

ESTILO NA TERCEIRA IDADE: A REELABORAÇÃO DE SUBJETIVIDADES ATRAVÉS DA FORMA DE VESTIR

Martins, Nicole Curtinovi; Bacharel; Universidade Federal do Rio Grande do Sul,
nicolecurtinovi@gmail.com¹

Santos, Paula Franciele dos; Bacharel; Universidade Federal do Rio Grande do Sul,
paula.frands@gmail.com²


RESUMO

O projeto parte da reflexão trazida por Lipovetsky (2009), quanto à moda contemporânea, apontando que “o vestuário, [...] permite ao indivíduo desprender-se das normas antigas, apreciar mais individualmente as formas, afirmar um gosto mais pessoal; doravante, pode-se julgar mais livremente o traje dos outros, seu bom ou mau gosto, suas ‘faltas’ ou sua graça.” O autor também elabora reflexões sobre a efemeridade desses gostos e sobre como a percepção da sociedade sobre eles se transforma com a mesma efemeridade, fazendo com que aquilo que não é considerado atual, seja visto como algo a ser descartado. Sobre isso, Santaella (2004), apresenta o perfil cognitivo que nomeia como “imersivo”, composto por indivíduos adaptados a essas mudanças e que se enquadram no discurso de Lipovetsky (2009) quanto ao sujeito contemporâneo. Santaella também apresenta os perfis “contemplativo” e “movente”, ponto foco desta pesquisa, uma vez que trazem características que se enquadram nas subjetividades de muitos idosos no Brasil. Estes perfis, compreendem aqueles que não estão acostumados com essas transformações constantes, contudo, no caso do perfil “movente”, as observam com interesse.

Ao passo que a discussão sobre etarismo cresce, o perfil do idoso brasileiro se transforma. Com mais tempo livre, provindo da aposentadoria e do fato de os filhos já estarem crescidos, essas pessoas buscam novas atividades e criam novos hábitos de consumo (SCHIFFMAN; KANUK, 2000). Impulsionados também pelas mudanças que a entrada da geração Z provoca no mercado e sociedade, esse grupo acaba por permitir-se mais a experimentação, tornam-se mais adeptos às mudanças e, até mesmo, em uma reconstrução de sua identidade. (FRANCIS e HOEFEL, 2018)

¹ Mini currículo do primeiro autor, máximo 3 linhas

² Mini currículo do segundo autor (quando houver), máximo 3 linhas



Dessa forma, esta pesquisa busca compreender como as relações entre esses perfis cognitivos, mais inclinados a uma estabilidade, lida com a grande quantidade de novas informações de vestuário; como o estilo pessoal foi influenciado nos últimos anos por essas mudanças; quais as restrições que houveram nesse processo (se houveram) e quais as transformações subjetivas atreladas a elaboração de uma identidade são vistas como resultado dessa nova percepção estética e vice-versa.

Para isto, neste estudo será empregado a metodologia de pesquisa qualitativa de Yin (2016), com base na pesquisa bibliográfica descritiva da percepção das mulheres da terceira idade sobre a moda. Desta forma será realizada a aplicação de entrevistas semiestruturadas para compreender a importância da consultoria de imagem e estilo. Uma vez que é de suma importância que os designers desenvolvam uma estreita relação com o produto/ferramenta para que o processo de desenvolvimento seja mais efetivo (BONI e QUARESMA, 2005; DANTAS, 2012; YIN, 2016).

O grupo amostral da pesquisa foi escolhido pelo método de amostragem não probabilística por conveniência, adotando como requisitos, idade acima dos 60 e mulheres autodeclaradas da terceira idade. O pré-roteiro das entrevistas será composto por 12 perguntas com o propósito de guiar, após a autorização dos participantes será gravado, e posteriormente transcrito pelos autores.

Palavras-chave: moda na terceira idade, etarismo,

REFERÊNCIAS


BONI, Valdete; QUARESMA, Sílvia Jurema. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. Em tese, v. 2, n. 1, p. 68-80, 2005.

DANTAS, Denise. O usuário como ponto convergente das ações do design, 2012.

FRANCIS, Tracy; HOEFEL, Fernanda. "True Gen': Generation Z and its implications for companies." McKinsey & Company 12 (2018)

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Editora Companhia das Letras, 2009.

SANTAELLA, Lucia. Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo. Paulus, 2004.



SCHIFFMAN, Leon. G.; KANUK, Leslie L. Comportamento do Consumidor. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

YIN, Robert K. Pesquisa qualitativa do início ao fim. Penso Editora, 2016.

