

## 4.

### O olhar do Design sobre o universo material dos idosos

Este capítulo diz respeito ao estudo sobre produtos, serviços e ações projetuais desenvolvidos para os idosos e foi organizado em duas seções: (1) estudos classificatórios; e (2) organização e categorização dos exemplos coletados. A primeira apresenta um exercício de organização denominado *cartas na mesa*, em que os exemplos coletados transformaram-se em cartas ilustradas para ajudar na criação de categorias com base naquelas estudadas pelo Labmemo. Na sequência, foram estudados os trabalhos teóricos de *Mihaly Csikszentmihaly*, publicado no livro “*The Meaning of Things: domestic symbols and the self*” sobre a importância dos objetos cotidianos na vida das pessoas e a tese de doutorado de Vera Damazio “*Artefatos de memória da Vida Cotidiana: um olhar interdisciplinar para as coisas que fazem bem lembrar*”. A segunda seção apresenta a organização dos produtos, serviços e ações projetuais de acordo com as duas grandes categorias encontradas e suas subcategorias: as coisas de velho e as coisas do novo velho.

#### 4.1.

##### Cartas na Mesa

A partir da reunião dos exemplos de produtos, serviços e ações projetuais, já apresentado no capítulo anterior, surgiu a necessidade de visualizá-los de maneira que pudessem ser agrupados de acordo com características que apresentassem em comum. Assim, foi elaborado um produto gráfico denominado *cartas na mesa*, no qual cada exemplo foi ilustrado por uma imagem. Todas as cartas possuíam o mesmo tamanho e foram apresentadas sobre uma mesa (por isso o nome *cartas na mesa*) aos integrantes do Laboratório Design Memória e Emoção – Labmemo.

Coordenado pela professora Vera Damazio, da PUC-Rio, o Laboratório Design Memória e Emoção – Labmemo é um espaço de pesquisa com foco no Design Emocional e no potencial dos objetos e imagens de promover ações sociais e desencadear sentimentos positivos<sup>24</sup>. As categorias estudadas pelo Labmemo foram norteadas pela ideia de que os produtos se tornam memoráveis quando: (1) nos distinguem como indivíduo, (2) surpreendem e fazem rir, (3) trazem conforto e

---

<sup>24</sup><https://labmemo.wordpress.com/sobre/>

serenidade, (4) estimulam a fazer o bem, (5) criam e fortalecem laços afetivos e (6) nos fazem sentir queridos e importantes.

A partir disso foram elaboradas as categorias: (1) Design & Identidade (*Do as you wish Design*), que reúne ações projetuais que favorecem a distinção, autoexpressão e fortalecimento da identidade individual; (2) Design & Humor/Surpresa, cujos exemplos fazem rir e tornam a rotina e o entorno mais divertidos; (3) Design & Bem estar, agrupando exemplos que promovem conforto, serenidade, e equilíbrio mental e espiritual; (4) Design & Cidadania, reunindo exemplos que estimulam a civilidade e práticas solidárias, humanitárias, colaborativas, e socialmente responsáveis em prol do bem coletivo; (5) Design & Sociabilidade (*Being together Design*), com exemplos que criam e fortalecem laços afetivos, aproximando as pessoas e promovendo a cordialidade, compartilhamento e harmonia; (6) Design & Autoestima, que reúne exemplos que fazem o outro se sentir querido e importante, contribuindo com o fortalecimento e reconhecimento dos aspectos positivos das pessoas (DAMAZIO, In: Cadernos de Estudos Avançados em Design, 2013).

Com base nessas categorias, as cartas foram organizadas em “grupos” de acordo com o que tinham em comum: produtos desenvolvidos com foco em limitações físicas; exemplos que facilitam o aprendizado; e exemplos que estimulam a sociabilidade foram alguns dos grupos iniciais formados.

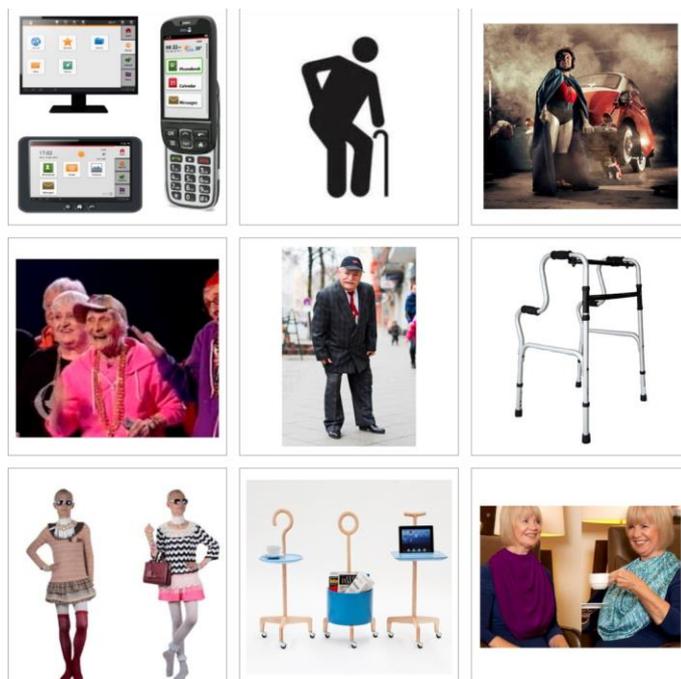


Figura 19: Algumas das cartas desenvolvidas e utilizadas nos ensaios de organização.

## 4.2.

### Estudos classificatórios

Ao investigar sobre a importância dos objetos domésticos na vida das pessoas, o psicólogo Mihaly Csikszentmihaly (In: DAMAZIO, 2005) descobriu que, apesar de seu valor estético, esses objetos tinham menos significado do que outros mais simples e domésticos. A constatação levou Csikszentmihaly a investigar quais coisas eram especiais para as pessoas e por qual motivo, constatando que, muito mais do que qualidade estética, o que tornava um objeto especial era o tipo de relação estabelecida com seu usuário. Partindo dessa premissa, Csikszentmihaly coletou cerca de 1.690 objetos classificados por seus usuários como “especiais” e desenvolveu métodos de organização de acordo com as categorias nas quais esses objetos se encaixavam.

A primeira organização ocorreu de acordo com as “categorias de significados” a partir das justificativas apresentadas pelas pessoas para as escolhas dos objetos, resultando em 11 grupos, cada um dividido em categorias correspondentes, como descrito a seguir.

1. Lembranças: grupo dividido nas categorias (1) mementos; (2) recordações; (3) herança; (4) *souvenirs*; e (5) “tenho há muito tempo”.

2. Associações: abrangendo as categorias (1) étnicas & religiosas; (2) coleções; e (3) presentes.

3. Experiência: composto pelas categorias (1) contentamento; (2) uso cotidiano; e (3) relaxamento.

4. Qualidades intrínsecas dos objetos: englobando as categorias (1) artesanais; (2) singulares; e (3) peculiares fisicamente.

5. Estilo: composto por uma única categoria (“estilo”), cujos objetos reunidos possuíam aspectos de decoração, moda ou design.

6. Utilitário: também composto por uma única categoria (“utilitário”), que reuniu objetos que cumpriam as funções prometidas, como economia de dinheiro, tempo ou possível investimento.

7. Valores pessoais: dividido nas categorias (1) encarnação de um ideal; (2) realização; e (3) personificação.

8. Autorreferenciadas: cuja única categoria (“autorreferenciada”) engloba exemplos centrados no próprio usuário.

9. Núcleo familiar: com apenas uma categoria, cujos objetos foram descritos juntamente com o núcleo familiar como um todo.

10. Parentes: abrangendo as categorias (1) ancestrais; e (2) membros da família em geral.

11. Não familiares: composto pelas categorias (1) amigos em geral; (2) associados; e (3) modelos e heróis.

Também foram ensaiadas categorias de acordo com a forma como o objeto foi adquirido; e de acordo com níveis de representação do objeto (pessoal, social ou cósmico).

O modelo de Mihaly Csikszentmihaly foi adotado na tese de doutorado de Vera Damazio<sup>25</sup>, para a organização de “coisas que fazem bem lembrar”, vista por oito diferentes “pontos de vista”:

1- Por grau de processamento: objetos ordenados considerando as operações e transformações sofridas até sua forma final: (1) artefatos em estado natural: natural humano; natural animal; natural vegetal; e natural mineral; (2) artefatos processados: “fui eu que fiz”; “foi feito pra mim”; e “não importa quem fez”.

2- Por categoria: (1) acessórios e adereços pessoais; (2) bebidas; (3) bichos & bonecos; (4) brinquedos; (5) comidas; (6) cosméticos e cuidados pessoais; (7) utensílios e aparelhos domésticos; (8) distintivos, emblemas e insígnias; (9) enfeites e peças decorativas; (10) equipamento esportivo e de lazer; (11) impressos datados; (12) impressos variados; (13) ferramentas, instrumentos e equipamentos técnicos e profissionais; (14) livros; (15) material escolar; (16) medicamentos e curativos; (17) mobílias; (18) musicais; (19) personagens; e (20) vestimentas.

3- Por função: (1) agradecimentos; (2) brincadeiras & diversões; (3) comemorações & festas; (4) considerações; (5) cuidados com a aparência; (6) cuidados com a saúde; (7) declarações de amor; (8) escolares; (9) hobbies e passatempos; (10) homenagens; (11) infantis; (12) prêmios; (13) profissionais; (14) recordações; (15) refeições; (16) sacros e mágicos; e (17) sonos e repousos.

4- Por frequência de uso: (1) artefatos de “uso único”; (2) artefatos de “uso eventual”; e (3) artefatos de “uso corrente”, divididos entre aqueles “que lembram pessoas” e “que lembram tempos da vida”.

5- Por acontecimentos da vida cotidiana: (1) nascimento & primeiros anos de vida; (2) crescimento e fases de transição; e (3) paqueras e amores.

---

<sup>25</sup> Artefatos de memória da vida cotidiana: um olhar interdisciplinar sobre as coisas que fazem bem lembrar.

6- Por relação de posse: (1) artefatos públicos; (2) artefatos de outras pessoas; e (3) artefatos do próprio.

7- Por meio de aquisição: (1) comprados; (2) herdados; (3) feitos pelo próprio lembrante; (4) feitos por conhecidos; (5) trocados; (6) conquistados; (7) encontrados; (8) catados e caçados; (9) doados; (10) roubados; (11) dados; e (12) presenteados.

8- Por natureza de relação: (1) relação consigo mesmo, dividido entre artefatos de “autorreconhecimento” e “memória de vivências excepcionais”; (2) relação com o “outro”, dividido entre “pertencimento”, “reconhecimento”, “artefatos que inauguram relações sociais” e “artefatos de memória que estreitam laços sociais”; e (3) relação com o sagrado.

Os métodos de organização desenvolvidos por Mihaly Csikszentmihaly e por Vera Damazio, juntamente com o exercício *Cartas na Mesa*, serviram de base para o ensaio de organização desenvolvido neste estudo e apresentado no item 4.4.

### 4.3.

#### **Coisas de Velho x Coisas do Novo Velho**

O conceito de *nova velhice* apresentado anteriormente diz respeito não só a uma nova visão da velhice, como também a tudo aquilo que proporciona aos idosos novas maneiras de se viver essa etapa da vida. Muitos são os produtos e serviços encontrados nos mercados que dialogam com essa *nova* forma de lidar com a vida depois dos 60 anos. São produtos que mesmo criados para ajudar o idoso com alguma limitação física “característica” desta fase da vida, o fazem rompendo com o estigma que cerca o universo material dos maiores de 60 anos. Esses produtos foram denominados no âmbito deste trabalho de *coisas do novo velho*.

O nome surgiu a partir de uma oposição aos produtos e serviços considerados “coisas de velhos”. Aqueles que são culturalmente vistos como “sinônimos” da velhice, como a bengala, por exemplo. Essas *coisas de velho* são desenvolvidas para os idosos sem levar em consideração que eles fazem parte de um grupo com múltiplas identidades, personalidades, desejos e necessidades. São produtos, em sua maioria, ligados à área da saúde — para suprir doenças e limitações físicas e/ou mentais —, e apresentam um padrão restrito de cores e formas.

É importante ressaltar que não é somente a função de um produto ou serviço que o torna uma *coisa de velho* ou *coisa do novo velho* e sim a forma física e “social”

como faz o idoso suprir certa necessidade. Tomemos como exemplo a bengala, símbolo internacional do envelhecimento, presente em grande parte dos pictogramas que representam os maiores de 60 anos.



Figura 20: Exemplos de pictogramas que representam o idoso na Espanha, Turquia, Itália e Brasil, nessa ordem. Fonte pessoal.

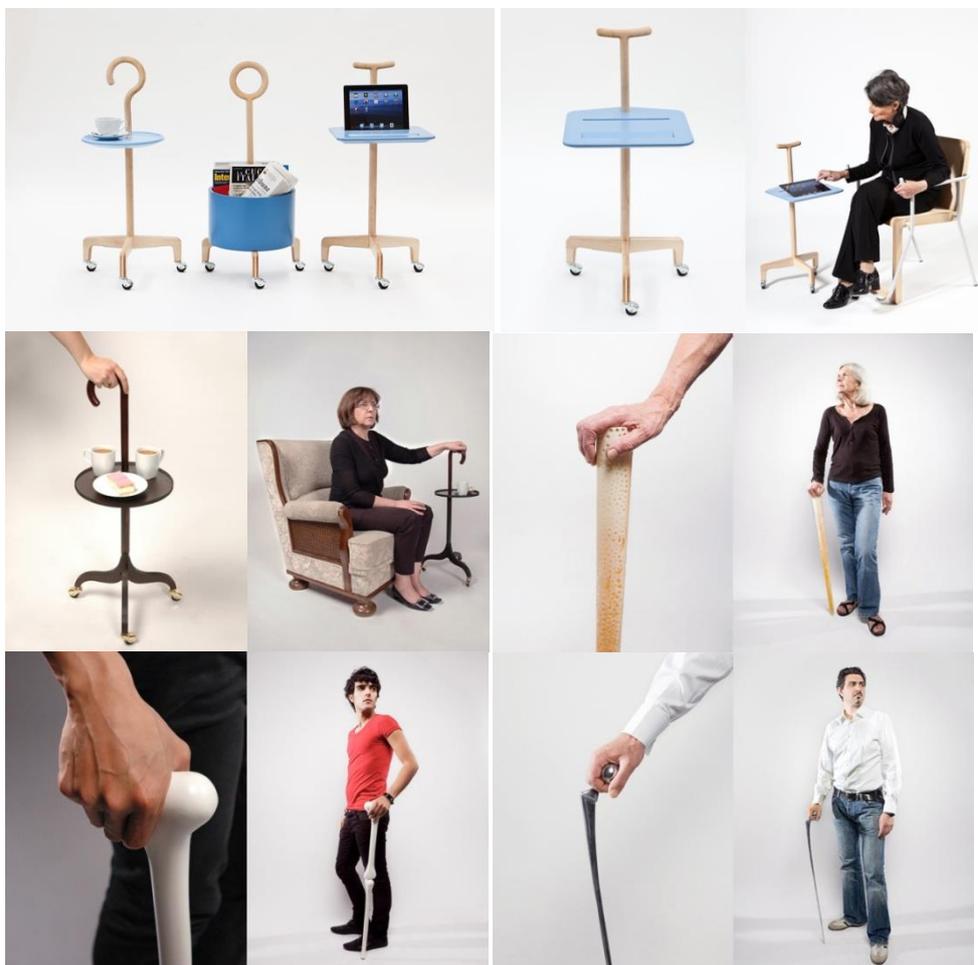
É um objeto utilizado mediante uma limitação física, seja ela temporária ou permanente, e apesar de poder ser utilizada por pessoas de qualquer faixa etária, a bengala — na forma tradicional que conhecemos — é considerada uma *coisa de velho*. Sua forma “clássica” cumpre com a função de dar apoio ao idoso, mas oferece pouca variedade de forma e cor.



Figuras 21 e 22: Bengalas com forma “clássica” e bengalas em uso. Fonte: <http://www.caring-for-aging-parents.com/products-for-the-elderly-mobility.html>. Acesso em: jul/2012.

Mas com tantos modos de ser e viver depois dos 60 anos, por que uma bengala não poderia refletir isso? Como exemplos de *coisas do novo velho* estão as bengalas criadas pelos designers Francesca Lanzavecchia e Hunn Wai. Eles propuseram uma releitura da bengala, seguindo duas linhas: (1) a primeira tornando-a parte da mobília da casa, um objeto capaz de compor e “dialogar” com o ambiente. Neste caso, os designers lhe atribuíram funções além da usual, de modo que a bengala se tornou uma peça decorativa e funcional, integrando-se ao ambiente e deixando de ser meramente uma peça de apoio para a locomoção; (2) a segunda linha

transforma a bengala em objeto de desejo, vestindo-a com novas cores e formas que buscam desassociá-la da forma original.



Figuras 23, 24 e 25: Linha de bengalas criadas pelos designers Francesca Lanzavecchia e Hunn Wai. Fonte: <http://lanzavecchia-wai.com>. Acesso em: jul/2012.

Além das bengalas, já existem hoje no universo material dos idosos outros produtos que deixam sua forma “clássica” de atender necessidades mecânicas comuns na velhice – as *coisas de velho* – e passam a atender às necessidades da *nova velhice*: o babador dá lugar aos protetores de roupas como acessórios de moda; as fraldas geriátricas dão lugar às cuecas e calcinhas geriátricas; as caixas de remédio de plástico dão lugar a caixas de remédios com *status* de obra de arte; andadores são redesenhados, como, por exemplo, o desenvolvido pela empresa *Trikka*<sup>26</sup>, que tem foco não só no apoio, mas em todos os benefícios de se poder caminhar e sentir-se livre e independente, com acessórios como cestinha, pedais e assento caso a pessoa

<sup>26</sup> <http://www.designs-on.com/aging/trikka-%E5%8A%A9%E8%A1%8C%E5%99%A8/>

deseje pedalar em vez de caminhar; e o pictograma referente ao idoso, já tão padronizado e estigmatizado, ganha *nova cara* para melhor representá-lo<sup>27</sup>.



Figuras 26 e 27: Comparação entre o babador de forma “clássica” e o protetor de roupas desenvolvido pela empresa *Bibetta*. Fonte: [www.google.com.br](http://www.google.com.br) e <http://www.bibetta.com>. Acesso em: out/2012.



Figuras 28 e 29: Comparação entre a fralda geriátrica e a calcinha geriátrica, desenvolvida pela empresa *Depend*. Fonte: [www.google.com](http://www.google.com) e [www.depend.com](http://www.depend.com). Acesso em: set/2013.



Figuras 30 e 31: Comparação entre o porta-remédios de forma “clássica” e o porta-remédios escultural criado pela designer Céline Forestier. Fonte: [www.google.com.br](http://www.google.com.br) e <http://www.fastcodesign.com/1664584/a-pillboxes-funky-shapes-help-you-remember-your-meds#1>. Acesso em: mai/2013.

<sup>27</sup> <https://www.facebook.com/Nova3idade>.



Figuras 32 e 33: Comparação entre o andador geriátrico e o andador *Trikka*. Fontes: <http://www.cirurgicazonasul.com.br> e <http://www.designs-on.com/aging/trikka-%E5%8A%A9%E8%A1%8C%E5%99%A8/>. Acesso em: mai/2014.



Figuras 34 e 35: Comparação entre os pictogramas do idoso. O primeiro é o comumente utilizado nos espaços urbanos e o segundo é uma alternativa proposta pelo movimento das redes sociais *Nova cara da terceira idade*. Fonte: [www.facebook.com/Nova3idade](http://www.facebook.com/Nova3idade). Acesso em: set/2013.

#### 4.4.

#### **Categorias das Coisas do Novo Velho**

Em maio de 2013 foi realizado um ensaio de organização dos exemplos coletados ao longo dos anos de 2012 e 2013 com a participação dos integrantes do laboratório. Além dos dois grandes grupos de produtos e serviços, as *coisas de velho* e as *coisas do novo velho*, foram identificadas diferentes categorias dentro do último grupo e suas novas formas de atender o público com mais de 60 anos. Assim, foram criadas seis categorias, inspiradas tanto naquelas já existentes no laboratório quanto no conhecimento prévio do tema *velhice*: (1) Autonomia; (2) Sociabilidade; (3) Intergeracionalidade; (4) Autoestima; (5) Libertação; e (6) Segurança.

#### 4.4.1.

### Autonomia

Com o avanço da idade, muitos são os problemas que podem limitar o idoso a realizar as tarefas do dia a dia. Comer, vestir-se, locomover-se, sair de casa, e morar sozinho são questões que possivelmente tornam-se problemáticas para os idosos — e também para seus familiares — e alguns se incomodam (ou até se envergonham) de precisar da ajuda de terceiros. Isso se confirma na fala de uma senhora de 85 anos ao ser questionada sobre o que considera ser uma preocupação na velhice:

Ah, é viver bem e não dar trabalho aos outros. [...] tem que viver, mas não dar trabalho aos outros. Isso pra mim é uma preocupação constante, sabe? Você não depender dos outros, não dar trabalho...  
N.85 anos.

A categoria denominada *autonomia* abrange produtos e serviços que permitem que os idosos realizem tarefas simples sem precisar necessariamente da ajuda de outras pessoas. Dentre eles temos: (1) o sistema *Liftware* que estabiliza os tremores causados por doenças degenerativas; (2) talheres *Dining with dignity*, com encaixes especiais para estabilizar os tremores das mãos; (3) roupas da loja *Sharisma*, com aberturas especiais para facilitar os movimentos necessários para vestir-se sozinho; e (4) o serviço de teleassistência *Telehelp* que permite ao idoso continuar morando sozinho sem abrir mão de ser assistido 24 horas.

#### *Liftware*

O sistema *Liftware*<sup>28</sup>, desenvolvido por um grupo norte americano de cientistas e engenheiros, estabiliza os movimentos, reduzindo em até 70% os tremores causados por doenças degenerativas, como o mal de Parkinson e facilitando a realização de ações cotidianas como comer e abrir a porta de casa.

---

<sup>28</sup> <https://www.liftlabsdesign.com/>.



Figura 36: Sistema Liftware com o encaixe de colher. Fonte: <https://www.liftlabsdesign.com>. Acesso em: jan/2014.

O sistema já permite o encaixe de artefatos como a colher de sopa, a colher de uso “geral” e o garfo e está sendo desenvolvido o encaixe para a chave. O produto é compacto, portátil e possui bateria recarregável, o que permite seu uso fora de casa, em restaurantes e casa de amigos, por exemplo.

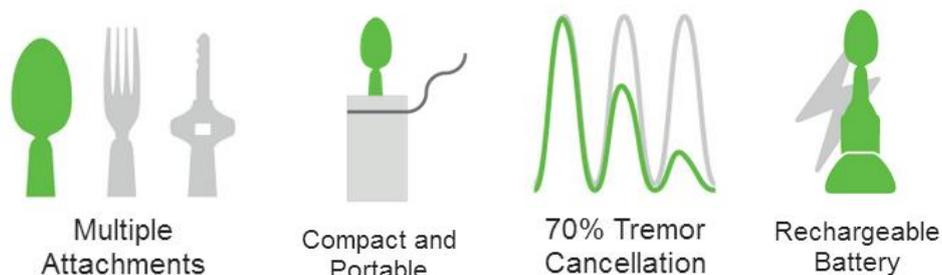


Figura 37: Características do Liftware. Fonte: <https://www.liftlabsdesign.com>. Acesso em: jan/2014.

### *Dining with Dignity*<sup>29</sup>

Após sofrer um acidente de carro, o empresário norte-americano Bob Bayton teve problemas de coordenação motora e deixou de frequentar restaurantes por ter dificuldade em comer sem a ajuda de outra pessoa, sentindo-se envergonhado com a situação. Buscando solucionar essa questão, ele desenvolveu os talheres com encaixes especiais permitem melhor controle do movimento de levar a comida à boca e mais autonomia durante as refeições.

<sup>29</sup> [www.diningwithdignity.com](http://www.diningwithdignity.com).

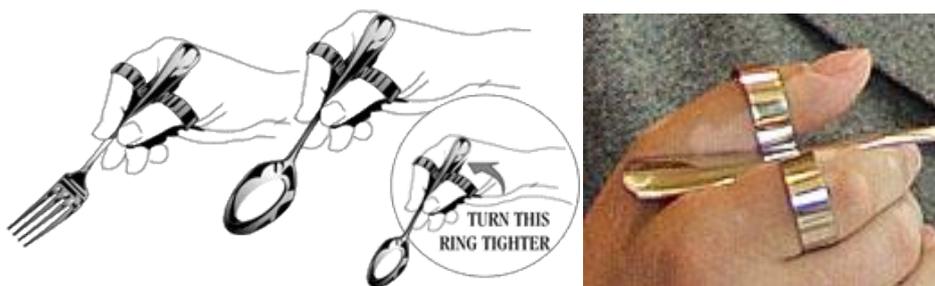


Figura 38: Exemplo do manuseio dos talheres especiais desenvolvidos pela empresa “Dining with Dignity”. Fonte: <http://www.diningwithdignity.com>. Acesso em: mai/2013.

### *Sharisma*<sup>30</sup>

A partir do contato diário com idosos, a proprietária da loja brasileira *Sharisma* percebeu algumas das dificuldades que tinham ao se vestir e desenvolveu roupas que se adequassem à suas necessidades, levando em conta questões relacionadas à saúde, segurança e mobilidade da pessoa idosa. Assim, foram criadas roupas com tecido antialérgico, botões e complementos que não se soltam com facilidade e modelagens especiais. Além disso, algumas roupas foram desenhadas com cortes e aberturas que permitem que pessoas com limitações físicas para se abotoar ou levantar os braços e pernas troquem de roupa sem precisar da ajuda de terceiros. Nas imagens a seguir, a calça ganha uma abertura lateral, permitindo que a pessoa a vista sem precisar puxar a calça por toda a extensão da perna.



Figuras 39,40,41 e 42: Blusa com abertura traseira; Vestido com abertura traseira e calças com abertura lateral. Fonte: <http://www.sharisma.com.br>. Acesso em: dez/2013.

### *Telehelp*<sup>31</sup>

A empresa brasileira *Telehelp* desenvolveu um serviço de teleassistência 24 horas destinado aos idosos que querem morar sozinhos. Ele funciona por meio de um conjunto de serviços, que vão desde detector de fumaça a aparelhos para solicitar ajuda no caso de emergência, permitindo que o idoso continue vivendo em sua casa,

<sup>30</sup> [www.sharisma.com.br](http://www.sharisma.com.br)

<sup>31</sup> [www.telehelp.com.br](http://www.telehelp.com.br)

sem a presença de outra pessoa para assisti-lo, garantindo sua independência e ao mesmo tempo sua saúde, bem-estar e segurança.

O serviço conta com um aparelho instalado na residência do idoso, acionado em caso de alguma emergência e um botão de emergência em forma de colar ou pulseira, à prova d'água. Caso precise de ajuda, o idoso aperta qualquer um desses botões para entrar em contato com a Central de Atendimento 24h. Caso o atendente não consiga entrar em contato com o idoso para saber que tipo de ajuda precisa, ele entrará em contato com as pessoas previamente escolhidas pelo idoso, como vizinhos, amigos e parentes. Detectada uma situação de urgência ou emergência, o atendente acionará o serviço de emergência médica, enviando ajuda para a casa do idoso.

Além disso, o idoso conta com ligações diárias ou semanais, previamente agendadas por ele, em que os atendentes da Central de Atendimento 24h fazem ligações nos horários pré-determinados para verificar se está tudo bem com o idoso. Podendo acionar as pessoas da lista de contato do idoso caso ele não atenda as ligações. O Telehelp também oferece orientação médica telefônica para esclarecer dúvidas e ajudar em qualquer situação que envolva algum acidente doméstico ou mal-estar; um detector de fogo e fumaça, instalado na casa do idoso; e um prontuário eletrônico, onde todas as informações de saúde, clínicas e administrativas são armazenadas.

Para o acompanhamento da pessoa idosa fora de casa, o Telehelp oferece uma identificação no formato de pulseira ou colar, com o telefone da Central de Atendimento 24h e o nome do idoso para que a Telehelp seja acionada caso aconteça algum acidente e possa enviar uma ambulância para o resgate do idoso. Além disso, é oferecido o *celular telehelp*, que, além das teclas grandes e áudio amplificado, possui um botão de emergência conectado à Central da Telehelp, podendo também ser rastreado para seja fornecida a localização do idoso.



Figuras 43 e 44: Aparelhos de assistência da *Telehelp* para fora (celular e pulseira de identificação) e dentro de casa (botões de emergência). Fonte: <http://www.telehelp.com.br/teleassistencia/v2/br/home.aspx>. Acesso em jun/2013.

#### 4.4.2.

### **Sociabilidade**

A sociabilidade é de suma importância para os maiores de 60 anos, pois, conforme as pessoas envelhecem, perdem muitos amigos, o que lhes diminui o círculo social e os limita quase que exclusivamente ao convívio com os familiares. Entretanto, se ao longo da vida estabelecemos vínculos afetivos que são modificados e ampliados, ao se atingir os 60 anos de idade nada deveria impedir a continuidade e ampliação desses vínculos.

A relação entre sociabilidade e qualidade de vida na velhice foi evidenciada em uma pesquisa (PRINZAC, 2008) conduzida na Universidade de Harvard sobre a longevidade. Após quase 60 anos acompanhando e coletando dados de três grupos distintos, os pesquisadores identificaram aspectos do que consideraram envelhecimento saudável e pontos de grande relevância para a longevidade. Uma das conclusões apontou a importância da sociabilidade:

A observação científica não deixou de comprovar a importância para a saúde global da inclusão social, respaldo familiar, participação em grupos desportivos, suporte social de grupos religiosos entre outros, conferindo ganhos reais para a saúde. (PRINZAC, 2008, p. 35.)

Na mesma linha, o gerontólogo Bryan James (2011) do Centro Médico da Universidade de Rush, Estados Unidos, constatou que as relações sociais são parte essencial para a saúde do idoso. De acordo com a pesquisa, quanto mais a pessoa idosa se envolve em atividades sociais, menos chances ela tem de desenvolver alguma doença.

Foi observado que as atividades sociais exigem esforços das redes neurológicas, dos músculos e dos ossos — partes do corpo responsáveis por manter a independência funcional. Os idosos participantes do estudo que tinham vida social ativa enfrentavam as limitações diárias com menos dificuldades do que aqueles sem vida social. Atividades corriqueiras como se vestir, ir ao banheiro ou subir escadas também eram mais bem realizadas pelos idosos envolvidos em atividades sociais. O estudo ressaltou a importância de se manter atividades sociais ao longo da vida, e sustenta a ideia de que a idade não é um empecilho para que as pessoas continuem a fazer novos amigos e mantenham aqueles já existentes. A importância da sociabilidade é observada na fala de uma senhora de 75 anos:

As minhas amigas são o meu maior patrimônio. Lógico que é importante ter sucesso, dinheiro, reconhecimento, mas são as amigas que realmente cuidam de mim. [...] Elas são a minha verdadeira família. (GOLDENBERG, 2012, p. 67.)

Os exemplos apresentados para ilustrar a categoria *sociabilidade* têm como foco a promoção de ações que estimulam o convívio com outras pessoas, criam e fortalecem laços afetivos. Como exemplo desta categoria temos: (1) o serviço de entregas especial *Overdelivery*; e (2) o site de relacionamentos *Novas Emoções*.

### *Overdelivery*<sup>32</sup>

Projeto conceitual, pensado principalmente para pessoas idosas, o *Overdelivery* é um serviço de entregas no qual o entregador seria treinado para interagir com o destinatário da encomenda, ajudando-o com pequenas tarefas — como desempacotar embalagens — e se tornaria conhecido a seu cliente. Além disso, ele também seria orientado a ficar atento a sinais que indicassem mudanças na saúde do idoso, podendo sugerir ao contratante do serviço (seja ele o próprio idoso ou algum familiar) outros serviços em prol de sua saúde.



Figura 45: Simulação do serviço de entrega *Overdelivery*. Fonte: <http://www.designson.com/aging/overdelivery>. Acesso em: mar/2014.

### *Novas Emoções*<sup>33</sup>

Definindo-se como um “site de relacionamentos sênior”, o *Novas Emoções* promove o encontro de pessoas mais maduras e experientes com interesses em comum, seja para buscar uma amizade ou um novo amor, trocar experiências e se relacionar. Ao criar uma conta, o usuário preenche informações pessoais, como

<sup>32</sup> <http://www.openideo.com/challenge/mayo-clinic/ideas/overdelivery/>.

<sup>33</sup> <http://www.novasemoco.es.com/>.

características, fotos e textos e também informa as características de quem está buscando. Ao encontrar uma pessoa interessante, é possível interagir com ela através de mensagens ou bate papo em tempo real.



“ *Nos conhecemos no site Novas Emoções, percebemos que tínhamos muitas coisas em comum. Desde então, nos tornamos mais que companheiros, somos grandes amigos!* ”

Figura 46: Imagem do site Novas Emoções com depoimento de usuários. Fonte: [www.novasemocoos.com](http://www.novasemocoos.com). Acesso em: jan/2014.

#### 4.4.3.

#### Intergeracionalidade

Esta categoria reúne exemplos que envolvem o convívio entre pessoas jovens e idosas por meio de práticas de atividades e compartilhamento de experiências e conhecimento, algo benéfico às diferentes gerações. Como exemplos desta categoria temos: (1) a orquestra intergeracional *New Jersey Intergerational Orchestra*; (2) o projeto LATA65 que une idosos e jovens artistas de ruas; e (3) o programa de *webchat* que promove o encontro entre jovens brasileiros e idosos norte americanos.

#### *New Jersey Intergerational Orchestra*<sup>34</sup>

Fundada em 1994, a orquestra intergeracional de *New Jersey*, Estados Unidos, tem como missão “criar uma ponte entre diferentes gerações pela música”, reunindo músicos de diferentes idades — entre 6 e 93 anos — e habilidades para promover um crescimento mútuo através da experiência musical compartilhada. Desde sua fundação, a orquestra alimenta a crença de que cidadãos mais velhos podem compartilhar sua sabedoria e se tornar uma fonte de aprendizado para os mais jovens. Ao unir diferentes gerações, é promovido o crescimento mútuo e estimulada a compreensão entre jovens e idosos.

<sup>34</sup> <http://www.njio.org>.



Figura 47 e 48: Membros de diferentes idades da orquestra de New Jersey. Fonte: <http://www.njio.org>. Acesso em: set/2012.

### LATA65<sup>35</sup>

Ao perceber que os idosos mostravam interesse nas intervenções urbanas feitas pelo *Wool – Festival de Arte Urbana da Covilhã*, os organizadores do festival criaram o projeto LATA65. Seu objetivo era aproximar os idosos do grafite – forma de expressão artística geralmente associada aos jovens –, mostrando que envelhecimento ativo e aprendizado entre gerações são questões cada vez mais recorrentes na sociedade. Para isso, foram promovidos *workshops* contextualizando a história da arte urbana e estimulando os idosos a fazerem suas próprias intervenções urbanas com a ajuda de grafiteiros mais jovens e ensinando as técnicas envolvidas no grafite, como o uso do *spray* e do *stencil*. Segundo o *Wool*, os resultados mostraram ser possível o diálogo entre gerações para apresentar novas atividades para os idosos, proporcionando uma quebra em suas rotinas e gerando qualidade e bem estar em suas vidas.



Figuras 49 e 50: *Workshop* de arte urbana realizado pelo projeto “Lata65”. Fonte: <http://www.hypeness.com.br/2013/10/projeto-ensina-a-arte-do-graffiti-para-idosos/>. Acesso em: dez/2013.

<sup>35</sup> <http://www.hypeness.com.br/2013/10/projeto-ensina-a-arte-do-graffiti-para-idosos/>.

### *Speaking Exchange*<sup>36</sup>

Desenvolvido para a escola de idiomas CNA em São Paulo pela agência de publicidade FCB Brasil, o projeto *Speaking Exchange* une, por meio de *web chats*, jovens brasileiros que querem aprender inglês a idosos norte americanos – moradores do asilo *Windsor Park*, em Chicago – que desejam ter alguém com quem conversar e trocar experiências. O projeto traz muitos resultados positivos: os jovens praticam e melhoram sua pronúncia do idioma; os idosos assumem o papel de professores; e ambos conhecem novas pessoas, trocam experiências e criam um vínculo para além do exercício de conversação, ampliando o conceito de aprendizado.



Figura 51, 52 e 53: Imagens dos *webchats* entre alunos brasileiros da escola de idiomas CNA em São Paulo e idosos norte americanos moradores do asilo *Windsor Park* em Chicago. Fonte: <http://exame.abril.com.br/marketing/galerias/galeria-de-comerciais/jovens-brasileiros-treinam-ingles-com-idosos-americanos>. Acesso em: mai/2014.

#### 4.4.4.

#### **Autoestima**

Essa categoria reúne exemplos relacionados às ações de valorizar o idoso e seus atos, fazê-lo sentir-se respeitado e importante, e contribuir para o fortalecimento, valorização e reconhecimento de suas realizações.

Como exemplo desta categoria temos: (1) o blog de moda *Advanced style*; (2) o grupo de palhaços *La Belle Visite*; (3) competições esportivas para o público idoso, como os *Jogos Regionais do Idoso*; (4) o concurso *Talentos da Maturidade* do banco Santander, que valoriza os talentos artísticos dos maiores de 60 anos; (5) o projeto *Mamika*, surgido a partir da tentativa de um neto em aumentar a autoestima de sua avó depressiva; e (6) o senhor Ali, que aos 83 anos tornou-se um ícone da moda nas redes sociais;

<sup>36</sup> <http://www.adweek.com/adfreak/perfect-match-brazilian-kids-learn-english-video-chatting-lonely-elderly-americans-157523#.U2qMozz3WEE.facebook>.

### *Advanced style*<sup>37</sup>

O blog *Advanced style* – estilo Avançado em português –, criado pelo fotógrafo Ari Cohen, reúne fotos de idosos da cidade de Nova Iorque que possuem um estilo pessoal marcante — seja por serem pouco convencionais, exuberantes ou simplesmente “estilosos” — e que servem de inspiração para outras pessoas. O blog é procurado por empresas que buscam modelos idosos (profissionais ou não) que demonstram autenticidade e estilo. Seu sucesso resultou na criação de um livro – também intitulado *Advanced Style* – com as fotografias de Cohen dos idosos de Nova Iorque e em um documentário, também de mesmo nome, que será lançado em setembro de 2014<sup>38</sup>



Figura 54, 55 e 56: O fotógrafo Ari Cohen e seus fotografados do blog *Advanced Style*. Fonte: <http://advancedstyle.blogspot.com.br>. Acesso em: ago/2013.

### *La Belle Visite*

Formado por atores, o grupo canadense *La Belle Visite*, é o resultado de 12 anos de trabalho com idosos em instituições de longa permanência no país com a doença de Alzheimer, ou algum tipo de demência. O grupo é formado por uma família de palhaços, a família *Labelle*, que visita os idosos dessas instituições caracterizados com roupas dos anos de 1930 a 1950 e se comportando de acordo com os costumes da época – a cortesia e as boas maneiras –, retomando os tempos da juventude dos idosos visitados e despertando lembranças e sentimentos apagados pela doença.

Os palhaços constroem improvisações em função de cada idoso: quem ela é, de onde vem, o que gosta ou não. E com isso o idoso estabelece um laço afetivo com os palhaços, interagindo até mesmo fisicamente com eles, cantando e dançando. Fernand Bruneau, coordenador do lazer em psicogeriatria do *Hôpital Sainte-Anne*, em

<sup>37</sup> <http://advancedstyle.blogspot.com.br>.

<sup>38</sup> <http://www.advancedstylethemovie.com>. Acesso em agosto/2014.

Montreal – Canada, falou sobre o episódio ocorrido com os palhaços em que um idoso começou a dançar e cantar ao vê-los:

Eu nunca, absolutamente nunca teria pensado que essa pessoa pudesse cantar. Eu nunca o tinha ouvido falar! De onde é que os palhaços tiram isso? Isso faz que com que a gente se diga: não os estigmatizem, não os fecham numa caixa. Ao contrário: abram a caixa! Nós podemos nos relacionar com as pessoas sem necessariamente passar pelo cognitivo (...). Nós sabemos que o cérebro primário se baseia nas emoções, na afetividade, e é isso que vai ser preservado. Tem um provérbio que diz que o coração não sofre de Alzheimer, e é verdade. (Fernand Bruneau, vídeo do Youtube. Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=YK1QxZDVgS0>).



Figuras 57 e 58: Integrantes da família de palhaços *Labelle*. Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=YK1QxZDVgS0>. Acesso em: dez/2013.



Figuras 59 e 60: Palhaços interagindo com idosos de uma instituição de longa permanência no Canadá. Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=YK1QxZDVgS0>. Acesso em: dez/2013.

### *Jogos Regionais do Idoso - JORI*<sup>39</sup>

Os Jogos Regionais do Idoso são competições em 14 modalidades diferentes, variando desde dominó até natação, que ocorrem no interior e na capital do estado de São Paulo para estimular e valorizar a prática esportiva entre os idosos. O projeto promove a integração do idoso na sociedade e melhora seu bem-estar e saúde.

<sup>39</sup> [http://www.fundosocial.sp.gov.br/porta1.php/programas-projetos\\_idoso](http://www.fundosocial.sp.gov.br/porta1.php/programas-projetos_idoso).



Figuras 61 e 62: Imagens de competições durante os Jogos Regionais do Idoso. Fonte: [http://www.fundosocial.sp.gov.br/portal.php/programas-projetos\\_idoso](http://www.fundosocial.sp.gov.br/portal.php/programas-projetos_idoso). Acesso em: dez/2013.

### *Talentos da Maturidade*<sup>40</sup>

O concurso bienal *Talentos da Maturidade* — promovido pelo banco Santander — incentiva e reconhece a produção e memória cultural das pessoas com 60 anos ou mais, estimulando e valorizando seu potencial criativo e ampliando sua participação social. Qualquer pessoa maior de 60 anos pode participar, inscrevendo-se em uma das cinco categorias: artes plásticas, literatura, música vocal, fotografia e dança de salão. Os trabalhos inscritos são divididos por região – Norte, Nordeste, Sul, Sudeste e Centro-Oeste – e os jurados regionais selecionam 75 finalistas, destes, 25 disputam o prêmio nacional. Em todas as etapas os trabalhos escolhidos são premiados com dinheiro, podendo chegar a ganhar 12 mil reais o vencedor de cada categoria.



Figuras 63 e 64: Trabalhos enviados para a edição de 2013 do concurso Talentos da Maturidade. Fonte: <https://www.talentosdamaturidade.com.br/galeria>. Acesso em: nov/2013.

<sup>40</sup> [www.talentosdamaturidade.com.br](http://www.talentosdamaturidade.com.br).

### Mamika

Ao perceber que sua avó — Frederika Goldberger, com 93 anos — estava solitária e depressiva, o fotógrafo francês Sacha Goldberger iniciou o projeto *Mamika*. Nele, Frederika é retratada como super-heroína de quadrinhos em cenas ora sozinha, ora acompanhada de seu cãozinho e ora acompanhada de um superavô. *Mamika* protagoniza cenas de situações impossíveis ambientadas em cenários domésticos e cotidianos. O sucesso do projeto resultou em um livro intitulado *Mamika: my mighty little grandmother*, e em uma exposição, que esteve aberta para visitação no final de 2013 no Centro Cultural Banco do Brasil<sup>41</sup>, no Rio de Janeiro.



Figuras 65, 66, 67 e 68: Imagens do projeto *Mamika*. Fonte: [www.sachabada.com](http://www.sachabada.com). Acesso em: set/2013.

### What Ali Wore?<sup>42</sup>

A garç nete e fotógrafa Zoe Spawton notou que todos os dias, e sempre no mesmo horário, um senhor cheio de “atitude” passava em frente   cafeteria onde trabalhava, em Berlim, usando um estilo diferente a cada dia. Zoe teve a ideia de fotografá-lo e publicar em seu *tumblr*<sup>43</sup> seu *look do dia*<sup>44</sup>. Ali, então com 83 anos, aceitou a proposta e tornou-se um ícone da moda, mundialmente conhecido nas redes

<sup>41</sup> <http://oglobo.globo.com/cultura/sacha-goldberger-expoe-no-ccbb-fotos-que-fez-de-sua-avo-vestida-como-uma-heroína-10430309>.

<sup>42</sup> <http://alioutfit.tumblr.com/>.

<sup>43</sup> <https://www.tumblr.com/>.

<sup>44</sup> Expressão usada entre os jovens referente ao conjunto de roupas e acessórios escolhidos para cada dia.

sociais. A página existe desde agosto de 2012, já tendo publicado até 9 fotos em um só mês, recebendo em média, 600 comentários por foto.



Figuras 69, 70, 71 e 72: Exemplos do *look do dia* de Ali. Fonte: <http://alioutfit.tumblr.com>. Acesso em: ago/2013.

#### 4.4.5.

##### Libertação

Esta categoria diz respeito a feitos admiráveis, mas possíveis de serem realizados por qualquer pessoa observados alguns requisitos como coragem, determinação e autoconfiança e revelam superações alcançadas na velhice. Ela reúne exemplos que servem de inspiração para que outros idosos sigam o exemplo de fazer algo de que gostem de verdade ou realizem novas conquistas, e incluem os denominados “belos velhos” de Mirian Goldenberg:

Esses belos velhos inventaram um lugar especial no mundo e se reinventam permanentemente. [...] Não se aposentaram de si mesmos, recusaram as regras que os obrigariam a se comportar como velhos. Não se tornaram invisíveis, apagados, infelizes, doentes, deprimidos. [Eles] estão rejeitando os estereótipos e criando novas possibilidades e significados para o envelhecimento. (GOLDENBERG, 2013, p.12.)

Esta categoria reúne exemplos que demonstram que a velhice não deve ser encarada como uma fase de restrições. Muito pelo contrário, para muitos a velhice pode ser o momento de libertação de rótulos e obrigações sociais. É depois dos 60 anos, portanto, que muitas pessoas se sentem livres para ser e fazer aquilo que quiserem (e o que seus corpos permitirem), para dirigir um olhar mais complacente e tolerante para si mesmos, e não mais se importar tanto com o que os outros vão pensar sobre suas atitudes.

Ser mais complacente e se importar menos com a opinião dos outros, ganha força nas palavras de uma senhora de mais de 70 anos, comentando um programa sobre “como chegar aos 100 anos com qualidade de vida”, em um salão de beleza<sup>45</sup>:

“Sabe qual é o segredo de se chegar bem aos 100 anos? Sorrir! Sorrir da gente mesmo, até das gafes que a gente começa a cometer pela idade!”

Em 1970, Simone de Beauvoir já defendia que atingir a fase da velhice representa libertar-se das convenções sociais. Uma vez já cumpridas suas obrigações para com a sociedade — trabalhar, casar, ter filhos, criá-los e formá-los, ser uma boa esposa ou um bom marido —, a pessoa, agora idosa, vê a oportunidade de ser, pela primeira vez, ela mesma. Beauvoir apresenta o depoimento de algum estranho, que afirma: “Até que enfim posso ser eu mesma! Não sou mais a esposa de Fulano de Tal, o empregado de Sicrano de Tal: eu sou eu” (BEAUVOIR, 1970, p.241, v.2).

A escritora Mirian Goldenberg acrescenta que o sentimento de liberdade está presente nos idosos que não se definem mais de acordo com sua função social e consideram-se livres para ser o que quiserem ser, seguir seus desejos e preferências sem se importar com a opinião dos outros. Eles “ênfatizam que, com mais idade, conquistaram a liberdade de ser *eles mesmos*” (GOLDENBERG, 2013, p.38). A libertação ocorre principalmente entre as mulheres, uma vez que, historicamente, elas foram submissas aos homens e muitas vezes renunciaram a sua vida profissional para cumprir os papéis de mãe e esposa. Goldenberg explica que:

As mulheres mais velhas, em sua maioria, afirmaram que deixaram de se preocupar com a opinião dos outros e passaram a priorizar os próprios desejos. Ênfaticaram que, com o avanço da idade, ganharam uma coisa extremamente preciosa: a liberdade. (GOLDENBERG, 2013, p. 45.)

Como exemplos da categoria *libertação* temos: (1) o chinês Liu Xianping; (2) o grupo musical *The Zimmers*; e (3) a DJ idosa conhecida como *Mamy Rock*.

### *Liu Xianping*

Conhecido como “vovô *fashion*”, o chinês Liu Xianping, então com 72 anos, aceitou ser modelo para a marca de roupas femininas de sua neta, *Yecoo*<sup>46</sup>. Rompendo com paradigmas referentes à velhice e também à sexualidade, ele virou

<sup>45</sup> Passagem do blog “Você vai chegar lá”. Fonte: <http://vocevaichegarla.wordpress.com/2013/04/25/a-sorrir-eu-pretendo-levar-a-vida/>. Acessado em: ago/2014.

<sup>46</sup> <http://lifestyle.inquirer.net/77331/cross-dressing-chinese-grandfather-finds-fame>. Acessado em: set/2013

sensação na Internet ao vestir-se com as roupas femininas e perucas para divulgar a marca da neta.



Figuras 73 e 74: Liu Xianping vestindo com roupas femininas da grife da neta. Fonte: [www.google.com.br](http://www.google.com.br). Acesso em: set/2013.

### *The Zimmers*<sup>47</sup>

Ao documentar a forma como eram tratadas e o que sentiam as pessoas idosas na Inglaterra, o cinegrafista Tim Samuels encantou-se com idosos moradores de um asilo do país e formou, em 2007, a banda *The Zimmers*, conhecida por ser formada pelos integrantes mais velhos do Reino Unido, participando inclusive do programa de talentos *Britain's Got Talent*. Em suas apresentações eles contestam o "rótulo de idoso", vestindo-se de maneira despojada e alegre e cantando músicas agitadas do estilo rock. Apesar da morte de alguns de seus membros, a banda continua realizando apresentações e gravando canções.



Figuras 75 e 76: Imagens da banda *The Zimmers*. Fonte: [www.thezimmers.co.uk](http://www.thezimmers.co.uk). Acesso em: mar/2013.

### *Mamy rock*<sup>48</sup>

Ao frequentar uma boate pela primeira vez para participar do aniversário de seu neto, Ruth Flowers, então com 66 anos, se encantou pelo ambiente e decidiu que seria *DJ*. Um produtor musical interessou-se pela ideia, e juntos construíram a imagem

<sup>47</sup> [www.thezimmers.co.uk](http://www.thezimmers.co.uk)

<sup>48</sup> [www.mamyrock.com](http://www.mamyrock.com)

de Mamy Rock — a *DJ* idosa. Ruth aprendeu todas as técnicas da profissão e tocou em festas e concertos até seus 74 anos, idade em que faleceu.



Figuras 77 e 78: Imagens de Mamy Rock, a *DJ* idosa. Fonte: [www.mamyrock.com](http://www.mamyrock.com). Acesso em: Nov/2013.

#### 4.4.6.

#### Segurança

Esta categoria engloba objetos e serviços cujo foco principal é promover a segurança da pessoa idosa. Seja a segurança para ela mesma ou para sua família e amigos: todos podem ficar tranquilos, sabendo que o idoso está sendo assistido. Como exemplos, além do *Telehelp* apresentado na categoria *autonomia*, temos: (1) o tênis *Aetrex* com localizador *GPS*; (2) a campanha *Up in years* para o uso de camisinha entre os maiores de 55 anos; e (3) o sistema *Doro*, que permite que os idosos acessem de forma mais segura a Internet.

#### *Aetrex*<sup>49</sup>

Desenvolvido por uma empresa britânica para pessoas com o mal de Alzheimer, o tênis *Aetrex* possui o sistema *GPS*<sup>50</sup> implantado em sua sola e possibilita a localização de seu usuário por meio de um aplicativo de visualização de mapas no telefone celular ou computador, caso se afaste do ponto registrado como sua casa e dando maior segurança tanto para ele, quanto para seus familiares.

<sup>49</sup> <http://www.aetrex.com>.

<sup>50</sup> Global Positioning System.



Figuras 79, 80, 81 e 82: Tênis Aetrex; Carregador da bateria do GPS; Detalhe da bateria do GPS sendo carregada; e raio x do tênis, mostrando a localização do GPS na sola do calçado. Fonte: <http://www.aetrex.com/aetrex-gps-shoe/?cat>. Acesso em: mai/2013.

### *Up in years*<sup>51</sup>

Após a constatação do aumento de doenças sexualmente transmissíveis entre mulheres acima dos 55 anos, o designer José Colucci, da IDEO de Boston, desenvolveu a campanha *Up in years*, que incentiva o uso da camisinha entre pessoas com mais idade, lembrando com humor a importância da prevenção: “Sexo bom é sexo seguro, e nada protege como a camisinha. Se você consegue levantá-lo, vista-o”, diz o texto dos cartazes da campanha.



<sup>51</sup>[http://www.slate.com/blogs/the\\_eye/2014/04/22/preventing\\_std\\_in\\_seniors\\_a\\_public\\_service\\_campaign\\_from\\_ideo.html](http://www.slate.com/blogs/the_eye/2014/04/22/preventing_std_in_seniors_a_public_service_campaign_from_ideo.html).



Figuras 83, 84, 85 e 86: Detalhe da campanha e imagens dos cartazes da campanha *Up in years*. Fonte: [http://www.slate.com/blogs/the\\_eye/2014/04/22/preventing\\_std\\_in\\_seniors\\_a\\_public\\_service\\_campaign\\_from\\_ideo.html](http://www.slate.com/blogs/the_eye/2014/04/22/preventing_std_in_seniors_a_public_service_campaign_from_ideo.html). Acesso em: mai/2014.

### *Doro*<sup>52</sup>

Pensando em maneiras de facilitar o acesso dos idosos às redes sociais de forma segura, a empresa sueca de telecomunicações *Doro* desenvolveu produtos — tais como celulares, *tablets* e *softwares* para computador — com uma interface mais simples e fácil de entender, possibilitando que realizem tarefas como pagar contas, acessar seus *e-mails* e trocar mensagens com os amigos sem depender da ajuda de outras pessoas.

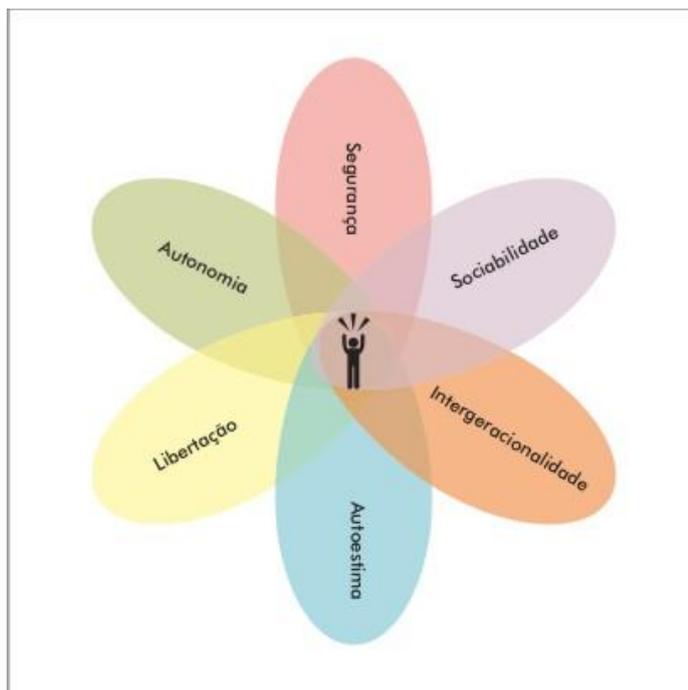


Figura 87: Interface da tecnologia *Doro* em computador, celular e tablet. Fonte: [www.doro.co.uk](http://www.doro.co.uk). Acesso em: dez/2012.

<sup>52</sup> [www.doro.co.uk](http://www.doro.co.uk).

#### 4.5. Considerações parciais

É importante atentar para o fato de que, apesar dos exemplos serem organizados em diferentes categorias, essas se misturam. Um exemplo pode fazer parte de mais de uma categoria e o ideal é que contemple todas elas.



Figuras 88: Ilustração indicando a mistura entre as diferentes categorias.

Ao longo dos últimos anos, um novo cenário vem sendo construído *para e pelos* idosos. As práticas sociais em torno da velhice estão sendo visivelmente alteradas, como demonstra o número crescente de maiores de 60 anos que pouco têm a ver com a imagem de avós tricotando e avôs lendo jornal na varanda. Os *novos velhos* buscam novas experiências, aprendizados, querem conhecer pessoas novas, praticar esportes, conhecer novos lugares e aceitar novos desafios. E as coisas que mediam tais práticas devem adequar-se a essa variedade de desejos dos idosos, sejam eles “velhos velhos” (que gostam de ler o jornal na varanda e cozinhar para os netos) ou “novos velhos” (que buscam novas amizades, praticam esporte e viajam o mundo).

Além disso, surgem cada vez mais produtos e serviços voltados para o público acima dos 60 anos que tiram do foco os problemas de saúde vinculados ao avanço da idade, valorizando sua qualidade de vida. O conjunto dos exemplos apresentados mostra que existem dois grandes grupos de produtos, serviços e ações voltados para

o público idoso: aquele que está vinculado ao estereótipo social do que deve ser um velho e aquele que dialoga com as novas formas de se encarar a velhice.