

A mulher *ageless* e a moda: Relação distópica ou eutópica

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.139.11>

Mariana Dias de Almeida¹,

Marizilda dos Santos Menezes², Ana Cristina Broega³

¹ *Instituto Federal do Sul de Minas, mariana.almeida@ifsuldeminas.edu.br*

² *Universidade Estadual Paulista, marizilda.menezes@unesp.br*

³ *Universidade do Minho, cbroega@det.uminho.pt*

Resumo

A moda favorece os mais diferentes públicos, para a mulher abarca um fator que remete a representatividade, quando se envelhece o conceito parece alterar, para aquelas que não se notam com a idade que a cronologia dita a distopia da moda pode ser determinante, a eutopia das mulheres “sem idade” que poderá aprimorar como a moda as visualiza. Com o objetivo de apresentar como a mulher vislumbra a moda sob a ótica do estilo e da modelagem, como e o que o mercado oferece atenderá aos seus anseios. Para este artigo entrevistou-se mulheres de 65 a 75 anos e profissionais psicólogos, chegando-se à conclusão que existem alguns pontos em que as peças de vestuário necessitam de maior aprimoramento, para suprir de forma satisfatória as necessidades de moda deste público-alvo.

Palavras-chave

mulheres ageless; moda; envelhecimento

1. Introdução

A moda e a mulher possuem uma relação intrínseca, sendo notório que as abordagens de moda para o público feminino têm maior expressividade e notoriedade. Normalmente as campanhas publicitárias, as revistas da especialidade e até os filmes e vídeos enfatizam esta associação Moda-Mulher. Os elementos que a moda abarca como vestuário, acessórios e calçados remetem à identidade, personalidade, aspectos psicológicos e estéticos. Porém quando se atenta ao perfil da mulher que é correlacionada à imagem de moda, normalmente trata-se de uma mulher jovem. Há no entanto uma tentativa de inserção de mulheres adultas acima de 60 anos na atmosfera da comunicação de moda, mas isso ainda não é expressivo em comparação com as mídias que denotam as mulheres mais joviais. A "mulher *ageless*" ("sem idade"), quer se fazer notar, não quer ser demarcada pelo tempo cronológico, e que procura manter a sua juvenilidade, possibilita que possa construir um elo saudável com a moda. Qual o papel da moda para essas mulheres? Elas ainda possuem vaidade, mesmo que a sociedade pareça não o reconhecer, portanto, como o mercado as vislumbra ou como as caracteriza? Este é o fator a ser discutido neste artigo, que apresenta os aspectos do envelhecimento fisiológico para a mulher e a posição da moda em virtude da mulher *ageless*, como resultado tem-se a apresentação de pontos relevantes como a moda excludente, a distopia que a moda pode empregar na vaidade e na forma como se vê.

2. O envelhecimento para a mulher

Isadore Rosenfeld em a sua obra "Viva agora, envelheça depois: Maneiras comprovadas de desacelerar o tempo" (2002), apresenta como a obrigação do indivíduo paralisar o tempo, ou como várias publicações em revistas de ampla veiculação, informam todos os parâmetros para que se consiga manter jovem, ou procurar rejuvenescer à medida que os anos passam. Atingindo de modo muitas vezes negativo, como se o envelhecimento fosse algo desagradável e nocivo, pode-se observar como esse movimento influencia as mulheres, podendo ser notado o quanto a pressão é mais pesada para estas, como discute Debert (2011, p. 69):

Essa indústria¹ e o seu uso impõem uma tripla jornada de trabalho à mulher, que obsessivamente investe em padrões de beleza para manter a juventude e a formosura que supostamente poderão preservar tanto o trabalho como o lar. O culto à beleza manipula imagens que minam a resistência psicológica e material das mulheres.

A forma como a sociedade enxerga a mulher idosa pode ter caráter dúbio e inconsistente, pois, a dimensão de compreensão da representatividade se tornou ampla, em que o indivíduo apresenta mais de uma visão de identidade, a imagem de senhoras aposentadas tricotando já não é uma constante, assim, as necessidades e valores são

1 Indústria da beleza.

outros, ou pelo menos passou-se a observar que os desejos existem, a sua presença é denota e já vai existindo uma preocupação de atender estes desejos.

Nos mais variados campos o envelhecer é tratado de modo negativo, pois, anexa-se os indivíduos o não existir mais, o frívolo; que segundo Motta (2002) a velhice está ligada a uma dimensão terminal e improdutivo, pois, se não contribuem para a sociedade com trabalho ou bens materiais, não pertencem à ela, parafraseando Birman “lugar impossível que a modernidade ocidental construiu para a velhice, (...) [onde] a individualidade deixa de existir” (apud Motta, p. 38, 2002).

A determinação temporal de uma pessoa é percebida com maior notoriedade por seu físico e aparência facial, que segundo Fleeming (apud Aboim, 2014) é um dos embates para as mulheres, pois, algumas não reconhecem suas projeções frente a um espelho, tornando um confronto, enquanto para os homens o maior confronto é com a falta de vigor físico. Quando não percebidos pelo indivíduo o outro (sociedade) denota atenção e questiona as possibilidades da idosa possuir tal idade ou ser capaz de realizar alguma atividade.

Esses pontos: o visual e o pertencer, delimitam o modo como a sociedade vem representando o perfil da idosa, o indivíduo é um valor social, assim, a percepção de ser único fornece alguns fatores como “a construção da ideia de trajetória de vida, de ciclo de vida, de projeto de vida e de percepção de uma memória individual” (Barros, p. 48, 2004). Com este conceito em mente, duas vertentes podem ser elucidadas, como aponta Lopes et. al. (2012), em que se nota que há uma privatização da velhice, em que a construção da aparência é determinada por aquelas idosas que procuram um modo de vida mais jovial, aquela que não escolhe este meio é culpabilizada por sua escolha e suas consequências.

Barros (2004) afirma que a jovialidade sob esse prisma deixa de ser a representação de uma faixa etária e passa a ser um estilo de vida. Refletindo melhor a respeito dessa abordagem cabe apresentar um conceito de *mindstyle* (Morace, 2013) que apresenta sob o ponto de vista sociológico a ideia de estilo de pensamento, que é muito mais do que estilo de vida. Isso seria uma forma de demonstrar “a imaterialidade e a fluidez do pensamento e da cultura no que diz respeito a uma vida material organizada de acordo com categorias estéticas e estilísticas” (Morace, p. 105, 2013).

O envelhecimento é mais enfático e rígido com as mulheres, e quando se fala de envelhecimento ativo, é facto que a mulher vive mais, porém pode não ser correto afirmar que ela vive de maneira melhor. O médico gerontólogo Alexandre Kalache em participação no programa Roda Vida do canal de televisão TV Cultura (no dia 14 de janeiro de 2019), aponta alguns fatores que confirmam o fato do envelhecimento para o gênero feminino não possuir qualidade de vida, isso se deve a uma série de patologias que as afetam como: osteoporose, doenças crônicas e perda de força muscular mais acentuada.

Kalache argumenta ainda que quando se trata de mulheres afrodescendentes temos uma outra implicação de ordem social que é o racismo que somado ao edadismo

(preconceito com a pessoa idosa) que pode afetar na desigualdade na qualidade de vida de tal idosa. A respeito da desigualdade cabe ressaltar que há uma diferença entre as expectativas dos indivíduos pobres e os ricos, porém, o médico afirma ainda que ter uma expectativa maior não é significado de uma melhor qualidade de vida, em decorrência das sintomáticas da contemporaneidade como: o medo exacerbado que faz com que as pessoas se fechem em seus mundos individuais, o uso de psicotrópicos, patologias psicológicas, entre outros fatores pertinentes a sociabilidade e intelectualidade.

Um fator destacado por Kalache (2021) é que perspectiva de vida está relacionado com percurso de vida, portanto, fatores como abuso, maus tratos e discriminação, contribuem fortemente para com a autoestima e a saúde dos idosos.

Pode-se inferir que fatores externos influenciam no senso de envelhecimento para a mulher que há a fatores biológicos que conduz o entendimento de ser idosa. E que também há de se considerar todos os aspectos característicos da nova idosa, como suas expectativas de qualidade de vida, suas aspirações e desejos que vão além do sentido de envelhecer (Kalache, 2021).

3. A moda caracterizando a antiga e nova idosa

A moda tem lidado com várias transformações como: sustentabilidade, gênero e ética. Outra transformação que a envolve é a do aspecto social. No que toca à mulher idosa, como era e como está agora denota, não são significativas as alterações que vem apresentando (de forma a não generalizar). Mas a imagem da senhora do século XX utilizando roupas simples e modestas, contesta com imagem da senhora atual que procura apresentar um retrato hipermoderno, porém essas duas visões coexistem na atualidade suscitando a possibilidade de uma fuga do artificial e dos frívolos aspectos da moda para esta classe etária.

Por exemplo recorrendo ao cinema pode-se observar como são projetados estes novos perfis. Vendo-se ainda a dualidade da mulher idosa frágil, algumas vezes adoentada e suscetível as interferências modernas, a qual não consegue acompanhar por exemplo como apresentado na Figura 1 (Filme- Minhas tardes com Margheritte).



Figura 1
Filme – Minhas tardes
com Margheritte
(Fonte: Observatório de
cinema).

E há a apresentação da idosa, que não se inclui no estereótipo descrito anteriormente, que apesar de não acompanhar com agilidade as mudanças sociais, as ocasiões do cotidiano as fazem mudar, na figura 2 as protagonistas do seriado Grace e Frankie, ilustram como a nova idosa, procura renovar seus valores diante de mudanças em suas vidas normalizadas, cabe elucidar um ponto referente a atriz Jane Fonda, uma das protagonistas, que demonstra em entrevista para repórter Mariane Morisawa da revista Harper's Bazaar (2016) o quão surpresa está em manter um emprego estável de atriz com idade de 78 anos.



Figura 2
Série – Grace e Frankie
(Fonte: Veja 2017).

Assim, quando o envelhecimento angaria tom mais otimistas Lopes, afirma que: “O embate entre saúde e doença, decadência e sucesso, muitas vezes impede que a diversidade explore e alcance novos espaços, papéis e imagens múltiplas de envelhecer na sociedade” (Lopes et al., p. 51-52).

A moda é uma área que cria significados, elucida simulacros e denota possibilidades, promove a distância dos possíveis estereótipos negativos, novos valores são alçados, principalmente em decorrência dos valores joviais, que suplantam a superioridade social (Lipovetsky; Serroy, 2015). Os autores ainda apresentam um ponto de vista a respeito do hiperindividualismo (evidente no perfil moderno das idosas) e a moda, que não há originalidade nisso, trata-se mais de um conformismo; passamos a nos vestir todos com a mesma configuração, o ideal jovem se tornou dominante em substituição ao símbolo histórico de riqueza, como um fator diferenciador.

Sob o ponto de vista de algumas pessoas e de pensadores como Anne Hollander (apud Lipovetsky; Serroy, 2015), que ao observar os adultos vestidos com indumentária igual ao dos mais jovens, podem classificá-los como imaturos. Porém, ao mesmo tempo que a moda juvenil em adultos possa parecer uma infantilização de outra forma ela demonstra que brinca com a estética sem decretar importância, criando

uma relação com a moda de consciência de que há menos valor na individualização em sociedade (Lipovetsky; Serroy, 2015).

Há uma tendência da nova idosa articular outros valores e saberes à forma como se trabalha, comunica e distribuí (Morace, 2012), e na moda não será diferente, visto que o imperialismo da moda juvenil sobre o idoso é agora questionado, pois, o novo idoso é regido pelo tangível, o real, não se satisfazendo pelas imagens, possuem a compreensão sobre as emoções não deixando agir por impulso, possuem o gosto puro, que não possui interferências superficiais.

Lopes et al. (2012), afirma que a moda até ao momento vem lutando contra o envelhecimento, porém, com o número de idosos aumentando, cada vez mais será cobrado uma caracterização deste público em seus objetos, pois estarão presentes e liderando na vida social.

[...] a maneira pela qual os idosos modificam o próprio papel em relação às outras gerações e a maneira como redefinem a própria identidade pessoal e social, fazendo surgir novos valores e novos comportamentos. (Morace, p. 22, 2012)

Assim, o papel da moda para com as idosas, vai além de um simples público-alvo, de acordo com Lopes et al., (2012), será ele quem dinamizará o mercado e potencializando as tendências, o novo idoso, traz uma nova postura do envelhecer.

O termo cunhado por este trabalho denominando a "mulher *ageless*", ou seja, "sem idade" aponta para a decisão da mulher de não ter como fator cronológico para se definir, trabalhos como de Schemes, Duarte e Magalhães (2015) que evidenciam o respaldo que tiveram na afirmação de Motta (2012), que deve-se ressignificar o termo velho, a fim de criar um aspecto positivo no envelhecimento, para que a abordagem não fique respaldada aos estereótipos sociais, esses apontamentos fortalecem a denominação escolhida neste trabalho, ao escolher não relacionar a moda com um fator etário, pelo menos quando direcionado ao público adulto e para que o indivíduo reconheça a sua identidade no produto e saiba que características estruturais da peça pode auxiliar em fatores ergonômicos, funcionais e estéticos, sem precisar ser colocado em um nicho etário.

4. Vislumbre de um retrato das mulheres *ageless*

A mulher contemporânea apresenta algumas mudanças das mulheres do século XX, são características que podem apresentar aspectos de subjugação relativas aos padrões sociais, Bauman e May (2010) transcrevem que o indivíduo está sujeito as averiguações do olhar do outro, assim, à luz do que foi apresentado nos tópicos anteriores vislumbra-se a mulher reconhecendo mais o seu entorno e não se prendendo a padrões estipulados para o ser idoso, o cronológico passa a não ser uma característica que formula quem se é ou como se comportar.

Assim, o eutópico gera uma posição de não se definir pelos números, mas pelo que o próprio indivíduo vislumbra ser, ter e se apresentar a si e ao outro. Há um desenvolvimento e reconhecimento dessa identidade contemporânea dessa mulher que toma para si essas mudanças pois tratando de moda, que é uma forma de expressão, o modo de vestir remete aos anseios de mostrar qual a identidade que se deseja transmitir.

Foi sob esses aspectos que se definiu a pesquisa, que se fundamentou com entrevistas onde se procurou vinculação da relação desta mulheres com o vestuário e principalmente como as entrevistadas denotavam sobre as suas escolhas e opções e os reflexos sobre como observam seus estilos.

Este artigo apresenta um retrato sob dois pontos de vista: o dos profissionais de psicologia e das mulheres com idades entre 65 a 75 anos, residentes do Estado de São Paulo. A ferramenta utilizada para abordagem foram entrevistas presenciais (antes do período pandêmico do COVID 19), as entrevistas tiveram gravações apenas de voz, de forma a que as entrevistadas não se intimidassem com as câmaras de filmar. A pesquisa passou pelo Comitê de Ética pela Plataforma Brasil, que obteve seu parecer favorável registrado sob número 3.280.616, assim, houve o comprometimento de manter sigilo sobre a identidade dos entrevistados, garantindo que não haverá riscos sobre sua participação, para tanto foi elaborado o Termo de Consentimento Livre Esclarecido, que firmou estabelecer um contrato com os indivíduos entrevistados assegurando idoneidade frente ao compromisso proposto ao Comitê de Ética da Universidade UNESP – SP.

As entrevistas ocorreram no período de 21 de maio a 30 de agosto de 2019, no período diurno em ambientes à escolha do entrevistado, seleção dos indivíduos entrevistados se deu da seguinte forma:

- Psicólogos: Atuantes em atendimentos com idosas, mínimo dois anos de experiência como profissional da área.
- Mulheres idosas: residentes do estado de São Paulo, terem idade compreendida entre 65 a 75 anos, independentes e não Institucionalizadas (residentes em instituições de longa permanência); conteúdos que não foram levados em consideração: estado civil, faixa de renda e escolaridade.

As primeiras considerações a apresentar, são de dois psicólogos que atuam com idosos e esclarecem de forma unânime que "o envelhecer é um ponto de conflito, pois, o indivíduo pode acometer alguns comportamentos com dualidade", como o caso da autonomia versus o cuidado/zelo e a autoafirmação versus o vitimismo, para a mulher esses fatores contribuem para que a qualidade de vida seja saudável ou dotada de um aparato pobre.

Evidenciando mais sobre os aspectos da vaidade, um dos terapeutas entrevistados testemunhou que a aparência física envelhecida tem um peso maior para a mulher do que para o homem. O que tem muito a ver com o pudor do seu corpo que é mais decorrência dos parâmetros culturais e de criação parental. A idosa pode não se

conseguir enxergar com determinadas peças de vestuário principalmente em público, e isso faz com que a idosa aceite o estereótipo correlacionados idade sendo condescendente com o que é apropriado ou não segundo o seu repertório, ou seja, uma mulher passa a não usar determinadas peças de vestuário por não achar condizente com sua idade, como um *short*, saias curtas, *cropped* ou mesmo decotes.

Esse ponto de vista pode ser confirmado pelas entrevistas com as mulheres na faixa dos 65 a 75 anos, que em na sua maioria condenam os trajés 'inapropriados' usado por outras mulheres que têm idades semelhantes às suas. Regras criadas que possuem fundamento apenas por uma cultura mais conservadora e tradicional.

Um ponto que os profissionais foram divergentes foi quanto a afirmação a respeito da nomenclatura relacionada as fases do idoso, um dos profissionais defende que tal divisão é desnecessária, enquanto para a outra profissional as fases do idoso fazem sentido se observarmos que por comparação das faixas de idade, os discursos e atitudes podem ser diferentes.

Cabe neste momento ressaltar o "super idoso" que aqui utiliza-se o termo não como o empregado pela "lei 13.466/2017, que denomina o "super idoso", como o indivíduo acima de 80 anos, que em razão da idade, mais avançada em relação aos demais, necessitam de prioridades" (Sousa, 2017), o termo foi utilizado aqui por um dos profissionais entrevistados, para enquadrar a imagem dos indivíduos que tem propagado como pessoas saudáveis fisicamente, dinâmicas e independentes, sob essa figura de idoso foi salientado que se trata de um número pouco expressivo.

Portanto, com os dados levantados com os psicólogos pode-se atentar a pontos que deverão ser notados nas entrevistas com as mulheres idosas:

- Vaidade
- Engajamento social
- Conflitos no envelhecer (autonomia x comportamento de vítima)
- Cultura de educação
- Rede de apoio
- Projeto de vida

Com a definição de tais pontos passou-se para as entrevistas com o nosso Público-alvo, este era um dos pontos mais aguardados, pois, com todas as entrevistas sendo feitas pessoalmente, com áudios gravados, pode-se captar muitos elementos e aspectos que possuem concordância mais que direta com as informações levantadas pelos profissionais.

Foram ouvidas 22 mulheres que estavam na faixa do 65 a 75 anos residentes das cidades de Bauru e Ilha Solteira (ambas do interior do estado de São Paulo²), sendo que parte destas mulheres são dotadas de autonomia nas suas vidas, enquanto a

2 A seleção das duas cidades se deu por Bauru ser uma das 20 maiores cidades do estado de São Paulo (Escola Educação, 2021), e Ilha Solteira por ter 50,6% de índice de envelhecimento (População, 2021).

outra parcela possui uma vivência com instituições denominadas “Clínica Dia”, (trata-se um local em que o indivíduo passa o seu dia desempenhando atividades recreativas e de socialização com outros indivíduos da mesma faixa etária, bem como alguns profissionais da área da saúde que prestam, assistência à estes idosos.

As entrevistas tiveram como intenção captar informações que levassem a conhecer da relação da idosa atual com o envelhecimento e sobre o papel da Moda em suas vidas. Tais apontamentos foram registrados em áudios, feitos com total transparência de que estavam sendo gravadas, e as entrevistas aconteceram em ambientes que as deixassem confortáveis, como as casas das entrevistadas, a Clínica Dia, Universidade Aberta à Terceira Idade (Unisagrado – Bauru).

As perguntas foram semiestruturadas, conduzidas por um guião previamente estruturado, mas sempre necessários maiores esclarecimentos sobre as respostas, novas perguntas foram levantadas a fim de indagar apenas a respeito do que fora falado. O questionário é constituído por dois blocos distintos, uma parte recaía sobre o envelhecimento, trata da vivência e os pontos de observação sobre como tem acontecido em suas vidas, e o outro bloco que perguntou sobre vestuário e Moda, como estas mulheres viam o papel destes fatores nas suas opiniões, no seu trajar e pontos de vista.

Assim, cabe salientar que as mulheres da faixa etária idênticas acabaram por apresentar visões semelhantes, em que afirmam que envelhecer não é um problema, que foram de forma natural vendo o seu envelhecendo e que não há uma pressão da sociedade para se manterem jovens.

Quando indagadas sobre as adaptações que fizeram em suas vidas em decorrência do envelhecimento, viu-se um ponto proferido por um dos profissionais da psicologia que são ações de autoafirmação, na sua maioria ligadas a exercícios físicos, em decorrência de fatores que vivenciaram em sua fase juvenil e adulta.

Um outro ponto a ser denotado também é que como boa parte são viúvas, muitas delas estão encontrando meios para ocuparem o seu cotidiano, ou o que fazer com a sua vida solitária, se para algumas isto possa ser vista como ‘liberdade’, para outras trata-se de procurar um rearranjo necessário para viverem os seus dias de forma menos solitária.

As entrevistadas foram questionadas também sobre conforto do seu vestuário, como houve receio por parte da pesquisadora sobre como abordar o assunto de modo que ficasse objetiva, adotou-se o métodos de perguntas de questionários da pesquisadora Maffei (2010). Esta investigação de Maffei desenvolveu um questionário para recolher informações de conforto do vestuário dos portadores de deficiência física. Pela análise das respostas a este questionário constatou-se que na sua maioria tanto as partes superiores quanto as inferiores das peça de vestuário, apresentam pontos que fisiologicamente e em termos de modelagem não são bem desenvolvidos para esta população, como por exemplo o caso dos zíperes, punhos com botões, modelagens mais chegadas ao corpo, estampas de tecidos e largura da barra das calças, etc.

Outro fator que coube destaque pela maioria das entrevistadas, foi o peso dos tecidos, a maioria tem como preferência os tecidos de peso médio a pesado (como jeans, *brins*, sarjas e alinhados). Apesar da maioria das entrevistadas estarem vestidas com peças feitas em matérias primas de malhas com elástano, (acredita-se que as adquiram por conforto), estas manifestam que sentem a necessidade de peças de vestuário que atendam as suas expectativas em termos de moda. Todas as entrevistadas quando questionadas se encontram com facilidade peças de vestuário, responderam unanimemente que não, o que corrobora a importância desta pesquisa, deve ser um alerta para que os mercados analisem melhor este público e respondam melhor às suas necessidades.

Foram apresentadas também imagens de mulheres trajando os mais diversos tipos de peças de vestuário, que compreendem aos diversos estilos de moda que se tem por base: o romântico, o moderno, o tradicional, o criativo, o sensual, o esportivo e contemporâneo, com a intenção não apenas de diagnosticar qual o estilo predominante que estas mulheres se enquadram, mas sim comparar todas as afirmações relatadas nas perguntas anteriores, e analisar as escolhas que cada uma fez quando indagadas sobre qual das imagens/estilos se identificariam mais em termos vestuário caso este estivesse disponível e ajustado ao seu corpo.

Nestas duas perguntas a intenção foi de conhecer quais seriam as necessidades que estavam sendo atendidas e quais ainda não estavam, pois, boa parte das entrevistadas apontaram por estilos/vestuários diferentes dos estilos com que o costumeiramente se trajam.

5. Considerações finais

Cabe elucidar que uma das considerações a ser levantada é que as mulheres conforme vão envelhecendo passam a não ser considerada como um público-alvo potencial para o sistema Moda, no entanto alguns movimentos de mudança já são sendo vistos e apresentados no campo da publicidade. Quando questionadas sobre como a moda atende em questão de modelagem, estética da peça e conforto, as mulheres abordadas trouxeram a reflexão de que há pontos críticos que não foram ainda solucionados, o que remete para estudo mais aprofundada sobre a fisiologia, antropometria e biomecânica aplicada a esta população.

Essa pesquisa corrobora e traz luz ao público feminino que vive em dicotomia entre 'sou velha demais para isso' e 'ainda sou jovem', por esse fator o termo *ageless* se tornou importante ao retratar essa mulher. Para quê criar um estereótipo quando se pode atentar a outros fatores que caracterizem melhor este público-alvo, que não só o fator cronológico, nomeadamente o seu estilo de vida, o seu interesses pela moda, percebendo a forma como elas enxergam a moda e se vislumbram como parte dela.

As mulheres abordadas neste trabalho forneceram apontamentos que esclareceram o quanto a moda precisa enxergá-las como público consumidor ativo, que anseia por produtos que atendam a necessidades que vão além do estético, uma modelagem que averigüe a usabilidade e possua a sua funcionalidade atendida para esse público.

Referências

- Aboim, S. (2014). Narrativas do envelhecimento: Ser velho na sociedade contemporânea. *Tempo Social, revista de sociologia da USP*, 26(1), 207-232.
- Barros, M. M. (2004). Envelhecimento, cultura e transformações sociais. Em L. Py, J. L. Pacheco, J. L. Sá, & S. N. Goldeman (Eds.), *Tempo de envelhecer - Percursos e dimensões psicossociais* (pp. 39-56). Rio de Janeiro: NAU editora.
- Debert, G. G. (2011). Velhice e tecnologias do rejuvenescimento. Em M. Goldenberg, *Corpo, envelhecimento e felicidade* (pp. 65-82). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Kalache, A. (2021), *A melhor coisa que pode nos acontecer é envelhecer*. Acesso em outubro 2022, disponível em <https://cee.fiocruz.br/?q=Alexandre-Kalache-A-melhor-coisa-que-pode-nos-acontecer-e-envelhecer>
- Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2015). *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Lopes, A., Yokomizo, P., Bernardo, C. M., Silva, L. H., Melo, P., & Yoshioka, T. (2012). Envelhecimento e velhice: pistas e reflexões para o campo da moda. Em C. MESQUITA, & K. CASTILHO (Eds.), *Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores* (pp. 45-53). São Paulo: Estação das Letras e Cores.
- Morace, F. (2013). *O que é futuro?* São Paulo: Estação das Letras e Cores.
- Morace, F. (2018). *Consumo autoral: os novos núcleos geracionais*. São Paulo: Estação das Letras e Cores.
- Motta, A. B. (2002). Envelhecimento e sentimento do corpo. Em C. E. Maria Cecília de Souza Minayo (Ed.), *Antropologia, saúde e envelhecimento* (pp. 37-50). Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ.
- Rosenfeld, I. (2002). *Viva agora envelheça depois: Maneiras comprovadas de desacelerar o tempo*. São Paulo: Editora UNESP.
- Sousa, L. M. (15 de agosto de 2017). *A criação do "super-idoso"*. Acesso em 15 de setembro de 2019, disponível em Jusbrasil: <https://laismarine.jusbrasil.com.br/artigos/488240894/a-criacao-do-super-idoso>