

Aparência, vestuário e modo de vestir: pistas para a investigação da velhice*

*Appearance, clothing, and dressing:
clues to investigate the old age*

*Apariencia, vestuario y modo de vestir:
pistas para investigar la vejez*

Mariana de Oliveira
Patrícia Yokomizo
Andrea Lopes

RESUMO: O vestuário pode ser entendido como uma forma de comunicação e constituição da identidade de gênero ao longo do envelhecimento. A pesquisa buscou caracterizar a relação que as mulheres estabelecem com o vestuário na velhice. Utilização do método etnográfico na familiarização com campo e posterior aplicação de questionário misto. As participantes foram idosas frequentadoras da oficina de teatro da UATI EACH/USP, Brasil. O vestuário foi visto como importante para a composição da aparência na velhice. Constataram-se mudanças nas escolhas de vestuário, decorrentes, especialmente, da percepção de transformações corporais ocorridas ao longo do envelhecimento. A criação de novas estratégias no modo de se vestir nesse período da vida esteve ancorada na tensão entre negação da velhice e adequação etária. Os dados apontaram forte desejo de consumo, principalmente por peças que atendessem a demandas ergonômicas e estéticas, trazendo conforto. Salienta-se a relevância da aparência, sobretudo o vestuário, para a compreensão de aspectos socioculturais da velhice feminina.

Palavras-chave: Aparência; Vestuário; Mulher idosa.

* Pesquisa financiada pelo Programa Unificado de Bolsas (PUB) da Universidade de São Paulo.

ABSTRACT: *Clothing can be understood as a way to communicate and constitute a gender identity throughout the aging. This research aimed to characterize the relationship between women and clothing in old age. It was used an ethnographic method in the familiarization with the field and, subsequently, a mixed questionnaire. The participants were elderly women attending the theater workshop of the University for Seniors, from the School of Arts, Sciences, and Humanities from the University of São Paulo, Brazil. Clothing was seen as important for the composition of personal appearance in female old age. It was observed changes in the choices of clothing due to aging, especially the body aging. New strategies for dressing in old age were based on the tension between the denial of old age and the age adequacy. Data indicated a strong desire for consumption, especially for garments that meet ergonomic and aesthetic demands that bring comfort. It is emphasized the relevance of appearance, especially clothing, in the understanding of sociocultural aspects of female old age.*

Keywords: *Appearance; Clothing; Old woman.*

RESUMEN: *El vestuario es una manera de comunicarse y de constituir la identidad de género a lo largo del envejecimiento. En este artículo se presenta un estudio acerca de la relación que mujeres mayores establecen con su ropa. Se utilizó el método etnográfico en la familiarización con el campo y en la aplicación de un cuestionario mixto. Las participantes eran mujeres mayores que participaban de un taller de teatro de la Universidad para Mayores (UATI), de la Escuela de Artes, Ciencias y Humanidades de la Universidad de São Paulo, Brasil. El vestuario fue considerado importante para la composición de sus apariencias en la vejez. Fueron observados cambios en las prendas elegidas a lo largo de la vida, especialmente en razón del envejecimiento de sus cuerpos. Sus estrategias para vestirse en la vejez estaban relacionadas a una tensión entre la negación de la ancianidad y la adecuación de edad. Los datos apuntaron que a las mujeres investigadas les gustaba comprar ropa y lo hacían principalmente cuando encontraban prendas cómodas y adecuadas no solo a sus cuerpos sino también a su gusto personal. Finalmente, se señala la relevancia de la apariencia para la comprensión de aspectos socioculturales de la vejez femenina.*

Palabras-clave: *Apariencia; Vestuario; Mujeres mayores.*

Introdução

A visibilidade, o reconhecimento e a legitimação do envelhecimento populacional têm ocasionado práticas e discussões nas mais diversas áreas profissionais e acadêmicas sobre o processo de envelhecimento e a velhice (Minayo, 2019). Nesse sentido, o aumento da população idosa na atualidade e o interesse em torno desse segmento vêm evidenciando como a velhice pode representar uma pluralidade de experiências e oportunidades (Costa, & Soares, 2016).

Neri (2014) aponta que a heterogeneidade entre os velhos não só existe, como tende a aumentar durante o processo de envelhecimento, devido à interação e à sobreposição de efeitos, como: situação econômica, educacional, diversidade de estilos e papéis sociais. Ainda que as situações vivenciadas por idosos compartilhem aspectos em comum — como o avanço da idade cronológica e um conjunto de mudanças —, são elaboradas formas de enfrentamento e significados particulares a cada indivíduo, em cada período da vida.

Nesse sentido, a criação histórica dos grupos etários aponta para os diversos tipos de construção e representação da vida em diferentes contextos e períodos. A idade cronológica, como critério organizador da vida social, simboliza mudanças diversas individuais e coletivas ao longo do processo de envelhecimento (Rodriguez, 1994¹ como citado em Stray, *et al.*, 1999; Debert, 2004). Transformações ocorridas na percepção do envelhecimento relacionam-se igualmente com os distintos modos como a velhice é vivenciada na atualidade (Santana, & Belchior, 2013; Pollini, 2014).

Um dos marcadores da heterogeneidade na velhice envolve a identidade de gênero (Korin, 2001² como citado em Rodrigues, Mendes, Silva, & Crespo, 2016), constituída a partir de acordos culturais, que atribuem espaços e papéis sociais distintos (Coutinho, Tomazeti, & Acosta, 2013). Trata-se de uma construção social determinante na organização coletiva, restringindo ou consentindo certos comportamentos, oportunidades e direitos, a depender da identidade do interlocutor, conforme Neri (2014). Para a autora, nota-se entre os idosos uma maior presença de mulheres em relação aos homens, com o aumento inclusive da sua maior presença na vida econômica.

¹ Rodriguez, J. A. (1994). *Envejecimiento y familia*. Madrid, España: Siglo XXI.

² Korin, D. (2001). Novas perspectivas de gênero em saúde. *Adolescência Latinoamericana*, 2(2), 67-79.

A identidade de gênero organiza-se também como marcador social no que tange à construção da aparência, expressando, de diferentes maneiras, a diversidade. Mediante às diferentes formas e modos de apresentação pessoal, Crane (2006) aponta que o vestuário pode exercer função relevante na composição da dinâmica social. Espécie de cultura não verbal, vem a refletir características dos grupos sociais e suas interações.

No entanto, ainda são poucos os estudos nacionais e internacionais envolvendo a temática envelhecimento e aparência, conforme apontam Yokomizo e Lopes (2019). As autoras entendem que a aparência se trata de “[...] um conjunto de aspectos físicos, comportamentais, atitudinais, estéticos e simbólicos construídos e externalizados pelos indivíduos ou grupos, compondo sua apresentação pessoal e coletiva” (p. 239). Também indicam que a construção da aparência resulta das relações socioculturais, estabelecidas ou não, no decorrer do envelhecimento. Na dinâmica dessas relações, a aparência pode indicar o fluxo do exercício de papéis sociais, emoções, compreensões de beleza e modalidades de engajamento social. Por fim, as autoras concluem que a aparência desempenha papel importante na apresentação pública e comunicação de códigos socioculturais.

Conforme Crane (2006), o vestuário é um dos elementos centrais na composição da aparência. Mais do que proteção aos corpos, confere sentido, expressa identidades e também aspirações pessoais ou coletivas. Nesse sentido, a presente investigação buscou levantar pistas sobre a relação entre mulheres idosas e suas vestes. Dessa forma, procurou-se entender como o vestuário, ao longo de suas vidas, vem a refletir seu próprio envelhecimento e concepções de velhice, bem como os modos considerados apropriados de ser mulher e velha na sociedade brasileira.

Método

Estudo exploratório e descritivo. A familiarização com o campo baseou-se nas orientações do método etnográfico, proposto por Geertz (1989), que estimula a incorporação do pesquisador na cultura analisada, para que o mesmo busque estabelecer relações, valorizar os discursos e caracterizar as percepções e acordos sociais. O método implica na inserção do pesquisador na cultura a ser analisada, de forma que possa observar e compreender a teia de relações estabelecidas, a composição dos discursos e acordos sociais. Com isso, busca-se investigar os significados, crenças, hábitos e códigos

presentes na vivência do grupo de interesse (Lopes, 2000). As técnicas etnográficas iniciais utilizadas foram observações livre e participante e conversas informais. Houve uso de um caderno de campo.

Na etapa seguinte foi aplicado questionário misto, composto por 28 questões, sendo 26 fechadas e duas discursivas, organizadas em dois blocos. No primeiro bloco investigaram-se as variáveis: idade, renda mensal, escolaridade, estado civil, filhos e netos, coresidência, aposentadoria e envolvimento regular com atividades remuneradas, sociais, esportivas e familiares. No segundo bloco, questionou-se sobre a importância da aparência, possíveis mudanças e motivos. O foco foi o vestuário.

A pesquisa foi realizada nas duas turmas do segundo semestre de 2017 da oficina de teatro da Universidade Aberta à Terceira Idade (UATI) da Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH) da Universidade de São Paulo (USP). As UATIs são espaços de educação não-formal que visam, além do aprendizado, a experiências de socialização e lazer (Cachioni, 2012).

No total, a oficina envolvia no período investigado 40 idosos, a maioria mulheres. Obteve-se a participação voluntária na pesquisa de 33 mulheres idosas (82,5%). O perfil do grupo investigado foi de 70% de mulheres com idades entre 60 e 69 anos; seguido de 24% entre 70 e 79 anos. Por fim, 6% das entrevistadas tinham mais de 80 anos.

A maioria (48%) relatou renda mensal entre um e três salários mínimos; seguido de 27%, que indicou receber acima de três salários mínimos. Vinte um por cento recebia até um salário mínimo. Alguns participantes não declararam a renda. Com relação à escolaridade, foram identificados três subgrupos, sendo um formado pelos que relataram ter realizado até o ensino fundamental completo (18%); outro, pelos que concluíram o ensino médio (39,5%); e, finalmente, os que detinham de 42,5% ensino superior.

Sobre o estado civil, 79% relataram experiência conjugal, mesmo que na condição de casadas, viúvas ou divorciadas. Apenas sete (21%) idosas sinalizaram ser solteiras. A maioria das participantes possuía filhos (76%); e oito delas não (24%). Nesse sentido, 54,5% (18) não possuíam netos; enquanto 45,5% indicaram ser avós.

A maioria das participantes, correspondendo a 22 pessoas (67%), morava com suas famílias e/ou o cônjuge; sendo que 33% (11) relataram morar sozinhas. No total, 94% (31) das mulheres eram aposentadas; e, destas, 76% (25) não exercia atividade remunerada. Quando questionadas sobre a quantidade e o tipo de atividades que realizavam semanalmente, 88% (29) indicaram realizar mais de três atividades,

destacando-se, em primeiro lugar, atividades educativas. Em segundo e terceiro lugares, respectivamente, atividades físicas e religiosas. Os envolvimento, familiar e cultural, foram menos expressivos, e a atividade voluntária foi pouco indicada.

Por fim, sete idosas voluntariamente se dispuseram a participar de entrevista em profundidade, que partiu da discussão do acervo pessoal, envolvendo fotos e peças do vestuário. O ponto de saturação foi alcançado.

Resultados e Discussão

Os dados coletados apontaram que a maioria das idosas consideravam o vestuário importante para a construção da aparência na velhice (76%). Essa afirmação corrobora os resultados de outras pesquisas em que mulheres revelaram ter preocupação e dedicação com a própria aparência, que pode ser construída não apenas pelo uso das roupas, mas também de cosméticos, manutenção de hábitos saudáveis, autoestima e comportamento (Plens, Domingues, Batistoni, & Lopes, 2012; Witczak, Zamberlan, & Sparemberger, 2013; Marinho, & Reis, 2016). No entanto, apesar de serem vastas as maneiras e os elementos para a construção da aparência, esta ainda tem a roupa como instrumento essencial para sua composição (Queiroz, & Lopes, 2015; Petenussi, 2016; Prodanov, & Reinke, 2016), alavancando a indústria do vestuário e configurando artigo de grande interesse entre a maioria das sociedades (Rocha, 2013).

Araújo e Leoratto (2013) defendem o papel comunicador que a roupa tem e sua interação com o corpo ao ressignificá-lo. Observou-se, na pesquisa entre as idosas investigadas, que a apresentação que faziam de suas colegas envolvia citar suas peculiaridades através da forma como se vestiam (Seferin, & Linden, 2014). Vestir-se, segundo Sahlins (2003³ como citado em Petenussi, 2016), permite-nos interagir socialmente e expressar a própria identidade e o senso de pertencimento local (Silva, 2013). Este ato, que é repleto de significados e intenções, conscientes e inconscientes (Fischer-Mirkin⁴, 2001, como citado em Araújo, & Leoratto, 2013), revela um dos modos pelo qual o indivíduo se comunica em sociedade. Observou-se que, para algumas idosas, participar das atividades da universidade tornou o vestir-se mais dinâmico e complexo, frente às experiências anteriores, mais restritas à esfera familiar.

³ Sahlins, M. (2003). *La pensée bourgeoise. Cultura e razão prática*, Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 166-203.

⁴ Fischer-Mirkin, T. (2001). *O código do vestir: os significados ocultos da roupa feminina*. Rio de Janeiro, RJ: Rocco.

O conforto foi indicado como o aspecto mais esperado na escolha do vestuário. Vianna e Quaresma (2015) comentam a importância desse quesito na produção de roupas para idosos. Apontam que, na fabricação de uma peça, a modelagem, o tecido e a ergonomia têm a mesma importância. O mesmo dado foi encontrado na pesquisa com as idosas da UATI, quando apontaram que, para além do conforto, prezavam pela “modelagem”, o tipo de “tecido”, o “ato ergonômico” e a “praticidade”. As autoras ainda indicam que os detalhes técnicos na produção do vestuário na atualidade são insuficientes para produzir uma roupa com qualidade que atenda às demandas, necessidades e aspirações dos idosos (Vianna, & Quaresma, 2015). Nesse contexto, uma das participantes da pesquisa apontou:

“É difícil encontrar roupa bonita para o idoso, porque são quase todas iguais: não gosto das calças com elástico, das blusas moles, das estampas e dos modelos. Acho que mesmo idosas podemos usar roupas bonitas.”

A partir das dificuldades observadas na pesquisa, questiona-se quão tem sido ouvidas as mulheres idosas, no que tange a suas expectativas e desejos relacionados à composição da aparência. Fischer, Victor e Teixeira (2009), inspirados nas predileções de idosas inscritas em uma faculdade sênior brasileira quanto ao vestuário, se propuseram a planejar uma coleção de roupas. A partir da experiência, apontaram que é possível elaborar produtos que trabalhem a ergonomia juntamente à estética, compreendendo que a última se estabelece de acordo com diversos fatores culturais, escolhas e desejos individuais. Possivelmente, mediante esse trabalho, pode-se pensar que pouco se oferta porque poucos se dispõem a saber sobre os perfis e demandas desse segmento idoso.

Sobre as mudanças na construção da aparência, 79% das entrevistadas alteraram a forma de se vestir na velhice. Dentre os motivos que as fizeram mudar, destacam-se o senso de adequação etária e as mudanças corporais, que observaram com o avanço do processo de envelhecimento e o aumento do peso. Segundo elas, vinha sendo necessário se policiar quanto à construção da aparência, para não desagradar nem chamar a atenção alheia. Nesse sentido, a expressão “senso de ridículo” foi relatada por diversas idosas. Slongo, Albrecht, Lavouras, Esteves e Barcelos (2009) analisaram a relação de mulheres velhas com a moda, e observaram que as participantes também realizavam suas escolhas ancoradas no receio de parecerem inapropriadas para a idade. Sinalizaram, com essa noção, sentir medo de não serem aceitas socialmente.

Na presente pesquisa, algumas participantes relataram preferir a discrição e a simplicidade nas roupas, com o intuito de não chamar a atenção, vestindo-se da forma que consideravam adequada para a idade. O seguinte relato ilustra o que consideravam senso de adequação etária: *“Pra moça, tudo fica bonito. Agora uma mulher mais velha precisa saber se vestir, senão fica ridícula”*.

Araújo e Barbosa (2016), em estudo com mulheres de idades entre 45 e 64 anos, apontam que tal associação pode não ser comum apenas entre idosas, mas também entre mulheres de meia-idade. O grupo investigado relatou que a idade cronológica era determinante para a construção da aparência, em virtude das alterações do corpo durante o envelhecimento, que, segundo elas, trouxeram a necessidade de mudar a forma de se apresentar socialmente.

O ato de vestir um corpo em constante mudança mostra que este não se trata apenas de um suporte para roupas, mas traz consigo uma série de significados marcados pela cultura, gênero, idade, entre outros fatores (Araújo, & Leoratto, 2013). O próximo relato traduz a relação entre o senso de adequação etária e as mudanças corporais:

“Uma senhora vai comprar roupa de mocinha? Aí não dá, né? Não saio com as pernas de fora, de jeito nenhum! Por causa das varizes. Hoje peso 75 kilos, fica difícil encontrar roupas para as mais gordinhas.”

Segundo Del Priore (2000⁵, como citado em Araújo, & Leoratto, 2013), na pós-modernidade, o corpo se torna objeto para mostrar a moda e não o contrário. Dessa forma, no cotidiano, são apresentadas diversas regras sobre como o corpo deve estar fisicamente cuidado para veicular determinadas noções de saúde e moda (Tonarque, 2012⁶, como citado em Queiroz, & Lopes, 2015). Nesse cenário, o corpo feminino vem a sofrer as mais variadas influências do meio social, tendo em vista os padrões de beleza de uma determinada época. Uma participante compartilhou que: *“A gente fica com o corpo esquisito. As roupas não ficam bem por causa da barriga e da postura diferente”*.

De uma forma geral, os relatos indicaram que as entrevistadas realizaram mudanças nos estilos de peça, modelagem, comprimento e numeração. Passaram a usar

⁵ Del Priore, M. (2000). *Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil*. São Paulo, SP: Senac.

⁶ Tonarque, S. A. (2012). *Velhice e moda: incursões históricas e realidade atual*. Dissertação de mestrado em Gerontologia Social, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.

peças mais largas, de corte reto, com mangas, sem decotes e de tamanhos maiores, com o objetivo de esconder o corpo que consideravam ter engordado e/ou envelhecido. Seferin e Linden (2014) apontam que, entre as mulheres, os investimentos na aparência são significativos e estão presentes na dinâmica de como elas observam e são observadas, visando a uma busca, por vezes, contraditória e complexa de integração e singularização. Coutinho, Tomazeti e Acosta (2013, p. 232) apontam que a construção social do corpo, como um elemento que compõe a aparência, reforça a heterogeneidade na vida social:

Temos a visível noção de que o corpo é social e culturalmente constituído. Com isso, ao analisar a representação social do corpo, conclui-se que há várias estruturas sociais, em que cada uma atribui ao corpo humano um sentido particular e este pode não ser o mesmo para as diferentes sociedades que carregam culturas diferentes.

Foi possível notar nos relatos que, para além do corpo envelhecido, ser gorda também gerava impacto na aparência, como relatado a seguir:

“Olha, eu cuido muito do corpo, né? [...] porque eu não admito que eu tenha, no caso, gordura excessiva, não só pela aparência, também pela saúde, né?”

Notou-se que a questão do peso é primordialmente relatada como empecilho à boa aparência, para depois ser relacionada à saúde. Todas as entrevistadas encontraram dificuldades em apontar satisfação com a aparência de seus corpos e expressaram um incômodo diante das alterações corporais ocorridas, como o aumento de peso e mudanças adjuntas ao processo de envelhecimento. Bitencourt (2015) defende que essa insatisfação com o corpo tende a aumentar ao passar dos anos, quando comparado ao modelo de beleza único do corpo magro e jovem. No caso, tal descontentamento se dava, ainda, pelo entendimento de que o corpo envelhecido e mais gordo ou flácido impossibilita o uso ou bom caimento de peças e estilos almejados pelas participantes.

Sobre o corpo na velhice, sabe-se que podem ocorrer alterações que afetam a sua estrutura corpórea, como a curvatura da coluna e as mudanças nos tecidos gordurosos do corpo (Menezes, & Marucci, 2005). Diante das mudanças da aparência corpórea na velhice, as mulheres investigadas relataram algumas mudanças na pele, adquiridas com o processo de envelhecimento e que geraram incômodo, como no caso seguinte:

“Ah, dá uma olhada aí. É um monte de pintas aí em cima. Essas pintinhas começaram agora por causa da idade. A dermatologista falou que é típica da pele negra. Quando vai ficando com mais idade, elas vão surgindo. Antes, as costas era limpinha. E elas não saem, viu?”

Entre a maioria das participantes, alterações como essas provocaram mudanças na composição de suas aparências. No caso acima, a estratégia da idosa foi começar a usar somente roupas com manga. Viu-se nos relatos a concepção de que o corpo envelhecido dificultava a composição de uma aparência considerada agradável e que, por isso, precisava ser coberto ou disfarçado.

Assim, de modo geral, as idosas relataram que a aparência era importante em suas vidas. A princípio, informaram estar satisfeitas com sua apresentação pessoal. Porém, ao longo das entrevistas, fizeram ressalvas sobre o que as incomodava em seus corpos e expuseram os desafios de construir a aparência nesse período da vida, de modo especial no que tange à oferta e escolhas de vestuário.

Em complemento, os cuidados com a aparência, mesmo que mínimos, foram percebidos como uma tarefa *sine qua non*: *“Eu sou básica, mas eu acho que a gente tem que manter a aparência no sentido de higiene, né?”*. Nesse contexto, o desempenho da condição de gênero da mulher idosa na construção da aparência relaciona-se com as impressões que ela procura transmitir ou negociar em sociedade. A busca pela convivência pode operar através da *performance* das semelhanças e a garantia de uma identidade valorada mediante o coletivo (Moura, & Souza, 2012).

Coutinho, Tomazeti e Acosta (2013) explicam que, no que tange ao corpo, este pode carregar valores, positivos ou negativos, mediante às vivências apreendidas e reforçadas na vida social. Dessa forma, a devoção ao corpo perfeito, que imprime o ideal de beleza externado no corpo jovem e magro, leva as pessoas à desvalorização de suas características e belezas particulares. Tal qual a velhice, os relatos de insatisfação associados ao peso foram culturalmente absorvidos e expressados pelas participantes, que acreditavam em um cenário de possibilidades para o corpo magro e restrições para o corpo gordo, principalmente em termos de vestuário:

“Eu comprei uma calça [...] e ficou ridícula em mim. Eu tirei. Não caiu bem. Eu acho que gordo se veste do jeito que dá prá se vestir, ele só

não fica bonito, né? [...] o magro, o corpo dele fica melhor a roupa. Toda roupa cai bem.”

O estereótipo do corpo magro como bonito e o gordo como feio certamente influenciou na ausência de questionamentos sobre a como as roupas poderiam melhorar em modelagem e tamanho para atender bem aos variados corpos e realçar suas belezas. Entre a maioria das entrevistadas, foi presente a concepção de que é preciso se adaptar à roupa, e não o contrário, buscando-se, assim, estratégias de disfarce. No entanto, a preocupação em cobrir o corpo não excluiu a atenção que essas mulheres tinham com o *design* das roupas que procuravam usar, de forma que mencionaram a escassez de estilos e propostas atraentes a públicos que não magros ou jovens, conforme o exemplo a seguir:

“As roupas confeccionadas para as pessoas que estão acima do peso são sempre muito feias, malfeitas e muito acima do preço. Contando também que é difícil encontrar e quando encontramos somos obrigadas a comprar, porque não temos outras opções. Esse quadro precisa ser mudado!”

Prodanov e Reinke (2016) comentam que os roupas desenvolvidas para idosas costumam apresentar um aspecto clássico, de desenvolvimento direcionado ao conforto, desconsiderando a estética. Os autores ainda defendem que, com as mudanças biológicas e psicossociais que a velhice envolve, as opções de roupas voltadas às mulheres velhas se tornam mais limitadas, fazendo com que muitas mudem seu modo de se vestir e estilo de forma pouco satisfatória.

O seguinte relato de uma das participantes diz respeito à produção atual de moda para idosas, na sua percepção: *“Parece que pra pessoas que já chegaram à meia-idade, os fabricantes só fazem roupas feias, sem cortes significativos e sem expressão e cores muito ruins. Por isso, é difícil de comprar”*.

Por outro lado, dentre as idosas mais jovens do teatro, com idades entre 60 e 69 anos, que relataram não ter realizado mudanças na forma de se vestir na velhice (21%), o motivo foi porque não se percebiam velhas, expressando: *“me sinto jovem”* e *“não me sinto velha para isso (mudar)”*. A noção de mudança parece associada apenas com perdas, que os outros, os mais velhos, devem administrar. Nessa direção, o vestuário passa a ser considerado uma estratégia e marcador da diferença intergeracional, inclusive dentro do próprio grupo. Durante todo o processo de envelhecimento torna-se necessário compensar

perdas e vivenciar desafios mediante às mudanças sociais, físicas, mentais e ambientais (Voelcker, 2017). Da mesma forma, é importante que se reconheça igualmente ganhos, a fim de mantê-los e reafirmá-los. Na dinâmica entre perdas e ganhos, a diversidade promove a organização de diferentes estratégias com que cada indivíduo percebe, sente e relaciona-se com a própria existência.

Marcelja (2012) indica que essa geração mais jovem de idosos foi pioneira na criação da cultura da juventude, nos idos pós-segunda guerra mundial. Compreende-se que muitas dessas mulheres amadureceram e viveram em uma cultura de consumo inspirada na valorização da juventude. Isso pode fomentar a concepção e desejo de se manter jovem e incluída nessa condição, ainda mais valorizada socialmente na atualidade. No entanto, os padrões de aparência juvenil difundidos por diversos agentes sociais podem despertar comportamentos negativos sobre a forma como as diferentes mulheres idosas veem a si próprias, a regulação de suas emoções e seus processos de escolha (Plens, Domingues, Batistoni, & Lopes, 2012). Também são capazes de influenciar a forma como compreendem o processo de envelhecimento, podendo gerar restrições e repreensões sobre o comportamento e apresentação social de si mesmas e dos outros. É importante que se reflita sobre a integração e exclusão social que a aparência pode empreender, bem como seu valor se constrói e desconstrói ao longo do tempo, envolvendo os indivíduos e grupos sociais.

Outro relato unânime entre as idosas foi a dificuldade na construção da aparência com relação à idade que tinham. Elas demonstraram contradição entre o que acreditavam que deviam apresentar na velhice e a forma como gostariam de aparentar juventude, afastando-se, assim, do reconhecimento como velha:

“Tomo cuidado pra não usar coisa que não condiz com a minha idade. Tenho uma relação muito boa com a minha maneira de me vestir porque apesar de eu ter 67 anos, eu não consigo usar roupa de vovó.”

Esses e outros relatos das participantes demonstraram uma possível crise de identidade em relação à velhice. Tal conflito é exemplificado pelo conceito de inadequação etária. A crença de que a juventude é um estado de espírito, que pode ser alcançado e mantido com o passar do tempo, transformou essa noção em uma solução para a negação da velhice (Marcelja, 2012). O fato de as entrevistadas apontarem condições e implicações negativas sobre o que consideravam velho possibilitou perceber

que não se identificavam como tal. A palavra velhice, ainda usada de modo pejorativo, declarava uma concepção de decadência e fragilidade que não era atraente ou representativo às idosas.

As participantes indicaram a consciência que tinham sobre as expectativas sociais na aparência da própria idade e o que consideravam correto aparentar neste momento da vida: *“Hoje eu jamais sairia com um top de barriga de fora, uma minissaia, mas eu procuro estar elegante e jovem dentro da minha idade”*.

As crenças compartilhadas socialmente levam os indivíduos a considerar a velhice como um período de incapacidades, ausência de possibilidades e sinônimo de fealdade (Sánchez, 2013). Assim, a identidade dos idosos vem a ser construída pela contraposição da identidade dos jovens, opondo qualidades que parecem pertencer apenas a eles, como atividade, força, potência e beleza. No imaginário social é presente o conceito de que os jovens são atualizados e sabem reconhecer o que é moderno. E que o velho, em oposição, é lembrado como sujeito que vive do passado e pouco entende de tecnologia ou moda. Crane (2006) defende que até mesmo as roupas usadas pelos jovens, criadas e inspiradas em seu estilo, são frequentemente trocadas por outra versão mais nova, rapidamente, ao passo que os modelos anteriores são difundidos e usados entre grupos mais velhos.

Nesse espaço de valorização do novo e da juventude, o mercado de consumo encontra lugar para criar e estimular um movimento de compra ambicionado pela busca da validação social. Acontece que tentar alcançar um *status* por meio do consumo implica ver o declínio rápido de um produto em detrimento do nascimento de outras necessidades e desejos, na disposição de produtos baratos e descartáveis (Calíope, Paris, & Leocádio, 2017). Diante desse cenário entre algumas idosas, o consumo excessivo e inconsciente, ocasionou um acúmulo de produtos para a aparência:

“Pra você ter ideia eu tenho três guarda roupas. Desfiz de um, só que não tá dando em dois, não dá, e eu saio e volto com a sacolinha. É eu sou meio compulsiva. Sem necessidade eu compro.”

Delboni, Joaquim, Ploner e Cyrino (2013) discutem que é copiosamente propagada, pelas mídias, a ideia de que o consumo garante *status* superior e jovialidade. Além dessa questão, o momento financeiro em que as idosas se encontravam foi relatado como mais favorável do que no passado. Dessa forma, torna-se compreensível que

algumas idosas percam o controle sobre o consumo, baseando-se na crença de alcance da juventude eterna e no conflito sobre a forma de compor a aparência na velhice.

Mesmo relatando frustração e dificuldade de escolher vestuários que agradassem, as participantes relataram que, quando acreditavam não ter uma peça adequada para alguma ocasião, investiam na compra de um novo vestuário (75%), independentemente da renda. O potencial para o consumo aparece também nas pesquisas de Machado, *et al.* (2016) e Bernardo e Pepece (2014). Em ambos os estudos, as idosas revelaram que estavam aptas a consumir em variadas lojas, desde que suas necessidades e desejos fossem satisfeitos. As idosas da oficina investigada apontaram expectativa na mesma direção: *“Eu uso o que gosto, o que me cai bem. Vai desde feirinha da madrugada até Zara ou Morena Rosa [...]. Marca não importa”*. A observação e a legitimação das demandas e interesses de consumo desse segmento podem oportunizar suas escolhas e diversidade de perfis (Petenucci, 2016): *“Ah, eu acredito [...]. Acho que temos que estar é bem! [...] Gostar daquilo que você está apresentando pra estar feliz, pra expressar alegria”*.

Nesse sentido, Cheva e Lugli (2018, p. 36), em pesquisa utilizando o *design* participativo com idosas entre 60 e 80 anos de idade, apontam que o público idoso está aberto a novas experiências e produtos:

[...] percebe-se a falta de um olhar mais sensível, por parte dos designers, sobre o público idoso. É necessária uma maior compreensão sobre o conceito de terceira idade, sobre o envelhecer e suas reais necessidades. O processo (design participativo) gerou resultados significativos, apontando que pequenas doses de informação de moda – por exemplo, tendências, cores mais vivas e detalhes diferenciados – podem ser aceitas por esse público, geralmente estigmatizado como conversador.

Por fim, uma segunda estratégia revelada pelas entrevistadas (60%) no ato de vestir-se foi a busca do auxílio de terceiros, seja no empréstimo de roupas ou no aconselhamento na composição do visual entre familiares e amigos. Assim, o aumento do engajamento, de vínculos sociais, pode servir de suporte, inclusive, na construção da apresentação social (Bernardo, & Pepece, 2014; Queiroz, & Lopes, 2015). Esse foi um dado relatado pelas participantes como transformador da aparência. Para Sánchez e Monchietti (2013), os espaços coletivos indicam o constante encontro entre os indivíduos,

que harmonizam ou desafiam suas personalidades, transformando-as ou reafirmando-as. No relato das idosas, o surgimento de espaços de socialização e a consequente participação em atividades sociais trouxeram novas possibilidades de apresentação da aparência. A seguinte fala expressa a visão sobre essa mudança na atualidade:

“No dia da matrícula (da UATI) veio uma (idoso) mostrando a camiseta do turismo. [...]. Então cê vê que a saída deles (dos idosos), da rotina, da vidinha parada [...] tá ajudando eles a se ornamentar.

Santana e Belchior (2013) defendem que vem se tornando possível para os idosos a realização de diversas atividades fora do âmbito familiar. Nesse sentido, muitas mulheres mais velhas, em particular, conviveram ao longo do envelhecimento em espaços de socialização, cuja construção da aparência e feminilidade eram limitadas pela família. Por conseguinte, os papéis sociais ofertados à mulher estavam arraigados à imagem de que ela deveria estar restrita ao espaço privado do lar (Schemes, Duarte, & Magalhães, 2015), visando a desempenhar determinado tipo de feminilidade:

Sou totalmente feminina, porque a mulher tem que [...] não tem. Ela é, né? [...]. Não sei se é a delicadeza. Eu sou assim, cresci desse jeito com minha mãe falando “quando você está sentada, fecha as perninhas, não deixa o vestido aqui em cima. Puxa ele”. Então, a gente se acostuma.

A naturalização dos papéis sociais e comportamentos femininos incentivou para que estes fossem desempenhados sem questionamentos. No entanto, esse estado de conformidade gera conflitos na própria condição de ser mulher com o passar dos anos (Martins, 2010). A moda, por exemplo, coloca o indivíduo como responsável pela construção da sua aparência, na busca por aprovação dos grupos sociais em que está inserido. Ela exerce um papel importante na construção da identidade de cada sujeito e está suscetível às mudanças e às necessidades de cada época (Ferreira, 2016). Diante dos padrões normalmente atribuídos à aparência feminina dessa geração, o uso de roupas comportadas e sérias costuma definir a identidade adequada da mulher idosa (Prodanov, & Reinke, 2016), como na fala:

“Eu usando (roupas) do jeito que eu uso. Acho que as pessoas olham pra mim e pensam ‘é uma mulher de respeito, né?’. Pela minha idade

eu estou vestindo uma roupa que não chama a atenção. Não estou sendo vulgar.”

O uso de roupas que cubram o corpo foi revelado não somente pelo fato de serem consideradas ideais para a idade, mas também como estratégias de disfarce do corpo que, na concepção das idosas, deve ser mostrado enquanto novo e mascarado, quando velho. Sendo assim, foi relatado o uso de roupas com modelagem menos cinturada, com corte mais reto e que cobrisse mais as regiões das costas, busto e braços. Além do uso de peças com cores mais sóbrias e com tons escuros.

Diversificados elementos e comportamentos foram considerados fundamentais à aparência das idosas, revelando o potencial significativo que essa variável tem para a compreensão do contexto sociocultural e suas mais variadas influências na dinâmica social. A pesquisa também contribuiu para o entendimento dos papéis sociais de gênero, firmados na atualidade e na trajetória de vida das entrevistadas e seu impacto na construção da aparência.

No que tange ao vestuário e modo de vestir, as mudanças no corpo ocasionadas pelo envelhecimento foram alvo frequente de reclamações quanto à composição da aparência. Como estratégias, surgiram a possibilidade de disfarce e abandono de determinadas peças, por considerarem não condizentes com a idade. Também foi relatada a concepção de que o corpo magro é o modelo adequado para a aparência, principalmente por um melhor caimento das roupas, e de que o corpo gordo necessita cautela sobre a apresentação pessoal, visto que não é considerado bonito em relação ao prestígio que o corpo magro recebe. Tais discursos sobre a velhice e estrutura física expressaram a ausência de senso crítico quanto à defasagem na modelagem das roupas, que não têm se adequando aos diferentes corpos.

Por fim, foi compreendido que o mercado, por vezes, se ampara sobre o mito da juventude eterna para influenciar o consumo, sugerindo o alcance e manutenção da juventude através da aquisição de produtos que rapidamente se tornam obsoletos e descartáveis. É nesse cenário de incentivo à fuga da velhice que escolhas, medos e preconceitos são relevados, podendo elevar o *status* do consumo como único meio valorativo, capaz de suprir necessidades e vontades.

Conclusão

Os dados revelaram a importância que as roupas têm na vida das participantes, por desempenharem um papel central na composição da aparência. É importante destacar que o vestuário é um potente objeto de expressão pessoal, reunindo aspectos advindos das relações cotidianas, noções de mundo e acordos estabelecidos em sociedade.

As mudanças advindas do dinâmico processo de envelhecimento, especialmente as corporais, quando não aceitas, representaram uma forma de censura sobre como as idosas deveriam compor a própria aparência. O conceito de beleza, fundamentado na juventude e no corpo magro, revelou a complexidade existente nas relações intergeracionais atuais e sua reverberação na aparência das mulheres entrevistadas. Os obstáculos narrados as impediam de administrar uma vivência mais satisfatória na velhice. O senso de adequação etária era a estratégia que a maioria do grupo organizava perante os desafios do vestir. O potencial de consumo relacionou-se com uma proposta ergonômica satisfatória, ajustada ao conforto, tipo de tecido e modelagem.

Tendo em vista os resultados obtidos, considera-se importante que se investiguem a expressão e a participação da velhice no mercado de consumo de vestuário. Também, que se criem novos meios de propagar o incentivo ao autoconhecimento, além de ofertar distintas possibilidades de apresentação social e percepção da própria aparência na atual idade e corpo. A velhice é heterogênea e, portanto, não contém apenas um só modelo-padrão para ser reproduzido e/ou vivenciado de forma satisfatória.

Nesta pesquisa, tornou-se possível entender a importância que a aparência ocupava na compreensão da velhice e no processo de envelhecimento das mulheres investigadas. Observou-se que a variável aparência pode servir de instrumental gerontológico na atenção à velhice feminina. Assim, aconselha-se que sejam realizados novos estudos sobre a construção da aparência na velhice, investigando outros grupos sociais e seus modos de engajar-se socialmente através da apresentação pessoal. Por fim, sugere-se ainda investir na diversificação dos modos de vestir e compor a aparência, especialmente entre idosos, considerando-se a heterogeneidade dos indivíduos e possibilitando ofertar a todos, e ao longo da vida, roupas mais interessantes, significativas, desejáveis, confortáveis, seguras e representativas de quem são.

Referências

- Araújo, D. C., & Barbosa, G. (2016). Mulheres maduras e moda: apropriações e (re) significações. *Caderno Espaço Feminino*, 29(2), 68-78. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: file:///C:/Users/Dados/AppData/Local/Temp/34942-Texto%20do%20artigo-154534-1-10-20170126.pdf.
- Araújo, D. C., & Leoratto, D. (2013). Alterações da silhueta feminina: A influência da moda. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 35(3), 717-739. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-32892013000300014>.
- Bernardo, P., & Pepece, O. M. C. (2014). Moda para a terceira idade: a roupa adequada para cada ocasião. *Revista Projética*, 5(1), 57-74. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: DOI: <http://dx.doi.org/10.5433/2236-2207.2014v5n1p57>.
- Bitencourt, S. M. (2015). Gênero e envelhecimento: reflexões sobre o corpo que envelheceu. *Revista Kairós-Gerontologia*, 18(2), 443-458. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <https://revistas.pucsp.br/kairos/article/view/28476/20000>.
- Cachioni, M. (2012). Universidades Abertas à Terceira Idade como contextos de convivência e aprendizagem: implicações para o bem-estar subjetivo e o bem-estar psicológico. *Revista Kairós-Gerontologia*, 15(7), 23-32. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <https://revistas.pucsp.br/kairos/article/view/15227/11356>.
- Cheva, A. F., & Lugli, D. M. (2018). Desenvolvimento de produtos de moda para o público da terceira idade a partir de ferramentas do *design* participativo. *Revista Projética*, 9(1), 25-38. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: DOI: 10.5433/2236-2207.2018v9n1p25.
- Calíope, T. S., Paris, I. E., & Leocádio, A. L. (2017). Comportamento de consumo de moda: motivações e atributos no descarte de roupas usadas. *E&G Economia e Gestão*, 17(47), 44-64. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/economiaegestao/article/view/P.1984-6606.2017v17n47p44>.
- Costa, D. G. S., & Soares, N. (2016). Envelhecimento e velhices: heterogeneidade no tempo do capital. *Revista Serviço Social e Realidade*, 25(2), 57-68. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <https://ojs.franca.unesp.br/index.php/SSR/article/view/2519>.
- Crane, D. (2006). *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidades das roupas*. São Paulo, SP: Senac.
- Coutinho, R. X., Tomazeti, R. V., & Acosta, M. A. F. (2013). Representação de corpo na velhice: o corpo real *versus* o corpo social. *Revista Kairós-Gerontologia*, 16(4), 215-236. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <https://revistas.pucsp.br/kairos/article/view/19665/14537>.
- Debert, G. G. (2004). *A reinvenção da velhice: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento*. São Paulo, SP: Editora da Universidade de São Paulo.
- Delboni, B. S., Joaquim, S. B., Ploner, S. K., & Cyrino, L. A. R. (2013). Gerascofobia - o medo de envelhecer na contemporaneidade. *Revista Brasileira de Ciências do Envelhecimento Humano*, 10(2), 203-214. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <http://seer.upf.br/index.php/rbceh/article/view/3320>.

- Ferreira, N. F. (2016). *O ornamento como reflexo de seu tempo: percurso através da história*. Dissertação de mestrado, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo (SP): Biblioteca Digital USP.
- Fischer, M., Victor, C. G., & Teixeira, C. (2009). *Moda para terceira idade: concebendo uma coleção a partir do estudo de caso em uma Faculdade Sênior*. (Trabalho de Conclusão de Curso não publicado). Faculdade de Arte e Design. Divinópolis, Minas Gerais.
- Geertz, C. (1989). *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro, RJ: LTC.
- Lopes, A. (2000). *Os desafios da Gerontologia no Brasil*. Campinas, SP: Alínea.
- Machado, A. H., Casarin, V. A., Miranda, R. L., Franco, M. B., Santos, A. V., & Wbatuba, B. B. R. (2016). O comportamento de consumo de vestuário de um grupo de terceira idade: estudo de caso em um município do Estado do Rio Grande do Sul. *Revista Espacios*, 37(5), 19-31. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <https://www.revistaespacios.com/a16v37n05/16370519.html>.
- Marcelja, K. G. (2012). *A beleza como passaporte intergeracional*. Dissertação de mestrado em Gerontologia Social. São Paulo, SP: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/12405>.
- Marinho, M. S., & Reis, L. A. (2016). Velhice e aparência: a percepção da identidade de idosas longevas. *Revista Kairós-Gerontologia*, 19(1), 145-160. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <https://revistas.pucsp.br/index.php/kairos/article/view/29479>.
- Menezes, T. N., & Marucci, M. F. N. (2005). Antropometria de idosos residentes em instituições geriátricas. *Revista Saúde Pública*, 39(2), 169-175. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-89102005000200005>.
- Minayo, M. C. S. (2019). O imperativo de cuidar da pessoa idosa dependente. *Revista Ciência e Saúde Coletiva*, 24(1), 247-252. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <https://doi.org/10.1590/1413-81232018241.29912018>.
- Martins, E. S. (2010). Os papéis sociais na formação do cenário social e da identidade. *Revista Kínesis*, 2(4), 40-52. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <http://revistas.marilia.unesp.br/index.php/kinesis/article/view/4905>.
- Moura, G. A., & Souza, L. K. (2012). Autoimagem, socialização, tempo livre e lazer: quatro desafios à velhice. *Revista Textos & Contextos*, 11(1), 172-183. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: [file:///C:/Users/Dados/Downloads/9492-43409-2-PB%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Dados/Downloads/9492-43409-2-PB%20(2).pdf).
- Neri, A. L. (2014). *Palavras-chave em Gerontologia*. Campinas, SP: Átomo e Alínea.
- Petenussi, F. R. (2016). Repensando a relação consumo, corpo e aparência. Córdoba, Argentina: *Astrolabio Nueva Época*, 16, 147-166. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/astrolabio/article/view/14279>.
- Plens, J., Accioly, M., Batistoni, S., & Lopes, A. (2012). Envelhecimento, engajamento e aparência: percepções de idosas participantes de um núcleo de convivência de idosos. *Revista Kairós-Gerontologia*, 15(N.º Especial 13, Temático “Vulnerabilidade/Envelhecimento e Velhice: Aspectos Biopsicossociais”), 269-289. Recuperado em 01 dezembro, 2018, de: <https://revistas.pucsp.br/kairos/article/view/17307/30497>.

- Pollini, D. (2014). O envelhecimento e a moda: tecendo reflexões. *Mais 60 - Estudos Sobre Envelhecimento*, 25(61), 8-25. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: https://www.sescsp.org.br/online/artigo/8894_o+envelhecimento+e+a+moda+tecendo+r+eflexoes.
- Prodanov, L. S., & Reinke, C. (2016). A mulher madura e o consumo de moda no Brasil, *Revista Prâksis*, 13(1), 121-137. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <file:///C:/Users/Dados/AppData/Local/Temp/439-1103-1-PB.pdf>.
- Queiroz, L. N., & Lopes, R. G. C. (2015). *Moda exclusiva*. São Paulo, SP: *Revista Portal de Divulgação*, 46, 78-82.
- Rocha, M. A. V. (2013). O modelo CEVI para o design de moda-vestuário: corpo, estilo de vida e identidade. *Moda Palavra*, 6(12), 80-92. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/3476/6850>.
- Rodrigues, R., Mendes, I., Silva, C., & Crespo, S. (2016). Recursos sociais e económicos nas pessoas muito idosas: diferenças de género. *Revista Kairós-Gerontologia*, 19(4), 09-28. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <https://revistas.pucsp.br/kairos/article/view/31357/21893>.
- Santana, C. S., & Belchior, C. G. (2013). A velhice nas telas do cinema: um olhar sobre a mudança dos papéis ocupacionais dos idosos. *Revista Kairós-Gerontologia*, 16(1), 93-116. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <https://revistas.pucsp.br/index.php/kairos/article/viewFile/20343/15100>.
- Sánchez, M. L., & Monchietti, A. (2013). Envejecer y parecer joven: obstáculos y consecuencias. *Revista Kairós Gerontologia*, 16(2), 09-19. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <https://revistas.pucsp.br/kairos/article/view/19777>.
- Schemes, C., Duarte, P. H. S., & Magalhães, M. L. (2015). Anseios e desejos: mulher madura e a moda como construção social. *Revista Prâksis*, 12(2), 146-158. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistapraksis/article/viewFile/401/1627>.
- Seferin, M. T., & Linden, J. C. S. V. D. (2014). Você é o que você veste: relações simbólicas entre produtos de moda e identidades. *Blucher Design Proceedings*, 1(4), 1-9. Recuperado em 01 dezembro, 2018, de: DOI: 10.5151/designpro-ped-00862.
- Silva, E. K. R. (2013). Moda, informação e cultura. *Revista IARA*, 6(1), 66-89. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/05_IARA_vol6_n1_Artigo.pdf.
- Slongo, L. A., Albrecht, C. F., Lavouras, D. F., Esteves, P., & Barcelos, R. H. (2009). Moda para a consumidora da terceira idade. *Anais do XXXIII EnANPAD*, 33, 1-16.
- Stray, M. N., Mattos, F. M. B., Medeiros, P. F., Cardoso, L. W., Mello, D. C., Stefani, M., & Torres, S. B. (1999). Velhice e casamento, vivências e visões. *Estudos Interdisciplinares sobre o Envelhecimento*, 2, 23-34. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <file:///C:/Users/Dados/AppData/Local/Temp/5472-17402-1-PB.pdf>.
- Vianna, C., & Quaresma, M. (2015). Ergonomia: conforto têxtil no vestuário do idoso. *Anais do 15º Ergodesign & Usihc, Blucher Design Proceedings*, 2(1), 1662-1670. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/15ergodesign/231-E144.pdf>.

Voelcker, I. (2006). Conseguir superar e tirar forças das entranhas do teu ser: Resiliência e Gerontologia. *Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia*, 20(5), 605-606. Recuperado em 30 novembro, 2018, de: <http://dx.doi.org/10.1590/1981-22562017020.170148>.

Witczak, P. E., Zamberlan, L., & Sparemberger, A. (2013). A beleza feminina e o envelhecer: O comportamento de idosas no consumo de produtos e o significado do belo. XXXIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 1-16. Recuperado em 01 novembro, 2018, de: <file:///C:/Users/Dados/AppData/Local/Temp/2051-Texto%20do%20artigo-8306-1-10-20130812.pdf>.

Yokomizo, P., & Lopes, A. (2019). Aparência: uma revisão bibliográfica e proposta conceitual. *Revista Dobras*, 12(16), 228-244. Recuperado em 01 novembro, 2018, de: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/922>.

Mariana de Oliveira – Graduação em Gerontologia e colaboradora do grupo de pesquisa, ensino e extensão Envelhecimento, Aparência e Significado (EAPS), ambos da Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH) da Universidade de São Paulo (USP), Brasil.

E-mail: mariana.oliveira2@usp.br

Patrícia Yokomizo – Graduação em Têxtil e Moda. Mestre em Gerontologia, fundadora e membro do grupo EAPS, todos da EACH/USP, Brasil.

E-mail: pati@usp.br

Andrea Lopes – Antropóloga, docente da Pós-Graduação em Gerontologia e das Graduações em Gerontologia e Têxtil e Moda. Fundadora e coordenadora do grupo EAPS. Todos da EACH/USP, Brasil. Orientadora da pesquisa.

E-mail: andrealopes@usp.br