3.

Sobre a mudança na representação social da velhice

Este capítulo apresentará métodos de levantamento de exemplos de produtos, serviços e ações projetuais voltados para os maiores de 60 anos. Além disso, será introduzida a Teoria da Representação Social e a teoria complementar do Núcleo Central para fundamentar a relação que produtos e serviços têm com seu usuário e também para fundamentar a hipótese de que existe uma mudança, em curso, da visão da sociedade sobre a velhice na sociedade contemporânea. Ele será dividido em três seções: a primeira apresentará os métodos de coleta de exemplos; a segunda introduzirá as teorias acima citadas surgidas na Psicologia Social; e a terceira apresentará um exercício realizado com base nas teorias explanadas, cujo objetivo foi entender a visão das pessoas sobre quais produtos e serviços estão relacionados ao público idoso. O experimento foi realizado com dois grupos etários: o primeiro composto por pessoas com até 30 anos e o segundo por pessoas entre 30 e 75 anos de idade, e vem a ser revelador para o Design.

3.1. Em busca das "coisas de velho"

Com a aplicação de diferentes métodos de levantamento de dados, foram recolhidos exemplos de produtos, serviços e ações projetuais voltados para os idosos. Primeiramente foi feita uma busca na Internet a partir da combinação de palavraschave relacionadas ao público estudado, tais como "serviços para a terceira idade", "produtos para idosos", "produtos + terceira idade" e "serviços + envelhecimento ativo". Também foram pesquisados sites que tratassem do tema envelhecimento ativo de forma mais específica. Para essas buscas, foram utilizadas combinações de palavras tais como "site + idosos" e "site + envelhecimento ativo".

Outro método utilizado foi a criação de um grupo de interesse entre os alunos do curso de antropologia "Diferenças geracionais e construção de identidade: gênero, corpo e envelhecimento" ministrado por Mirian Goldenberg. Durante o segundo semestre de 2012, os alunos trocaram e-mails e compartilharam exemplos relacionados a "uma nova forma de ver a velhice", tema abordado durante as aulas e tratado em seu sentido literal neste capítulo. A importância dessa ação reside no fato

⁵⁵ http://www.ppgsa.ifcs.ufrj.br/programas/diferencas-geracionais-e-construcao-de-identidade-genero-corpo-e-envelhecimento/.

de que ela permitiu reunir exemplos coletados por estudantes e pesquisadores de áreas distintas, tais como design, antropologia, psicologia, direito e música.

Também foi criado um grupo de interesse com os integrantes do Laboratório Design Memória e Emoção – Labmemo, da PUC-Rio, coordenado pela Professora Vera Damazio. O grupo, formado por graduandos e mestrandos em Design, coletou exemplos não só de produtos e serviços, mas também de ações projetuais voltadas para o idoso.

Um terceiro grupo de pesquisa ocorreu em parceria com os alunos de graduação em Design da PUC-Rio da disciplina "Projeto Avançado – produção e distribuição⁵⁶", cujo tema de projeto foi o *envelhecimento ativo*. Durante o processo de imersão no tema, etapa na qual os alunos foram apresentados às questões do envelhecimento, os alunos de pós-graduação integrantes do Labmemo foram convidados a apresentar seus projetos de pesquisa e "novos olhares sobre a velhice". Um dos resultados dessa interação foi a criação de um grupo em uma rede social, com o objetivo de compartilhar exemplos de produtos, serviços e ações projetuais.

Outro grupo criado em rede social ocorreu em parceria com os pesquisadores do Centro Internacional de Longevidade: *International Longevity Center - Brazil (ILC Brazil)*⁵⁷, que se tornaram parceiros de pesquisa — colaborando inclusive com a turma de Projeto Avançado, elaborando uma entrevista semiestruturada para que os alunos entrevistassem os idosos — com o objetivo de compartilhar informações e exemplos relacionados ao envelhecimento ativo e saudável.

A atuação de todos esses grupos de interesse e as buscas realizadas na Internet resultaram na coleta de cerca de 31 exemplos de produtos, serviços e ações projetuais, apresentados na segunda sessão deste capítulo, organizados por categorias.

3.2. Contribuições da Psicologia Social

O conceito de "representação social" surgiu neste estudo de forma intuitiva para indicar que os exemplos de produtos e serviços encontrados tinham um papel importante na construção da imagem de seu usuário e, consequentemente, na forma como ele era representado na sociedade. A partir do interesse pelo tema, foram pesquisadas diferentes áreas do saber que abordassem o conceito de forma mais

⁵⁶ http://www.puc-rio.br/ferramentas/ementas/ementa.aspx?cd=DSG1005. Acesso em: set/2013.

Organização mundial que ajuda a sociedade a lidar com o envelhecimento da população de forma positiva e produtiva por meio de palestras informativas, cursos e debates sobre o tema, dentre outros. Fonte: http://www.ilc-alliance.org/indexx.php/members/details/ilc-brazil. Acesso em: ago/2013.

teórica. Assim, foi descoberta a área da Psicologia Social, que trata, dentre outras, da Teoria da Representação Social e seus desdobramentos.

3.2.1.

A teoria da Representação Social

O conceito de "representação social" surgiu em meados de 1961 na tese de doutorado de Serge Moscovici, psicólogo social francês que estudou o tipo de conhecimento que orienta a comunicação e o comportamento na vida cotidiana.

Moscovici interessava-se pelos pensamentos irracionais — ou senso comum — presentes nas sociedades contemporâneas, regidas pela razão, lógica e ciência. Ele queria transformar o conhecimento do senso comum em um objeto legítimo de estudo da psicologia social, pois acreditava que essa forma de saber orientava a maior parte das comunicações entre as pessoas e os comportamentos na vida cotidiana, independentemente de sua classe social. O conjunto de conceitos, proposições e explicações não subordinadas à razão e à lógica foi denominado por Moscovici de *representações sociais* (In: SÁ, 2007, p. 590). De acordo com Moscovici:

As representações sociais deveriam ser reduzidas a uma modalidade específica de conhecimento que tem por função a elaboração de comportamentos e a comunicação entre indivíduos, no quadro da vida cotidiana. (In: SÁ, 1993, p. 23.)

Formadas por meio dos processos de *ancoragem* e de *objetivação*, as representações sociais são responsáveis por transformar algo não familiar em algo familiar. Segundo Moscovici, é a partir desses processos que um objeto não conhecido ganha sentido e passa a ser simbolizado e relacionado com uma imagem.

A ancoragem ocorre quando uma pessoa assimila um novo objeto, e estabelece uma relação entre esse objeto e algo já conhecido (buscando uma relação entre ambos na memória, em algo já conhecido, ou vivido). Ancorar significa classificar, denominar aquilo que é estranho, buscando no conhecimento já adquirido uma forma ou um nome similar ao novo objeto. Tal como explica Moscovici:

[...] denominar uma pessoa ou coisa é precipitá-la [...] as consequências dessa [denominação] são três: (a) uma vez denominada, a pessoa ou coisa pode ser descrita e adquire certas características; (b) ela se torna distinta de outras pessoas ou coisas através dessas características e tendências; (c) ela se torna o objeto de uma convenção entre aqueles que adotam e partilham a convenção. (In: SÁ, 1993, p. 39.)

Depreendemos desse trecho que, a partir do processo de ancoragem, um objeto desconhecido passa a ser interpretado de acordo com o conhecimento geral de

alguém, com a experiência que o sujeito possui, e torna-se familiar a ele e a todos aqueles que partilham conhecimentos e interpretações similares.

Podemos ilustrar o processo de ancoragem com um vídeo de campanha promocional — do ano de 2011 — do Banco Itaú⁵⁸, no qual crianças de diferentes idades são apresentadas a objetos antigos (utilizados por seus avós ou seus pais quando mais jovens) cujas funções devem descobrir. Ao primeiro contato com cada um dos objetos desconhecidos, as crianças recorreram à lembrança de objetos já conhecidos para tentar dar significado a algo novo e estranho. No exemplo selecionado, as crianças relacionam a forma de um videogame antigo — desconhecido para elas até então — com objetos conhecidos e formas similares, como uma churrasqueira e um rádio.



Figuras 6 e 7: Processo de ancoragem das crianças diante de um videogame antigo. Fonte: http://www.youtube.com/watch?v=CbolNG66l_A. Acesso em: dez/2013.

Já a *objetivação* consiste em naturalizar o novo objeto a partir de uma forma, imagem, figura. Uma vez assimilado, o novo objeto será transformado nesta nova forma, imagem, figura, diferente daquela usada no processo de ancoragem. Usando ainda o exemplo do vídeo publicitário do banco, uma vez entendido que aquele objeto é um videogame antigo, ele deixará de ser associado à imagem de um rádio ou de uma churrasqueira e passará a ter uma imagem própria na memória dessas crianças.

Enquanto andava no metrô do Rio de Janeiro, presenciei uma situação de ancoragem e objetivação protagonizada por um menino de aproximadamente quatro anos. Ao entrar no vagão do metrô com sua mãe, ele, que se sentou em um dos assentos preferenciais, notou os pictogramas representando as pessoas que tinham prioridade para sentar-se ali. Como ainda não sabia ler, o menino interpretou as figuras em voz alta com base no que lhe era familiar (processo de ancoragem).

-

⁵⁸ https://www.youtube.com/watch?v=CbolNG66I_A. Acesso em: fevereiro/2013.



Figura 8: Exemplo de pictogramas indicando pessoas com prioridade para utilizar o assento preferencial. Fonte: www.google.com. Acesso em: dez/2013.

Para o menino, o pictograma da grávida representava uma pessoa gorda e o pictograma do idoso uma pessoa com dor nas costas — pois, para ele, uma barriga grande numa mulher não tinha relação com gravidez, e apoiar-se numa bengala com a mão nas costas não tinha relação com uma pessoa idosa. Depois de feita a assimilação de algo novo por meio do processo de ancoragem — ou seja, a interpretação de pictogramas desconhecidos baseada em formas já conhecidas —, sua mãe o "corrigiu" e ensinou-lhe o que aqueles símbolos representavam. Assim, a mulher gorda passou a representar uma mulher grávida e o homem com dor nas costas passou a representar um idoso. O menino passou, então, pelo processo de objetivação, dando um novo significado para aqueles pictogramas até então estranhos a ele.

Desta forma, ainda muito jovem, ele aprendeu a enxergar o idoso tal como é representado pelo pictograma, associando-o a alguém com problemas físicos ligados à locomoção e que precisam do auxílio de uma bengala. Sem perceber, a mãe ensinou ao filho que a bengala é uma "coisa de velho" e, com isso, ele provavelmente passará muitos anos acreditando nessa imagem estereotipada do idoso. Tal como explica Jean-Claude Abric, psicólogo social francês:

A representação funciona como um sistema de interpretação da realidade que rege as relações dos indivíduos com o seu meio físico e social, ela [a representação] vai determinar seus comportamentos e suas práticas. A representação [...] orienta as ações e as relações sociais. Ela é um sistema de pré-decodificação da realidade porque ela determina um conjunto de antecipações e expectativas. (ABRIC, 2000, p. 28.)

As condições de existência de uma representação social

Para compreender o fenômeno das representações sociais é preciso perguntar o que motivou sua criação. O caminho para a resposta é que o propósito de toda

representação social é transformar algo não familiar em algo familiar (SÁ, 1993, p. 35). Sá explica que:

Nas sociedades modernas, o novo é comumente gerado por meio dos universos reificados da ciência, da tecnologia ou das profissões especializadas. São novas descobertas ou teorias, invenções e desenvolvimento técnicos [...]. A exposição a esse novo é que introduz a não familiaridade ou a estranheza na sociedade mais ampla. (SÁ, 1993, p. 36.)

A partir do levantamento de produtos e serviços realizado no capítulo anterior, percebeu-se a existência de dois grandes grupos: um voltado para uma visão estereotipada da velhice e outro para uma visão positiva. Assim, surgiu a hipótese de que vivenciamos um momento de transição da representação social da velhice; mas, para afirmarmos isso, antes é necessário demonstrar que essa nova representação de fato existe. Para tanto, é preciso comprovar sua existência a partir da averiguação de três condições sociais — comuns a *qualquer* representação social —: (1) a dispersão da informação; (2) a focalização; e (3) a pressão à inferência.

A primeira condição de existência de uma representação social — a dispersão da informação — consiste na circulação de ideias e crenças sobre determinado tema na sociedade. É quando um dado assunto passa a ser abordado nas conversas cotidianas e a ser divulgado pela mídia — seja ela impressa ou televisiva —, fazendo com que as pessoas lhe deem mais atenção. Como exemplo dessa condição, temos o livro *A bela velhice*⁵⁹, escrito pela antropóloga Mirian Goldenberg e lançado no segundo semestre de 2013, que mostra uma nova forma de se encarar a velhice. Além do livro, há cerca de dois anos, a autora — que escreve quinzenalmente para o jornal *Folha de São Paulo*⁶⁰ — vem publicando alguns textos sobre novas formas de envelhecer.

O tema também tem sido tratado em muitos programas de televisão das grandes emissoras nacionais. O matinal *Encontro com Fátima Bernardes*, na TV Globo, já abordou diversas questões relacionadas à vida depois dos 60 anos — tais como solidão, moradia, saúde, relação com a tecnologia e estereótipos — em oito de seus programas no ano de 2013⁶¹, com especialistas, idosos e pessoas famosas (idosas e não idosas) falando a respeito.

http://mdemulher.abril.com.br/bem-estar/reportagem/auto-ajuda/ter-muita-idade-revolucionario-mirian-goldenberg-novo-livro-757259.shtml.

http://www1.folha.uol.com.br/colunas/miriangoldenberg/2013/10/1353260-velho-esta-na-moda.shtml http://www1.folha.uol.com.br/colunas/miriangoldenberg/2013/09/1339432-velho-e-lindo.shtml

http://www1.folha.uol.com.br/colunas/miriangoldenberg/1169411-a-bela-velhice.shtml http://globotv.globo.com/rede-globo/encontro-com-fatima-bernardes/v/tuca-andrada-fala-sobre-a-velhice-as-pessoas-esquecem-os-velhos/3021430/.

[/]v/tata-werneck-e-jean-wyllys-fala-sobre-a-solidao-na-velhice/2834110/.

____/v/angelica-tem-81-anos-e-pratica-diversos-esportes/2834117/.

Outro programa, também matinal, de grande repercussão nacional da mesma emissora é o Mais Você, que em 2013 também abordou questões da vida depois dos 60 anos em muitas de suas edições diárias⁶², como relacionamentos, atividade física, qualidade de vida, dentre outros.

O Globo Repórter, programa da mesma emissora, dedicado a assuntos de grande relevância para a sociedade, também já teve como tema principal o envelhecimento da sociedade brasileira, focando pontos como saúde, bem-estar, sociabilidade e lazer em algumas de suas edições em 2013⁶³.

Essas reportagens e publicações lançam um novo olhar para o público com mais de 60 anos, tratando a velhice de maneira natural e positiva. Isso promove um diálogo na sociedade e, aos poucos, desestrutura o senso comum de que o idoso é uma pessoa frágil e que vive a etapa final de sua vida. Em outras palavras, a representação social da velhice é abalada e as informações dispersas mostram alternativas ao estereótipo do "velho", levando a sociedade a repensar seu senso comum sobre a velhice.

Porém, a observação apenas da primeira condição para o surgimento de uma representação social — a dispersão da informação — não é suficiente para afirmarmos a existência de uma nova representação social da velhice. Para tanto é preciso que se cumpram mais duas condições: a focalização e a pressão à inferência.

A segunda condição — a focalização — consiste em uma chamada de atenção para o objeto da representação (no caso, a velhice) em um dado momento. Em outras palavras, significa focar esse objeto de forma muito específica, criando-se, por exemplo, centros de estudo, institutos, políticas e órgãos públicos voltados para os maiores de 60 anos.

De atuação tanto no âmbito estadual quanto municipal, a cidade do Rio de Janeiro hoje conta com a Secretaria de Estado de Envelhecimento Saudável e Qualidade de Vida (SEESQV)⁶⁴ e a Secretaria Especial de Envelhecimento Saudável e Qualidade de Vida (SESQV)⁶⁵. Ambas foram criadas com o objetivo de implementar e

[/]v/idoso-de-85-anos-deve-morar-sozinho-ou-com-um-filho/2469940/.

_/v/renato-veras-fala-sobre-a-relacao-entre-os-idosos-e-a-internet/2075621/.

_/v/convidados-acreditam-que-o-simbolo-que-representa-os-idosos-tem-que-mudar/2859212/.

http://tvg.globo.com/programas/mais-voce/mais-voce-mostra-casais-que-redescobriram-o-amor-naterceira-idade.html. http://g1.globo.com/globo-reporter/videos/t/saude/v/medicos-da-usp-querem-entender-como-

superidosos-mantem-a-saude/2838665/.

_/v/santa-catarina-concentra-as-dez-cidades-com-maior-expectativa-de-vida-no-brasil/2838662/.

_/v/ter-amigos-e-bom-humor-e-essencial-para-envelhecer-bem/2838711/.

⁶⁴ http://www.rj.gov.br/web/seesqv/exibeconteudo?article-id=1429331.

⁶⁵ http://www.rio.rj.gov.br/web/sesqv/conheca-a-secretaria.

promover políticas públicas voltadas para a qualidade de vida da população com mais de 60 anos e para atender às necessidades previstas no Estatuto do Idoso.⁶⁶

Um dos desdobramentos da Secretaria Especial da Prefeitura do Rio de Janeiro são as Academias da Terceira Idade (ATI's)⁶⁷, instaladas em praças da cidade, com professores de educação física ministrando aulas gratuitamente, de segunda a sexta-feira, em dois horários diários. Outro importante desdobramento são as Casas de Convivência e Lazer de Idosos⁶⁸, localizadas em seis bairros da cidade e que oferecem atividades diárias, espaço de socialização e lanches para os idosos frequentadores, evitando o isolamento e favorecendo a inclusão social.

Outro importante indício da condição de focalização é a criação do Centro de Estudo e Pesquisa do Envelhecimento (CEPE), criado no âmbito da Secretaria de Saúde do Governo Estadual e gerenciado pelo Instituto Vital Brazil e que tem dentre seus objetivos: "tornar-se um polo de pesquisas sobre a população idosa do Rio de Janeiro; oferecer atendimento ambulatorial às pessoas com mais de 60 anos e campanhas para a promoção de sua saúde; desenvolver cursos de especialização para cuidadores de idosos e desenvolver políticas públicas voltadas para o cidadão idoso⁶⁹".

No âmbito nacional, o governo federal lançou o programa *Viaja mais terceira idade*⁷⁰ — um desdobramento do programa *Viaja mais*, do Ministério do Turismo —, que oferece descontos e vantagens para as pessoas maiores de 60 anos viajarem. O programa cadastra os cidadãos dessa faixa etária e apresenta as operadoras e agências de turismo participantes, para que o idoso escolha a melhor opção para sua viagem. Os idosos participantes do programa também tem a possibilidade de estender o benefício a um acompanhante não necessariamente idoso, estimulando não só o maior de 60 anos a viajar, como também a levar parentes ou amigos junto, promovendo interação social.

A terceira condição para comprovar a existência de uma representação social — a pressão à inferência — consiste no interesse pelo *o quê* tantas pessoas estão interessadas. No caso da hipótese da existência de uma nova representação social da velhice, essa condição é ilustrada pelo consequente interesse, atenção, curiosidade e antenação do público em geral sobre as novas formas de encarar a velhice, provocados pela atenção da mídia, pela criação de políticas públicas e centros de estudo e demais ações e projetos desenvolvidos para o idoso que fazem com que as

⁶⁶ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.741.htm.

⁶⁷ http://www.rio.rj.gov.br/web/sesqv/exibeconteudo?id=126401.

http://www.rio.rj.gov.br/web/sesqv/exibeconteudo?id=131943.

⁶⁹ http://www.ivb.rj.gov.br/cepe.html.

⁷⁰ http://www.viajamais.gov.br/vm/viajamais.mtur.

pessoas passem a reparar no tema "velhice", e busquem entender o motivo de tanto interesse por essa "nova forma de encarar a velhice". Em outras palavras, a partir do momento em que muitos falam sobre o assunto, surge a necessidade de se saber do que se trata: "Se todos estão falando sobre envelhecimento ativo e positivo, eu também quero saber o que é isso".

Com base na teoria da representação social e suas condições sociais, é possível afirmar a existência de uma nova representação social da velhice. Essa teoria não é, contudo, a única a apontar as mudanças existentes, como apresentado a seguir.



Quadro 1: Três condições de existência da nova representação social da velhice.

3.2.2. A teoria do Núcleo Central

A expansão da teoria das representações sociais de Moscovici resultou na emergência de contribuições teóricas complementares como, por exemplo, a teoria do Núcleo Central. Proposta em 1976 na tese de Doutorado de Jean-Claude Abric sob a forma de uma hipótese acerca da organização interna das representações sociais, a teoria do núcleo central contribui "para que a teoria das representações sociais se torne mais heurística para a prática social e para a pesquisa" (Sá, 1996/2002, p.51).

Essa teoria defende que a organização de uma representação social é regida por um sistema interno duplo em que cada parte possui uma função específica e complementar a da outra (SÁ, 1996/2002). Ou seja, toda representação social é dividida em dois sistemas: o central e o periférico. O sistema central — chamado de núcleo central — é o elemento mais estável da representação e não muda, mesmo que a informação recebida o contradiga. Ele estrutura como uma dada situação é

representada e determina o comportamento dos sujeitos. O núcleo central é único para cada representação; o que significa dizer que não existem duas representações distintas com o mesmo núcleo central e qualquer modificação nele feita resulta na transformação completa da representação. Nas palavras de Abric:

Para que duas representações sejam diferentes, elas devem ser organizadas em torno de dois núcleos centrais diferentes. A simples identificação do conteúdo de uma representação não basta para o seu reconhecimento e identificação. A organização deste conteúdo é essencial: duas representações definidas por um mesmo conteúdo podem ser radicalmente diferentes, caso a organização destes elementos, portanto sua centralidade, seja diferente. (ABRIC, 2000, p. 31.)

Já o sistema periférico atualiza e contextualiza as determinações normativas do núcleo central, resultando em flexibilidade e em expressão individualizada, pontos que caracterizam as representações sociais. Em outras palavras, o núcleo central é o elemento de uma representação que não pode mudar — pois, se ele mudar, a representação muda —, e o sistema periférico atua como um sistema de "defesa" desse núcleo, adaptando-se e modificando-se para que ele permaneça *(integro. Para exemplificar, tratemos de um experimento realizado por Abric (SÁ, 1996/2002) em que os sujeitos pensam que estão jogando ora contra uma máquina ora contra outra pessoa, quando, na verdade, jogaram todas as vezes — e sem saber — contra o próprio experimentador, Abric.*

O oponente e a forma de jogar eram os mesmos (Abric usou a mesma estratégia durante todo o experimento); mas a representação que os participantes tinham de seu oponente era diferente: quando os sujeitos acreditavam jogar contra uma *máquina* — núcleo central da representação de seu oponente —, eles definiam o oponente como "rígido", "não adaptativo" e "insensível" — elementos do sistema periférico. Quando acreditavam jogar contra outra *pessoa* — núcleo central da representação do oponente —, o definiam como "flexível", "adaptativo" e "reativo" — elementos do sistema periférico.

Esse experimento mostra como os elementos do sistema periférico de uma representação social se adaptam de modo a tornar seu núcleo central "verdadeiro". É graças ao sistema periférico que a representação pode se ancorar na realidade do momento (SÁ, 1996/2002). Sá esclarece que:

O sistema periférico [...] caracteriza-se por integrar as experiências e as histórias individuais, suportar a heterogeneidade e as contradições do grupo, sendo ainda capaz de mudar mais facilmente em resposta às transformações do contexto social imediato. (SÁ, 2007, p. 595.)

Nessa linha, um mesmo objeto poderá ter representações diferentes somente se seus núcleos centrais forem nitidamente distintos. Essa relação *central x periférica* dos elementos de uma representação mostram que alguns são mais decisivos do que outros no reconhecimento e na identificação do objeto. Isso é facilmente observado no universo material dos maiores de 60 anos de idade no Brasil. Existem objetos, como a bengala, por exemplo, que estabelecem um vínculo tão forte com os idosos que se tornam elementos de sua representação visual.



Figura 9: Exemplo do uso da bengala no pictograma do idoso no Brasil. Fonte: www.google.com.br. Acesso em: dez/2012.

Ao realizar uma pesquisa de imagens na Internet por "produtos para idosos", foi possível notar que a maioria dos resultados apresentou objetos vinculados a limitações físicas e problemas de saúde — tais como bengalas, apoios necessários para realizar necessidades no banheiro com mais segurança, porta-remédios, fraldas geriátricas, cadeira de rodas e andadores, dentre outros.



Figura 10: Exemplo de produtos para idosos. Fonte: www.google.com.br. Acesso em: dez/2012.

Uma hipótese para justificar essa tendência é a de que esses objetos fazem parte do sistema periférico da representação social da velhice, cujo núcleo central é a doença. A saúde debilitada e o avanço da idade se relacionam direta e proporcionalmente — quanto mais idade a pessoa tem, mais problemas de saúde

apresenta —, estando o idoso, dentro dos grupos de risco de doenças como a gripe⁷¹, por exemplo. Porém, apesar disso, envelhecer não significa necessariamente ou apenas adoecer.

O avanço da tecnologia e o acesso à informação são, em grande parte, responsáveis pela mudança da relação idoso x doença: o idoso dos dias atuais está mais bem informado e cuida melhor da sua saúde, praticando exercícios físicos e cuidando da alimentação.72

O resultado dessa mudança é a formação de um novo grupo de produtos, serviços e ações projetuais destinados aos maiores de 60 anos em contrapartida aos com foco na doença: o grupo das coisas do novo velho.

E qual é a relação destes dois grupos (coisas de velho x coisas do novo velho) com a teoria do núcleo central? A hipótese levantada é a de que, hoje, existem duas representações sociais da velhice, pois estamos vivendo atualmente um momento de transição entre elas. E para que existam duas representações sociais é necessário que existam dois núcleos centrais diferenciados.

O primeiro grupo de exemplos, o grupo das coisas de velho, é composto por objetos, serviços e ações criados com foco nas limitações físicas que uma pessoa idosa pode vir a ter: bengala e andador para auxiliar a locomoção; porta-remédios para organizar uma elevada quantidade de remédios para diferentes doenças e fralda geriátrica para evitar que o idoso suje suas roupas por não conseguir controlar a vontade de ir ao banheiro.

Não importa para que tipo de problema esses produtos são desenvolvidos, o foco – o núcleo central – é o mesmo: a doença. Isso equivale dizer, que, ao pensar no usuário, a empresa, o órgão público, o designer, o arquiteto, o engenheiro — ou quem quer que os tenha projetado — tinham em mente a representação social que vê o idoso como uma pessoa doente.

⁷¹ http://www.brasil.gov.br/saude/2013/03/campanha-de-vacinacao-contra-a-gripe-comeca-dia-15. Acesso em: maio de 2013. http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2010/04/pesquisa-mostra-que-idosos-estao-mais-

independentes.html. Acesso em: jul/2013.



Figura 11: Imagem ilustrativa da representação social da velhice.

Uma vez que o núcleo central é a doença, como vemos na Figura 80, o sistema periférico da representação social passa a girar em torno desse núcleo de forma a mantê-lo sempre íntegro. Assim, os objetos e serviços criados para os idosos nesse contexto também terão sempre a doença como ponto principal.

Já o segundo grupo de exemplos — o das *coisas do novo velho* — é composto de objetos, serviços e ações com foco na qualidade de vida do idoso. É importante ressaltar que projetar com foco na qualidade de vida no lugar da doença, não significa ignorar as limitações físicas e mentais resultantes da idade avançada, significa apenas não tratá-las como ponto central da representação da velhice. As coisas do novo *velho*, portanto, foram projetadas com vistas para a representação social da velhice em que a doença deixa de fazer parte do núcleo central e passa a transitar no sistema periférico, uma vez que faz parte da vida da pessoa idosa, assim como outras questões (figura 81).

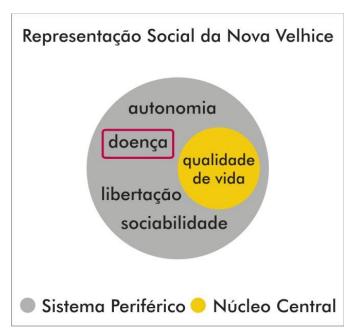


Figura 12: Imagem ilustrativa da representação social da nova velhice.

A mudança em uma representação social é melhor observada no estudo de sua organização interna (núcleos centrais e sistemas periféricos) e por isso a teoria do núcleo central apresentada neste subitem foi escolhida como base teórica para um ensaio realizado com pessoas entre 19 e 75 anos de idade.

3.3. Um experimento sobre a mudança do Núcleo Central

Simone de Beauvoir observa que a forma como enxergamos a velhice dos outros é diferente da forma como enxergamos nossa própria velhice. Ela lembra que:

Quando nos comparamos a pessoas de nossa mesma idade, sentimo-nos propensos a nos colocar numa categoria diferente, visto só as vermos de fora e não lhes supormos sentimentos idênticos aos do ser único que cada um de nós constitui para si mesmo. (BEAUVOIR, 1970, v. 2, p. 19.)

Essa afirmação, somada aos grupos de coisas de velho e coisas do novo velho e sua relação com a transformação da representação social da velhice, levantou a seguinte questão: as coisas que representam a velhice dos outros são as mesmas que representam a velhice desejada por cada um de nós?

Baseando-se nessa questão, foi desenvolvido um experimento, no âmbito deste trabalho, com o objetivo de explorar a existência de duas representações sociais da velhice: aquela que vê o idoso como um ser frágil, dependente, a espera da morte

e com seu núcleo central ligado à doença, e aquela que traz a nova visão sobre a velhice e que apresenta a qualidade de vida como núcleo central da representação.

O experimento foi elaborado com imagens dos produtos, serviços e ações projetuais para idosos coletadas ao longo dos anos de 2012 e 2013.



Figura 13: Folhas utilizadas no primeiro experimento. Imagens iguais e enunciados diferentes. Fonte pessoal.

Foram criadas duas folhas em papel tamanho A4, aparentemente iguais, com 30 imagens iguais e dispostas na mesma ordem, dentro de quadrados de mesmo tamanho e com um espaço para indicar a seleção da figura. Apenas o enunciado era diferente. O enunciado da primeira folha (anexo I) é: "Escolha até 5 imagens que representem a sua visão de uma pessoa com 75 anos de idade". O enunciado da segunda folha (anexo II), com imagens idênticas à primeira, é: "Escolha até 5 imagens que representem você aos 75 anos de idade". A idade de 75 anos foi escolhida porque representa a expectativa de vida média do brasileiro atualmente⁷³.

Experimento com participantes com menos de 30 anos

O experimento foi aplicado, inicialmente, junto a alunos do curso de Design da PUC-Rio da turma "Projeto Avançado – Produção e Distribuição" do segundo semestre de 2013. Como parte do processo de imersão no tema envelhecimento ativo, os alunos foram convidados a participar de um exercício introdutório. Primeiramente

⁷³ http://oglobo.globo.com/pais/em-tres-decadas-expectativa-de-vida-sobe-11-anos-brasileiro-chega-aos-737-9327084. Acesso em: ago/2013.

74 http://www.puc-rio.br/ferramentas/ementas/ementa.aspx?cd=DSG1005.

foi distribuída a folha com o enunciado "Escolha até 5 imagens que representem a sua visão de uma pessoa com 75 anos de idade". Logo em seguida, após o recolhimento das folhas da primeira etapa, foram distribuídas folhas com as mesmas imagens e com o enunciado "Escolha até 5 imagens que representem *você* aos 75 anos de idade".

O exercício foi realizado com 76 alunos, sendo dezoito homens e cinquenta e oito mulheres, entre 19 e 29 anos. Os resultados da primeira folha (anexo I), relativos à visão sobre a velhice do outro, indicaram que a escolha das imagens foi norteada pelas limitações físicas geradas pelo avanço da idade e atividades realizadas dentro de casa. As imagens de "óculos", "remédios", "televisão", "livro" e "pantufa" aparecem com maior frequência que as demais.

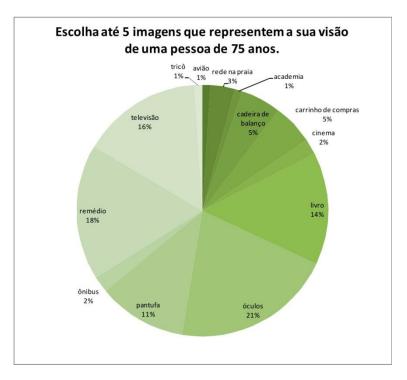


Gráfico 2: Frequência de respostas dos participantes com menos de 30 anos sobre o ensaio "escolha até 5 imagens que representem a sua visão de uma pessoa com 75 anos de idade". Gráfico simplificado.



Figura 14: Imagens com maior frequência do ensaio "escolha até 5 imagens que representem a sua visão de uma pessoa com 75 anos de idade" selecionadas por participantes com menos de 30 anos.

Já os resultados da segunda folha (anexo II), a visão da própria velhice, mostraram um foco diferente do anterior, com a escolha de imagens associadas a lazer e entretenimento aparecendo com maior frequência.

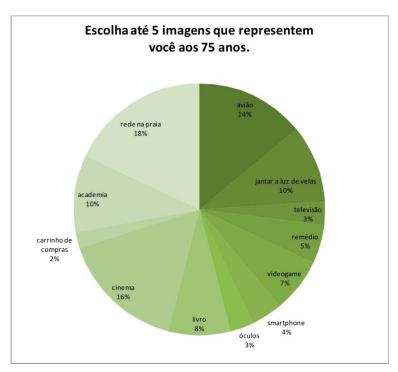


Gráfico 3: Frequência de respostas dos participantes com menos de 30 anos sobre o ensaio "escolha até 5 imagens que representem *você* aos 75 anos de idade". Gráfico simplificado.

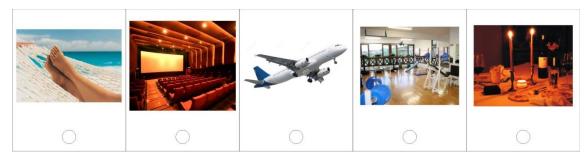


Figura 15: Imagens com maior frequência do ensaio "escolha até 5 imagens que representem *você* aos 75 anos de idade" selecionadas por participantes com menos de 30 anos.

A imagem da rede em frente à praia, juntamente com a do avião, do cinema, do jantar a luz de velas e da academia indicaram o desejo de aproveitar a velhice relaxando, saindo para ir ao cinema, restaurantes, viajando e conhecendo novos lugares.

O primeiro experimento realizado com os alunos universitários gerou resultados compatíveis com a hipótese levantada sobre a mudança da representação social da velhice. Sua visão sobre a própria velhice mostrou-se centrada em imagens representando lazer, entretenimento e viagem, questões que podemos relacionar à qualidade de vida do idoso. Uma visão bem diferente da indicada no ensaio anterior – a visão da velhice do outro – cujo foco está nas limitações físicas, com imagens indicando atividades dentro de casa e relacionadas à doença. Ao representarem a própria velhice, os alunos tinham como núcleo central a *qualidade de vida*, já ao representarem a velhice do outro, seu núcleo central era a *doença*.

Os alunos foram instruídos a perguntar caso não entendessem alguma imagem e a anotar no verso da folha aquilo que acreditavam que não poderia deixar de fazer parte da vida de uma pessoa com 75 anos. As imagens que geraram dúvida nos participantes — principalmente por causa da qualidade da impressão — foram as dos remédios, do motel, do escritório (colocada com a intenção de representar o trabalho), da academia e da boate, e, por isso, foram alteradas para que, em um próximo experimento, não causassem dúvida.

Dos 76 alunos participantes, 25 sentiram falta de imagens referentes à fé; 15 alunas sentiram falta de imagens referentes à vaidade, como maquiagem, por exemplo, e 10 alunos sentiram falta de imagens referentes a andar de bicicleta. Com isso, algumas imagens foram substituídas e outras acrescentadas, para que nos experimentos seguintes mais aspectos relacionados à velhice fossem contemplados. Surgiram, assim, os anexos III e IV, com o total de 36 imagens de produtos e serviços.

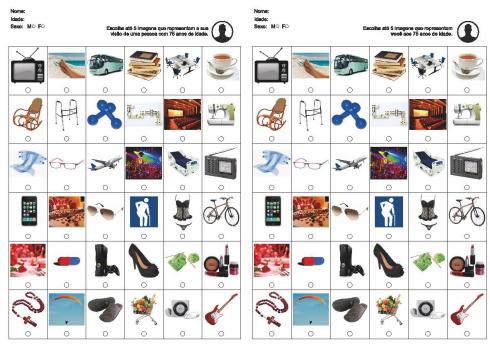


Figura 16: Folhas utilizadas no segundo experimento, já com a modificação e atualização de algumas imagens. Fonte pessoal.

Experimento com participantes com mais de 30 e menos de 75 anos

Entre os meses de novembro, dezembro e janeiro de 2013, as folhas reestruturadas foram distribuídas para pessoas conhecidas — parentes e amigos da autora. No total, quarenta pessoas participaram do ensaio, sendo 15 homens e 25 mulheres com idades entre 32 e 72 anos. Os resultados da primeira folha distribuída (anexo III) — "Escolha até 5 imagens que representem a sua visão de uma pessoa com 75 anos de idade" — mostraram a escolha das imagens norteada pelas limitações físicas e atividades realizadas dentro de casa. Muito próximos dos resultados obtidos anteriormente com os alunos de até 30 anos de idade, os resultados dos participantes entre 30 e 75 anos mostraram que a idade pouco altera a visão que se tem da velhice do outro, tendo sido escolhidas as imagens de "cadeira de balanço", "televisão", "remédio", "dominó" e "xícara de café" com maior frequência que as demais.

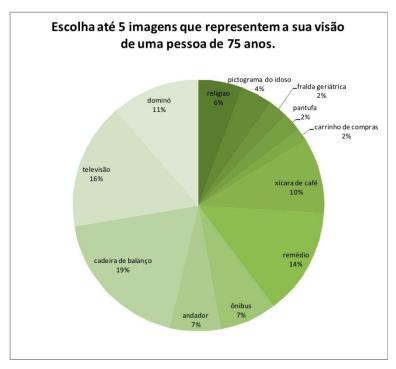


Gráfico 4: Frequência de respostas dos participantes entre 30 e 75 anos sobre o ensaio "escolha até 5 imagens que representem a sua visão de uma pessoa com 75 anos de idade". Gráfico simplificado.



Figura 17: Imagens com maior frequência do ensaio "escolha até 5 imagens que representem a sua visão de uma pessoa com 75 anos de idade" selecionadas por participantes entre 30 e 75 anos.

Já os resultados da segunda folha (anexo IV) — "Escolha até 5 imagens que representem *você* aos 75 anos de idade" — mostraram um foco em formas de aproveitar o tempo livre, como viagens e leitura. A seleção das imagens da pessoa com os pés para cima numa rede e a do avião (mesmas imagens selecionadas com maior frequência na segunda folha do ensaio com a faixa etária até 30 anos) indicou que o desejo de aproveitar a vida aos 75 anos independe da idade e é considerado quase um "ideal" de velhice, tanto para os mais jovens quanto para os que já são idosos.

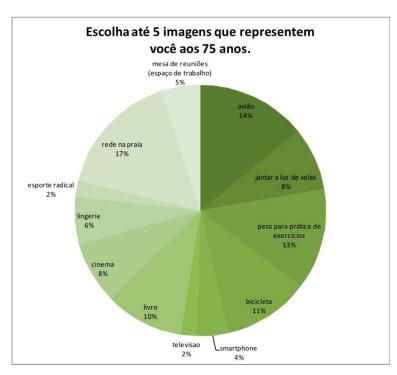


Gráfico 5: Frequência de respostas dos participantes entre 30 e 75 anos sobre o ensaio "escolha até 5 imagens que representem *você* aos 75 anos de idade". Gráfico simplificado.

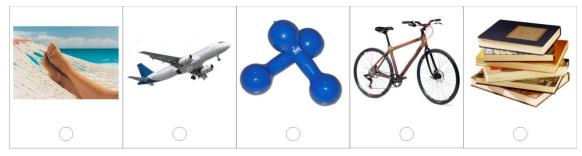


Figura 18: Imagens com maior frequência do ensaio "escolha até 5 imagens que representem *você* aos 75 anos de idade" selecionadas por participantes entre 30 e 75 anos.

3.4. Considerações parciais

Apesar da variação de idade entre os dois grupos pesquisados, a forma como ambos enxergam a velhice do outro e a própria velhice diferem de modo similar. Tanto o jovem de 19 quanto o adulto de 57 anos — que está bem próximo de tornar-se um "maior de 60 anos" — representam a velhice do outro como uma fase relacionada a atividades dentro de casa e limitações físicas. Portanto, ao representarem a velhice do outro, o fazem tendo como núcleo central a doença, e os elementos de seu sistema periférico giram em torno dessa "verdade".

Observou-se que essa representação não se repete quando se trata da própria velhice. Nesse caso, os dois grupos selecionaram imagens bastante diferentes daquelas marcadas anteriormente – cujo núcleo central era a doença –. "Jantar a luz de velas", peso para a prática de exercícios/academia", "uma rede na praia", "avião" e até mesmo "esporte radical" foram algumas das imagens escolhidas para representar a velhice dos participantes do ensaio. Imagens que indicam o desejo de viajar, conhecer lugares novos, se aventurar. Enfim, de aproveitar a velhice fora de casa, tendo a *qualidade de vida* como núcleo central da representação de sua própria velhice.

Os resultados mostraram que as pessoas têm duas formas de representar a velhice. Quando se trata da velhice do outro – "o velho é o outro" –, a *doença* aparece como núcleo central de sua representação. Já quando se trata de sua própria velhice – "o velho sou eu" –, a doença é deslocada para o sistema periférico da representação social da velhice, dando espaço para a *qualidade de vida* como núcleo central.

Mais do que importante, é essencial que, para atender de maneira satisfatória às demandas do grupo envolvido, o Design compreenda essas diferenças de pontos de vista quando se trata de alguma questão social mais complexa.