

## 5.

### Considerações finais

Ao final deste trabalho percebo uma profunda transformação sobre minha visão sobre a velhice tanto do ponto de vista pessoal, quanto profissional.

Comecei esta pesquisa pensando na minha avó e na minha mãe, de anseios e realidades já tão distintos, e termino pensando nas centenas de idosos que conheci ao longo deste estudo a partir de livros, depoimentos, observação e conversas.

Aos 25 anos, todas as lembranças que tenho de minha avó são dela nesse papel social. Uma vida inteira como avó, como uma senhora idosa. Enquanto eu passei por diversas classificações sociais ao longo de minha vida — já fui bebê, criança, adolescente e hoje sou uma jovem adulta —, minha avó permaneceu no mesmo grupo, o de idosos.

Há dois anos atrás, eu via a velhice como uma fase *final* da vida, marcada por perdas, repleta de aspectos negativos e pessoas velhas e iguais entre si. Hoje vejo a velhice de uma *nova* maneira, como uma fase para traçar novos objetivos ou retomar aqueles interrompidos, conhecer pessoas, passear com amigos, praticar esportes, cuidar da saúde, aproveitar tudo aquilo que foi conquistado durante muitos anos com sabedoria e experiência. Se a velhice era sinônimo de ser avó e ficar em casa, hoje a velhice é ser um indivíduo maduro, vivido, distinto de todos os outros e sair, viajar, dançar, amar, se cuidar, se “produzir”, gargalhar, cantar, escrever, ler, namorar, conhecer gente e estar com as pessoas que se ama, quer sejam amigos ou familiares. É ter a liberdade e a sabedoria de escolher entre as *coisas de velho* e as *coisas do novo velho*, entendendo que não importa qual tipo de “velho” se quer ser: novo, velho, despojado, aventureiro, tradicional. O que importa é escolher de acordo com a própria identidade, vontade, possibilidades, como nunca antes na vida. A velhice, a exemplo de outras fases da vida, é a hora de realizar novos feitos, aprender coisas novas, fazer novos amigos.

Neste sentido, o desafio do Design para os próximos anos é contribuir para que a velhice seja vista e vivida como uma fase de ganhos, mais do que perdas.

O Design, segundo Harold Nelson, é a habilidade de imaginar aquilo que ainda não existe, e transformar o imaginado em algo concreto, novo e significativo para o mundo real (NELSON, 2002). Na mesma linha, Victor

Margolin defende que a capacidade do Design de imaginar e dar forma a produtos materiais e imateriais pode resolver os problemas humanos em larga escala, contribuindo para o bem-estar social (MARGOLIN, 2002). Para o designer Deyan Sudjic, o Design é uma espécie de linguagem usada para a criação de objetos que refletem os valores e propósitos da sociedade, e também para a criação de um senso de identidade cívico, coletivo ou pessoal (SUDJIC, 2009). Donald Norman acrescenta que os objetos nos afetam mais do que somente no sentido de facilitar a forma como fazemos as coisas, pois eles podem afetar drasticamente a visão que temos de nós mesmos, da sociedade e do mundo (NORMAN, 1990).

Podemos concluir que o Design tem a habilidade de imaginar e fazer existir formas de viver depois dos 60 anos com foco na autonomia, sociabilidade, intergeracionalidade, autoestima, libertação, segurança e ascendência do espírito sobre o corpo e pode transformar a velhice em uma fase da vida tão esperada e festejada quanto todas as outras.

Para projetar produtos e serviços que atendam às necessidades dos idosos é preciso se ver como velho. Fortalecendo a ideia de que a ação do Design pode contribuir com a mudança de atitudes das pessoas em relação à saúde, à segurança e outras preocupações sociais, Frascara argumenta que:

(...) é evidente que o objetivo do trabalho, ao invés de ser a produção de comunicações visuais deve focar-se no impacto que essas comunicações podem ter nas atitudes, conhecimento e no comportamento das pessoas. Assim, as comunicações visuais devem ser vistas como um meio, como um ponto de interação entre as situações existentes, as situações desejadas e os sujeitos envolvidos. (FRASCARA, 2000, p.7.)

Apesar de direcionados ao campo da comunicação visual, os ensinamentos de Frascara são pertinentes para este estudo na medida em que sustenta a ideia de que o resultado do Design possibilita, de maneira geral, uma mudança da realidade existente e, de maneira específica, a mudança da visão que as pessoas têm sobre a velhice.

São pertinentes, ainda, na medida em que orientam que o foco do Design não deve ser o produto projetado, mas o impacto que o mesmo pode ter nas atitudes, conhecimento e comportamento das pessoas sobre a velhice e os vários modos, formas e cores de vivê-la. Assim sendo, os produtos resultantes da ação do Design devem ser vistos como meio de promover a qualidade de vida, e não de combater a doença, e, conseqüentemente, de possibilitar que

indivíduos maduros, vividos e distintos entre si possam, cada vez mais, sair, viajar, dançar, amar, se cuidar, se “produzir”, gargalhar, cantar, ler, namorar, conhecer gente e estar com as pessoas que se ama.

Isso posto, identificamos as seguintes premissas para o Design contribuir com a construção de uma *nova velhice*: reconhecer que o público de mais de 60 anos é múltiplo; dar relevo aos aspectos positivos da velhice sem desconsiderar os aspectos negativos; considerar que a velhice é uma fase da vida assim como tantas outras e o envelhecimento é um processo natural e comum a todos e mais do que buscar entender o público idoso, se ver e se imaginar com 75 anos.

E por fim, mas não menos importante, para que o Design contribua para a construção de uma *nova velhice* é preciso fazer valer a resposta à questão apresentada por Beauvoir como “o verdadeiro problema da idade final” (BEAUVOIR, 1970, p.302, v.2): “Como deveria ser a sociedade para que o homem continue sendo homem, quando velho? A resposta é simples: seria necessário que ele fosse sempre tratado como homem” (BEAUVOIR, 1970, p.302, v.2).