

## AS SIGNIFICAÇÕES SOCIOCULTURAIS DO IDOSO

Sabrina Alves da Silva<sup>1</sup>; Juliana da Silva Rodrigues<sup>2</sup>; Edilene Lagedo Teixeira<sup>3</sup> & Consuelo Salvaterra Magalhães<sup>4</sup>

1 e 2. Acadêmicas do Curso de Graduação em Economia Doméstica/UFRRJ; 3. Prof<sup>a</sup> Colaboradora Adjunta Aposentada DEDH/UFRRJ & 4. Prof<sup>a</sup> Orientadora Adjunta DEDH/UFRRJ.

Palavras-chave: Terceira Idade; sustentabilidade.

### Introdução

Neste trabalho são apresentados resultados parciais de uma pesquisa intitulada *Moda na Terceira Idade – uma visão sustentável*, desenvolvida junto ao DEDH – Departamento de Economia Doméstica e Hotelaria – da UFRRJ na comunidade Melhor Idade do Município de Seropédica/RJ. Na etapa aqui apresentada, o objetivo é identificar a construção do conceito de Sustentabilidade entre os sujeitos investigados entendendo que tal concepção seja relevante para a compreensão de como se dão as relações sociais, econômicas e culturais, desse grupo em contextos atinentes ao vestuário. Dito de outro modo, a(s) concepção(ões) de Sustentabilidade – tema em destaque em vários contextos do cotidiano e de alcance global – escapa os limites das vivências empíricas dos sujeitos investigados, mas, no caso relevante para a pesquisa que focaliza a moda, de algum modo participa do comportamento desse consumidor, da produção de artigos de vestuário voltados para esse público.

A pesquisa se justifica por enfrentar, a partir do aspecto do vestuário, a natureza heterogênea das significações socioculturais da Terceira Idade. Pesquisas revelam que o segmento da chamada Terceira Idade vem crescendo consideravelmente. Segundo Leão (2005), o século XXI trouxe uma novidade para o Brasil: a pirâmide demográfica brasileira está se europeizando e se a taxa de crescimento da população de idosos se mantiver, em 2050 a pirâmide não será diferente das dos países desenvolvidos e industrializados. Hoje os idosos representam menos de 10% da população e, por um lado, já são vistos como uma preocupação cada vez maior pela sobrecarga que trazem ao sistema de saúde e previdência públicas. Por outro lado, para a indústria da moda, esse segmento vem representando um grande nicho de mercado sem muita concorrência. Por isso, a Terceira Idade vem sendo considerada uma demanda de mercado latente. Como não há quantidade expressiva de marcas de roupas específicas para o idoso, é comum que pessoas dessa faixa etária procurem por itens que ou se mostram inadequados para o uso, ou são escassos, ou simplesmente inexistem. Mesmo assim a moda está cada vez mais presente na vida do idoso, que passa a fazer parte de grupos sociais e de atividades de lazer, como cinema, *shoppings*, dança, entre outras.

Segundo Almeida (2012), de acordo com pesquisa de satisfação, hoje a mulher idosa afirma que não consegue encontrar facilmente roupas adequadas ao seu estilo e as suas necessidades. Isso a levaria a recorrer a modelagens e cores direcionadas a outros segmentos. Esse comportamento gera, em sua maioria, o rápido descarte de peças de vestuário provocando desperdício comprometedor para o meio ambiente.

### Metodologia

A pesquisa é de natureza exploratória e está sendo desenvolvida com o grupo da Melhor Idade do Município de Seropédica, já conhecido como Município Sustentável. O grupo é constituído por 60 idosos entre 59 e 80 anos de idade. O grupo pesquisado é majoritariamente feminino, do qual 15 idosos são alunos da URATI – Universidade Rural Aberta à Terceira Idade - da UFRRJ. A pesquisa não revelou se os participantes pertencem à URATI. Quanto ao sexo, 9 são mulheres, das quais 4 são donas de casa,

uma costureira e uma enfermeira. Percebe-se que são profissões socialmente construídas como femininas. No entanto, não se discutirá gênero nesta primeira etapa do estudo.

Para a primeira etapa da pesquisa foram distribuídos 35 questionários para preenchimento em casa, tendo apenas 12 sido devolvidos devidamente preenchidos.

### **Resultados Preliminares**

Com relação ao conceito de Sustentabilidade, apenas 3 disseram não ter ouvido falar a respeito. Dos 9 que já o tinham ouvido, apenas 3 formularam um conceito, os quais se transcrevem e as informações entre parênteses são apenas dados adicionais para este primeiro momento:

*Sustentabilidade é viver hoje, utilizando de maneira equilibrada os recursos disponíveis na natureza como, também nas outras áreas de relacionamento social do homem, visando deixar um grande legado para as gerações futuras (67 anos, 2º grau completo, sexo F, renda mensal maior que 3 salários mínimos).*

Observa-se ser este um conceito construído e encontrado nas literaturas pertinentes, donde pode-se concluir, ser a respondente uma pessoa que demonstra interesse pelo tema.

*Sustentabilidade é você ter consciência dos seus atos e escolhas para manter a qualidade de vida (66 anos, 1º grau incompleto, sexo F, renda mensal de até 1 salário mínimo).*

*[Sustentabilidade é] proteger o meio ambiente (68 anos, 1º grau incompleto, sexo F, sem informação sobre a renda mensal).*

As outras respondentes demonstraram um saber mais pragmático e generalista, respectivamente, no entanto, as 3 de uma ou de outra forma têm a mesma concepção sobre Sustentabilidade.

### **Conclusão**

A limitação quantitativa não interfere no tratamento qualitativo previsto para esta etapa do trabalho. Os resultados preliminares apontam que o tema Sustentabilidade não passa despercebido pelo grupo investigado e que a concepção de Sustentabilidade por esse mesmo grupo, a despeito de seu refinamento ou abrangência, implica relação com o meio ambiente. Isso orienta o redirecionamento das próximas etapas da pesquisa, que focarão de que modo o relacionamento com o meio ambiente é entendido naquilo que concerne a produção e o consumo de vestuário.

### **Referências Bibliográficas**

- ALMEIDA, Patrícia Ferreira de Moraes. *O comportamento do consumidor de moda da terceira idade em Fortaleza – CE*. UFC/ICA/Curso de Design de Moda. 2012. 8p. Disponível <http://www.trabalhosfeitos.com/ensaios/0-comportamento-do-consumidor-de-moda/31361542.html>. julho de 2013.
- BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. Lisboa:Edição Loyola, 2000. 254p.
- BERLIM, Lílian. *Moda e Sustentabilidade – uma reflexão necessária*. São Paulo:Letras e Cores. 2012.
- LEÃO, Evlyn Márcia. *Aspectos culturais da terceira idade*. Disponível [http://www.techway.com.br/techway/revista\\_idoso/cultura/cultura\\_evlyn2.html](http://www.techway.com.br/techway/revista_idoso/cultura/cultura_evlyn2.html). 22 de janeiro de 2005.