como ter familiaridade com as questões investigadas, conforme referido, elaborar um plano sistemático e padronizado para observação e registro dos dados, etc.

Por meio desses pilares da pesquisa antropológica etnográfica é que a pesquisa de campo foi realizada, respeitando esses princípios com o objetivo de entender melhor quem são essas mulheres e como se dá seu processo de envelhecimento, também como sua relação com seu corpo muda nessa fase da vida e se isso afeta o relacionamento que mantêm com o mercado de moda. A pesquisa etnográfica dá suporte a todas as questões que se busca aqui esclarecer e, por isso, acredita-se que a escolha dessa metodologia de pesquisa é a mais adequada à presente pesquisa.

2.1 Desenho da pesquisa



2.2 Público-alvo

Com o objetivo de darmos início à pesquisa de caráter etnográfico, apresentaremos as cinco mulheres pesquisadas com uma pequena biografia de cada uma.

A primeira, Rosa⁶, 73 anos, possui curso superior, era professora e diretora de escolas da rede estadual, mas atualmente encontra-se aposentada. Mora em um apartamento em uma via bastante movimentada da cidade, tem carro próprio e dirige-o, viaja regularmente, seja para sua casa na praia, na serra gaúcha, ou para o exterior, às vezes acompanhada pelo marido e outras, pelas amigas. Faz curso de inglês, espanhol, pilates e *deep running*, modalidade em que é praticada corrida dentro de uma piscina. Ela possui *Facebook*, *Instagram*, telefone celular com acesso à internet, rede *Wi-fi* em casa, assinatura de jornais, revistas, televisão a cabo, entre outros. Ou seja, mantém-se a par dos acontecimentos diários, seja da vida dos familiares ou dos amigos, seja de acontecimentos no Brasil ou exterior.

A segunda pesquisada é Orquídea, 73 anos, professora aposentada com curso superior, que mora sozinha, desde o falecimento do marido, em um apartamento localizado no centro da cidade de Novo Hamburgo. Ela também dirige seu carro e pratica aulas de inglês semanalmente, junto com suas aulas de pilates. Realiza trabalho voluntário em uma instituição da cidade. Viaja regularmente com as amigas e os filhos, dentro e fora do Brasil. Também possui *Facebook*, internet *Wi-fi*, telefone celular com acesso à internet, assinatura de jornais, revista e televisão a cabo.

A terceira pesquisada é Tulipa, 71 anos, viúva, possui curso superior, professora aposentada, que hoje segue sendo diretora de uma associação beneficente ligada à igreja. Ela, assim como as outras, também dirige seu carro e mora sozinha em um apartamento localizado em uma das principais vias da cidade. Também possui *Facebook*, internet *Wi-fi* e telefone celular com acesso à internet, assim como assinatura de revistas, jornais e televisão a cabo.

A quarta entrevistada chama-se Margarida, tem 70 anos, é professora universitária e possui pós-doutorado. Ela se mantém ativa no trabalho e, além de atuar como professora de programas de mestrado e doutorado, é também coordenadora de um programa de pós-graduação. Ela dirige seu carro e mora com o marido em um apartamento em uma das principais avenidas da cidade. Viaja regularmente, seja com a família em momentos de lazer ou com colegas de trabalho para congressos nacionais e internacionais. Possui *Facebook* e

⁶ Os nomes foram alterados para nomes de flores, a fim de garantir o sigilo da pesquisa.

telefone celular, mas sem acesso à internet, além de manter assinaturas de jornais, revistas e televisão a cabo.

A quinta e última pesquisada é Hortência, de 75 anos, possui dois cursos superiores e especialização, é professora aposentada e, depois de parar de trabalhar, envolveu-se em trabalhos de caráter voluntário, tendo chegado a presidir a Liga Feminina de Combate ao Câncer da cidade de Novo Hamburgo. Tem carro próprio, viaja regularmente, possui *Facebook*, telefone celular com acesso à internet, assinaturas de revistas, jornais e televisão a cabo.

Optamos por estudar um grupo homogêneo de mulheres para podermos identificar e refletir sobre suas ideias a respeito de seu relacionamento com o corpo, as transformações ocorridas com o passar do tempo e a relação disso com a forma de vestir e com a moda. Esse grupo assim se caracteriza por ser contemplado por mulheres, acima de 60 anos, residentes da cidade de Novo Hamburgo, de camadas médias, que sempre mantiveram vida profissional paralelo as suas famílias e obtiveram um nível de estudos considerado elevado para a época.

A opção por esse tipo de amostra se dá em função da técnica da pesquisa etnográfica na qual a observação participante e a convivência possibilitam o conhecimento das representações culturais de determinados grupos e a construção de seus significados. Ou, como informa Certeau (1994), a prática etnográfica pode ser considerada uma estratégia de pesquisa que possibilita acessar a complexidade e a singularidade que constituem as atividades diárias das pessoas.

A segmentação e a busca por um grupo com características culturais semelhantes são importantes, também, na medida em que entendemos que não existe um sujeito idoso único e universal, mas sim vários grupos com diferentes experiências sociais que constituem particularidades (FELIPE; SOUSA, 2014).

São as particularidades desse grupo apresentado que nos interessam para esta pesquisa e que acreditamos que são capazes de nos dar respostas ao problema apresentado.

3. CORPO, GÊNERO E ENVELHECIMENTO

O que é ser mulher? O que se espera dela? Qual o tipo de corpo e a atitude que uma mulher deve ter? E a mulher velha deve alterar seu modo de ser, psicológica e fisicamente falando? Este capítulo pretende entender mais sobre esses questionamentos acerca de corpo, gênero e envelhecimento, por intermédio de conhecimentos advindos de diversas áreas.

Faz-se necessário, para começo de pesquisa, uma discussão acerca da palavra *gênero* e de seus significados, com o objetivo de entender mais sobre a construção do gênero feminino e como ele se difere do masculino.

Segundo Scott (2012), “gênero é a lente de percepção através da qual nós ensinamos os significados de macho/fêmea, masculino/feminino” (p. 332). A autora afirma que a palavra e o conceito de gênero recusam a ideia de que a anatomia da mulher é o seu destino e, ao contrário, diz que os papéis alocados para as mulheres são convenções sociais, não ditames biológicos. Scott (2012) diz que os primeiros estudos feministas acerca da noção de gênero como uma construção social tiveram como objetivo analisar a relação de mulheres e homens em termos de desigualdade e poder. Ela afirma:

Gênero era sobre mulheres e homens, sobre como os traços atribuídos para cada sexo justificavam os diferentes tratamentos que cada um recebia, como eles naturalizavam o que era fato social, econômico e desigualdades políticas, como eles condensavam variedades da feminilidade e masculinidade em um sistema binário, hierarquicamente arranjado (SCOTT, 2012, p. 333).

Scott (2012) assevera que, seguindo o pensamento dos cientistas sociais, os papéis atribuídos às mulheres (mesmo as mães) diferem conforme o tempo e o lugar e têm muito pouca relação direta com a biologia delas. Ela defende uma visão mais ampla do que é a palavra *gênero*, incluindo o mercado de trabalho, que também é sexualmente segregado, a educação e o sistema político (SCOTT, 1995). Então, ela afirma que os gêneros são uma construção social, mas também fala que isso ainda diz muito pouco, pois não explica como as relações são construídas e por que são construídas de forma desigual, privilegiando o masculino. Também não diz como funcionam ou mesmo como mudam. Ela chega à conclusão de que só essa constatação, ou seja, de que os gêneros são construídos socialmente, não tem força suficiente para integrar ou mudar os paradigmas históricos existentes (SCOTT, 1995).

Já Butler (2003) faz outros questionamentos a respeito do mesmo assunto, quando assim afirma:

Seria errado supor que a discussão sobre identidade deva ser anterior à discussão sobre a identidade de gênero, pela simples razão de que as 'pessoas' só se tornam inteligíveis ao adquirir seu gênero em conformidade com padrões reconhecíveis de gênero (BUTLER, 2003, p. 37).

Ou seja, a autora supramencionada entende que gênero é a identidade das pessoas em si, pois elas só se tornam inteligíveis a partir do momento em que entendem qual seu gênero e, conseqüentemente, qual seu papel. Butler (2003) afirma que os gêneros são construídos a partir de uma relação entre sujeitos socialmente constituídos em contextos específicos. Isso quer dizer que gênero é uma construção a partir de um ponto de convergência entre conjuntos de relações, cultura e história. É por isso que não se pode enxergar os gêneros como constituição de identidade fixa, pois eles dependem das construções culturais e das identidades sociais (BUTLER, 2003). Butler ainda diz:

Resulta daí que o gênero não está para a cultura como o sexo para a natureza; ele também é o meio discursivo/cultural pelo qual 'a natureza sexuada' ou 'um sexo natural' é produzido e estabelecido como 'pré-discursivo', anterior à cultura, uma superfície politicamente neutra sobre a qual age a cultura (BUTLER, 2003, p. 24).

A autora tenta responder àquelas questões que Scott também se questionou a respeito da real fonte do significado dos gêneros. Butler (1993) questiona: se o gênero é uma construção, deve haver um "eu" ou um "nós" que executa ou desempenha essa construção? Como pode haver uma atividade no ato de construir sem que se pressuponha um agente que precede e desempenha essa atividade? Como se poderia explicar a motivação e a direção da construção sem esse sujeito? Muitos entendem que os gêneros são construídos, mas não fica claro sobre quem ou o que estabeleceu o significado de ser homem ou ser mulher. E, mais importante que isso, Butler (1993) diz que não fica claro que possa haver um "eu" ou um "nós" que não tenha sido submetido aos gêneros. A mesma autora também fala sobre a interpelação médica, que transforma uma criança, um ser "neutro", em um "ele" ou em uma "ela". Com isso, a criança torna-se uma garota ou um garoto e é trazida para o domínio da linguagem e do parentesco por meio dos gêneros. Mas, esse tornar-se não termina ali, pois isso é reiterado por várias autoridades, em vários intervalos de tempo diferentes, para reforçar tal efeito. A nomeação é, ao mesmo tempo, o estabelecimento de uma fronteira e também de uma norma (BUTLER, 1993). Para Butler, essa representação política e linguística já apresenta duas opções: o homem e a mulher. E, somente esses sujeitos construídos e conformados de acordo com as normas são representados politicamente (BUTLER *apud* FEMENIAS, 2006, p. 557).

Com isso, para Butler (BUTLER *apud* FEMENIAS, 2006, p. 556), dizer que gênero existe é pensar e aceitar as normas culturais que governam a interpretação dos próprios corpos e, nessa busca pela constituição do eu, inventam-se uma identidade e uma coerência que não são senão ficcionais.

Aí se apresenta outro problema, pois se essa mulher é um ser ficcional, quem o feminismo busca representar? Segundo Butler (1992), em um conceito unificado de mulher, a política feminista parece perder a base de suas próprias afirmações, afinal, quem constitui o sujeito para o qual o feminismo busca uma libertação? Segundo ela, se não existe esse sujeito, quem o feminismo busca emancipar? Com isso, Butler chama atenção a falsa estabilidade da categoria mulher (BUTLER *apud* FEMENIAS, 2006, p. 556).

A discussão de gênero ajuda a pensar a construção do corpo feminino, já que refletir sobre moda também é refletir sobre uma determinada construção e expressão de um corpo, neste caso, o corpo feminino. Assim colocado, também se faz necessário um apanhado de ideias e pensamentos diferentes sobre corpo feminino, a fim de compreender mais a fundo o objeto do presente estudo, afinal, o que é um corpo normal, bom e saudável?

A concepção de normatização do corpo, que, a partir de um padrão urbano e ocidental, fundamentado pela sociedade capitalista, constitui-se de um modo de vida considerado normal e, por isso, estereotipado, tende a se estender pelo mundo, sobrepondo-se à riqueza da diversidade cultural (LASCH, 1983). Junto a isso, os estudos da área médica reforçaram esse novo padrão associando as doenças consideradas como sendo femininas com características instáveis e históricas (ROHDEN, 2009). Foi a partir do momento em que ser normal era considerado ter saúde que todo tipo que fugisse a essa regra ficaria associado a doença, tendo um valor negativo que deveria sofrer intervenção (FOUCAULT, 1989). A mulher que apresentava algum desses sintomas era considerada uma anormal, que precisava ser tratada, medicada, para ‘curar’ esse problema.

Por isso, o corpo da mulher se tornou um *locus* do exercício dos micropoderes, que investem, modelam e constroem o gênero (SWAIN, 2000). Para isso, foram criadas maneiras sociais sobre as ideias do que era ser homem e o que era ser mulher, a fim de que cada um pudesse se enquadrar nesses papéis socialmente adequados. Essas ideias também cabiam sobre a sexualidade e a situação histórica e cultural (SCOTT, 1995). Mathieu (2009) também relaciona essa diferenciação dos gêneros nas sociedades humanas se manifestando em duas áreas: na divisão sociossexual do trabalho e na procriação. Para Foucault (1988), é necessário, para a manutenção do poder do Estado, analisar a população a partir de alguns dados, como taxa de natalidade, idade do casamento e frequência das práticas contraceptivas. Esse é um

dos pontos por meio do qual se pode mais facilmente analisar na sociedade atual, já que o governo brasileiro, por exemplo, distribui métodos contraceptivos gratuitamente para a população, a fim de possuir controle sobre a taxa de natalidade do País, que pode vir a trazer outros problemas para o governo e a sociedade, tais como: escolas infantis, saúde das gestantes, orfanatos para crianças abandonadas, etc.

Essa construção dos gêneros passou, junto com o conceito de normatização do corpo, a ditar também o que era certo e errado na vida da mulher em questões de beleza. Foi a partir do conceito do corpo normal, saudável, que o corpo da mulher envelhecida passou a ser considerado errado, pois não possuía os sinais de juventude e, conseqüentemente, os sinais de saúde e vitalidade. Segundo Monteiro (2008), esses códigos estão tão bem-estruturados que elas se tornam presas fáceis do mercado, normalizando a ideia de que é correto a mulher mais velha sentir inveja da mais nova. Esses códigos, muitas vezes disseminados por ideias como conto de fadas, propagandas e programas de televisão, instigam a mulher a estar sempre bonita e jovem, a fim de achar um marido, um ‘príncipe’.

Le Breton é outro autor que cita essas ideias disseminadas através da mídia como uma problemática ao corpo da mulher. “Cada poster, cada imagem, é a lembrança de uma falta para a mulher que nunca é totalmente bem sucedida ao corresponder a esse espelho que é oferecido a elas” (LE BRETON, 2011, p.181). Ele ainda complementa, dizendo que o marketing ajuda a incitar as mulheres a lutarem contra o envelhecimento do seu próprio corpo e rosto, destacando ainda que as revistas femininas atuam como forma de difusão do propósito do corpo da mulher (LE BRETON, 2011, p. 179). Esse marketing visa a difundir o tipo de produto que as mulheres devem consumir para estarem de acordo com o que lhes é mostrado na mídia. Ele diz que “cada mulher encontra, de acordo com seu nível econômico, os produtos ou os usos para participar da estetização de si” (LE BRETON, 2010, p.180) e, já que no Brasil, para as mulheres, “o corpo é um capital, o único capital” (LE BRETON, 2011, p.178), elas permanecem fiéis ao imperativo da sedução, de forma que colocam seu valor social na aparência e em um padrão de sedução (LE BRETON, 2011).

Segundo Monteiro (2008), existe um ideal cultural da beleza jovem, que forma a crença popular de que a mulher bonita é sempre a jovem. Se ela já for velha, ainda assim poderá ser considerada jovem se utilizar os artefatos corretos. O que esse autor chama de códigos também pode ser entendido como construção social, pois, segundo Debert (2004), encontram-se abordagens popularizadas pela Sociologia que consideram qualquer aspecto da vida social, inclusive o envelhecimento, como uma construção social. A autora ainda diz que a capacidade dos corpos de operar é mediada pela cultura, pois ela é escrita sobre os corpos, e

é preciso examinar os modos particulares de como isso acontece em diferentes sociedades (DEBERT, 1994).

Esses corpos de referência de beleza surgiram por meio da indústria do cinema de Hollywood, no fim do século XIX (ORY, 2008). Essa indústria difundia o modelo de “beleza correta”, e as mulheres passaram a não medir mais esforços para obter os mesmos métodos de embelezamento das atrizes. Isso desencadeou uma busca desesperada por cirurgias plásticas e tratamentos estéticos, tudo na busca pelo estereótipo do corpo belo. Frota e Menezes (2012) dizem que, “além de serem o alvo preferencial da indústria da beleza, as mulheres são mais expostas aos critérios de ‘eterna juventude’ tão em voga” (p. 14). Os mesmos autores ainda afirmam:

Além da exigência de boa aparência ditada, dentre outras coisas, pela moda, a dinâmica do efêmero descarta qualquer possibilidade de beleza no velho. O novo é visto como o melhor, que está sempre na frente, com recursos mais avançados e modernos (FROTA; MENEZES, 2012, p. 12).

Eco conta, no seu livro *A História da Beleza*, que a beleza das donzelas, ao longo da história, sempre foi traduzida em seios fartos, movimentos graciosos, curvas sensíveis, pele lisa, mãos delicadas, cabelos com reflexos dourados, lábios úmidos... (ECO, 2013) Já no livro *A História da Feiura*, ele faz relação do feio com o velho, em que o velho é a beleza em declínio, que provoca dor e maldade, pois as bruxas são sempre velhas e decrépitas (ECO, 2007).

É por causa dessa eterna valorização do novo que a mulher velha se tornou o alvo mais vulnerável. Tudo começa na meia idade, quando as condições da menopausa se tornam ainda mais frágeis por causa do envelhecimento físico pelo qual essas mulheres passam (MORI; COELHO, 2004). Os autores dizem que a mulher que se encontra no processo de envelhecimento conceitua sua própria imagem diante do espelho como algo negativo. Essa visão a denuncia sob o ponto de vista estético, relacionando a funcionalidade do corpo e o significado social que cada cultura tem sobre essa fase da vida. O velho de hoje em dia é menos propenso a aceitar o envelhecimento como um processo inevitável de deterioração do corpo (GIDDENS, 2005), pois cada vez mais a velhice não tem sido encarada como algo natural, já que os avanços da medicina e da nutrição vêm mostrando que muito do que um dia foi considerado inevitável sobre o envelhecimento pode ser contestado.

Segundo Lima e Bueno (2009), para uma mudança positiva nesse panorama, deve-se promover formas de valorização do processo de envelhecimento que não sejam uma imitação dos valores que se almeja para a juventude, em uma constante tentativa de tentar jovializar a terceira idade. Isso faz com que acabem sendo negados os direitos das pessoas de serem como

elas são, sem que tenham que assumir uma identidade que não lhes é própria, negando-se a si mesmas somente para serem aceitas socialmente. A mulher acaba se encontrando em um mundo alienado, que por vezes pode levar até a enfermidades, pois é encontrado na mulher o alvo mais fértil para cobranças sociais pela eterna juventude, pela beleza e por um corpo sexuado e desejável. Para Lima e Bueno (2009), ao redefinir e contextualizar a velhice sem ter que “travesti-la” de juventude para ser socialmente aceita, está-se oferecendo a essas mulheres a oportunidade para que redescubram a possibilidade de viverem em harmonia com a idade que têm.

Mas, existe uma idade específica em que se começa a ser velho? Quais foram os sujeitos que divulgaram essa ideia que se conhece hoje sobre o envelhecimento? A partir de que idade se configura a velhice?

Apesar de se notar a dificuldade do mercado de moda em inserir pessoas mais velhas no seu público-alvo, também se nota uma dificuldade na sociedade em aceitar o ‘velho’, mas, dessa vez, no vocabulário, mesmo sabendo que, “No Brasil, o termo usado até os anos 60 era, sobretudo, velho. Esse termo não possuía caráter especificamente pejorativo, o emprego se distinguia pela entonação ou contexto em que era utilizado” (PEIXOTO, 2007, p. 77).

Para suprir essa falta de nomenclatura, foi resgatada a expressão *terceira idade*, que, recentemente e com muita rapidez, popularizou-se no vocabulário brasileiro (DEBERT, 1996). Assim como terceira idade, também foi recuperado o termo *idoso*, que sempre fez parte do vocabulário português, entretanto não era palavra de muito uso no Brasil (PEIXOTO, 2007). Debert diz que “a categoria idoso invade todos os domínios e o termo ‘velho’ passa a ser sinônimo de decadência” (p. 78), pois, para ela, em todas as sociedades industriais, a partir da criação da aposentadoria, o ciclo de vida é reestruturado, estabelecendo-se três grandes etapas: a infância e a adolescência – tempo de formação; a idade adulta – tempo de produção; e a velhice – idade do repouso, tempo do não trabalho. Contrárias a essa vertente, que possui visão negativa da velhice, existem as pessoas que consideram a chegada da chamada terceira idade e da aposentadoria como uma parada positiva do trabalho. Elas enxergam a possibilidade “para concretização de sonhos adiados em outras etapas da vida” (DEBERT, 2004, p. 19). Nesse sentido, Peixoto diz que “sobretudo para os jovens aposentados, a expressão ‘não ter nada para fazer’ significa principalmente o tempo liberado à cristalização dos velhos sonhos e, portanto, a realização de um novo projeto de vida” (PEIXOTO, 2007, p. 77).

Aceita a terceira idade pela sociedade, também foram criados termos como *a quarta idade*, conforme diz Peixoto (2007), quando ela fala que o que sobressai, no sistema de

representações da velhice, é que o prolongamento da vida das pessoas envelhecidas pressiona o alargamento das faixas de idade mais jovens e, assim, a criação de novas denominações, como quarta idade. Para finalizar, deve-se entender que, pela visão da Antropologia, a velhice é “uma categoria socialmente produzida” (DEBERT, 2004, p. 50).

Debert (2004) afirma que as idades não são mais marcadores pertinentes de comportamentos e estilos de vida, e a “terceira idade” é uma criação recente das sociedades ocidentais contemporâneas, a qual implica a criação de uma nova etapa na vida que se interpõe entre a idade adulta e a velhice e é acompanhada de um conjunto de práticas, instituições e agentes especializados, encarregados de definir e atender às necessidades dessa população.

A partir desses conceitos, pode-se começar a entender por que, no Brasil, o velho é um tabu, já que até o termo usado para designar pessoas com mais idade teve de ser adequado a algo considerado menos ‘ofensivo’, pois aqui o velho é ruim, e usam-se diversos artifícios para mascarar a chegada da idade avançada.

Para compreender do que se trata a velhice, é preciso lembrar que nem sempre ela existiu. Não por uma questão de expectativa de vida, mas sim por uma noção sociológica. Segundo Debert (1994), a velhice é uma categoria socialmente produzida. Ela diz:

Faz-se, assim, uma distinção entre um fato universal e natural – o ciclo biológico, do ser humano e de boa parte das espécies naturais, que envolve o nascimento, o crescimento e a morte – e um fato social e histórico que é a variabilidade das formas pelas quais o envelhecimento é concebido e vivido (DEBERT, 1994, p. 8).

A Antropologia é uma área que pode ajudar no conhecimento histórico sobre a velhice, pois é rica em exemplos que servem para demonstrar que fases da vida não se constituem em propriedades substanciais que os indivíduos adquirem com o avanço da idade cronológica. Pelo contrário, a Antropologia mostra que o processo biológico é elaborado simbolicamente com rituais que definem fronteiras entre idades pelas quais os indivíduos passam e que não são necessariamente as mesmas em todas as sociedades (DEBERT, 1994). Em outras palavras, a ideia do que é ser velho varia de sociedade para sociedade.

Fortes (1984) diz que as idades cronológicas estão ausentes na maioria das sociedades não ocidentais. No entanto, nas sociedades ocidentais, elas são um mecanismo básico de atribuição de *status*, de definição de papéis ocupacionais, de formulação de demandas sociais, etc. Com isso, o autor diz que esses sistemas de datação, dos quais o reconhecimento das idades cronológicas depende, são irrelevantes se não forem cruciais para o estabelecimento de

direitos e deveres políticos. Debert (1994) complementa essa ideia dizendo que as representações sobre a velhice, a posição social dos velhos e o tratamento que lhes é dado pelos mais jovens ganham significados particulares em contextos históricos, sociais e culturais distintos. Então, não é somente a sociedade que dita quem e o que é o velho, mas sim o tempo histórico e outras variáveis.

Quando foi definido, na cultura ocidental, o que era ser velho, essa invenção veio acompanhada de um conjunto de práticas, instituições e agentes especializados encarregados de determinar e atender às necessidades dessa população que, a partir dos anos 70, passa a ser caracterizada como vítima da marginalização e da solidão (DEBERT, 1994).

Porém, segundo Hareven (1995), até o início do século XIX, fatores demográficos, sociais e culturais eram considerados como um só, de forma que a sociedade não entendia a separação de cada idade. A infância passou pelo mesmo problema e só depois veio a ser reconhecida como idade específica. Segundo o mesmo autor, a confirmação da idade de vida considerada velhice só veio no século XIX e isso possibilitou uma maior uniformidade de grupos etários, institucionalizando ritos de passagem, tais como o começo da vida escolar e a aposentadoria.

Debert (1999) destaca as décadas de 60 e 70 como o segundo período mais marcante para a história da velhice, pois foi nesse momento que ela passou a ser um problema para a sociedade e adquiriu visibilidade. Esse fato é resultado do aumento demográfico da população de velhos.

Retomando o assunto citado anteriormente, quando foi dito que a aposentadoria é considerada um rito de passagem para a velhice, Salgado (1997) cria um princípio de identidade para essa etapa, definindo esse tempo da vida pela inatividade. Ele ainda diz que, apesar de muitas vezes a pessoa não estar velha pelo ponto de vista biológico, a entrada na aposentadoria é mais forte como motivo de caracterização, pois ela existe para gerar rotatividade de mão de obra, forçando, assim, uma troca de gerações no mercado de trabalho. O autor também diz que algumas instituições privadas oferecem programas preparatórios para a aposentadoria, programas esses que têm como finalidade permitir uma exploração das possibilidades, informar sobre as condições de vida futuras, mostrar a necessidade de planejar a aposentadoria adequadamente e demonstrar que o processo contínuo de aprendizagem pode ser benéfico.

Segundo Peixoto (1998), na França do século XIX, a velhice era caracterizada pelas pessoas que não podiam assegurar financeiramente seu futuro, ou seja, a velhice já estava relacionada à perda de vitalidade e de trabalho. Em nossa sociedade, a imagem da velhice é

associada ao declínio de vitalidade, não só porque já se ultrapassou o ponto mais alto da capacidade produtiva, mas porque essa perda de capacidade é ligada à perda da condição de controle do corpo e da mente (FEATHERSTONE, 1994).

No entanto, o aspecto da aposentadoria também traz elementos positivos. Katz (1996) aponta que, assim como o movimento em torno da aposentadoria diferencia o velho como especial, carente, dependente e improdutivo, também possibilita ao indivíduo exigir seus direitos a partir do *status* de idoso. Para Laslett (1991), o aumento da longevidade e da qualidade de vida com base nos avanços tecnológicos e o surgimento da aposentadoria são os dois principais fatores que garantem o ingresso dos sujeitos na chamada terceira idade. Por sua vez, Norbert Elias (2001) diz que existe, em nossa sociedade, uma tendência ao isolamento social dos velhos, e esse isolamento pode ser ligado à perda da posição de trabalho.

Apesar de se entender que quase todos os indivíduos passarão pelo processo de aposentadoria, deve-se lembrar que o envelhecimento possui elementos plurais, pois, dependendo do grupo em que a pessoa se encontra, seu modo de passar por esse processo pode ser diferente de outro grupo, tanto por diferenciações culturais quanto sociais e econômicas. Por isso, a velhice deve ser pensada no plural, por causa da pluralidade das formas de envelhecer (MOTTA, 2004).

Já no campo da saúde, o médico norte-americano Ignatz Nascher foi o primeiro a estabelecer uma identificação da velhice. Por meio da observação do corpo dos indivíduos velhos, ele formulou as características biológicas da velhice, conceituou o tratamento médico a ser dispensado aos velhos e introduziu, na literatura médica, o termo ‘geriatria’ (HAREVEN, 1995).

Segundo Laslett (1991), a importância, em termos de imaginário cultural, da metáfora médica da velhice foi produzir a identificação entre velhice e doença. Pode-se imaginar que esse conceito foi calcado na ideia de que o médico e a medicina sempre lembram doença e, associando-se a velhice ao campo da medicina, ela fica com o estigma de falta de saúde. Featherstone (1994) complementa essa visão citando que o argumento central da gerontologia é fundamentado na compreensão do envelhecimento como uma construção social particularmente atrelada a uma imagem negativa, cuja alteração pode ceder espaço para uma imagem positiva do mesmo processo.

Há, também, uma teoria muito interessante chamada de desengajamento, que consiste na suposição de que a incapacidade para o trabalho retira da velhice a possibilidade de atividade social, o que conduz o sujeito a um estado de exclusão. Como maneira de contestá-

la, foi criada uma oposta, chamada de teoria da atividade, que supõe que um envelhecimento positivo poderá ser atingido se o sujeito se mantiver ativo, conservando os mesmos hábitos da vida adulta e desempenhando papéis sociais relevantes (BLAIKIE, 1999). No entanto, isso também pode vir a se tornar um problema, porque desconsidera as modificações e as limitações corporais para algumas atividades.

Compreende-se que a velhice é criada socialmente e depende de variáveis culturais e cronológicas; também que ela acaba sendo muito ligada a questões de doença na sociedade ocidental. A aposentadoria é um fator que serve como porta de entrada, em que os indivíduos passam a perceber que, a partir daquele ponto, eles estão envelhecendo ou já estão velhos.

Foi nesse contexto que a velhice passou a ter uma visão feminizada por alguns motivos. A maior expectativa da vida da mulher, que possui preocupação maior com a saúde, e a presença maior por parte das avós na vida da família são elementos que ligam essa época da vida à mulher.

Para começar a entender esses fatos, apresentam-se alguns dados. Segundo Carvalho e Wong (2008), no ano de 2000, para cada 100 mulheres idosas, havia 81 homens idosos. Em 2050, essa relação sofrerá alterações, quando existirão 100 idosas para 76 idosos do sexo masculino. Entre os mais velhos, que têm 80 anos ou mais, para cada 100 mulheres, o número de homens deverá cair, entre 2000 e 2050, de 71 para 61. Essa diferença entre as pessoas que estão em estágio mais avançado da velhice é por causa da expectativa de vida acima de 60 anos. Segundo Garrido e Menezes (2002, p. 4), “a expectativa de vida ao atingir 60 anos também acompanha o sexo, com mais 19,3 anos de vida, em média, para as mulheres contra 16,8 anos para os homens”.

Essa diferença começa a existir a partir do começo da vida, podendo-se mencionar, por exemplo, que, no ano de 1980, a cada 100 crianças do sexo feminino, 22 completavam 80 anos. Já em 2000, esse número dobrou (CAMARANO, 2006).

Foi a partir da década de 60 que o país passou a apresentar uma redução na taxa de natalidade, o que ocasionou o aumento do número de idosos e, conseqüentemente, o envelhecimento populacional (CHAIMOWICZ, 1997). Porém, essa maior expectativa de vida das mulheres não se deve a fatores puramente biológicos. Ela está ligada ao fato de que são as mulheres que mais procuram médicos e mais frequentam os centros de saúde. Já os homens são mais propensos a acidentes de trabalho e de trânsito e, também, a fatores tais como alcoolismo, drogas e tabagismo, que apesar de não serem problemas específicos masculinos, atingem muito mais os homens (CHAIMOWICZ, 1997).

São as mulheres, todavia, que, apesar de terem uma expectativa de vida maior, vivem

maior declínio ao longo do envelhecimento. Elas apresentam altas taxas de dependência e declínio da capacidade funcional, o que as leva a maior fragilidade, perda de autonomia e acaba impedindo-as de realizarem suas atividades cotidianas (PAZ; SANTOS; EIDT, 2006). Elas também acabam sofrendo duplo preconceito e vulnerabilidade, com o peso somado de dois tipos de discriminação: de serem mulheres e de serem velhas. Em quase todas as sociedades, a mulher é valorizada exclusivamente por seu papel reprodutivo e pelo cuidado das crianças, assim, desprezo e desdém marcam sua passagem para a velhice, já que ela não possui mais o poder de ter filhos, bem como a necessidade e a capacidade de cuidar deles (DEBERT, 1999).

É por isso que grupos sociais distintos, de sociedades diferentes ou gêneros diferentes, adaptam-se diferencialmente à experiência comum do envelhecimento (DEBERT, 1999). A mesma autora ainda diz que a preocupação recente com o envelhecimento e com a melhoria da qualidade de vida no Brasil muda não apenas a sensibilidade investida na velhice, mas tende a transformar o envelhecimento em uma experiência radicalmente distinta para homens e mulheres.

Já que é a mulher que sofre de duplo preconceito nessa época da vida e que também apresenta maior debilidade psicológica e física, Goldenberg (2008) defende a sua visão da “coroa poderosa”, uma mulher que não se preocupa com rugas, celulites, quilos a mais e outros fatores físicos ligados ao envelhecimento. Ela diz que a “coroa poderosa” é a mulher que está se divertindo com tudo o que conquistou com a maturidade: liberdade, segurança, charme, sucesso, reconhecimento, respeito, independência.

Ou seja, a velhice assume caráter feminino, pois os números de mulheres mais velhas, em todas as faixas etárias que caracterizam a velhice, são maiores que os dos homens. O fato de elas cuidarem mais de sua própria saúde e de o homem estar mais propenso a certos problemas possibilita que a mulher viva mais do que o homem, segundo as estatísticas, porém isso não garante que ela viva com qualidade, pois muitas vezes acaba sofrendo com debilidades físicas ou psicológicas.

A diferença entre os gêneros nessa época da vida é bastante marcante, pois, conforme Camarano (2006), as mulheres têm tendência a viverem sozinhas, e os homens, a se casarem novamente. Por conta disso, muitas mulheres relatam solidão, mas outras consideram a viuvez como possibilidade de liberdade e autonomia.

Além disso, a mulher sofre mais com o envelhecimento em relação à debilidade física e ao preconceito, entretanto ela não experimenta uma ruptura tão drástica quanto a dos homens em relação à aposentadoria (DEBERT, 1999). Os vínculos afetivos dos filhos

também são mais intensos com suas mães e, por isso, eles estão mais propensos a cuidar mais delas do que de seus pais (DEBERT, 1999).

Outra questão a ser considerada é que, há alguns anos, as mulheres consideravam seus papéis de mães e avós como os mais importantes de suas vidas, já, hoje, o envelhecimento tem sido para algumas mulheres o tempo de realização de sonhos e desejos que tinham sido esquecidos (MORI; COELHO, 2004). Segundo Debert (1999, p. 48), “para as mulheres o envelhecimento significa uma passagem de um mundo totalmente regrado para outro em que se sentem impelidas a criar as próprias regras”.

A mesma autora afirma que os controles sobre a mulher na velhice são afrouxados, posto que ela já não precisa mais ser produtiva (DEBERT, 1999). Então, para muitas mulheres, pela primeira vez é aberto um espaço com novas regras e estilos de vida, o que se entende aqui como envelhecimento bem-sucedido. Barros (2007) corrobora as ideias de Debert afirmando que é quando a mulher se aposenta que esses valores começam a surgir:

A aposentadoria simboliza a perda de um papel social fundamental – o de indivíduo produtivo –, passando a ser sintoma social de envelhecimento. Mas, para outros aposentados, sobretudo os jovens aposentados, a expressão ‘não ter nada para fazer’ significa principalmente o tempo liberado à cristalização dos velhos sonhos e, portanto, a realização de um novo projeto de vida (BARROS, 2007, p. 74).

Esse projeto de vida também vai ao encontro das ideias de Goldenberg (2008), autora bastante positiva em relação ao envelhecimento, a qual afirma que ter um projeto de vida muda toda a percepção sobre o ato de envelhecer. Ela diz que o projeto pode estar inscrito em nossas vidas desde a infância, pois é na infância que cada indivíduo pode ser o que essencialmente permanecerá para sempre. É nela que cada um se projeta nas coisas por fazer no futuro. Ela afirma que, desde muito cedo, as pessoas são livres para escolher e construir o próprio projeto de vida.

Barros (2007), nesse mesmo sentido, diz que a velhice não impede a elaboração de projetos, ao contrário, é a própria percepção da velhice como o último momento de vida que torna possível a formulação e a execução de um projeto de vida. Esse projeto dá sentido ao viver após terminadas as funções de trabalho e de maternidade, tempo esse que, para as mulheres, é dedicado somente a elas, para fazerem o que sempre tiveram vontade, mas não tinham tempo ou a aprovação que julgavam necessárias, seja de parentes ou mesmo da sociedade.

É esse julgamento que também faz com que o pensamento das mulheres mais velhas sofra mudanças, pois o bem-estar da fase da velhice é constituído por duas oposições: da

época da juventude, em que as mulheres sofriam diversas represálias, como opressão dos pais, e oposição às experiências de envelhecimento vivenciadas por suas mães, épocas essas marcadas como sombrias e dependentes (DEBERT, 1999).

Atualmente, as mulheres e os homens permanecem saudáveis durante mais tempo, ganhando cada vez mais qualidade de vida, e isso faz com que se apresentem com força e energia incomparáveis em relação aos idosos das outras gerações (REIS, 2006). Em outras palavras, o projeto de vida e a velhice bem-sucedida são planos novos, modernos, que vêm atingindo os velhos de hoje em dia, os quais não querem mais viver a vida que tinham quando faziam coisas por obrigação, pois entendem que já cumpriram suas funções com a família e a sociedade e podem dedicar seu tempo, seu último tempo, às suas próprias vontades.

Essa mudança na visão da velhice, principalmente da velhice feminina, acaba atingindo também outras esferas. A moda é um desses fatores que sempre procura se adaptar às novas demandas e aos gostos do público, principalmente das mulheres, que, apesar de sofrerem as diversas represálias aqui comentadas, ao mesmo tempo, vêm se reinventando nessa época da sua vida.

4. MODA

Com o objetivo de entendermos qual o segmento da Indústria Criativa que o presente trabalho visa se relacionar, é importante conhecermos mais a respeito do universo da moda, e também da própria Indústria Criativa, para finalmente compreendermos como que a moda está alocada dentro dessa indústria, mas também como o vestuário se relaciona com os indivíduos, possibilitando assim uma maior compreensão da relação que existe entre roupa e corpo.

4.1. O SETOR DA MODA

Para falarmos sobre este setor, a moda, é necessário primeiramente entender o que é e como funciona. Braga (2005, p. 28) diz que “moda não se refere somente às roupas, mas a tudo que vigora por um determinado período.” Souza (2001) fala que o conceito de moda é variável e abrange transformações periódicas em diversos setores sociais, como o político, o religioso, o científico, o estético, entre outros, e que ainda pode ser empregado em diversas áreas de estudo, inclusive na sociologia e na psicologia social. Também é interessante darmos vazão ao que é entendido como moda pelo estilista Jum Nakao. Em entrevista dada à Gazeta do Povo, ele disse que “a moda é o todo, é a cadeira onde você senta, a louça em que se come. Moda vem de *modum*, do modo de viver, dos espaços que você habita”.

Michel Maffesoli é outro importante autor, o qual diz que

A moda pode ser um bom ponto de partida para a análise. De início, porque ela está onipresente. Não há nenhum domínio que lhe escape: do mais frívolo àquele tido como o mais sério, encontra-se a necessidade de se identificar. Moda vestimentária, é claro, mas também modas culinárias, linguísticas, musicais, esportivas (MAFFESOLI, 1996, p. 341).

Ele ainda fala que a moda é imitação, o desejo de reconhecimento pelo outro, a procura de um apoio ou de proteção social e o fato de seguir uma via comum (MAFFESOLI, 1996). E ainda complementa:

A moda, nesse sentido não é sinal de originalidade, mas primeiramente é o triunfo do homem sem qualidades, do homem insignificante. Mas, ao mesmo tempo ela faz dele ‘o representante de uma totalidade, a encarnação particular de um espírito geral’. É nesse sentido que a moda pode ser considerada um bom exemplo de

imitação-identificação, cuja periferia está em todo lugar, e o centro em lugar nenhum (MAFFESOLI, 1996, p. 342).

Simmel ainda desenvolve a ideia da moda como máscara e diz que é esse significado de imitação que leva a moda a ser adotada pelo que ele chama de homens originais e refinados, utilizando-a como uma espécie de máscara. Essa máscara serve para mostrar sua obediência às normas gerais e conservar a sua sensibilidade e seus gostos pessoais, querendo guardar estes para si e se opondo a exibí-los a todos (SIMMEL, 2008). O conflito entre o social e o individual atenua-se, porque eles se separam. “Isto corresponde exatamente à trivialidade da exteriorização e da conversação por trás da qual seres humanos muito sensíveis e cheios de pudor, sobretudo mulheres, ocultam muitas vezes a sua alma individual” (SIMMEL, 2008, p. 38).

Segundo Simmel (2008), a posição social a que as mulheres estiveram “condenadas” durante a maior parte da história gera nelas uma estreita relação com tudo o que é costume, com aquilo que fica bem, mas as mulheres também aspiram fortemente à relativa individualização e à caracterização da personalidade individual que ainda lhes são possíveis (SIMMEL, 2008).

Simmel enfatiza a ideia de dualidade. A mulher quer fazer parte do grupo, mas também quer preservar um pouco sua individualidade. Simmel (2008) diz que a moda proporciona justamente esta combinação: por um lado, um recinto de imitação geral, um nadar tranquilamente nos amplos canais da sociedade, por outro, uma caracterização, um realce, um adorno individual da personalidade (SIMMEL, 2008).

Falamos anteriormente sobre a efemeridade da moda ajudar a descaracterizar o velho como bom, e de novo Simmel traz a ideia do que ele chama de “vestuário novo”: “mais nervosa for uma época, tanto mais depressa se alteram as suas modas, porque a necessidade de estímulos diferenciadores, um dos sustentáculos essenciais de toda a moda, caminha de braço dado com o esgotamento das energias nervosas” (SIMMEL, 2008, p. 30).

Talvez pelo fato de que a sociedade moderna tenha atingido na contemporaneidade um nível alto do que ele Simmel chamava na época de caráter frenético, notamos movimentos como as chamadas *fast fashion*, grifes como Zara e H&M, que possuem coleções semanais e lançam produtos diariamente, sempre em busca do novo ou de caracterizar o velho como moderno.

Complementando essa teoria, Simmel (2008) cita o que ele chama de “moda acelerada e barata”. Ele explica dizendo que “torna-se assim compreensível que o ritmo geral com que

se movem os indivíduos e os grupos influirá também na sua relação com a moda” (SIMMEL, 2008, p. 50). Ele ainda complementa:

E, de forma muito direta, o progresso social favorecerá a rápida mudança da moda, porque possibilita com muito maior celeridade às camadas inferiores a imitação das superiores; e assim aquele processo, que antes descrevemos, em que cada classe superior abandona a moda no momento em que a inferior dela se apodera, ganhou uma amplitude e vivacidade outrora insuspeitadas (SIMMEL, 2008, p. 50).

Isso influencia muito o conteúdo de moda, pois agora os modelos lançados já não podem mais ser extravagantes como nas épocas anteriores, em que se produzia em baixa escala. Na Figura 1, podemos observar um traje original dos anos 1860. É possível analisar os diversos detalhes e o cuidado ao fazer a peça.

Figura 1: Vestido de 1860



Fonte: <<http://modahistorica.blogspot.com.br/2013/08/historicismo-na-moda-seculo-xviii-e.html>>. Acessado em: 22 dez. 2015

Esse tipo de roupa demorava muito mais tempo para ser feito do que se leva hoje em dia. Por isso, atualmente o design é mais simples e fácil de ser fabricado, assim como é mais fácil de ser usado. Isso também influencia no preço das peças, pois “quanto mais um artigo

estiver sujeito a uma rápida mudança da moda tanto maior é a procura de produtos baratos da sua espécie” (SIMMEL, 2008, p. 50).

O preço também é influenciado pelo que Simmel (2008) chama de “moda e classes”, que seria quando as classes inferiores querem se apropriar do que é usado pelas classes superiores, e isso, com a *fast fashion* de baixo custo, tornou-se possível. Porém, quando esse objetivo é alcançado pelas classes inferiores, as superiores “desviam-se desta moda e viram-se para outra, graças a qual de novo se diferenciam das grandes massas, e na qual o jogo mais uma vez se inicia” (p. 27). Simmel (2008) chama esse fenômeno de “moda de caráter frenético”, que é quando o indivíduo sente que precisa de apoio, mas ao mesmo tempo de certa distinção, particularização.

Todas essas questões possibilitam as chamadas lojas de *fast fashion*, que oferecem produtos com informação de moda a baixos preços e, conseqüentemente, baixa qualidade, porém possibilitando ao indivíduo a possibilidade de se identificar com o grupo que quiser. É notável o aumento dessas lojas, que surgem em cada vez mais lugares e são focadas em públicos cada vez mais abrangentes.

Esses novos modelos de negócio quase impossibilitam as modas eternas, aquelas que não mudam nunca, são sempre consideradas adequadas e vivem eternamente (SIMMEL, 2008). “Foi possível, justamente por isso, comparar o seu caminho com um círculo; ela regressa sempre de novo a formas anteriores” (SIMMEL, 2008, p. 53). Ou seja, na moda tudo que vai volta, pois ela é cíclica e sempre retorna à sua forma anterior.

Para melhor explicação disso, Simmel (2008) fala sobre o que ele chama de “o conforme e o insubmisso à moda”. Ele explica que:

A essência do clássico consiste, de fato, numa concentração dos elementos da representação à volta de um centro imóvel, o classicismo tem sempre algo de recolhido em si que, por assim dizer, não oferece muitos pontos de ataque onde possa iniciar-se a modificação (SIMMEL, 2008, p. 55).

É fácil recordarmos diversas marcas que criaram peças clássicas há muitos anos e, mesmo hoje em dia, elas não foram modificadas, como as marcas Chanel e Dior. Essas marcas ainda vendem muito dos mesmos produtos que vendiam desde sua criação, pois são clássicos que não permitem muitas intervenções e, por serem considerados designs eternos, sua demanda é sempre alta por parte do consumidor.

Por mais que essas teorias tenham sido escritas há muito tempo, elas são de extrema relevância no mundo atual. Pode-se indagar de que modo esta dualidade presente no mundo

da moda, enfatizada por Simmel, dialogaria com o grupo aqui pesquisado, mulheres acima de 60 anos. Em que medida haveria espaço para a construção de uma identidade de grupo a partir da moda, ao mesmo tempo em que se deixa espaço para a expressão da individualidade? Outra indagação diz respeito a relação que este universo da moda visa estabelecer com as representações de gênero e concepções do corpo feminino, aqui, em especial, as mulheres acima de 60 anos. É possível que a criatividade do setor da moda leve em conta a história de luta das mulheres no transcorrer do século XX pela autonomia e emancipação? No limiar do século XXI, será que existe espaço no mercado da moda, tensionado pela economia criativa, para a fabricação de produtos de valorização das mulheres não submissas a inferiorização?

Porém a moda, atualmente, acaba se encontrando em um grupo maior, nas chamadas Indústrias Criativas, junto a outras indústrias que também têm a criatividade como principal mote dos negócios. Para entendermos melhor do que se trata, falaremos no próximo capítulo sobre o que são as chamadas Indústrias Criativas, onde e como a moda está situada dentro dessa indústria.

4.2. A MODA NA INDÚSTRIA CRIATIVA

O declínio da era industrial impõe mudanças nos fatores socioeconômicos em nível mundial, passando a demandar novas necessidades e revelando esboços de uma nova era em formação. Landry e Bianchini (1995) afirmam que as indústrias que emergem no século XXI, cada vez mais, dependerão da geração de conhecimento e da utilização da criatividade e da inovação. Conforme Florida (2011), a força motriz do desenvolvimento é a ascensão da criatividade humana como agente central na economia e na vida em sociedade. A economia passa a ser movida pela criatividade, essa mudança também pode ser relacionada ao deslocamento do foco do sistema corporativo para o foco no indivíduo, reconhecendo-o como elemento principal na transformação da economia. Ainda, salienta que as pessoas, na medida em que são a principal fonte de criatividade, representam o principal recurso da nova era.

Para Landry (2013), a criatividade não se limita somente a artistas, setores da mídia, design e artes cênicas, mas a todos os indivíduos de uma sociedade que possam resolver problemas de maneira comum, tais como: burocratas, inovadores sociais, entre outros. Landry (2013) complementa citando que essa ênfase excessiva no conceito de classe criativa é limitada e infeliz, pois a criatividade urbana é muito mais abrangente do que isso. Para ele, todos são criativos, porém em níveis diferentes, tal fato se deve à subjetividade e à singularidade de cada indivíduo, o mesmo se aplica a cidades, regiões, entre outros.

Dada a importância da criatividade nos tempos atuais, um novo espírito organizacional está se formando. A criatividade é uma qualidade com considerável relevância para uma liderança de sucesso. As empresas dessa nova era incentivam seus colaboradores a serem criativos, essas organizações do novo modelo têm algumas características em comum, conforme abordado por Landry (2013), como: permitir a experiência e o erro, oferecer suporte gerencial e operacional, bem como valorização e recompensa para atos criativos. Nesse modelo, a gestão contextualiza-se com a mudança do cenário rígido e conservador da era industrial para a nova economia baseada no conhecimento e passa a valorizar seus colaboradores, permitindo maior liberdade de contribuir com o desenvolvimento organizacional. Esse movimento gera uma reação em cadeia, modificando todo o sistema que o circunda: empresas, escolas, universidades e cidades-regiões.

Segundo Reis (2015), o termo *indústria criativa* surgiu em 1994, na Austrália, e tomou visibilidade crescente em 1997, no Reino Unido, ganhando o mundo na primeira década do século XXI. Ela entende a Indústria Criativa como o conjunto de setores que têm por centro a criatividade humana.

Para Deheinzelin (2011, p. 344), a Indústria Criativa encontra-se dentro da Economia Criativa. Sobre a Economia Criativa, ela diz:

Penso que ela inclui a Economia da Cultura, com os setores predominantemente ligados às artes e à cultura popular (artes cênicas, música, artes visuais, artesanato, etc.). Inclui a Indústria Criativa, com os setores ligados à indústria de conteúdo (TV, cinema, editorial, novas mídias etc.) e aos serviços criativos (design, moda, arquitetura etc.).

Para o British Council (2010), uma das características mais distintivas das Indústrias Criativas é que nelas a criatividade tem um papel mais preponderante do que em outras áreas da economia. “A inovação constante de produtos, processos e métodos é a regra e não a exceção” (p. 16). Os integrantes desse Conselho ainda afirmam que o significado real das indústrias criativas repousa não apenas no seu valor econômico, ou mesmo no seu impacto social e cultural mais amplo, mas no fato de fornecerem um modelo para a maneira em que outros segmentos da economia precisam mudar, com o objetivo de conseguirem sobreviver e prosperar na era digital. Assim como as grandes fábricas dos séculos XIX e XX configuraram economias, seus sistemas de ensino e sociedades inteiras, as indústrias criativas podem apontar a natureza da economia mundial no futuro próximo.

Howkins (2001) procura oferecer uma definição mais abrangente quando afirma serem as Indústrias Criativas “a soma total de quatro setores: as indústrias do copyright, das

patentes, das marcas registradas e do design (no sentido de concepção, de geração de ideias)”, agregando que elas também formam a Economia Criativa. Segundo Florida (2002), essas indústrias, denominadas Indústrias Criativas, geram propriedade intelectual em forma de patentes, direitos autorais, marca registrada e propriedade de design ou ainda direitos de *copyright*, material escrito, *software*, partituras musicais, etc.

Cabe aqui também analisar onde a moda se encontra dentro da Indústria Criativa e, para isso, vamos analisar diversos documentos que incluem a moda dentro de algum setor específico da Indústria Criativa. Dentro do Plano da Secretaria da Economia Criativa, de 2011 a 2014, está a definição da UNESCO, organizada a partir de duas grandes categorias: a dos setores criativos nucleares e a dos setores criativos relacionados. Segundo o documento:

A primeira corresponde aos setores de natureza essencialmente criativa, isto é, aos setores cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica, conforme definido anteriormente; a segunda corresponde aos setores criativos relacionados, isto é, aqueles que não são essencialmente criativos, mas que se relacionam e são impactados diretamente por estes, por meio de serviços turísticos, esportivos, de lazer e de entretenimento. (Plano da Secretaria da Economia Criativa, p. 26).

Ainda por último se encontra o setor do patrimônio imaterial, considerado tradicional, por ser transmitido por gerações. Podemos analisar essas questões na figura 2 a seguir.

Figura 2: Setores Criativos da UNESCO



Fonte: Plano da Secretaria da Economia Criativa

Dentro de cada um dos chamados Setores Criativos Nucleares, está uma série de categorias que entram dentro da principal, como mostrado na imagem acima. A moda, segundo a UNESCO, entra dentro do setor F, de design e serviços criativos, juntamente com design gráfico, design de interiores, design paisagístico, serviços de arquitetura e serviços de publicidade.

Já para o Ministério da Cultura, foram criadas cinco categorias diferentes, como podemos analisar na figura 3 a seguir.

Figura 3: Setores Criativos do Ministério da Cultura



Fonte: Plano da Secretaria da Economia Criativa

Como podemos ver, o setor de moda ficou localizado dentro do Campo das Criações Funcionais, juntamente com o design, a arquitetura e a arte digital. Já para Reis (*SITE*), as indústrias criativas abrangem arte, artesanato, indústrias culturais e ainda os setores econômicos que bebem criatividade e cultura para devolver funcionalidade, a exemplo de moda, design, arquitetura, propaganda, *software* e mídias digitais. Falando especificamente sobre o mercado que vem a ser o foco do presente trabalho, Reis (*SITE*, p. 2) exemplifica dizendo que “temos assim a moda, que impulsiona toda a cadeia têxtil e de confecções; a

arquitetura, que dinamiza a construção civil, etc.”

Como veremos a seguir, para a FIRJAN (Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro), moda encontra-se dentro do grupo de consumo e, para Valiati, a moda pode vir a se encaixar dentro da categoria chamada por ele de ‘design e decoração de ambientes’. Ou seja, o último documento é o único que exclui a palavra ‘moda’, sendo que uns incluem ‘design’ antes, chamando de ‘design de moda’. É interessante também notarmos a similaridade do grupo em que ela está inserida, sempre dentro de atividades ligadas a fins de lucro, normalmente junto com as mesmas áreas, como arquitetura e design.

O documento de nome ‘Mapeamento das Indústrias Criativas do Estado do Rio de Janeiro’, feito pela FIRJAN, é o próximo a ser analisado. Segundo a FIRJAN, existem quatro grandes grupos que podem ser descritos como participantes da indústria criativa, são eles: tecnologia, mídias, cultura e consumo. A FIRJAN também entende como atividades relacionadas os serviços e as indústrias, bem como um setor de apoio, que não vem a ser importante para o presente trabalho. Dentro de cada um dos quatro setores citados anteriormente, abre-se um leque de opções e, dentro da parte de consumo, encontramos o setor de moda, juntamente com o design, a arquitetura e a publicidade. A indústria de moda, nesse documento, é descrita como “desenho de roupas, acessórios calçados e acessórios e modelistas”.

Para classificar melhor o que são empregos que trabalham diretamente com a criatividade, entendendo que a usamos para as mais diversas atividades no nosso dia a dia, a FIRJAN definiu quatro áreas como os ‘clássicos criativos’. São eles: a pesquisa e o desenvolvimento, o design, a publicidade e a moda. A definição da parte de moda é descrita da seguinte maneira:

É, por definição, uma indústria clássica. Estes profissionais atuam em fabricação de têxteis, nas suas novas padronagens, cores e materiais; passam por confecção e alta costura; visitam o mundo dos sapatos; e alcançam os conceituados projetos de joias brasileiras, mundialmente reconhecidas. São 42 mil profissionais criativos trabalhando para a Moda dentro da Indústria de Transformação (FIRJAN, p. 14).

A área de Consumo, na qual a moda se encontra, destacou-se por dobrar o número de trabalhadores formais entre 2004 e 2013 e por abrigar os dois setores criativos que mais cresceram no período: publicidade e design. O número de empregados da Indústria Criativa no Brasil, por áreas criativas e segmentos, no âmbito da moda, foi de 56,7 em 2013, em milhares. A moda também é um dos dois únicos setores, juntamente com a publicidade, que possui três tipos de empregos na lista das dez profissões criativas mais numerosas na indústria de transformação. São eles: artesãos de calçados e artefatos de couros e peles, em terceiro

lugar (16,1 empregados em milhares), artesãos de metais preciosos e semipreciosos, em sétimo lugar (6,8 empregados em milhares) e modelista de roupas em oitavo lugar (6,7 empregados em milhares).

Também é relevante entender como é a atual situação das indústrias criativas no estado do Rio Grande do Sul, onde o presente trabalho é realizado. Para isso, será analisado o documento de nome ‘Indústria Criativa no Rio Grande do Sul, síntese teórica e evidências empíricas’, que foi realizado no ano de 2013. Segundo Valiati, o organizador do documento, esse é um estudo precursor de mapeamento da indústria criativa do Rio Grande do Sul efetuado pela Fundação de Economia e Estatística Siegfried Emanuel Heuser (FEE), no escopo do convênio com a Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção da Inovação (AGDI). O objetivo do documento era de definir, mapear e mensurar as atividades e os impactos econômicos associados a esse setor. Segundo ele,

A presente iniciativa de estudo da realidade gaúcha das ICs, salvo melhor juízo, pode ser enquadrada como a terceira iniciativa nacional representativa de compreensão desse setor econômico nascente e como a primeira a lançar mão de dados fiscais como aproximação para identificar o impacto desse setor em termos de produto (VALIATI, p. 4).

O estudo separa as atividades dentro da indústria criativa em três partes: núcleo, atividades relacionadas e atividades de apoio. A única atividade econômica que foi levada em consideração, nesse documento, dentro do considerado ‘núcleo’ que se encaixa com a moda, foi a de design e decoração de ambientes, sabendo que design, segundo Denis (2000), é uma atividade que envolve o processo de projetar e construir. Logo, quando um designer projeta algo, sua concepção nunca estará completa até a confecção dessa peça. E isso implica o estudo elaborado do desenho, das formas e também da escolha do melhor material que conseguirá transmitir aquele conceito que ele almejou. Ou seja, podemos, sim, incluir o design de moda dentro somente da palavra ‘design’.

Dentro do setor de atividades relacionadas, é encontrado o maior número de atividades ligadas à moda, tais como fabricação de tecidos e fabricação de calçados de couro. No total, são 26 atividades relacionadas à moda que constam na lista de atividades relacionadas da indústria criativa. Entre as atividades de apoio, podem ser consideradas 17 ligadas à indústria de moda, tais como comércio atacadista de tecidos, artefatos de tecidos e de armarinho e tecelagem de fios de algodão.

Na lista de número de municípios que apresentam indústria criativa de transformação, segundo atividades de interesse selecionadas na CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 2.0, no Rio Grande do Sul, entre 2007 e 2010, entre as 10 atividades com maior

número de registros em 2010, cinco são ligadas à moda, ou seja, a metade. Entre o número de municípios que apresentam indústria criativa em seu comércio, segundo atividades de interesse selecionadas na CNAE 2.0, no Rio Grande do Sul, entre 2007 e 2010, sete são relacionadas à moda, entre 21 atividades, isto é, exatamente um terço.

Agora, em âmbito brasileiro, o número de empregos formais, por atividade econômica, do núcleo das indústrias criativas no Rio Grande do Sul, em 2010, no setor de Design e decoração de interiores, é de 150. E o número de empresas, por atividade econômica, do núcleo das indústrias criativas, em 2010, dentro do setor de design e decoração de interiores no Rio Grande do Sul, é de 285.

Mesmo que dentro do ‘núcleo’ somente a parte de design e decoração de interiores é levada em consideração, podemos perceber uma forte presença de empresas e comércio de moda no estado do Rio Grande do Sul. Talvez em virtude das malharias da serra ou pelo feitio de produtos em couro da região do Vale do Sinos, dados não confirmados por nenhuma pesquisa específica.

Mas, depois de entendermos do que se trata as Indústrias Criativas e também qual o papel da moda dentro dela, ficam os questionamentos de como pode ser mais bem utilizado esse potencial criativo para suprir as necessidades diferenciadas do público mais velho. Como podemos usar a criatividade para solucionar questões de design que são importantes para mulheres mais velhas? Para resolver a questão, primeiramente, ela deve ser estudada. Para isso, será realizado um estudo etnográfico com mulheres acima de 60 anos, visando a entender quais suas dificuldades na hora de se vestir e de comprar artigos relacionados ao vestuário. Saber o que elas desejam é o ponto de partida para explorarmos melhor as capacidades criativas da moda e da Indústria Criativa como um todo.

4.3. MODA E CONSUMO NA VELHICE

Para conhecer melhor os hábitos de consumo do público acima de 60 anos, analisaremos a pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito do Brasil (SPC) através do portal de educação financeira Meu Bolso Feliz, chamado de “Hábitos, comportamentos e expectativas da terceira idade”, realizado em setembro de 2014, entrevistando 632 pessoas residentes nas 27 capitais brasileiras, com idade igual ou superior a

60 anos, de ambos os sexos e de todas as classes sociais. A pesquisa pode ser acessada virtualmente através do *site* do SPC Brasil.⁷

Por meio desta pesquisa, foi constatado que a população idosa nas capitais brasileiras é composta de aposentados e pensionistas em sua maioria (62%) e, logo depois, aparecem as donas de casa (12%). No geral, um em cada quatro entrevistados exerce, atualmente, alguma ocupação com rendimento. Isso possibilita 74% dos entrevistados afirmarem que conseguem satisfazer suas necessidades, já o índice sobe para 89% na classe A/B. Talvez seja esse o fator que influencia na hora de ajudar no orçamento da família inteira, pois 54% dos entrevistados afirmam serem os principais responsáveis pelo sustento da casa (69% entre os homens).

Em relação às finanças, 66% dos entrevistados afirmam que consideram que já trabalharam muito ao longo de suas vidas e que, agora, a prioridade é aproveitar. A mesma porcentagem (66%) diz que sua condição financeira, hoje, é melhor do que quando era jovem, além disso, para 72% da amostra, a sua situação financeira é estável ou boa atualmente.

Os dados da pesquisa do SPC também levam à constatação de que 64% dos entrevistados são os únicos responsáveis por sua decisão de compra, e o número aumenta 68% entre as mulheres. Atualmente, esse público apresenta maior liberdade para gastar o seu dinheiro da maneira que preferir, pois 41% da amostra admitem que hoje em dia preferem comprar os itens que desejam aos itens básicos para a sua casa. Entre os entrevistados da classe A/B, o número cresce para 48% e, entre os que possuem formação superior, sobe para 50%. Com isso, 17% da amostra admitem endividar-se mais com gastos supérfluos do que há alguns anos.

Todo esse engajamento em ir às compras para o que eles realmente querem fez com que a experiência do ato da compra tenha mudado. Para 23% dos entrevistados, comprar tornou-se uma das atividades de lazer favoritas, e o número aumenta, entre os entrevistados da classe A/B, para 28%. Essa mudança também agravou a percepção de mercado que as pessoas acima de 60 anos possuem, pois 45% deles afirmam que há poucos produtos voltados para o público de sua idade. Essa impressão também é mais especificamente notada entre as mulheres (47%) e as pessoas entre 71 a 75 anos (51%).

A pesquisa realizada pelo SPC Brasil torna-se bastante relevante para este trabalho quando apresenta o fato de que, dentre os produtos dos quais esses consumidores mais sentem falta, estão as roupas (20%), seguidas de aparelhos celulares com letras/teclas maiores (12%), locais para sair (9%), turismo exclusivo (7%), produtos de beleza (3%) e maquiagem (2%).

⁷ Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/noticia/476>. Acesso em: 13 mai. 2014.

Ou seja, o mercado de moda é apresentado como o primeiro obstáculo sentido pelo público e mostra que ele não está conseguindo suprir as necessidades dos indivíduos com idade mais avançada. A pesquisa ainda diz que parece haver uma demanda significativa por roupas que não deixem seus usuários claramente “estereotipados” como idosos ou que os façam sentir inadequados, já que 26% dos entrevistados dizem sentir dificuldade em comprar itens do vestuário, pois a grande maioria é para muito velhos ou muito jovens. Já entre as mulheres, o número sobe, chegando a 29%.

Ao mesmo tempo, a pesquisa indica que os idosos são consumidores exigentes, dispostos a gastar mais para se sentirem satisfeitos com o que estão adquirindo. Nesse contexto, 52% dos entrevistados alegam dar mais valor à qualidade dos produtos, ainda que seja preciso pagar mais caro por isso. E, ainda, um em cada quatro entrevistados afirma estar disposto a fazer empréstimos para aproveitar as coisas às quais não tinha acesso antes.

Por fim, o SPC Brasil e o portal Meu Bolso Feliz afirmam que existe um descompasso claro: esses consumidores mostram que são livres para tomar as próprias decisões de compra e têm condições financeiras para tal, mas parte de suas demandas permanece ignorada. Os dados também confirmam que as mulheres de classe alta e acima de 70 anos sentem, com maior intensidade do que a média, essa falta de produtos de moda voltados a elas.

A fim de validar mais ainda essas conclusões, foram analisadas outras pesquisas, que também tiveram como objetivo entender melhor os hábitos de consumo do público de terceira idade.

Com o objetivo de conhecer melhor essa parcela da população, o Programa de Administração de Varejo (Provar) da Fundação Instituto de Administração (FIA) e o Canal Varejo realizaram uma pesquisa sobre Perfil e Hábitos de Consumo na Terceira Idade⁸. Entre os pontos que chamaram atenção, está o fato de que 54% dos entrevistados admitiram experimentar novas marcas, desmentindo a crença de que o consumidor idoso é conservador. Além disso, 20% dos entrevistados consideraram o ato de compra como uma atividade de lazer, uma vez que esse público gerencia as horas do seu dia de forma mais livre, podendo ir às compras ao menos uma vez por semana.

Outra pesquisa importante sobre o consumo da terceira idade foi a realizada pela consultoria *GFK Indicator*⁹, que descobriu que essa faixa da população injeta R\$ 150 bilhões por ano na economia brasileira, e 24% dos seus gastos são com o varejo. A mesma pesquisa

⁸ Disponível em: <<http://goo.gl/HmTYQv>>. Acesso em: 14 mai. 2014.

⁹ Disponível em: <http://www.portaldoenvelhecimento.com/index.php/item/285-terceira-idade-novos-habitos-de-consumo>. Acesso em: 14 mai. 2014.

ainda afirma que os idosos influenciam as compras de toda a família, pois cerca de 68% declararam ser responsáveis pelas decisões de compra da família, evidenciando, assim, que os idosos têm um caráter forte de formadores de opinião.

Tendo em vista os apontamentos das pesquisas e direcionando para o mercado de moda, observa-se que o vestuário é um dos nichos com potencial de crescimento perante esse público, o que é confirmado pelos dados da pesquisa do IBGE¹⁰, que mostra que 36% dos entrevistados não encontram roupas com facilidade e, entre esses, 42% têm dificuldade em comprar roupas sociais. A pesquisa também mostra que senhoras com mais de 60 anos de idade querem as cores da moda, o modelo usado pelas mais jovens, mas adaptado ao seu corpo, e querem encontrar esse produto em uma loja de departamentos, não em lojas especializadas para terceira idade. E, ainda de acordo com a pesquisa, a maioria dos idosos tem informação de moda, mas simplesmente não consegue adquirir o que quer por falta de opções no mercado.

A empresa *Future Concept Lab*, um dos mais importantes centros de pesquisa e estudos de comportamento e consumo do mundo, realizou pesquisa acerca do que denomina de '*Pleasure Growers*', que seriam

{...}os *boomers* que hoje não aceitam os comportamentos típicos da terceira idade, e que redescobrem e relançam os valores das suas utopias juvenis, filtradas pela experiência e pela maturidade alcançada. Experimentação cotidiana, exploração mental, inovação tangível são palavras-chave que caracterizam alguns valores de base desse núcleo geracional (MORACE, 2009, p. 111).

Entendemos que esse é o público que a presente pesquisa se propõe a trabalhar, pois segundo o autor citado, essa geração é marcada pelo prolongamento do tempo de vida, o que deu amplitude às faixas etárias e ao crescimento estatístico de uma geração que vem redescobrando uma nova posição na sociedade. Segundo ele:

A coragem de quem não tem que conquistar mais nada é o traço vencedor de uma geração que possui muito a oferecer e ainda muito para "pretender": é o núcleo geracional que tem as ideias mais claras sobre o próprio futuro (MORACE, 2009, p. 111).

Usando como exemplos o autor cita as marcas americanas clássicas como Ralph Lauren e Dockers, que trabalham há anos na mesma direção que esse público, lançando

¹⁰ Disponível em: <<http://www.nossamelhoridade.com.br/institucional/apresentacao.php>> Acesso em: 1º abr. 2016.

produtos capazes de estimular senso de liberdade e movimento, mas mantendo uma elegância clássica e informal ao mesmo tempo (MORACE, 2009, p. 112). Cita, ainda, a experiência como valor para esse público, onde o conforto e os aspectos lúdicos também possuem seu espaço.

Para cada um desses âmbitos os produtos devem oferecer simplificações, aprendizagem lúdica, gratificação afetiva e emoção. Uma grande revolução nesse sentido vem do mundo do design hi-tech, sempre mais orientado em criar objetos de uso fácil, que ofereçam a imediação da função sem renunciar ao conforto e ao design (MORACE, 2009, p. 112).

Para Morace (2009, p.112), “fazer algo que nunca tenha feito antes” é o lema desse grupo para o qual envelhecer significa oportunidade de ter mais tempo para si mesmo e, principalmente, para tudo que sempre sonhou. E por isso que o consumo se releva como uma importante fonte de estímulos para a sua busca de experiências agradáveis e que acrescentam valor aos pequenos atos cotidianos.

Diante desses resultados, o que se percebe é que as mulheres maduras não desejam que os produtos de moda sejam reinventados para elas, mas sim que mantenham as informações de moda e as tendências adequadas aos aspectos físicos que um corpo feminino que passa por um processo de envelhecimento necessita para uma boa usabilidade do vestuário, assim como mostram que não querem se sentir segregadas, mas realizar suas aquisições nas mesmas lojas que outras pessoas, e não em lojas especializadas para este público.

5. DIÁLOGOS EM CAMPO

Realizei minha pesquisa de campo na cidade de Novo Hamburgo, no estado do Rio Grande do Sul, com cinco mulheres na faixa dos 60 anos para cima. Seria errado afirmar que a pesquisa se deteve somente a esse período, quando na verdade o contato com esse grupo já havia se dado anos antes, durante minha pesquisa de monografia, quando já havia sido feito um primeiro contato, que se manteve, de maneira relativamente distante, durante o intervalo entre a pesquisa de monografia e a de dissertação. Essas mulheres já me eram de alguma maneira familiares, cada uma de algum lugar específico e diferente, mas nem por isso um grupo totalmente conhecido por mim.

Entre todas as entrevistadas, somente uma morava em casa, enquanto as outras quatro moravam em apartamentos. As localidades em que moravam pela cidade variavam, mas todas estavam localizadas em zonas com movimento e comércio. Com exceção de uma, todas se mudaram para moradias menores, depois de velhas, por causa principalmente da saída dos filhos de suas casas, e algumas também pela viuvez. Isso implicou casas mais modernas, onde ficava clara a tentativa de modernização com o uso da decoração, de móveis, objetos e aparelhos eletrônicos. Apesar dessas moradias menores, todas elas possuíam ajuda de terceiros para cuidar da casa. Margarida inclusive comentou que era a sua secretária a responsável por cozinhar, pois ela somente cozinhava em ocasiões muito especiais. Orquídea também fez comentário a respeito bastante parecido, quando me disse que almoçava todos os dias com seu filho, mas que eles buscavam comida fora para comer em casa, ou seja, ela também não cozinha diariamente. E Rosa contou que, em uma ocasião específica, quando ofereceu um jantar para seus netos, levou-os a um restaurante, pois não queria cozinhar. Ou seja, todas elas se afastam desse tipo de trabalho, do trabalho doméstico, de casa, de limpar e cozinhar, deixando para ajudantes, mesmo que hoje em dia possuam casas menores, com menos pessoas morando nelas.

Para conseguir falar com elas, primeiramente efetuei uma ligação por meio do telefone celular de cada uma. Foi relativamente fácil conseguir marcar um horário, porém elas não estavam disponíveis todo o tempo. Por exemplo, Orquídea comentou que ia para Porto Alegre visitar a irmã em um determinado dia e que, por isso, só poderia conversar comigo em outra ocasião. Já Margarida inclusive desmarcou nossa entrevista na primeira vez, pois tinha um compromisso no mesmo dia e achava que não iria conseguir chegar a casa a tempo de me receber. É importante ressaltar que todas as entrevistas foram realizadas na moradia dessas mulheres, segundo meu pedido, pois assim conseguiria observar mais de suas vidas e seus

hábitos. Mas, para conseguir marcar esses encontros, além de uma primeira ligação, elas me pediram para retornar no dia em que tínhamos combinado, para confirmar o compromisso e também para lembrá-las.

Todas, sem nenhuma exceção, mostraram-se extremamente solícitas e, principalmente, felizes com o convite. Acredito que por se sentirem valorizadas, afinal, eram motivo de estudo de uma dissertação. Elas agradeceram inúmeras vezes o convite para participar da pesquisa e deixaram claro que estavam dispostas a ajudar no que fosse possível. Nesse mesmo sentido, gostaram de poder me receber em suas casas e prepararam-se para o encontro, oferecendo-me chás, tortas, entre outros, comprados especialmente para a ocasião. Isso ajuda a reforçar o sentimento de felicidade ao me receberem e serem fruto de um estudo acadêmico.

Para garantir que não perderia nenhum detalhe na fala delas, pedi a todas para filmar as conversas. Quando sinalizei sobre isso, todas as cinco me pediram então para se arrumarem, principalmente o cabelo. Também me perguntaram se eu iria usar esse vídeo para alguma outra coisa, se outras pessoas chegariam a vê-lo, já que não tinham se preparado para isso. Após eu afirmar que usaria somente para lembrar o que falamos, todas autorizaram sem nenhum empecilho. Assim que eu falei que os assuntos que eu gostaria de cobrir já haviam sido citados e, então, fui desligar a câmera, muitas demonstraram que estavam se sentindo um pouco desconfortáveis com a filmagem, pois me incentivaram a desligar quando terminamos e demonstraram estar mais confortáveis assim que o fiz.

Na ocasião das entrevistas, todas apresentavam as unhas feitas e estavam maquiadas de maneira leve. Vestiam-se de maneira sóbria, elegante. Apesar disso, mesmo dentro de suas próprias casas, todas usavam sapatos formais, algumas inclusive de salto, o que raramente acontece com alguém que faça parte da mesma geração que eu, acostumado a se vestir de maneira mais informal quando dentro de seu próprio espaço. Diversas vezes em que as encontrei em outras ocasiões, percebi que algumas roupas que usavam poderiam facilmente ser usadas por mulheres da minha idade, pois o design da peça era moderno e jovem, mas, mesmo assim, não parecia, como elas mesmo gostam de afirmar, inadequado para a idade que possuem. Os encontros, muitas vezes, deram-se em eventos sociais, como coquetéis e lançamentos, onde elas circulavam principalmente entre pessoas mais novas do que elas, pessoas essas por volta dos 30 ou 40 anos. Nessas ocasiões, sempre ficava clara a tentativa de melhora na aparência, quando iam ao salão de beleza, ou mesmo na escolha do sapato, de salto alto. Também presenciei mais de uma delas nessas idas ao salão de beleza, onde pude notar uma preferência clara por certos tipos de penteados, maquiagens e cores de esmalte. Elas são exigentes, sabem o que querem, do que gostam e o que consideram que fica melhor

em si. São de certa forma conservadoras a respeito disso, não gostando de inovar ou mesmo aceitar muito a opinião do profissional com que estão lidando, profissional esse ao qual elas se mantêm fiéis, muitas vezes por anos contínuos, demonstrando que as mulheres nessa idade permanecem fiéis ao que consideram bom. Todas, por exemplo, tinham os cabelos pintados, escondendo os fios brancos. Margarida, inclusive, prefere marcar seus compromissos na parte da tarde, pois costuma arrumar cabelo, maquiagem e roupa somente depois do almoço. Essa questão da fidelidade com o profissional não acontece da mesma forma na minha geração, inclusive os profissionais de beleza costumam mudar frequentemente de espaço de trabalho, fazendo assim com que mudem, de certa forma, uma parte das suas clientes.

Voltando a falar sobre a maneira com que elas se vestem, certa vez perguntei a Rosa se ela conhecia uma marca de sapato específica, que foca no conforto e atende principalmente mulheres velhas. Ela me contou que conhecia e inclusive usava, mas sempre acompanhada de uma saia longa, para esconder o sapato que não possui design moderno e atraente. Essa frase, apesar de dita em forma de brincadeira, demonstra como as duas coisas são importantes para elas: o conforto e o design. É impossível afirmar que o conforto não seja importante também para mulheres mais jovens, da minha idade, porém, entre estas, ele é secundário, e não primordial.

Todas as entrevistadas me receberam em suas salas de estar, onde ficamos conversando por mais de uma hora. Nesse tempo, pude fazer algumas observações também a respeito de suas casas, onde o antigo e o moderno se misturavam de maneira única. Televisões de tela plana com objetos de decoração do passado. Sofás modernos com quadros antigos. E assim por diante. Hortência ainda me mostrou um lugar em sua casa reservado aos objetos antigos dos hotéis que a família de seu marido possuía, como penicos e bacias. Ela ainda comentou que sabia que, quando falecesse, nenhum de seus filhos iria querer aquelas ‘velharias’, como ela mesmo se referiu, apesar de mostrar apreço aos objetos. Todas, apesar de me receberem em suas casas, deixaram-me circular por um espaço limitado. Não me convidaram para conhecer os outros cômodos, mostrando um certo senso de privacidade que normalmente não se costuma ver em pessoas da minha geração, pessoas nascidas nos anos 90, que se encontram agora por volta dos 20 anos, em que tudo se encontra mais aberto, disponível, segundo minhas observações.

Apesar de apenas Orquídea e Hortência morarem sozinhas, não obtive contato com nenhuma outra pessoa na casa delas, somente com o marido de Margarida, que ela pediu que se retirasse para conseguirmos conversar sozinhas. Questionei Hortência se ela não se incomodava com o fato de morar ao lado de uma escola, pois a visitei no período da tarde,

quando eram as crianças mais novas que estavam por lá, conseqüentemente criando barulhos e ruídos para os prédios em volta, como o dela. Ela me respondeu que era o contrário, que gostava do som, pois sempre trabalhou em escola e gostava de ouvir as crianças. Isso talvez também venha a acontecer pelo fato de que hoje, pela primeira vez, ela mora sozinha, depois do falecimento do marido alguns anos atrás.

Por vezes, o sentimento de solidão por ou estarem viúvas ou aposentadas é sanado com o uso da Internet. Percebi que todas elas possuíam páginas no *Facebook*, e algumas inclusive no *Instagram*, rede social mais nova, ligada principalmente a pessoas mais jovens. Apesar de demonstrarem que não entendem completamente como essas redes sociais funcionam, elas se mostram usuárias bastante ativas. Orquídea, inclusive, comentou como gostava do que Tulipa costumava compartilhar em sua página no *Facebook*. Enquanto a própria Tulipa me contou que é uma usuária ativa de jogos *online*, assim como Rosa demonstrou gostar muito de assistir a séries por meio do *Netflix*.

Por ora, essas observações preparam para as narrativas que seguirão no próximo capítulo, no qual se abordam os assuntos tratados aqui neste trabalho de maneira mais objetiva e clara, usando a própria palavra das pesquisadas como objeto de pesquisa.

5.1 Biografia e trajetória

A análise das narrativas biográficas foram agrupadas três categorias: ‘Os pais e os estudos’, em que se aborda a diferença de estudos que os pais e as mães dessas mulheres tiveram; ‘O trabalho cedo’, em que elas contam que começaram a trabalhar por volta dos 18 anos, assim que terminaram os estudos; e ‘O casamento cedo’, pois, em todas as histórias, o casamento por volta dos 20 anos foi uma realidade. A partir dessas categorias, é possível analisar outros aspectos, como se verá a seguir.

OS PAIS E OS ESTUDOS: “A mãe era só dona de casa, mas também, com um bando de filhos”.

Todas as cinco entrevistadas comentaram sobre a diferença que pairava entre seus pais nos quesitos estudo e trabalho. Com base nessas informações, pode-se comprovar o que já foi trazido anteriormente com a fala de Scott (1995), a qual defende uma visão mais ampla do que é a conceituação da palavra *gênero*, relacionando com o mercado de trabalho, que

também é sexualmente segregado, a educação e o sistema político. Nessas falas aqui apresentadas fica nítida a diferença no campo dos estudos e do trabalho entre o homem e a mulher por volta dos anos 1950, ano em que essas mulheres eram crianças e relataram de que maneira seus pais viviam.

Algumas contaram que seus pais estudaram até onde era possível na época, como na fala de Margarida, que contou que seu pai era dentista: *“ele tinha uma formação que eu diria que é o máximo que se conseguia naquela época, que era muito pouco, ainda mais sendo do interior”*. Ou ainda na fala de Tulipa: *“o meu pai foi contador, que era o máximo que tu conseguia”*. Rosa e Orquídea, respectivamente, ainda enaltecem o fato de seus pais serem pessoas cultas, que, apesar de não terem avançado muito nos estudos formais, adquiriam conhecimento de outras formas: *“meu pai era uma pessoa visionária, autodidata, conseguiu montar uma empresa, depois mais uma, tudo com conhecimento que ele adquiriu sozinho”*; e *“meu pai evoluiu porque ele lia muito, tu não faz ideia, tudo que era coisa”*. Margarida ainda completa dizendo que, além da formação avançada do pai, *“ele era um grande leitor, nós tínhamos a assinatura de dois jornais”*, o que para a época era relevante e incomum, principalmente em se tratando de uma cidade do interior do estado, Feliz, que era onde ela morava na época com sua família. Aqui é interessante notar como elas falaram, com muito orgulho, sobre seus pais e os conhecimentos que eles possuíam.

Já sobre suas mães, foi de consenso geral que elas tiveram menos estudo que os pais, como quando Orquídea afirma: *“a minha mãe teve muito pouco estudo, menos que meu pai”*. Também foi muito presente na fala delas que a mãe ou era dona de casa, ou ajudava o marido no seu trabalho. Rosa afirmou: *“minha mãe era só dona de casa, uma pessoa mais limitada intelectualmente, que se dedicou à família”*. Já Tulipa contou: *“minha mãe era dona de casa, mas ela adorava trabalhos manuais e tudo que eu aprendi, aprendi com ela”*. Margarida, a qual afirmou que seu pai teve todo o estudo possível para a época, falou: *“a minha mãe tem o ensino primário”*. Ou seja, a diferença se dava mesmo em casais em que o homem tinha atingido um nível alto em se tratando de estudos.

É interessante notar também a valorização dos conhecimentos manuais, tão importantes para a época, a ponto de se passar o conhecimento às filhas, como mostra a fala anterior de Tulipa. Outra frase interessante de ser analisada foi quando a mesma entrevistada disse: *“ela foi interna no Santa Catarina, que nem eu, mas não fez o normal”*. Ou seja, a filha seguiu os passos da mãe, mas talvez por melhores condições financeiras, ou por ser de outra geração, vivendo em outra realidade social, pôde continuar os estudos, diferentemente da mãe. Margarida também falou que *“a mãe era só dona de casa, mas também, com um*

bando de filhos”. Essa frase cita outra realidade que se apresentava às mulheres da época: a de ter muitos filhos e precisar ficar em casa cuidando deles. Mathieu (2009), como já trazido, relaciona essa diferenciação de gênero nas sociedades humanas manifestando-se em duas áreas: na divisão sociosexual do trabalho e na procriação. Pelos depoimentos dados por essas mulheres, fica claro como a mulher, naquela época, estava sujeita ao papel de mãe como o principal – e muitas vezes único – de sua vida. Esse cenário só sofreu mudanças depois da revolução sexual nos anos 60, com a vinda de métodos contraceptivos ao Brasil. As mulheres aqui entrevistadas também deram seus depoimentos acerca disso, demonstrando que entendem que o lugar que sua mãe ocupava era claramente inferior ao lugar do pai e também inferior ao lugar que elas mesmas ocupam hoje em dia, como mãe de família e profissional, uma mulher muito mais independente.

Apesar de serem donas de casa, suas mães ajudavam seus maridos no trabalho. Orquídea contou que seu pai era dono de uma livraria e tipografia e narrou: “*a minha mãe sempre ajudando, na tipografia e na livraria*”. Já Hortência falou: “*ela não trabalhava, mas queria trabalhar, então ela começou a aprender a costurar o sapato*”. Ou seja, seu pai trabalhava em uma fábrica de sapatos, e a mãe ajudava nesse trabalho, porém em casa, ao mesmo tempo que cuidava dos filhos. Ela também contou que a sua mãe lhe ensinou o ofício que ela tinha e que ela recorda esses ensinamentos até hoje. Ou seja, de novo a valorização do trabalho manual feminino, evidenciando-se, novamente, o quão importante era passar conhecimentos por parte das mães para suas filhas. Aqui também cabe relacionar o papel da mulher ao de dona de casa, seu papel principal era o de cuidar dos filhos e do lar. Qualquer outra atividade era considerada secundária, provavelmente por isso Orquídea fez uso da palavra ‘ajudando’, pois era assim que se considerava o trabalho da mulher, uma ajuda ao sustento fornecido pelo homem, pelo marido. Ela não ‘trabalhava’ como ele, ela apenas ‘ajudava’.

É importante lembrar que todas elas faziam parte de famílias em condições financeiras favoráveis e que provavelmente isso também influenciava no fato de que a mãe não precisava trabalhar para ajudar no sustento da família. Também é interessante ressaltar o quanto as entrevistadas enalteceram os estudos de seus pais e pouco falaram sobre suas mães nesse quesito. Elas tinham muito a falar sobre eles, e pouco sobre elas.

Beauvoir analisa o papel histórico da mulher, que se encontrava restrito ao âmbito familiar. Ela diz que a mesma causa que assegura à mulher sua autoridade dentro de casa e seu confinamento nos trabalhos domésticos assegura também a preponderância do homem. Assim, o trabalho doméstico da mulher desaparece ao lado do trabalho do homem. “O

segundo era tudo, o primeiro um anexo insignificante” (BEAUVOIR, 1980, v. I, p. 74). Ela ainda acrescenta:

A opressão social que sofre é a consequência de uma opressão econômica. A igualdade só se poderá restabelecer quando os dois sexos tiverem direitos juridicamente iguais, mas essa libertação exige a entrada de todo o sexo feminino na atividade pública. A mulher só se emancipará quando puder participar em grande medida social na produção, e não for mais solicitada pelo trabalho doméstico senão numa medida insignificante. E isso só se tornou possível na grande indústria moderna, que não somente admite o trabalho da mulher em grande escala como ainda o exige formalmente (BEAUVOIR, 1980, v. I, p. 75).

Por meio dessas narrativas, é possível entender de onde as entrevistadas vieram e quais foram seus exemplos em casa, a fim de possibilitar comparações entre gerações. Ou seja, de forma geral, pode-se analisar que todos os pais se encontravam em lugares considerados superiores aos das suas esposas, pois todos tinham mais estudo que as mulheres e também trabalhavam fora de casa, enquanto a mulher ficava em casa cuidando dos filhos e da casa. O trabalho da mulher, quando havia, era considerado um mero aporte ao trabalho realizado pelo pai, pois ele é quem possuía o caráter de provedor da família.

Isso demonstra a diferença geracional entre pais e filhos, pois as mulheres aqui entrevistadas, como se verá a seguir, foram adiante com os estudos e sempre trabalharam fora de casa, de maneira independente do marido, assim, o trabalho delas não era apenas considerado como suporte familiar, mas assumia caráter de gerador de sustento para a família, aproximando-se mais de um papel que antes cabia somente aos homens. Mesmo a fala de Margarida, que disse que ‘a mãe era só dona de casa’, demonstra o distanciamento do papel social desempenhado pela mãe, pois ela já se afastou desse tipo de papel tradicional de gerações anteriores, o de mãe de família e dona de casa, que não trabalhava fora.

Atualmente, falando sobre a terceira geração da família dessas mulheres, pode-se perceber já uma inversão nos papéis de pai provedor e mãe dona de casa em algumas famílias. Dependendo do trabalho e do salário da mulher, é ela quem ganha mais, tem cargo mais importante e, em alguns casos, pode-se inclusive encontrar exemplos de pais que ficam em casa cuidando dos filhos, enquanto suas esposas mantêm seu trabalho e sua carreira. São exemplos raros e esparsos, mas, somente por já existirem, significa que uma mudança nesse sentido vem acontecendo lentamente, indo contra o que as mulheres aqui pesquisadas tiveram como exemplo na sua infância. Exemplo esse que já refutaram para suas próprias vidas, pois, como se verá a seguir, todas elas trabalharam e construíram carreiras profissionais paralelas às dos maridos, podendo-se constatar, nessas narrativas, certa visão negativa do trabalho

“doméstico” realizado no âmbito do privado. Essa valoração negativa dos assuntos do privado preserva uma relação de desigualdade do que historicamente é reconhecido como parte da história e da cultura das mulheres.

O TRABALHO CEDO: “Com 18 já era professora”.

Contrastando com o que contaram da vida de seus pais e, principalmente, de suas mães, algumas das mulheres aqui pesquisadas comentaram sobre terem começado a trabalhar assim que se formaram, por volta dos 18 anos de idade.

Rosa contou: *“me formei com 17 anos no magistério e logo comecei a lecionar, com 18 anos já era professora, fiz concurso público e sempre trabalhei pelo Estado”*. Tulipa também citou uma escola conhecida na cidade de Novo Hamburgo, onde foi o primeiro lugar em que trabalhou como professora assim que se formou: *“quando eu me formei eu comecei a dar aula”*.

Mais contundente ainda é a fala de Hortência, que exemplificou o pensamento vigente, para ela, na época, que era baseado em poder trabalhar o quanto antes, por isso, assim que se formou, logo começou a lecionar, acreditando que já havia chegado a hora correta, mesmo aos 17 anos de idade: *“eu tinha ganho uma bolsa que ia até a faculdade, só que eu parei ali quando eu me formei porque eu achei que eu tinha que trabalhar, que tinha chegado a hora, eu tinha 17 anos”*.

Essas passagens aqui registradas demonstram o abismo entre gerações. As mães das entrevistadas, em sua maioria, nunca haviam trabalhado fora de casa e, quando o faziam, era com caráter secundário ao trabalho realizado pelos seus maridos. Já na vida das filhas, as mulheres aqui entrevistadas, a realidade social em que viviam evidenciava que, assim que estivessem aptas a realizar a profissão que tinham escolhido para si, já poderiam fazê-lo. Isso vai ao encontro de citação de Scott (2012), quando ela afirma que, seguindo o pensamento dos cientistas sociais, os papéis atribuídos às mulheres (mesmo as mães) diferem conforme o tempo e o lugar e têm muito pouca relação direta com a biologia delas. Ou seja, a realidade para as mães delas foi uma, já para elas, a carreira profissional se apresentava de maneira diferente, de maneira possível. Acredita-se que essa seja uma das principais conquistas dessa geração, pois as mulheres conquistaram o direito de trabalhar fora de casa, mesmo quando tinham filhos. Porém, é de se observar que todas as entrevistadas foram professoras, o que historicamente é considerado uma profissão feminina, ou seja, elas ainda exerciam um papel

dentro do que era esperado pela sociedade, mesmo assim, é importante notar a diferença entre gerações.

O CASAMENTO CEDO: “Casei cedo, com 20 anos”.

Ao longo das falas das mulheres entrevistadas, aparece mais um caminho que todas seguiram, o de casar cedo, aos 20 anos. Em seus depoimentos, fica claro que o projeto de constituir família existia, assim como era uma de suas prioridades. Hortência falou: “*a gente namorou três anos e casou, casei com 20*”. Já Tulipa disse: “*eu casei com 20, mas na semana seguinte eu fazia 21, então dá pra considerar 21*”. E ainda Rosa comentou: “*casei cedo, com 20 anos, mas naquela época todo mundo achava que 20 anos era a idade certa pra casar*”. Essa frase é bastante reveladora para se analisar a forma como era visto o casamento naquela época. As entrevistadas entendem que, hoje em dia, 20 anos são considerados pouca idade para o casamento, mas, na época delas, era isso o que era esperado das mulheres. A idade dos maridos variava, mas eles eram sempre mais velhos do que elas. Ou seja, provavelmente o homem não possuía uma idade tão regrada para casar, podendo fazê-lo conforme sua vontade.

Como Beauvoir afirma, “o destino que a sociedade propõe tradicionalmente à mulher é o casamento” (BEAUVOIR, 1980, v. II, p. 165). E mais, ela ainda cita que o casamento se apresentava de maneira completamente diferente para o homem e para a mulher, pois, para elas, o casamento era o único meio de se integrarem e, se ficassem solteiras, tornar-se-iam socialmente resíduos (BEAUVOIR, 1980, v. II). Já para os homens, o casamento era uma opção, pois eles não buscavam nele o mesmo direito de existir, e sim o faziam livremente. Conforme Beauvoir declarava, para eles, é “permitido preferir a solidão do celibato, alguns casam-se tarde ou não se casam” (BEAUVOIR, 1980, v. II, p. 169).

Outra condição esperada das mulheres era a de engravidar assim que casassem. Tulipa, que casou quase aos 21 anos, contou que teve o primeiro filho aos 23. Rosa contou: “*até quando casava tinha filhos logo, com 21 já nasceu a Claudia*”. Margarida comentou: “*imagina que não ia engravidar logo, a preocupação*”; depois ainda completa: “*com 21, tive o primeiro filho e depois com 24 e depois com 32*”. E, seguindo na mesma linha, Hortência falou: “*eu tive o Fernando com 22, logo depois, não, a coisa mais burra a gente era, eu casei em janeiro e em junho já tava desesperada que eu não tava grávida, vê se pode*”. É interessante notar que elas entendem, atualmente, que a cobrança para ter filhos logo após o casamento era desnecessária e incomodava, porém, antigamente, todas seguiram o padrão que

era esperado delas. Na hora em que falavam sobre esse assunto, sempre demonstravam que sabiam que, para a minha geração, essa não é mais a realidade vigente. Casar cedo e logo após ter filhos podia ser o correto para elas, na época em que eram jovens, porém elas demonstraram claramente que entendem que atualmente as coisas não acontecem mais dessa forma.

No capítulo anterior, comentou-se sobre a ruptura dos padrões relacionados ao trabalho e ao estudo, que as mulheres da presente pesquisa estudaram até um nível mais elevado que seus pais e tiveram carreiras profissionais, porém essa ruptura não se confirma nas questões pessoais acerca de casamento e filhos, pois, assim como suas mães, elas casaram cedo e engravidaram logo após o casamento. E não só isso: como admitiram a pressão que sofriam na época para gerarem filhos assim que casassem. Como já trazido anteriormente, para Butler (1993), a nomeação de gêneros femininos e masculinos é, ao mesmo tempo, o estabelecimento de uma fronteira e também de uma norma. A norma aqui se confirma no caráter da vida pessoal e familiar dessas mulheres, que deveriam seguir essa norma imposta a elas de que a mulher deve casar assim que possível e, logo após, gerar filhos para constituir uma família. Ou seja, mesmo livrando-se de alguns padrões, nem todos ainda haviam sido quebrados.

Como pesquisadora, observando os fatos trazidos por meio desta pesquisa e também como mulher que faz parte de uma diferente e nova geração, observo que, na minha faixa etária, as mulheres não se sentem mais impelidas, completamente, a ficarem em casa cuidando dos filhos. Esse trabalho já é quase igualmente dividido entre os dois membros do casal. Quanto a casamento e filhos, também observo uma ruptura bastante relevante em relação aos fatos trazidos neste capítulo, pois não existe mais uma idade apropriada para casar e isso acontece também com a pressão para gerar filhos. É claro que ainda existem inúmeros paradigmas acerca dessas questões para serem quebrados, porém é nítida a flexibilidade de papéis tradicionais, no sentido de liberação da mulher e suas escolhas.

5.2 Corpo

Sobre a relação dessas mulheres com seu corpo, foram identificados três grandes momentos de intersecção nas falas delas, que são: ‘A rotina diária’, sobre o fato de levarem vidas ocupadas, com diversas atividades, apesar da aposentadoria; ‘Os cuidados com o corpo’, em que elas contaram que não mudaram a maneira com que cuidam do seu corpo; e, por último, ‘As mudanças corporais’, em que elas reclamaram que a principal mudança física

por causa da idade foi o aumento da região abdominal. A partir dessas três categorias, é possível investigar mais a fundo como se dá a relação entre o envelhecimento dessas mulheres e sua relação com seu corpo.

A ROTINA DIÁRIA: “Levo uma vida aposentada, mas bastante ocupada”.

As mulheres pesquisadas levantaram um ponto bastante em comum: a vida ocupada que levam. Entre todas, somente Margarida ainda trabalha fora de casa e ela afirmou: *“a partir de 1992 eu virei profissional, e não mais dona de casa”*. Ela explicou que foi nesse ano que todos seus filhos saíram de casa e, por isso, ela pôde se dedicar exclusivamente ao trabalho. Tulipa contou que ainda faz encomendas para conhecidos, como bordados e costuras, mas respeitando seu próprio tempo. Já Rosa e Orquídea falaram, respectivamente: *“levo uma vida aposentada, mas bastante ocupada”*; e *“praticamente eu tenho todo dia uma ocupação”*. Hortência ainda contou: *“eu sou super ocupada”*. Todas me demonstravam isso como motivo de orgulho, como que para me provar que não eram mulheres velhas como as que pairam muitas vezes no imaginário da sociedade: pessoas reclusas em suas casas, com poucas atividades. Elas procuraram deixar claro que fogem desse estereótipo de velhice, talvez até por um tipo velado de preconceito contra o ser velho.

Entre os compromissos diários que elas possuem, o maior deles é relacionado ao corpo: os exercícios físicos. Tulipa disse: *“de manhã eu dou um jeito de dar uma caminhada”*. Já Orquídea enfatizou: *“eu queria fazer três de Pilates, mas daí eu estou com preguiça, que eu nunca tinha antes”*. Por três ela se refere ao número de vezes em que faz, na semana, a atividade física. O mesmo tipo de discurso se repetiu quando Margarida falou: *“faço três vezes por semana Pilates e alongamento uma, e tento caminhar, mas vejo uma nuvenzinha lá no canto e não vai dar, então sempre fica em segundo plano”*. Ambas citaram a questão da preguiça, e Orquídea ainda o ligou à velhice, pois disse que antigamente não sentia preguiça e contou que inclusive ela gostava de caminhar, mas, por problemas no joelho, atualmente não pode mais.

É interessante analisar também a frase de Hortência, que disse: *“faço Pilates, coisa que eu nunca me dediquei foi pro corpo, sabe, nunca, agora eu faço isso”*. Ou seja, mesmo ela afirmando anteriormente que não tinha mudado seus cuidados com o corpo, ela depois citou o fato de praticar exercícios físicos, o que não fazia antigamente. Nesse sentido, pode-se observar a frase de Debert (2004), já trazida anteriormente, quando ela diz que as mulheres velhas enxergam na velhice a possibilidade *“para concretização de sonhos adiados em outras*

etapas da vida” (DEBERT, 2004, p. 19). A frase de Hortência demonstra exatamente isso, quando ela diz que anteriormente nunca tinha se dedicado ao seu próprio corpo, mas que hoje em dia, com o tempo que possui, passou a fazer aulas de Pilates regularmente.

Elas também falaram sobre aulas que frequentam e os cursos que fazem, além das atividades diárias com o corpo. Rosa disse: *“também a parte intelectual, estudo inglês, espanhol, de uma maneira bem lúdica, mas assim de recreacional, de recreação, com amigas da minha idade”*. A frase dela difere-se da de Margarida, quando contou: *“faço curso de inglês, de conversação, faço particular”*. Rosa citou que prefere frequentar aulas com amigas, de uma maneira leve e divertida, enquanto Margarida prefere aulas particulares. Isso talvez se explique pelo fato de Rosa ser aposentada e não ter tanto contato com pessoas diferentes no seu dia a dia, enquanto Margarida, que ainda trabalha, prefere um momento só seu. Já Hortência relatou: *“vou num grupo da nossa igreja de estudos bíblicos”*. Ou seja, apesar de não frequentar aulas de idiomas, ela procurou outro tipo de estudo que lhe agrada e que talvez não tivesse tempo, anteriormente, de fazer.

É relevante o fato de que todas elas falaram com bastante ênfase sobre como são ocupadas e possuem diversas atividades diárias, e essas atividades são bastante variadas, como citado anteriormente, indo desde Pilates até aulas de idiomas. Elas também comentaram como ainda se ocupam com a família, os amigos e os maridos, cada uma com um caso particular. Hortência, por exemplo, contou que possui diversas responsabilidades ligadas ao seu neto mais novo, pois os pais dele trabalham, a mãe ainda estuda, o que faz com que ela fique responsável pela criança algumas vezes na semana. Tulipa relatou a mesma coisa, que seus netos são muito presentes em sua vida e que ela é a pessoa que mais se envolve com os estudos deles. Já Rosa disse que seu maior companheiro é seu marido. Margarida disse que o que mais toma seu tempo é o trabalho, ao passo que Orquídea escolheu seu filho mais novo como maior companheiro, já que ela é viúva e o filho não é casado. Ou seja, além das suas próprias ocupações, elas ainda se envolvem com atividades de terceiros, fazendo assim com que tenham diversas atividades e responsabilidades.

Todas essas atividades realizadas pelas mulheres demonstram uma quebra na ideia tradicional de que o velho, quando atinge idade avançada, fica em casa, recluso e solitário. Como já trazido em capítulos anteriores, Debert (1994) diz que, quando foi definido, na cultura ocidental, o que era ser velho, essa invenção veio acompanhada de um conjunto de práticas, instituições e agentes especializados encarregados de determinar e atender às necessidades dessa população, que, a partir dos anos 1970, passou a ser caracterizada como vítima da marginalização e da solidão. Fica claro que isso não se aplica a essas mulheres

entrevistadas, que se empenham em levar uma vida ocupada, recheada de atividades por vezes ligadas a exercícios físicos e, por outras, a estudos, o que faz com que elas se mantenham ativas de diversas formas e em contato com outras pessoas, permitindo-lhes, assim, estar constantemente ligadas ao mundo exterior.

Pode-se analisar que, apesar da aposentadoria, na maioria dos casos, essas mulheres ainda procuram se manter ativas e ocupadas, seja com o corpo ou com a mente, pois agora possuem o tempo necessário que não possuíam anos atrás, quando ainda trabalhavam e tinham filhos em casa, então, hoje elas podem se dedicar ao que preferem. Isso representa também uma ruptura com o papel social tradicional da mulher, em que era esperado que, como mulheres na velhice, elas levassem vidas caseiras e calmas. Todas as entrevistadas frisaram que não é isso o que acontece, que a vida caseira que é esperada delas não é a realidade. Com base nesse discurso, pode-se observar uma tentativa de ruptura com o que acontecia com gerações anteriores em relação ao que acontece com essas mulheres atualmente, pois elas se ocupam de formas diferenciadas para se manterem ativas e em contato com diferentes pessoas e tipos de conhecimento, a fim de buscar interação, informação, estudos ou outro tipo de atividade de caráter agregador.

Ao encontro disso, Reis (2006) assevera que, atualmente, as mulheres e os homens permanecem saudáveis durante mais tempo, ganhando cada vez mais qualidade de vida, e isso faz com que se apresentem com força e energia incomparáveis em relação aos idosos das outras gerações. Talvez essa vitalidade das mulheres entrevistadas e a vontade de permanecerem ativas estejam ligadas à maior qualidade de vida que possuem, quando comparadas com gerações anteriores ou ainda com diferentes grupos sociais de mulheres. Esse pode ser um fator explicativo, mas o que se confirma aqui é que, apesar da idade, todas elas procuram se manter ativas e em busca de aperfeiçoamento em diversas áreas de suas vidas.

OS CUIDADOS COM O CORPO: “O que eu faço hoje já fazia quando era jovem”.

A fim de verificar como a velhice modificou os cuidados que essas mulheres possuem com seus corpos, foram feitas perguntas sobre esse assunto. Todas as respostas seguiram o mesmo padrão, mostrando que, de modo geral, muito pouco foi alterado.

Orquídea disse: “*continuo fazendo a mesma coisa*”, e Rosa afirmou: “*atualmente eu até tenho um pouco mais de cuidado, passo filtro solar, passo cremes, mas nada que seja*

muito radical”. Ou seja, ela entende que alterou seus cuidados, relacionando com o que já fazia no passado, mesmo assim, hoje em dia costuma ter poucas práticas de cuidados com a pele, o cabelo, etc.

Margarida segue a mesma linha e relatou: *“o que eu faço hoje já fazia quando era jovem, tanto em termos de alimentação quanto talvez eu coma menos hoje, mas isso não faz com que eu fique mais magra, porque a gente vai engordando mesmo comendo menos, mas o cuidado com a pele, eu sempre tive o mesmo cuidado com que eu tenho hoje”*. Ela comentou novamente sobre o problema de ter engordado ao longo dos anos e disse que, mesmo querendo mudar isso, não consegue mais, pois continua engordando apesar de seus esforços.

Tulipa falou: *“tudo a mesma coisa, eu não sou muito ligada nisso, apesar de ser vaidosa, como toda mulher, eu não sou de ficar passando cremelho, de passar, essas coisas nunca fui, não tenho paciência”*. Por intermédio dessa afirmação, entende-se que ela considera que todas as mulheres são, ou deveriam ser, vaidosas, mas ela não se encaixa totalmente nesse padrão. É relevante falar que, apesar da afirmação, ela não foi feita de maneira negativa, talvez pelo sentimento de liberdade que a entrevistada diz ter chegado junto com a velhice.

Hortência revelou: *“tenho horrores de cremes, vence e eu tenho que pôr no lixo, eu uso só um creme hidratante, nunca fiz plástica, até já pensei, mas daí eu penso que posso fazer coisa melhor com esse dinheiro, não estou à caça de nada, né, não preciso disso”*. Apesar de não possuir cuidados com a pele, cremes e vontade de fazer cirurgia plástica, ela também nunca tinha feito dieta antes, porém revelou que agora cuida mais com o que come. Isso demonstra também uma quebra com o compromisso anterior de sedução, a que a mulher é submetida quando jovem.

Elas começaram seus discursos falando que pouco fazem a respeito dos cuidados com o corpo, mas depois os suavizaram, admitindo que, na verdade, o que acontece é que os cuidados se mantêm os mesmos de sempre e não são adicionadas mais etapas por causa da velhice. Ou seja, não é que o cuidado não exista, ele só não aumentou ou foi modificado. Se essa questão for ligada com a colocada no capítulo anterior, pode-se notar que todas elas comentaram primeiramente sobre as atividades físicas que realizam, antes mesmo das aulas, dos cursos ou de outras atividades. Algumas ainda comentaram que fazem atividades físicas para tentar manter o corpo da mesma maneira como ele era antigamente, a exemplo de Orquídea; ou que essa atividade é uma coisa nova, pois antes não realizava nenhum tipo de atividade, como Hortência.

Como já citado neste trabalho, Debert (1999) diz que os controles sobre a mulher na velhice são afrouxados, posto que ela já não precisa mais ser produtiva. Isso pode vir a ser um fator explicativo de por que as mulheres, nessa fase de suas vidas, sentem que não necessitam mais se cuidar tanto ou serem tão vaidosas como eram antigamente. Talvez seja justamente pelo afrouxamento de cobrança que a sociedade entende que pode dar a essas mulheres que então elas se permitem a, de certa forma, relaxam acerca de seu corpo.

AS MUDANÇAS CORPORAIS: “De uma hora pra outra a minha cintura quase que sumiu”.

Apesar de as entrevistadas terem afirmado que seus cuidados com o corpo pouco mudaram e não demonstrarem preocupações a respeito disso, quando falaram sobre o que mais as incomodou entre essas mudanças, ficou claro o principal problema que elas acreditam que enfrentam: o aumento de peso, principalmente na área da barriga. Foram todas as entrevistadas, sem exceção, que falaram sobre o aumento do tamanho de seu corpo nessa região.

Elas começaram falando sobre como era seu corpo antigamente, sempre magro, como hoje em dia essa realidade mudou e elas não conseguem mais voltar ao peso antigo. Assim, Rosa comentou: *“eu sempre fui muito magra, e a alimentação, mais ou menos, tinha bons hábitos, mas hábitos como se tinha na época, não se tinham muitos conhecimentos”*. Já Orquídea destacou: *“não é que eu mudei, as coisas não acontecem mais como aconteciam antes, porque antes eu cuidava, e agora o corpo está deformando, eu nunca tinha gordurinha aqui, ó, agora instalou e não sai mais, aumenta o tamanho do corpo, o volume corporal, isso foi o que mais mudou”*, ela contou apontando para a parte da barriga.

Margarida ainda falou sobre a questão do corpo em relação à moda e como isso afetou seu modo de vestir: *“o que mais me incomoda eu acho que é a barriga, me incomoda, vai botar uma blusa, um cinto, e antes eu não tinha, eu realmente não tinha, então me incomoda”*. Interessante notar como ela já liga a relação corpo e moda de maneira autônoma, relacionando as mudanças de seu corpo, por causa da velhice, com o fato de ela ter mudado o que usa por causa disso. Ela disse: *“aumenta o tamanho do corpo, o volume corporal, isso foi o que mais mudou”*. Hortêncina ressaltou o fato de antigamente seu corpo ser diferente do que é hoje em dia: *“desce o peito, a gravidade é um horror, e eu noto aqui que a gente fica mais arredondada, cintura, porque eu era muito magrinha, então agora eu, comparada comigo, sou gorda”*. Todas elas comentaram que hoje em dia se consideram gordas em comparação a

antigamente e falaram isso de maneira extremamente pejorativa, mostrando que, apesar de seus esforços, isso é algo que elas não conseguem evitar.

Elas também falaram sobre quando acreditam que isso mudou, como quando Rosa disse: *“depois eu fui engordando, engordando, foi passando o tempo e eu nunca me preocupei, e quando chegou lá pelos 50 anos, ali ficou sério, porque daí eu só engordava e nunca mais, impressionante, porque antes, pelos 40, 45, eu lecionava e minhas colegas falavam que se eu cuidasse um mês, eu perdia 5 quilos, era só cuidar a alimentação, nada radical, e depois eu comecei, acho que a minha parte hormonal começou a ficar deficiente e tal, com menopausa e tudo e eu comecei a adquirir”*. Ela culpou a menopausa por essa mudança, assim como Margarida citou relativamente a mesma época de sua vida: *“minha cintura mudou muito, depois dos 46 de uma hora pra outra a minha cintura quase que sumiu, isso é uma coisa que me incomodou, porque eu tinha muito, eu gostava disso, de coisa bem acinturada, e a cintura foi com a idade, depois da menopausa, é a única coisa”*. Pode-se perceber que ela também citou a mudança relacionada à moda, pois falou que gostava de usar roupas acinturadas e hoje considera que não pode mais. Já Orquídea considerou outra época, mais tardiamente, a responsável pelas mudanças em seu corpo: *“eu despenquei depois dos 70”*. Ela ainda citou o motivo que julga que foi essencial para essa mudança acontecer no seu corpo: *“eu caminhava todos os dias, e daí me mantinha sempre”*.

Depois dessas afirmações, elas manifestaram que passaram a entender essa mudança como algo que devem aceitar, como quando Rosa disse: *“daí eu acho que relaxei mesmo, não dei mais atenção pra isso, e atualmente eu estou muito acima do meu peso e não consigo mais perder, não consigo mesmo, o máximo que eu consigo, com muito esforço, eu perco dois quilos e quando eu vejo já engordei”*. Orquídea seguiu pela mesma linha, quando afirmou: *“o formato, sabe, perdi a cintura, aumentou aqui e aqui, me incomoda, mas agora eu já aceitei, não adianta, não quero passar fome, mas a gente tenta se conservar, eu antes tinha força de vontade, com a maior facilidade eu me controlava, fechava a boca e emagrecia e agora não”*. Ela ainda falou que, apesar das mudanças, continua se cuidando, mas agora esses cuidados não são suficientes: *“não é que eu não cuido, eu faço massagem, eu faço Pilates, mas me faz falta a caminhada, eu comia bem e perdia caminhando, um quilo por ano eu estou engordando”*.

Beauvoir já dizia que a mulher conhece a alegria de modelar o corpo pelos esportes, pela ginástica, com massagens ou regimes, que é o que Orquídea lamentou não conseguir fazer.

A estética moderna permite-lhe integrar qualidades ativas em sua beleza: tem o direito a músculos exercitados, impede a invasão da gordura; na cultura física ela se afirma como uma pessoa; há, para ela, uma espécie de libertação da carne contingente; mas essa libertação retorna facilmente à dependência (BEAUVOIR, 1980, v. II, p. 302).

Esse desconforto, por parte das mulheres, sobre o quanto elas engordaram com o passar dos anos e se diferenciaram do corpo que tinham antigamente vai ao encontro da frase de Monteiro (2008), já trazida anteriormente, que diz que existe um ideal cultural da beleza jovem que forma a crença popular de que a mulher bonita é sempre a jovem. Se ela já for velha, ainda assim poderá ser considerada jovem se utilizar os artefatos corretos. Por exemplo, quando Orquídea falou que ainda se cuida e tenta manter os bons hábitos para manter o peso, como o Pilates e as massagens, mas que, apesar dos seus esforços, o peso não se mantém o mesmo de antigamente. Giddens (2005), como já se falou em capítulos anteriores, diz que o velho de hoje em dia é menos propenso a aceitar o envelhecimento como um processo inevitável de deterioração do corpo, pois cada vez mais a velhice não tem sido encarada como algo natural, quando os avanços da medicina e da nutrição vêm mostrando que muito do que um dia foi considerado inevitável sobre o envelhecimento pode ser contestado.

A fala das entrevistadas passou por momentos de explicação, do porquê da mudança, até o momento em que disseram saber que hoje em dia, com a idade em que estão, elas precisam aceitar essa transição. Também é interessante o fato de nenhuma ter citado outro fator estético, como os relacionados a rugas e flacidez. Foi citado somente o peso como mudança que as incomoda e que as incentiva a tentar mudar, ou voltar a como eram antigamente. Ou seja, essas mulheres se incomodam com algumas das mudanças trazidas pela velhice, porém não revelam a vontade de tomarem atitudes mais drásticas para mudarem o que não gostam. Em outras palavras, a mudança incomoda, mas nem tanto.

5.3 Envelhecimento

Dentro do aspecto do envelhecimento, novamente foram separadas três categorias de análise que se destacaram. São elas: 'A nomenclatura da idade', em que essas mulheres dizem que não encaram a palavra 'velho' como ofensiva; 'As diferenças de gênero na velhice', pois todas elas falam como notam que a mulher envelhece de forma psicologicamente diferente dos homens; e 'O ser e o sentir velho', em que elas contam que, apesar da idade, a mente

continua jovem. A partir dessas três categorias, analisam-se os aspectos relevantes para o presente trabalho.

A NOMENCLATURA DA IDADE: “Achar que ser velho é ofensa”.

O termo usado para se referir a pessoas com idade avançada é um assunto que pode vir a ser polêmico na sociedade atual. Como já se viu ao longo deste trabalho, décadas atrás, ‘velho’ era o termo usado, porém, com o passar dos anos e com a velhice ganhando novos significados, o termo foi adaptado para outros, como: terceira idade, melhor idade, idade de ouro... Com a chegada dessas nomenclaturas, o uso da palavra ‘velho’ caiu em desuso e ela passou a ser entendida como pejorativa. Por esse motivo, foi levantada a questão aqui, a fim de perceber, por meio da visão das entrevistadas, como é entendido esse termo.

Tulipa, quando questionada sobre isso, disse: *“é real, é o termo usado faz muito tempo, é um conceito, é velho, vai dizer ‘ah, é usado’, nem todos, ‘é experiente’, nem todos, mas velho sim”*. Ela levantou um ponto importante sobre a idade ser o único denominativo comum entre todas essas pessoas, por isso, ela entende como correto e aceitável chamar alguém de velho.

Já Rosa e Hortência, mesmo sem serem questionadas sobre os outros termos, comentaram sobre eles em suas falas, quando disseram, respectivamente: *“eu não acho feio, porque na verdade é só o termo feio, mas a ideia não, eu não vejo diferença entre assim é velho, da terceira idade, melhor idade, idade de ouro, tem uma certa idade é velho, como o outro é jovem”*; e *“eu não acho simpático não, mas eu entendo, acho muito pior chamar terceira idade, melhor idade, idade de ouro, que deboche”*. Ou seja, uma não nota diferença, e a outra inclusive acredita ser mais adequado o uso do termo *velho*.

Foi comentado, por mais de uma delas, sobre o uso do tom, que é considerado muito importante para entender a palavra ‘velho’ como pejorativa ou não. Orquídea citou: *“mas eu não acho que seja pejorativo, mas claro, se falar assim ‘o velho’ depende da maneira que tu disse, mas o termo em si, velho, eu não acho”*. Margarida também disse algo similar: *“o tom é que faz ser pejorativo, eu acho que não é, dependendo da entonação que tu dá”*. Esses depoimentos vão ao encontro de frase de Peixoto (2007), já citada aqui, pois no Brasil, o termo usado até os anos 60 era, sobretudo, *velho* e não possuía caráter especificamente pejorativo, o emprego distinguia-se pela entonação ou pelo contexto em que era utilizado. E, foi exatamente isso que elas citaram, isto é, dependendo do tom usado, o sentido muda. Pode ser grosseiro ou também uma simples forma de se referir a pessoas com idade avançada.

Mas, por exemplo, Margarida contou uma situação pela qual havia passado recentemente no trânsito: *“e veio uma mulher atrás que se incomodou e gritou ‘sua velha burra’, aquilo me ofendeu muito, primeiro porque ela não entendeu por que eu parei, segundo por achar que ser velho é ofensa, porque quando tu estás mais preocupada com a tua vida pessoal no sentido de estar bem contigo, ser velho é um privilégio, quantas pessoas não ficam velhas, então tu pode ver ficar velho como um privilégio”*. Aqui ela levantou um ponto bastante relevante sobre como encarar o termo *velho*, pois ela considera que chegar à velhice é privilégio para poucos e, por isso, não deve ser considerado ruim, diretamente ligando esse fator ‘ruim’ ao termo *velho*. Por esse entendimento, ela não considera a palavra ofensiva, como a pessoa que se dirigiu a ela durante o caso apresentado, que possivelmente entende ‘velho’ como ofensivo, decadente, que é o que Debert diz: *“a categoria idoso invade todos os domínios e o termo ‘velho’ passa a ser sinônimo de decadência”* (1999, p. 78).

Indago-me se as minhas interlocutoras fossem chamadas de velhas mesmo em tom considerado adequado, se elas se ofenderiam. Mas, talvez por serem questionadas tão diretamente sobre o assunto, raciocinaram que a origem do termo não é necessariamente ofensiva, porém a sociedade em que se vive atualmente tachou esse termo como pejorativo, e isso acaba, provavelmente, influenciando as opiniões das entrevistadas.

Pode-se então concluir que, para elas, o termo pode ser ofensivo, porém depende da entonação de voz e da maneira como é empregado. Elas também entendem que outros termos criados atualmente, como ‘melhor idade’ ou ainda ‘idade de ouro’, não são os melhores para serem usados, apesar de estarem bem resolvidas com sua vidas e seu corpo, segundo o que dizem.

AS DIFERENÇAS DE GÊNERO NA VELHICE: “Eu acho que a mulher aproveita melhor a velhice”.

As diferenças de gênero ficaram explícitas quando as entrevistadas foram questionadas se existe uma diferença entre envelhecer sendo mulher e envelhecer sendo homem. Todas elas, sem exceções, levantaram pontos sobre essa diferenciação que acreditam que existam. Algumas citaram saúde; outras, amizades; e outras ainda, a aceitação sobre a idade que chegou.

Rosa disse: *“eu acho que a mulher aproveita melhor a velhice, em todas as circunstâncias, mas a principal é a coisa de amizade, a gente tem muito mais momentos de integração de amizade do que o homem. Até acho que é por isso que a mulher vive mais que o*

homem”. Além de ter citado o fator saúde, pois ela considera que a mulher se cuida mais, física e psicologicamente falando e, por isso, acaba tendo uma expectativa de vida maior, ela também frisou as amizades, quando disse que percebe uma grande diferença entre os homens e as mulheres de mais idade. E complementou: “*eu acho que a mulher quando envelhece ela tem bem mais atividades, tem mais amigas que o homem de uma maneira geral*”.

Orquídea continuou na linha da saúde, quando falou: “*a mulher envelhece não com categoria, como que eu vou te dizer, mas com mais sabedoria, se cuidando, sabendo o problema que ela tem, e o homem, ele não quer saber, ele não procura, essa é a diferença que eu acho que tem, ele não é tão cuidadoso quanto a mulher que cuida da saúde*”. Mas, na sua fala, pode-se observar como ela liga a velhice a um problema, quando disse ‘sabendo o problema que ela tem’, mesmo considerando que as mulheres envelhecem melhor do que os homens, assim como Rosa, a qual acredita que são elas que cuidam mais da própria saúde. Margarida também citou questões de saúde: “*eu acho que as mulheres sabem envelhecer melhor que os homens, acho que as mulheres aceitam melhor e lidam melhor com as dificuldades, os homens ficam muito dependentes, e, quando essa dependência é real, e não mais por comodismo, eles se assustam*”. Com essa afirmação, ela deixou claro que entende que as mulheres, quando chegam a uma idade avançada, tornam-se cada vez mais independentes, enquanto com os homens acontece o contrário.

Tulipa citou o mesmo ponto, quando disse: “*a mulher eu acho que ela é mais segura, e o homem fica mais inseguro, ele busca, nas mulheres mais jovens normalmente, um motivo assim quem vai me cuidar*”. De novo apareceu a questão de independência, pois Tulipa considera, assim como Margarida, que os homens ficam cada vez mais dependentes, enquanto as mulheres aumentam sua independência.

Pode-se observar que as afirmações aqui trazidas vão novamente ao encontro do que Beauvoir (1980) falou:

As amizades femininas que a mulher consegue conservar ou criar ser-lhe-ão preciosas; têm um caráter muito diferente das relações que os homens conhecem; estes comunicam entre si, como indivíduos, através das ideias, os projetos que lhes são pessoais; as mulheres, encerradas na generalidade de seu destino, acham-se unidas por uma espécie de cumplicidade imanente. O que primeiramente procuram, umas junto de outras, é a afirmação do universo que lhes é comum (BEAUVOIR, 1980, v. II, p. 309).

Todas as entrevistadas notam que existe uma diferença e citaram a saúde e as amizades como os principais fatores que diferenciam a velhice feminina da masculina, pois, para elas, as mulheres se cuidam mais, vão mais ao médico e também preservam mais as

amizades, o que ajuda na parte psicológica do envelhecimento. Já dizia Debert (1999) que grupos sociais distintos, de sociedades diferentes ou gêneros diferentes, adaptam-se diferencialmente à experiência comum do envelhecimento. E, são esses fatores trazidos aqui que fazem, por intermédio do olhar das mulheres entrevistadas, a velhice feminina ser mais bem-sucedida a partir do seu ponto de vista.

O SER E O SENTIR VELHO: “O corpo cobra, mas a cabeça...”

Em nenhum momento, foram levantadas questões, por parte da pesquisadora, sobre que idade as entrevistadas sentem que têm, mentalmente falando. Todas as falas aqui expostas foram ditas espontaneamente. É relevante levantar esse ponto, pois todas elas falaram que se sentiam muito mais novas do que a idade que realmente possuíam. Elas citaram principalmente a diferença entre o corpo e a cabeça, pois sabem e sentem fisicamente que têm a idade que realmente possuem, porém não sentem, psicologicamente falando, que a idade avançada já chegou.

Rosa disse: *“eu sou velha, mas eu não me considero, mas eu sou, tenho 73 anos, porque eu assim acho que eu tenho muita disposição, muita vontade e me sinto bem na minha idade”*. E Orquídea, por sua vez: *“eu tenho que confessar, a minha cabeça ainda é de 25, 26, mas o corpo não, o corpo cobra, mas a cabeça...”* Ambas citaram a relação que fazem entre corpo e mente e como sentem que a idade chegou somente para o corpo, mas elas continuam com os mesmos pensamentos, vontades e ideias de muitos anos atrás.

Hortência já contou outra situação sobre quando foi alertada por seu filho de que ela não tinha mais a idade que acreditava que tinha e que agora deveria tomar outras medidas e atitudes a fim de prevenir problemas de saúde. Ela disse: *“outra situação difícil pra gente, pra mim pelo menos, o Fernando, meu filho, me disse ‘mãezinha, tu tem que te convencer que tua cabeça não tem 75, mas teu corpo tem’, em um mês e meio, eu tive quatro tombos e eu nunca caía”*. Já Margarida contou que hoje em dia trabalha muito mais do que antigamente, pois, quando os filhos saíram de casa, ela pôde dedicar mais tempo ao seu trabalho, como faz até hoje.

Esse é um ponto bastante relevante para a pesquisa, pois, por meio do olhar de quem vivencia a velhice, pode-se entender que ela pode chegar apenas fisicamente e não influenciar em como a pessoa é, sua personalidade, seus gostos e seus desejos. Essas afirmações também demonstram uma necessidade, por parte dessas mulheres, de se distanciar do velho. Elas

afirmaram e entendem que possuem idade avançada, também pelo fato de que fisicamente a velhice não poder ser mascarada, porém afirmaram que mental e intelectualmente não se sentem velhas. Esse tipo de afirmação não pode ser contestada, pois não é possível de ser averiguado por um terceiro. Assim sendo, elas admitem que estão velhas, mas refutam o sentimento de velhice.

5.4 Moda

Para se poder averiguar se a velhice afeta a maneira com que essas mulheres se relacionam com a moda, algumas perguntas a respeito foram instigadas na hora das conversas. Para isso, foram separadas três categorias de análise: ‘As mudanças a respeito da moda ao longo dos anos’, em que elas contam que entendem que pouco mudaram seu jeito de vestir com a chegada da velhice; ‘A noção do vestir’, em que todas comentam sobre o que sentem ser a ‘noção do ridículo’, segundo palavras das próprias entrevistadas, na hora da escolha das peças que usarão; e também ‘A relação com o dinheiro’, em que contam que atualmente a prioridade a respeito de dinheiro é guardar para o futuro. A partir dessas três categorias, analisa-se como as entrevistadas entendem as relações que possuem com a moda.

A NÃO MUDANÇA AO LONGO DOS ANOS: “Sempre fui assim”.

Com as mudanças nessa fase da vida, é possível imaginar que o relacionamento das mulheres com as roupas que vestem também sofre alterações. Para verificar se esse evento realmente acontece, foi questionado a respeito das mudanças nas escolhas de suas roupas.

As alterações percebidas pelas mulheres são pequenas e sutis, tais como as que provêm da mudança em seu corpo, como Rosa disse: *“procuro fazer tudo que não marque a barriga”*. Isso levanta a questão já tratada anteriormente sobre o fato de essas mulheres sentirem que o que mais mudou em seu corpo e o que mais incomoda é o aumento da região abdominal. Ou ainda pela comodidade que elas sentem que podem se dar nessa etapa da vida, conforme Margarida contou: *“olha, eu acabei dando mais preferência à calça comprida que saia, mas não sei se é por causa da idade ou por causa da comodidade, porque a calça, como a gente está sendo observada em sala de aula, não precisa se cuidar, até o sapato que vai botar, pode ser um sapato mais confortável, porque vai botar, conforme a saia tem que colocar um sapato de salto, então eu acho que pela comodidade eu mudei, mas de uma forma geral, sempre me vesti de um modo clássico”*. Assim, também foi retomado outra questão já

levantada, sobre como nessa etapa da vida a mulher sente que não deve mais nada à sociedade, inclusive a feminilidade que é esperada das mulheres, e que ela pode fazer as coisas segundo suas preferências, como usar o que julga mais confortável.

Nesse sentido, seria de grande valia o uso dos conceitos de antropometria e ergonomia, caso se venha a produzir algum produto a partir das falas aqui captadas. Segundo Paschoarelli (2009), existem inúmeras razões para se trabalhar com idosos, com o objetivo de contribuir e melhorar a qualidade de vida dos mesmos, “incorporando a ergonomia, a antropometria e o envelhecimento humano como objeto de estudo” (p. 55). O mesmo autor ainda afirma que todas as pessoas sofrem mudanças físicas durante o envelhecimento e explica que a antropometria trata de medidas físicas do corpo humano (PASCHOARELLI, 2009). Já a ergonomia visa, entre outras coisas, a adaptar dispositivos à tarefa que seu operador realiza (CYBIS, 2010). Esses dois conceitos podem vir a ser úteis para a criação de produtos que visem a trabalhar com esse público.

Já Tulipa e Hortência, respectivamente, comentaram sobre outro evento, os anos passados: “*sempre fui assim, até porque eu sempre fui clássica, eu tive um período de louquinha, acho que foi nos anos 70, mas no mais, é preto mesmo*”; e “*acho bonita a moda dos anos 60, mas muito trabalhoso, aquelas saias plissadas, em camadas, mas aí que trabalho*”. Ou seja, ambas adaptaram seus estilos conforme o tempo passou. De jovens que atendiam à moda da época, para mulheres que preferem peças clássicas, que permitem menos riscos na hora do vestir.

Pode-se perceber, pelo discurso de Margarida, Tulipa e Hortência, que todas as três falaram sobre um estilo clássico que preferem seguir atualmente. Segundo já citado aqui, Simmel (2008) diz que as modas eternas, aquelas que não mudam nunca, são sempre consideradas adequadas e vivem eternamente. Para esse autor,

A essência do clássico consiste, de fato, numa concentração dos elementos da representação à volta de um centro imóvel, o classicismo tem sempre algo de recolhido em si que, por assim dizer, não oferece muitos pontos de ataque onde possa iniciar-se a modificação (SIMMEL, 2008, p. 55).

Ou seja, as entrevistadas percebem que, em alguma fase de suas vidas, tiveram um estilo diferente do que possuem agora, mas encaram aqueles tempos como apenas fases e, hoje em dia, preferem manter o estilo clássico, que é por vezes mais seguro e menos facilmente julgado por terceiros. Por meio desse estilo, elas conseguem manter o que consideram adequado na hora de se vestir. Nesse sentido, Simmel ainda desenvolve a ideia da

moda como máscara e diz que é esse significado de imitação que leva a moda a ser utilizada como uma espécie de máscara. Essa máscara serve para mostrar sua obediência às normas gerais e conservar a sua sensibilidade e seus gostos pessoais, querendo guardá-los para si e opondo-se a exibi-los a todos (SIMMEL, 2008). É possível, com base nas falas das entrevistadas, observar uma conotação negativa em relação a tudo que é diferente, que foge do clássico, do que é esperado delas pela sociedade. Isso é possivelmente um reflexo do que Simmel cita como um modo de se resguardar e não se exhibir a todos, garantindo, assim, segurança a respeito do que vestem e, conseqüentemente, como são vistas aos olhos do outro.

A NOÇÃO DO VESTIR: “Tem que ter o senso de ridículo”.

Ainda sobre a questão da moda, foi avaliado como eram encaradas as mudanças a respeito das roupas ao longo da vida. As entrevistadas foram instigadas a responder à seguinte pergunta: ‘você acha que a mulher deve se adaptar com a chegada da idade?’ Com base nas respostas, foi possível observar a mesma reação e o tipo de resposta.

Todas citaram a moda jovem e como os jovens se vestem comparando com a realidade em que estão inseridas. Rosa, por exemplo, apontou: *“eu acho que as pessoas têm que ter noção de que pessoas de idade que não estão nem aí, mas são algumas exceções, mas no dia a dia eu acho que a gente tem que ter o critério, eu acho ridículo pessoas de idade usando modinhas, coisa de jovem, eu acho nada a ver”*. Tulipa partiu para o mesmo discurso: *“eu não dou bola, não tenho nenhum problema, o que acontece às vezes é que pode ter uma cabeça de 25, jovem, mas tem que ter o senso de ridículo, o bom senso foi feito e eu nunca me vesti toda decotada, saí de saia por aí, mas claro, se tu é velha e faz esse tipo de coisa, daí tu está pedindo também”*. É interessante notar a dualidade no discurso de Tulipa, ela começou dizendo que não vê problema em a mulher se vestir como quiser, porém, logo após, ela comentou novamente, assim como Rosa, sobre o ‘senso de ridículo’, que, na visão dessas mulheres, é muito importante na hora de escolher suas vestimentas.

Margarida falou a mesma coisa: *“tem muita mulher velha que gosta de se vestir como se fosse uma jovem, eu acho de mau gosto, pra mim é mau gosto, mas é a minha opinião”*. E mais, ela ainda contou sobre uma vizinha, que, a partir do que ela entende como certo, veste-se de maneira inadequada: *“agora a gente vê também cada pessoa, tem uma vizinha aqui no prédio que é um horror, parece um espantalho, tal a forma como ela se veste, se maquia também, parece um espantalho, muita sombra, cabelão armado, cores mais extravagantes”*. Ela ainda conseguiu se lembrar de outro exemplo, sobre a sogra de sua filha, que, segundo

ela, também se veste de maneira jovial e inadequada, com decotes, comprimentos curtos, modelagem justa e cores extravagantes.

Já Orquídea disse que não vê problema em usar o que quer e que, inclusive, utiliza o que gosta e não leva em consideração o que os outros vão achar dela. Mas, novamente aqui, encontra-se uma dualidade bem expressa, pois ela disse que a mulher nessa idade tem que ter o ‘senso do ridículo’ e não usar nada muito curto, decotado ou chamativo.

Fica bem claro que todos os discursos e as opiniões se repetem, mas mais importante do que isso é a disparidade sobre a questão anterior a essa. Elas disseram que não mudaram quase nada no modo de se vestir com a chegada da velhice, porém repetiram que a mulher que não se adapta ao que é considerado ideal para ela, na sociedade, acaba sendo considerada ridícula, sem senso crítico ou estético. Com base nisso, pode-se concluir que as mudanças acontecem sim, porém são encaradas naturalmente e entendidas como necessárias. Comprimentos, decotes, cores, tecidos, estampas e modelagens, tudo isso deve ser ajustado conforme a idade em que as mulheres estão, segundo elas mesmas, pois, caso isso não aconteça, será vista como uma mulher que não ‘percebe a idade que tem’, na palavra das próprias entrevistadas. Para elas, assim que se mostra o corpo, a sociedade possui o direito de julgar e ridicularizar. Então, toma-se o cuidado de se adaptar, sim, ao que é esperado delas e ao que elas entendem que deve ser usado nessa idade, mantendo gostos e preferências pessoais, mas sempre evitando certos aspectos nas roupas, com o intuito de manter uma aparência clássica, que não chame muita atenção.

Apesar do discurso considerado moderno, percebe-se que essas mulheres ainda se sentem muito presas aos padrões de mulheres velhas impostos pela sociedade em que estão inseridas, pois o corpo de valor, na sociedade, é sempre o novo, e o velho é considerado feio, uma ofensa. Esses sentimentos influenciam as escolhas feitas por essas mulheres, que preferem arriscar pouco e não correrem o risco de, talvez, sentirem-se ridicularizadas. Aqui fica claro como elas sentem que o corpo velho precisa ser escondido, velado, nunca exposto.

Segundo Maffesoli (1996), moda é imitação, o desejo de reconhecimento pelo outro, a procura de um apoio ou de proteção social e o fato de seguir uma via comum. Essas mulheres aqui citadas, que cultivam um estilo próprio considerado inadequado, não possuem essa proteção social, pois não se enquadram em um estilo clássico, recatado, o que se espera de uma mulher na velhice. Simmel (2008) explica isso quando diz que a posição social a que as mulheres estiveram condenadas durante a maior parte da história gera nelas uma estreita relação com tudo o que é costume, com aquilo que fica bem. Isso é explicado em parte pelo pensamento de Beauvoir, que diz que, “sendo a mulher um objeto, compreende-se que a

maneira pela qual se enfeita e se veste modifica seu valor intrínseco” (BEAUVOIR, 1980, v. II, p. 301).

Ou seja, as poucas mulheres que optam por continuar usando as mesmas roupas que sempre usaram acabam sendo entendidas como mulheres que não perceberam a idade que possuem e, por isso, não fizeram as devidas adequações que eram esperadas delas. Isso reforça os padrões vigentes antigamente na sociedade, quando a mulher deveria se enquadrar nas expectativas, inclusive, tratando-se de moda. Ou seja, apesar de irem contra algumas situações, quando se fala de moda, a visão das entrevistadas ainda vai em direção às expectativas do que a sociedade espera delas: recato, discrição, não exposição.

A RELAÇÃO COM O DINHEIRO: “Eu acho que é uma boa opção tu já te programar”.

Apesar de a mulher, nessa fase da vida, ter normalmente se desligado de responsabilidades financeiras com os filhos e os netos, a sua relação com o dinheiro pouco muda. Antes, elas guardavam para os filhos; agora, guardam para a sua saúde futura. As mulheres aqui entrevistadas não gastam seu dinheiro de maneira impulsiva, segundo elas, pensam no futuro, em quando estiverem mais velhas ainda, e em como vão precisar de dinheiro para essa fase da vida.

Por exemplo, Rosa contou: *“atualmente uma das prioridades minhas é não depender de ninguém nessas questões de saúde, se precisar pagar um procedimento médico eu ter o dinheiro pra pagar, e não ficar dependendo de plano de saúde, então a minha prioridade é essa, questões de saúde e poder arcar com coisas que eu achar necessário, que nem agora, eu queria colocar uma prótese e coloquei”*. Ela exemplificou essa questão com a situação pela qual havia recentemente passado, quando realizou um procedimento para colocar uma prótese no joelho e pôde pagar com o seu próprio dinheiro.

Já para Orquídea, sua relação com o dinheiro é focada em guardar também para o futuro, mas não somente para a saúde em si, e sim para cuidados gerais, bem-estar e conforto: *“quero ir pro lar tranquilo, ter companhia, ser cuidada”*. Ela ainda falou sobre a realidade que viveu com seus pais e como foi que percebeu que, para envelhecer de maneira confortável, o dinheiro é necessário: *“eu cuidei da minha mãe, e daí paga enfermeira, paga cuidadora, eu não quero isso, quero ter meu quartinho no lar. Eu acho que é uma boa opção*

tu já se programar, e a hora que eu ficar um pouco dependente eu quero ir pro lar, numa boa”.

Tulipa iniciou dizendo “*eu nunca fui consumista*”, mas sua relação com dinheiro se baseia em alguns pilares: “*eu me preocupo com dinheiro assim, ter um bom plano de saúde, a casa onde eu vou morar, ter as contas em dia, e depois assim, deixar coisas, fazer coisas, que durem*”. De novo, ela apresentou uma preocupação com o futuro e também com a sua saúde.

Hortência fez um relato bastante lúcido, pois disse: “*eu acho que agora eu penso mais antes de gastar, isso também faz parte do amadurecimento*”. Ou seja, ela encara a fase da velhice como uma fase de amadurecimento e disse que isso reflete diretamente nas escolhas de uso do seu dinheiro.

Pode-se notar que, para as entrevistadas, as prioridades mudaram, não estão focadas em questões como moda e beleza, e sim em saúde e cuidados no futuro. Talvez isso seja um reflexo da geração da qual elas vêm, que tinha como foco guardar, economizar, e não gastar. Isso aparece, inclusive, nas próprias falas delas, como quando Orquídea contou que seus pais apenas queriam guardar o dinheiro que ganhavam e nunca haviam sequer viajado, enquanto ela já encara de forma diferente.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como considerações finais deste trabalho, é possível analisar alguns pontos a partir da pesquisa realizada. De modo geral, observa-se como o gênero feminino e a velhice são construídos socialmente e como esses processos afetam a relação da mulher com a moda. Isso faz com que o setor de moda precise inovar nos produtos oferecidos a esse público específico, e é a inovação constante o principal objetivo das Indústrias Criativas, nas quais a moda se encontra.

Sobre metodologia, o principal método de estudo do trabalho foi o etnográfico, que vem da Antropologia. Essa prática ajudou a inserir a pesquisadora dentro do grupo pesquisado, possibilitando, assim, além das observações que puderam ser realizadas nos momentos de encontro, uma narrativa biográfica acerca da vida das pesquisadas, fazendo também com que se sentissem mais à vontade para falar de assuntos pessoais, como suas famílias e seu corpo, possibilitando uma relação mais íntima da pesquisadora com as pesquisadas, o que causou uma sensação de proximidade e possibilitou uma pesquisa mais detalhada.

Também foi possível observar que a construção do gênero feminino ajudou a ditar o que era um corpo “correto” ou “normal” para uma mulher, e esse corpo é sempre o jovem, sem sinais de envelhecimento. Esse tipo de preconceito com o velho também atinge as nomenclaturas que normalmente são usadas para se dirigir a pessoas que tenham idade avançada. Chamar alguém de velho, atualmente, é depreciativo e, por isso, foram inseridos termos como *idoso* e *terceira idade*. A velhice também vem junto a outros estereótipos negativos, principalmente ligados ao declínio de vitalidade, e a aposentadoria tem um papel importante que ajuda a reforçar esse estereótipo. A mulher também sofre a partir de outro quesito: o de perder o seu papel reprodutivo e de mãe de família, pois na velhice ela não é mais necessária para ter e criar os filhos. Mas, por outro lado, não sofre tão fortemente com a saída do mercado de trabalho como o homem. Esses são alguns dos fatores que ajudam a determinar as diferentes experiências de velhice vividas por homens e mulheres. A velhice também se tornou bastante feminina, principalmente porque são as mulheres que possuem maior expectativa de vida.

A área da moda e onde ela se encontra dentro da Indústria Criativa também foi um dos pontos de análise, trazendo conceitos dos sociólogos Georg Simmel e Michel Maffesoli, que apresentam reflexões ainda muito atuais, trabalhando a ideia da moda como imitação e desejo de reconhecimento pelo outro e também a moda como máscara, que serve para mostrar a

obediência às normas gerais, bem como conservar a sensibilidade e os gostos pessoais. A partir da obra desses autores, observa-se a questão da efemeridade da moda, que, acompanhando o ritmo acelerado do mundo atual, torna-se cada vez mais rápida e, conseqüentemente, barata. E não só isso, mas também a dualidade que a moda apresenta, quando faz com que os indivíduos queiram se enquadrar em algum grupo, mas, ao mesmo tempo, permanecer com elementos individuais, pessoais. Essas questões levam a pensar sobre como essas mulheres lidam com essa dualidade. Elas preferem manter seus gostos pessoais ou ainda tentam se enquadrar dentro de um padrão predeterminado por grupos específicos da sociedade em que elas se encontram? Ficou nítido, ao longo das falas das pesquisadas, o quanto fugir do padrão, mesmo que seja mantendo seu estilo de quando era jovem, é visto como inadequado aos olhos delas. A mulher, segundo elas, deve seguir o que é entendido como correto pela sociedade em que vive.

É essa sociedade também que procura sempre novidades, o que acaba afetando as indústrias, que passaram a necessitar muito mais da criatividade, pois ela ajuda a gerar inovação. Essas são as chamadas Indústrias Criativas, que englobam as indústrias que necessitam de inovação constante e, por isso, estão dentro setores como moda, design, arquitetura e publicidade.

Mostrou-se que os estereótipos de compra na idade mais avançada muitas vezes não são verdadeiros e que, atualmente, as pessoas mais velhas enxergam os momentos de consumo como lazer, além de não possuírem preconceito com novas marcas. Elas também são responsáveis por influenciar as compras da família toda e têm maior liberdade para fazer o que desejam com seu dinheiro, colocando suas vontades como prioridade.

Apresentaram-se os resultados obtidos por meio da pesquisa de caráter etnográfico, em que foram criadas categorias para o melhor entendimento. Com base nisso, foi possível entender de onde essas mulheres vieram, quem eram seus pais e sua família, possibilitando uma comparação de gerações, como a inserção da mulher no campo do trabalho, e também o nível de estudo mais elevado que se podia obter, diferente do que suas mães haviam vivido. Também foi possível entender como foi a vida dessas mulheres até então, citando pontos importantes para a pesquisa, como o casamento e suas trajetórias profissionais e acadêmicas. Fica claro que casamento, filhos e família ainda eram prioridade, apesar de manterem seus empregos paralelamente. Também foi revelado que a maior mudança corporal que elas sentem é relacionada ao aumento de peso, apesar disso, não realizaram nenhuma mudança drástica na maneira com que cuidam de seu corpo, mostrando que, mesmo com seu corpo diferente do que era antigamente, hoje, essas mulheres não sentem mais a necessidade de estar

com ele da melhor maneira possível, muito possivelmente pela sensação de liberdade adquirida com a idade. Ficou claro também que a velhice não as impede de manterem uma vida bastante ocupada, recheada de atividades e compromissos, e que elas percebem uma diferença entre envelhecer sendo mulher e envelhecer sendo homem, pois, segundo elas, a mulher envelhece melhor em diversos aspectos. Outros pontos importantes a serem citados é o preconceito que aparece velado com o termo *velho*, e as mulheres, que segundo as pesquisadas, não se adaptam corretamente à maneira de se vestir de uma mulher velha, mesmo elas tendo afirmado que não mudaram muito em relação ao que usam. E, mesmo nessa idade, ainda é vigente a economia de gastos, pois elas pretendem guardar para quando tiverem algum problema de saúde ou precisarem de alguma ajuda relacionada à velhice.

A abordagem etnográfica utilizada nesta pesquisa possibilitou uma maior aproximação com esse grupo de mulheres. Alguns questionamentos anteriores acerca dos significados que as mulheres atribuem ao corpo, à moda e ao envelhecimento puderam ser problematizados, sistematizados, organizados para uma análise e interpretação, que, de antemão, amplia o conhecimento teórico acerca desses temas específicos, mas que também abre espaço para a possível criação de produtos inovadores para o mercado de moda.

Apesar de ter-se optado pela escrita de uma dissertação em vez da confecção de algum produto técnico vinculado ao design de moda, a pesquisa oferece ao designer de moda alguns elementos para ir ao encontro desse público-alvo: mulheres acima de 60 anos. Um exemplo é a grande preferência por disfarçar a parte da barriga, problema que pode ser resolvido por meio de modelagens ou tecidos específicos. Também a questão de conforto e bem-estar que elas trouxeram se mostra importante nessa fase da vida. Ou ainda roupas que ajudem a marcar a cintura, que elas tanto comentam que perderam ao longo dos anos, sentindo falta dessa parte de seus corpos. Para resolver esses problemas é que entram a ergonomia e a antropometria, ambas áreas que visam a melhorar os aspectos de usabilidade de uma peça.

Então, pode-se dizer que este trabalho instiga a pensar sobre como seria um produto de moda específico para o público que aqui se trabalhou. Percebe-se que esse público existe, e não só isso, mas como ele cresce cada vez mais, vide os dados oficiais que demonstram o crescimento da população envelhecida e o número de mulheres que prevalece em relação aos homens. Com esse aumento, é possível que os velhos de hoje e de amanhã venham a permanecer mais tempo economicamente ativos. Porém, fica claro que as mulheres não estão sujeitas a consumir qualquer produto. O que significa, então, inovar no setor da moda e da Indústria Criativa para alcançar essa faixa da população? Os profissionais de moda estão preparados para olhar para esse público que é tão diverso e específico? Ainda seria de grande

valia uma avaliação econômica, para entender qual é o tamanho desse mercado, visando, assim, a uma possível estimativa real de lucro.

Todo esse conteúdo vai ao encontro dos objetivos do curso, que são a investigação e a análise de processos subjacentes, concepção, organização e operação da Indústria Criativa, a formação de profissionais que tenham perfil para a criação e a inovação, a percepção e a avaliação dos impactos da Indústria Criativa na sociedade e, por fim, a capacitação para as atividades técnico-científicas e de inovação nesse campo.

O presente trabalho encaixa-se nesses objetivos e tem sua relevância comprovada pelos dados que demonstram que o consumo da terceira idade atualmente não acontece da forma como acontecia antigamente, e as Indústrias Criativas, que precisam sempre de produtos inovadores, devem perceber esse público melhor, para então criar produtos adequados a ele, principalmente no setor de moda, que, como citado, é uma das categorias que mais apresenta carência de produtos para pessoas em uma faixa etária avançada. Então, este trabalho ajuda a desmistificar quem são essas pessoas, o que elas querem, do que elas gostam, para melhor entendê-las e para possibilitar uma melhora nos produtos voltados a elas.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. 1. ed. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BEAUVOIR, Simone de. *O Segundo Sexo*, v.I, II. Tradução Sérgio Milliet. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.
- BLAIKIE, Andrew. *Ageing and popular culture*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.
- BRAGA, João. *Reflexões sobre Moda*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.
- BUENO, C. M. L. B.; LIMA L. C. V. Envelhecimento e gênero: a vulnerabilidade de idosas no Brasil. *Revista Saúde e Pesquisa*. Maringá, PR, v. 2, n. 2, p. 273-280, mai./ago. 2009.
- BUTLER, J. *Bodies that matter. On the discursive limites of 'sex'*. Nova York/Londres: Routledge, 1993.
- _____. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- _____. *Problema de los géneros, teoría feminista y discurso psicoanalítico*. In: NICHOLSON, J. Linda (Org.). *Feminismo/posmodernismo*. Buenos Aires: Feminaria Editora, 1992. p. 75-95.
- BOGDAN, Robert; BIKLEN, Sari. *Investigação Qualitativa em Educação: uma introdução à teoria e aos métodos*, Porto, Portugal: Porto Editora, 1994. 335 p.
- CAMARANO, A. A. Envelhecimento da população brasileira: Uma contribuição demográfica. In: FREITAS E. V. et al. *Tratado de Geriatria e Gerontologia*. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2006.
- CARVALHO, J. A. M.; WONG, L. R. A transição da estrutura etária da população brasileira na primeira metade do século XXI. *Cadernos Saúde Pública*. Rio de Janeiro, v. 3, n.24, p. 597-605, mar. 2008
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
- CERVO, Amado Luiz & BERVIAN, Pedro Alcino *Metodologia Científica*. 3.ed. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.
- CHAIMOWICZ, F. A saúde dos idosos brasileiros as vésperas do século XXI: problemas, projeções e alternativas. *Revista Saúde Pública*, v.31, n. 2, p. 184-200, 1997.
- CYBIS, Walter. *Ergonomia e usabilidade: conhecimentos, métodos e aplicações*. 2. ed. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

DA MATTA, Roberto. O ofício de etnólogo ou como ter anthropological blues. Boletim do Museu Nacional. *Antropologia*, Rio de Janeiro, n.27, maio 1978.

DEBERT, Guita. *Antropologia e velhice*. Campinas: IFCH / Unicamp, 1994.

_____. A invenção da terceira idade e a rearticulação de formas de consumo e demandas políticas. Trabalho apresentado na *Anpocs*, 1996. Disponível em: <http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_34/rbcs34_03>. Acessado em: 22 jun. 2015.

_____. *A Reinvenção da Velhice: Socialização e Processos de Reprivatização do Envelhecimento*. 1. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo/Fapesp, 2004.

DEHEINZELIN, Lala. Economia criativa e métodos para dar uma mão ao futuro. *REDIGE*, Revista de Design, Inovação e Gestão Estratégica, SENAI/CETIQT, v. 2, n. 2, p. 343-360, agosto de 2011.

DENIS, Rafael Cardoso. *Uma história à introdução do design*. São Paulo: Edgard Blucher, 2000.

ECKERT, Cornélia; ROCHA, Ana Luiza Carvalho da. Etnografia: saberes e práticas. *Iluminuras*, Porto Alegre, v.9, n.21, 2008.

ECO, Humberto. *História da beleza*. Tradução Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2013.

_____. *História da feiura*. Tradução Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2007.

ELIAS, Norbert. *A Solidão dos Moribundos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

FEATHERSTONE, Mike. O curso da vida: corpo, cultura e imagens do processo. In: DEBERT, G.G. (Org.) *Antropologia e Velhice*, Campinas, IFCH/Unicamp, pp. 45-64, 1994.

FELIPE, Thayza W.S.S. & SOUSA, Sandra M. N. A construção da categoria velhice e seus significados. *PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP*. Macapá, v.7, n.2, p.19-33, jul./dez. 2014.

FEMENIAS, Maria Luisa. *Pós-feminismo através de Judith Butler*. *Estudos Feministas*, Florianópolis, v.14, n.2, p.549-571, mai/ago 2006.

FIRJAN. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/pagina-inicial.html>>. Acessado em: 28 jul. 2015.

FLORIDA, Richard. *A ascensão da classe criativa*. Porto Alegre: LP&M, 2011.

FOOTE-WHYTE, William. “On the evolution of the street corner society”, Street Corner Society, Appendix, The University of Chicago Press, Chicago, 1943, pgs. 298-309.

FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

_____. *História da sexualidade I: a vontade de saber*. 7.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

FORTES, M., Age, Generation, and Social Structure. In: KERTZER, D. & KEITH, J. (Org.) *Age and Anthropological Theory*. Cornell University Press: Ithaca, 1984.

GARRIDO, R.; MENEZES, P. R. O Brasil está envelhecendo: boas e más notícias por uma perspectiva epidemiológica. *Revista Brasileira de Psiquiatria*, n. 24, p. 3-6, 2002.

GEERTZ, Clifford. *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

GIDDENS, ANTHONY. *Sociologia*. 4. ed. Porto Alegre: Editora Artmed, 2005.

GOLDENBERG, Mirian. *Coroas: corpo, envelhecimento, casamento e infidelidade*. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.

_____. *Coroas: corpo, envelhecimento, casamento e infidelidade*. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.

_____. *Homem não chora. Mulher não ri*. 80 ideias para entender melhor sexo, amor e felicidade. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2013.

GOMES MENEZES, Kelly; FROTA, Maria Helena. Corpos velhos e a beleza do crepúsculo: um estudo sobre os (re) significados da corporeidade na velhice. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad – RELACES*, Córdoba, n. 9, p. 7-16, ago/nov. 2012.

HAREVEN, Tamara. Changing images of aging and the social construction of the life course. In: FEATHERSTONE, Mike; WERNICK, Andrew. (Org.). *Images of aging: cultural representations of later life*. London: Routledge, 1995.

HOWKINS, J. *The Creative Economy*. London: Penguin, 2001.

KATZ, Steven. *Disciplining old age: the formation of gerontological knowledge*. Charlottesville: University Press of Virginia, 1996.

KRAINOVICH-MILLER B. Revisão de literatura. In: Lobiondo-Wood G, Haber J. *Pesquisa em enfermagem: métodos, avaliação crítica e utilização*. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2001.

LANDRY, Charles. *Origens e futuros da cidade criativa*. São Paulo: Sesi – SP Editora, 2013.

_____. *The Creative City*. London: Demos, 1995.

LASCH, C. *A cultura do narcisismo: a vida americana numa era de esperanças em declínio*. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

LASLETT, Peter. *A fresh map of life: the emergence of the third age*. Cambridge: Harvard University Press, 1991.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. *A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Tradução Heloisa Monteiro e Francisco Settineri. Porto Alegre: Artes Médicas Sul; Belo Horizonte: UFMG, 1999.

LE BRETON, David. *Entrevista de David Le Breton a Bárbara Duarte*. *RBSE* 10 (28): 176-184, abril de 2011.

LUDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E.D.A. *Pesquisa em Educação: abordagens qualitativas*, São Paulo, SP: EPU, 1986. 99p.

MAFFESOLI, Michel. *No fundo das aparências*. Petrópolis: Vozes, 1996.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. São Paulo, v.17, n.49, p. 10-29, jun.2012

_____. José Guilherme Cantor. Etnografia como prática e experiência. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 15, n. 32, p.129-156, jul/dez. 2009.

MALUF, Sônia Weidner. Antropologia, narrativas e a busca de sentido. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 5, n. 12, p. 69-82, dez. 1999.

MATHIEU, Nicole Claude. Sexo e Gênero. In: HIRATA, Helena et al. *Dicionário Crítico do Feminismo*. São Paulo: UNESP, 2009.

MONTEIRO, Pedro Paulo. *A beleza do corpo na dinâmica do envelhecer*. Belo Horizonte: Gutenberg, 2008.

MORACE, Francesco. *Consumo Autoral*. SP: Estação das Letras e Cores, 2009.

MORI, M. E.; COELHO, V. L. D. Mulheres de corpo e alma: Aspectos Biopsicossociais da Meia-Idade Feminina. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, Brasília, v.2, n. 17, p. 177-187, 2004.

MOTTA, Alda Britto da. Sociabilidades possíveis: idosos e tempo geracional. In: C.E. PEIXOTO, C.E. (Org.) *Família e Envelhecimento*, Rio de Janeiro: FGV Editora, 2004.

_____. Mulheres Velhas – Elas começam a aparecer... In: PINSKY, Carla Bassanezi & PEDRO, Joana Maria. (Orgs.). *Nova História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2012. p.84-104.

MÜLLER, Andréas. *Infiéis são as marcas*. Revista Amanhã, Porto Alegre, 2 jun. 2005. Disponível em <<http://amanha.terra.com.br/edicoes/204/exclusivo.asp>>. Acesso em: 29 junho de 2016.

NUNES, Margarete Fagundes. Diálogos nas Fronteiras Disciplinares: as aventuras do trabalho antropológico. *Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas*. v.11, n.99, Florianópolis, p.186-206, jul./dez. 2010.

PASCHOARELLI; MENEZES. *Design e ergonomia: aspectos tecnológicos*. São Paulo: UNESP, 2009.

PAZ, A. A.; SANTOS, B. R. L.; EIDT, O. R. Vulnerabilidade e envelhecimento no contexto da saúde. *Acta Paulista de Enfermagem*, v.3, n. 19, p. 338-342, 2006.

PEIXOTO, Clarice. Entre o estigma e a compaixão e os termos classificatórios: velho, velhote, idoso e terceira idade. In: BARROS, Myryam Lins de. (Org.) *Velhice ou Terceira Idade?* Estudos antropológicos sobre identidade, memória e política. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

PLANO DA SECRETARIA DE ECONOMIA CRIATIVA. Políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014 Brasília, Ministério da Cultura, 2012.

Prochnow AG, Leite JL, Erdmann AL. Teoria interpretativa de Geertz e a gerência do cuidado visualizando a prática social do enfermeiro. *Revista Latino-americana de Enfermagem*, 2005 julho-agosto; 13(4):583-90.

PRODANOV; Cleber Cristiano; Freitas, Ernani. *Metodologia do Trabalho Científico*. Novo Hamburgo, Editora Feevale, 2009.

QUEIROZ, Danielle Teixeira et all. Observação participante na pesquisa qualitativa: conceitos e aplicações na área da saúde. *Revista de Enfermagem*, UERJ, Rio de Janeiro, ano 15, n. 2, p. 276-283, 2007.

REIS, Ana Carla. Cidades criativas, turismo e regeneração urbana. Disponível em: <<http://www.redbcm.com.br/arquivos/cidadescriativas/ana-carla-fonseca-cidades-criativas.pdf>>. Acessado em: 30 jul. 2015.

_____. Envelhecer em paz. In: NEGREIROS, Teresa Creusa de Goes Monteiro. (Org.). *A Nova Velhice - Uma visão multidisciplinar*. Rio de Janeiro: Revinter, 2006.

ROCHA, Ana Luiza Carvalho da. *Etnografia da duração: antropologia das memórias coletivas em coleções etnográficas* / Ana Luiza Carvalho da Rocha e Cornelia Eckert. Porto Alegre: Marcavisual, 2013.

ROHDEN, Fabíola. *Uma Ciência da Diferença: Sexo e Gênero na Medicina da Mulher*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2009.

SALGADO, M. A. Aposentadoria e ética social. *Série Terceira Idade*. SESC: São Paulo, 1997.

SCHWARTZ MS, Schwartz CG. Problems in participant observation. *American Journal of Sociology*. 1955, 60:343-54.

SCOTT, Joan. Gênero: uma Categoria Útil. *Educação & Realidade*. 1995, vol. 20. p. 71-99.

_____. Os usos e abusos do gênero. *Projeto História*, São Paulo, n. 45, p. 327-351, dez. 2012.

SILVA, Hélio R.S. A situação etnográfica: andar e ver. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, v.15, n.32, jul./dez 2009.

SIMMEL, Georg. *Filosofia da Moda e outros escritos*. Lisboa: Texto & Grafia, 2008.

SOUZA, Gilda de Mello e. *O espírito das roupas: A moda no século dezenove*. São Paulo: Companhia da Letras, 2001.

SWAIN, Tânia Navarro. Quem Tem Medo de Foucault? Feminismo, Corpo e Sexualidade. In: PORTOCARRERO, Vera & CASTELO BRANCO, Guilherme. (Org.). *Retratos de Foucault*. Rio de Janeiro: Nau Editora, 2000.

THIOLLENT, Michel, *Crítica metodológica, investigação social e enquete operaria*. 3.ed. São Paulo, SP: Atlas, 2006. 175 p.

VALIATI, Leandro; WINK JUNIOR, Marcos. *Indústria criativa no Rio Grande do Sul: síntese teórica e evidências empíricas* Porto Alegre: Editora FEE, 2013.

VELHO, Gilberto. *O Desafio da cidade: novas perspectivas da antropologia brasileira*. Rio de Janeiro: Campus, 1980.