

# MODA, CONFORTO E INOVAÇÃO NO VESTUÁRIO DE MULHERES IDOSAS

FASHION, COMFORT AND INNOVATION IN THE CLOTHING OF ELDERLY WOMEN

Recebido em: 18 de janeiro de 2021  
Aprovado em: 25 de março de 2021  
Sistema de Avaliação: Double Blind Review  
RCO | a. 13 | v. 2 | p. 159-186 | mai./ago. 2021  
DOI: <https://doi.org/10.25112/rco.v2i0.2234>

**Claudia Schemes** *claudias@feevale.br*

Doutora em História pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (Porto Alegre/RS).  
Professora na Universidade Feevale (Novo Hamburgo/Brasil).

**Malusa Fernanda Schuch** *malusa.fernanda@gmail.com*

Mestranda em Processos e Manifestações Culturais pela Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS).  
Bolsista Prosup Capes.

## RESUMO

O envelhecimento populacional mundial é uma realidade e, segundo a ONU, em 2025 o Brasil será o 6º país com mais velhos no mundo, além disso, aumenta cada vez mais o número de mulheres na população idosa economicamente ativa. A partir deste cenário, este artigo tem como objetivo principal identificar os problemas relacionados ao vestuário apresentados por mulheres idosas e propor uma coleção de moda que apresente soluções e inovações tecnológicas de tecidos para a indumentária deste público. O procedimento técnico utilizado foi de revisão bibliográfica e pesquisa de campo não probabilística, com abordagem quantitativa e análise qualitativa realizada por meio de entrevistas com 78 mulheres acima de 60 anos. O envelhecimento populacional, as mudanças físicas causadas pela idade, a moda para este público e o design inclusivo com o uso de tecidos nanotecnológicos inteligentes são alguns assuntos abordados nessa pesquisa. Os resultados obtidos pela pesquisa permitem compreender que o mercado da moda brasileira não está suficientemente preparado para atender as demandas e preferências das mulheres idosas e que as mesmas ainda têm preconceito em relação à utilização de tecidos tecnológicos no dia a dia.

**Palavras-chave:** Moda. Idosas. Nanotecnologia. Inovação.

## ABSTRACT

The world population aging is a reality and, according to the ONU, in 2025 Brazil will be the 6th country with the oldest world, in addition to the increasing number of women in the economically active elderly population. Based on this scenario, this article has as main objective to identify the problems related to clothing presented by elderly women and to propose a fashion collection that presents solutions and technological innovations of fabrics for the clothing of this public. The technical procedure used was a bibliographic review and non-probabilistic field research, with a quantitative approach and qualitative analysis carried out through interviews with 78 women over 60 years old. Population aging, physical changes caused by age, fashion for this audience and inclusive design with the use of smart nanotechnological fabrics are some of the topics covered in this research. The results obtained by the research allow us to understand that the Brazilian fashion market is not sufficiently prepared to meet the demands and preferences of elderly women and that they are still prejudiced in relation to the use of technological fabrics in their daily lives.

**Keywords:** Fashion. Elderly. Nanotechnology. Innovation.

## 1 INTRODUÇÃO

O envelhecimento da população brasileira é um fenômeno que segue tendências mundiais. De acordo com projeções da ONU (Organização das Nações Unidas), o Brasil deverá ser a 6ª nação mais velha do mundo já em 2025. Muitos idosos vivem a terceira idade sem outras preocupações senão com eles mesmos, podendo usufruir de experiências que antes não podiam por falta de tempo ou por terem outras prioridades financeiras.

Entretanto, observamos que o nicho de mercado de produtos, bens e serviços para pessoas idosas vem crescendo lentamente e parece não estar suprindo a demanda de maneira satisfatória.

Há alguns anos, percebe-se que algumas pessoas estão vivendo sua fase madura de maneira completamente diferente da esperada. Pessoas com mais de 60 anos, algumas delas com bem mais idade, têm se mostrado amantes fervorosos dessa fase da vida e, gozando de uma boa saúde, buscam novas experiências para torná-la mais interessante e ativa. São os chamados “novos velhos”, que vivem sua “bela velhice” (GOLDENBERG, 2013) transformando a sociedade e mudando antigos estereótipos.

Dentro dessa perspectiva de aumento do número de idosos e, conseqüentemente, de aumento da demanda por produtos apropriados para essa idade, consideramos relevante investigar quais são os principais problemas encontrados pelo público de mulheres idosas em relação ao seu vestuário.<sup>1</sup>

A opção pelo gênero feminino se dá porque, segundo Neri (2001, p. 10), no âmbito da saúde e da funcionalidade física, “o gênero é um fator de risco mais importante do que a idade, na medida em que as mulheres idosas são mais frágeis e se percebem como mais frágeis do que os homens idosos”.

Ainda segundo Neri (2001, p. 7), estamos vivendo a época da “feminização da velhice”, ou seja, do aumento do número de mulheres idosas que fazem parte da população economicamente ativa. Para a autora, “idosas de todas as classes sociais formam hoje um segmento cada vez mais visível e diferenciado, que responde de modos os mais variados às várias demandas da sociedade e do envelhecimento [...]”.

A autora ainda informa que as mulheres apresentam níveis mais elevados de incapacidade que os homens, mesmo que, estatisticamente, elas vivam mais tempo que eles.<sup>2</sup> Nesse sentido, Camarano (2003, p. 3) diz que a maior preocupação com o envelhecimento feminino “decorre do fato de se encarar

<sup>1</sup> Compreendemos “vestuário” como um conceito mais abrangente que “roupa”. Roupas seria o “suporte físico que tem como função cobrir o corpo”. Já vestuário é um termo mais amplo e que abrange a roupa, o calçado e adereços, “algo que apresente um ou mais sentidos do vestir, mais ligados ao mercado” (MARQUES FILHO *et al.*, 2014, p. 3).

<sup>2</sup> Segundo dados do IBGE (2017), a expectativa de vida das mulheres brasileiras é 7,1 anos maior que a dos homens. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23200-em-2017-expectativa-de-vida-era-de-76-anos>>. Acesso em 18/03/2020

esse contingente como dependente e vulnerável não só do ponto de vista econômico, como também de debilidades físicas, o que pode acarretar perda de autonomia e incapacidade para lidar com as atividades do cotidiano”.

Além disso, segundo Gomes & Lüdorf (2009), as variáveis antropométricas sofrem alterações com o envelhecimento em função da perda progressiva de massa magra, aumento de gordura corpórea, diminuição de estatura, aumento de gordura abdominal, entre outros.

Já Camarano (2003) informa que, segundo dados do IBGE de 1998, 48,1% das idosas brasileiras apresentavam problemas de coluna ou costas e 43,6%, artrite ou reumatismo. Essas mudanças corporais tornam atividades simples, como sentar-se, levantar-se, deitar-se, caminhar e até vestir-se, complicadas e difíceis. Nesse aspecto, a indústria da moda carece de produtos adequados para essas mulheres, que constituem um mercado consumidor com características diferenciadas.

Segundo Solomon (2002), os consumidores da terceira idade são mais experientes, educados e sofisticados que os mais jovens. O autor apresenta características e comportamentos desses consumidores a partir dos estudos de Tongren (1988, apud SOLOMON, 2002), que poderiam ser sintetizados da seguinte forma: eles são mais ativos, pois possuem mais consciência de moda e são menos sensíveis a preço que os adultos jovens, além de possuírem mais renda disponível para gastar; não estão muito preocupados com locais diferenciados para compras; dependem muito da mídia de massa para obter informações; e não gostam de ser lembrados que são velhos, reagindo negativamente a anúncios que utilizam essa abordagem.

## **2 O ENVELHECIMENTO DAS MULHERES NO VALE DOS SINOS**

A partir desse cenário, realizamos uma pesquisa com 78 mulheres com mais de 60 anos<sup>3</sup>, residentes no Vale do Rio do Sinos e participantes de grupos de terceira idade da Universidade Feevale. A investigação teve, como objetivo principal, conhecer suas limitações, comportamentos de consumo e preferências em relação ao vestuário, especialmente no que se refere à inovação tecnológica, ou seja, procuramos identificar o interesse em produtos com algum tipo de tecnologia inserida para, posteriormente, criar uma coleção de moda para esse público.

No primeiro contato com as mulheres, muitas relataram um estilo de vida agitado, frequentando aulas de teatro, dança, música, museus, grupos de mulheres e viagens entre amigas. Essas informações

---

<sup>3</sup> Segundo a Política Nacional do Idoso, pessoas com mais de 60 anos são consideradas idosas.

vêm ao encontro da pesquisa apresentada pela consultoria *GFK Indicator*, a qual informa que os idosos possuem grande poder aquisitivo e boa parte desse dinheiro é investido em lazer.<sup>4</sup> A seguir, apresentaremos o resultado final da pesquisa de campo.<sup>5</sup>

A primeira pergunta estava relacionada às mudanças na estrutura corporal devido ao envelhecimento. Como pode ser visto no gráfico 1, a variação de peso é o que mais afeta as mulheres entrevistadas. Isso confirma o que foi abordado por Gomes e Lüdorf (2009), que afirmam que a perda progressiva de massa magra e o aumento da gordura corpórea são as principais mudanças corporais decorrentes do envelhecimento. Além das alternativas sugeridas no questionário, também foram citadas doenças em geral, dores no corpo, alteração da visão e mudança no tamanho do quadril e da cintura.

**Gráfico 1 - Mudanças físicas**



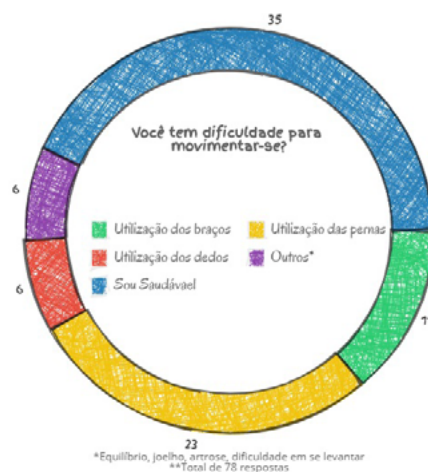
**Fonte: elaborado pelas autoras (2019)**

Quando perguntadas sobre dificuldades de movimentação (gráfico 2), a maioria das mulheres considerou-se saudável, não apresentando nenhuma limitação, sendo que, dentre as dificuldades apresentadas, 23 mulheres apontaram problemas no movimento das pernas, como dores, dificuldade de alongamento, entre outros.

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,pesquisa-aponta-potencial-economico-da-terceira-idade,20030926p21974>>.

<sup>5</sup> Optamos por apresentar os números absolutos e não a porcentagem das respostas, pois muitas questões tiveram mais de uma alternativa assinalada.

**Gráfico 2 - Dificuldade de movimentação**



**Fonte: elaborado pelas autoras (2019)**

A limitação dos membros inferiores também apareceu na pergunta seguinte (gráfico 3), quando 16 mulheres disseram possuir algum tipo de doença que dificulta as atividades de vestir e despir, como artrose, próteses, cirurgia no tendão e excesso de peso.

**Gráfico 3 - Dificuldades de vestir e despir**



**Fonte: elaborado pelas autoras (2019)**

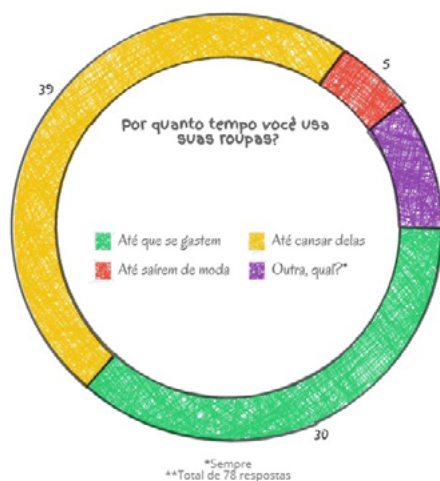
Questionamos, também, o tempo de uso das roupas adquiridas (gráfico 4) para podermos inferir a respeito do consumo de vestuário. Nessa questão, observamos que a minoria se preocupa com as

tendências de moda, ou seja, as roupas são usadas enquanto duram, o que reforça a ideia de que esse público está mais preocupado com a qualidade e durabilidade que com modismos consumidos pelo público jovem.

A esse respeito, Prodanov e Reinke, em artigo sobre a mulher madura e o consumo de moda no Brasil, afirmam o seguinte:

O envelhecimento da população brasileira potencializa a importância desse grupo social em várias áreas, dentre elas, o mercado consumidor de moda, entretanto percebemos que a velhice não é reconhecida pela maioria dos profissionais da área como público em potencial. A moda não deveria combater o envelhecimento, como vem fazendo há muitos anos, mas ser um canal de discussão para esses sujeitos com seus novos papéis sociais. (PRODANOV; REINKE, 2016, p. 135)

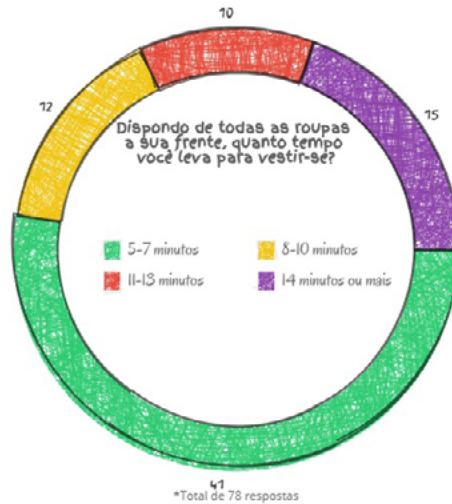
**Gráfico 4 - Tempo de uso das roupas**



**Fonte: elaborado pelas autoras (2019)**

O tempo necessário para o ato de vestir foi uma questão importante para identificarmos se havia algum problema maior com a modelagem das roupas, visto que peças ergonômicas e confortáveis são vestidas com maior rapidez e agilidade. Conforme podemos observar no gráfico 5, mais da metade das entrevistadas leva de 5 a 7 minutos para uma troca de roupa, que era a menor opção de tempo que apresentamos, e podemos deduzir que este público prefere roupas versáteis, as quais combinam facilmente entre si e não demandam tanto tempo na hora da escolha.

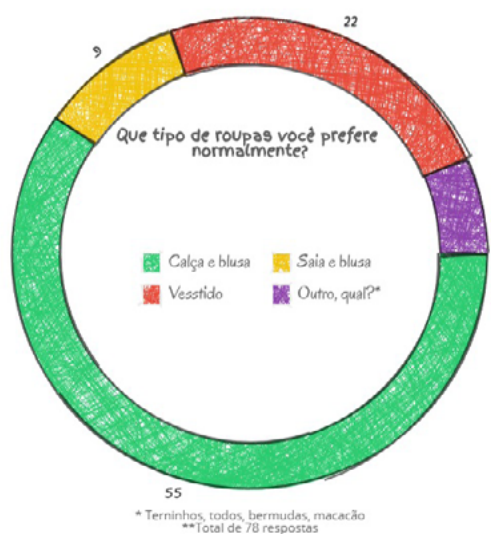
**Gráfico 5 - Tempo para se vestir**



Fonte: elaborado pelas autoras (2019)

Em relação às combinações de roupas (gráfico 6), mais da metade prefere a opção de calça e blusa, seguida pela opção do vestido. Muitas mulheres escolheram esta segunda alternativa alegando que ela é mais prática e uma ótima peça para os dias quentes. Vale destacar que surgiram outras respostas, como terninhos, bermudas e macacão.

**Gráfico 6 - Combinação de roupas**

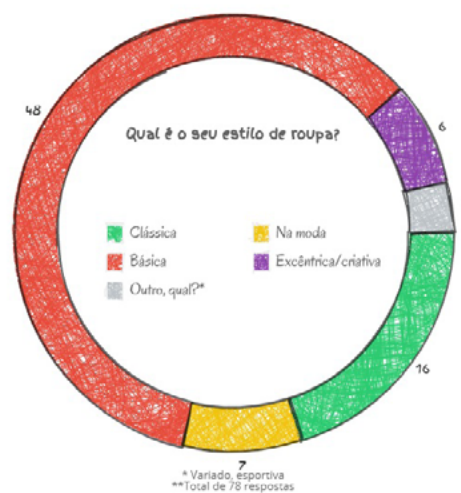


Fonte: elaborado pelas autoras (2019)



Quando questionadas sobre o estilo de roupa (gráfico 7), mais da metade das mulheres classifica seu estilo como básico, seguido pelo clássico, o que demonstra que esse público busca opções mais versáteis e que possam ser usadas em várias situações, visto que as alternativas “excêntrica/criativa” e “na moda” foram as menos escolhidas.

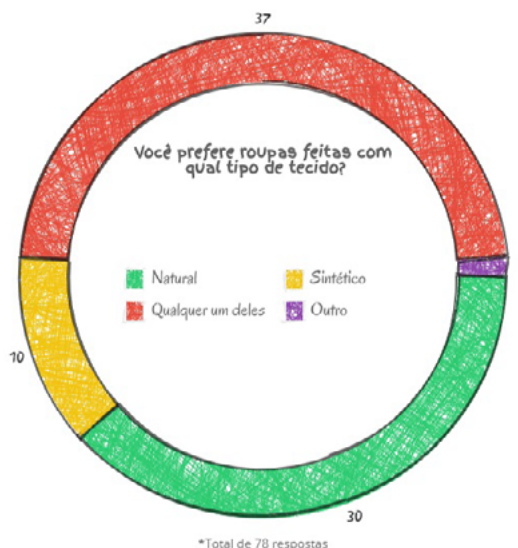
**Gráfico 7 - Estilo de roupa**



**Fonte: elaborado pelas autoras (2019)**

No gráfico 8, apresentamos o tipo de tecido do qual as mulheres entrevistadas preferem que suas roupas sejam feitas. A maior parte disse que qualquer um deles pode ser utilizado, desde que seja confortável. O tecido feito de fibras naturais foi o segundo escolhido, enquanto o de material sintético é o preferido de apenas 10 mulheres.

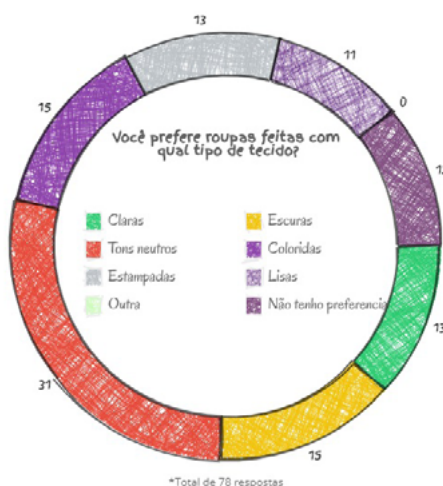
**Gráfico 8 - Tecidos**



**Fonte: elaborado pelas autoras (2019)**

Sobre cores de roupas (gráfico 9), as respostas foram variadas, mas a de tons neutros foi a mais escolhida, sendo que as outras opções tiveram números de respostas bem parecidos, o que mostra o estilo variado desse público. Percebemos, entretanto, que as roupas estampadas não são tão bem aceitas quanto às lisas.

**Gráfico 9 - Cor de roupa**



**Fonte: elaborado pelas autoras (2019)**

A última pergunta (gráfico 10) era sobre o interesse dessas mulheres na compra de vestuário com tecido que apresentasse algum tipo de tecnologia inserida, como microcápsulas que liberassem perfume ou algum tipo de medicamento. Nessa questão, além do “sim” ou “não”, as entrevistadoras questionaram os motivos da resposta, pois a maioria das entrevistadas respondeu que não tinha interesse.

O que percebemos foi um desconhecimento muito grande em relação aos tecidos tecnológicos, pois as justificativas abrangeram desde o preço mais alto até o medo de vestir algo que pudesse, de alguma forma, prejudicar a saúde. Entretanto, observamos que essa tecnologia gerou muita curiosidade nas entrevistadas, as quais questionaram como funciona um tecido nanotecnológico, se este pode acarretar algum mal para a saúde, se possui um custo muito elevado, se já existem opções de roupas no mercado, entre outras questões.

A partir das respostas dadas pelas entrevistadas, percebemos que, quando informadas adequadamente a respeito das múltiplas possibilidades que a nanotecnologia apresenta, essas mulheres demonstraram maior interesse no produto e são, portanto, um público potencial para ele.

**Gráfico 10 - Roupas com tecnologia**



**Fonte: elaborado pelas autoras (2019)**

As nossas hipóteses iniciais eram de que as mulheres idosas deveriam apresentar muitas dificuldades relacionadas ao vestuário, como mercado inadequado e roupas pouco confortáveis e ergonômicas que representariam dificuldades na hora de vestir e despir. Além disso, supomos que a aceitação de tecidos tecnológicos seria alta. Entretanto, essas hipóteses não se confirmaram, conforme apresentamos na pesquisa de campo realizada.

Mesmo assim, essa pesquisa foi importante para nortear a coleção de moda desenvolvida, visto que não tínhamos um levantamento a respeito das necessidades e interesses do público ao qual destinaríamos nossos produtos.

O fato de essas mulheres idosas entrevistadas não demonstrarem um interesse muito grande em produtos têxteis inteligentes não nos fez mudar de rumo no sentido de propormos uma coleção que viesse ao encontro de seus interesses e necessidades, pois acreditamos que, como profissionais da área da Moda, temos a obrigação de propor e informar a respeito do que essa área do conhecimento já apresenta em seus produtos.

### **3 PRODUTOS TÊXTEIS INTELIGENTES**

Quando se trata de vestuário, as constantes transformações proporcionadas pelo surgimento de novas tecnologias e de novos materiais, segundo Villas (2014), fez com que as peças, além do vestir e do apelo estético, passassem a ter outras funcionalidades. Proteção UV, tecnologia antiamarrotamento, hidro repelência e antimicrobianos são algumas das funções das fibras inteligentes disponíveis no mercado têxtil.

Para Sánchez (2006), há duas formas de conseguir um tecido inteligente: uma delas é por meio da inserção das fibras inteligentes no processo de fabricação do tecido e outra, por meio da aplicação posterior de certos compostos que apresentam os mesmos efeitos que as fibras inteligentes. A maioria desses efeitos é obtida por meio da técnica de microencapsulamento aplicada aos têxteis.<sup>6</sup>

A nanotecnologia foi definida por Tigre (2013) como uma inovação incremental na indústria têxtil. Seu princípio básico é a construção de estruturas e novos materiais por meio da alteração da configuração dos átomos presentes no tecido. Essa tecnologia se dá através dos materiais em escala nanométrica, geralmente entre 0,1 e 100 nanômetros (sendo que um nanômetro equivale a um milionésimo de um milímetro ou um bilionésimo de um metro), possibilitando que o tecido adquira conforto, proteção contra os raios solares e outros benefícios.

Lazzaretti e Hupffer, entretanto, chamam a atenção para a falta de estudos mais complexos a respeito da utilização dessa tecnologia e, mesmo não sendo este o foco do presente artigo, achamos importante apresentar essa discussão. Segundo elas,

---

<sup>6</sup> Segundo Pimentel et al. (2007, p. 1), "a microencapsulação serviu de modelo para técnicas mais sofisticadas, agora em escala nanométrica, permitindo o desenvolvimento de nanopartículas".

A produção de produtos e aplicações com nanopartículas está avançando rapidamente sem que se tenha certeza científica dos seus efeitos na saúde humana e no meio ambiente. A nanotecnologia é reconhecida como a quarta revolução industrial pelo alto potencial mercadológico e pelas possibilidades de sempre novas inovações. Ela já está presente em praticamente todas as áreas. Setores como cosméticos, fármacos, petróleo, alimentação, eletrônicos, construção civil, plásticos, química, agricultura, higiene pessoal, medicina, entre outros já estão no cotidiano da vida das pessoas. O crescimento de produtos com nanomateriais também representa a ampliação significativa da exposição humana e do meio ambiente sem que se tenham respostas sobre os riscos e perigos dessa nova tecnologia. (LAZZARETTI; HUPFFER, 2018, p. 81).

No setor do vestuário, algumas marcas já fizeram uso dessa inovação em seus produtos. É o caso, por exemplo, da estilista Angel Chang, que, em 2008, desfilou uma coleção de primavera-verão cujos tecidos, quando entravam em contato com o calor, revelavam a estampa do mapa de Manhattan.<sup>7</sup>

No Brasil, devido à epidemia de zika vírus, dengue e chicungunya, que poderiam causar complicações graves para as grávidas, a marca de moda gestante Megadose lançou, em 2016, uma linha de roupas com repelente chamada MGD Cares. Para que isso fosse possível, nano cápsulas de citronela que duram de 20 a 30 lavagens foram inseridas na fibra do tecido.<sup>8</sup> Em entrevista para o site El País (2016), João Ricardo Esteves, diretor da marca, conta que suas vendas aumentaram de 20 a 30% em apenas 20 dias do lançamento da linha (SCHUCH, 2019).

A empresa catarinense Malwee oferece uma linha de produtos fitness que associa cosmética e moda, apresentando uma coleção com hidratante nanoencapsulado desenvolvida em parceria com a Nanovetores. De acordo com o site do Grupo Malwee<sup>9</sup> (2016), “as nanocápsulas são incorporadas no fio e, quando ativadas por atrito, pressão e calor do corpo, liberam partículas hidratantes em um fluxo constante. A tecnologia permanece eficaz por até 20 lavagens e o resultado foi clinicamente comprovado”.

A marca de roupas Amaro é outro exemplo que podemos mencionar, pois ela acrescentou, em sua coleção de inverno, um *trench coat* hidro-repelente<sup>10</sup>. Para isso, foi realizado o preenchimento dos

<sup>7</sup> A respeito de tecnologia vestível, ver: REZENDE, Sophia Cueto de. Tecnologia vestível: a nanotecnologia na moda e indústria têxtil. Disponível em: <file:///C:/Users/feevale/Desktop/2027-4085-1-SM%20(1).pdf>. Acesso em: 18 mar. 2020.

<sup>8</sup> MEGADOSE. Saiba tudo sobre a linha Megadose Cares, composta por produtos à base de Citronela!. 2016. Disponível em: <https://megadose.com.br/saiba-tudo-sobre-a-linha-megadose-cares-composta-por-produtos-a-base-de-citronela/>. Acesso em: 31 mai. 2019.

<sup>9</sup> Disponível em: <http://grupomalwee.com.br/n/grupo-malwee-apresenta-linha-fitness-com-malha-que-hidrata-a-pele/>. Acesso em: 04 nov. 2019.

<sup>10</sup> Disponível em: <https://amaro.com/p/trench-coat-london-breeze/bege>. Acesso em: 04 nov. 2019.

poros do tecido com compostos ou por meio de aplicação de produtos químicos, formando uma película superficial que repele água.

A partir desses exemplos, é possível pensarmos em como a nanotecnologia pode ser aplicada no vestuário de idosos com a finalidade de proporcionar maior conforto para esses consumidores, pois, junto com o envelhecimento, surgem alterações corporais importantes.

Para esta pesquisa, contamos com o apoio da empresa Dublauto Gaúcha, que é especialista em tecnologia e inovação e está localizada no Feevale Techpark, na cidade de Campo Bom/RS. A empresa, desde 2006, vem participando de feiras nacionais e internacionais de tecnologia com ênfase no uso de nanotecnologia aplicada em tecidos, como o tratamento antimicrobiano, que protege contra o desenvolvimento de bactérias e fungos, fitoterápico, que contém óleos essenciais, e hidro-repelente, que repelem umidade e são resistentes a absorção de sujeiras.<sup>11</sup>

Dentre as opções que a empresa oferece, definimos as tecnologias hidratante, pois as entrevistadas informaram que sua pele afinou e ressecou com o passar dos anos, e hidro-repelente, uma vez que a coleção será destinada às mulheres que gostam de viajar e praticar atividades fora de casa, sendo importante que o tecido não absorva água da chuva ou bebidas.

#### **4 A COLEÇÃO**

Esta coleção de moda foi pensada para mulheres idosas ativas que gostam de passear e viajar e prezam por um vestuário confortável e ergonômico. A partir dessas características do público alvo, foram criados dez *looks* versáteis que podem ser alternados em várias composições, conforme podemos ver no plano de coleção apresentado a seguir (figura 1).

---

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://gaucha.dublauto.com.br/home>>. Acesso em: 15 ago. 2019

**Figura 1 - Plano de coleção**



**Fonte: Elaborado por Malusa Schuch (2019)**

A coleção foi intitulada Nanodiversidade e foi inspirada na marca Daniela Gregis,<sup>12</sup> que é uma marca de vestuário fundada em 1997 pela estilista homônima em Bergamo, na Itália. Seu trabalho é baseado na paixão pela cultura japonesa, com sua autenticidade e simplicidade, e combinado a uma alma artística. A estilista usa materiais de alta qualidade e artesanato altamente especializado. Um traço característico da marca, que pode ser observado em todas as coleções, é o uso de sobreposições. O uso de tricô e crochê em algumas peças de roupa e bolsas evidencia a conexão com os meios artesanais de produção. Suas coleções também trazem o uso de tecidos naturais, como lã, linho e seda. Suas peças são simples, com recortes e peças assimétricas. As cores presentes em suas coleções vão do preto e branco às mais diversas, como vermelho, azul, laranja, verde e rosa.

O título desta coleção faz referência à nanotecnologia usada nos tecidos e à diversidade das mulheres idosas, assim como suas particularidades em relação aos seus corpos e à maneira de se vestirem. A seguir, apresentaremos cada um dos looks com uma breve descrição de cada.

<sup>12</sup> Maiores informações em:

NICOLÒ, Mirian de. Daniela Gregis si racconta per la prima volta. 2017. Disponível em: <<http://d-art.it/moda/daniela-gregis-si-racconta-per-la-prima-volta/24115>>. Acesso em: 17 mai. 2019.

DANIELA GREGIS. Disponível em: <<http://www.danielagregis.it>>. Acesso em: 17 mai. 2019.

O primeiro *look* (figura 2) é composto por um vestido evasê de mangas curtas e feito de viscose. Possui decote canoa e comprimento midi e a tecnologia escolhida para o tecido é a hidratante. O casaco é confeccionado em linho com tecnologia hidro-repelente, possui manga 7/8, gola arredondada, recorte princesa – tanto na frente quanto nas costas – e pesponto decorativo. Possui comprimento um pouco abaixo do quadril e é forrado com o mesmo tecido, para um melhor acabamento.

**Figura 2 - Look 1**



**Fonte: Elaborado por Malusa Schuch (2019)**

O segundo *look* (figura 3) consiste em uma calça de corte reto com barra italiana. O cós das costas possui um elástico de 6cm de largura, facilitando a vestibilidade da peça. A blusa tem decote canoa, manga curta e bainha simples. Tanto a calça quanto a blusa são feitas em tecido viscose e possuem tecnologia hidratante.

O casaqueto também é feito de viscose e tecnologia hidratante e possui recorte princesa pespontado. Seu comprimento vai até um pouco acima da linha do quadril e o decote é arredondado com apenas um botão. Os dois bolsos frontais, chapados e arredondados, também são pespontados, trazendo mais



informação de moda para a peça. A combinação de calça e blusa foi a mais votada na pesquisa de campo quando questionado sobre combinações de roupas.

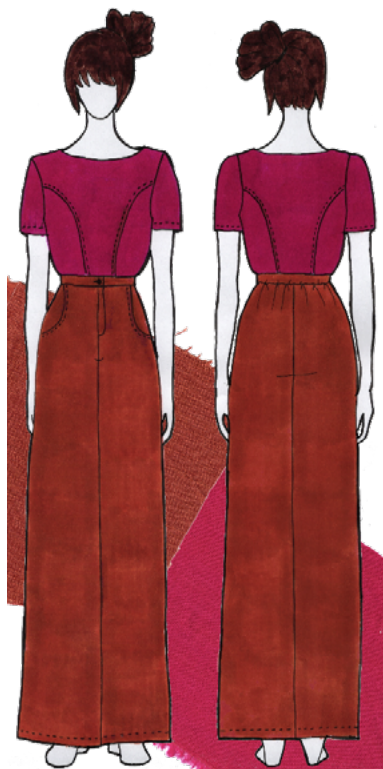
**Figura 3- Look 2**



**Fonte: elaborado por Malusa Schuch (2019)**

O *look 3* (figura 4) é composto por uma blusa com recorte princesa pespontado, mangas curtas e decote canoa. A calça pantalonada apresenta bolso arredondado e elástico no cóis nas costas e o fechamento é de zíper de metal com botão no cóis. Ambas as peças são confeccionadas em viscose e tecnologia hidratante.

**Figura 4 - Look 3**

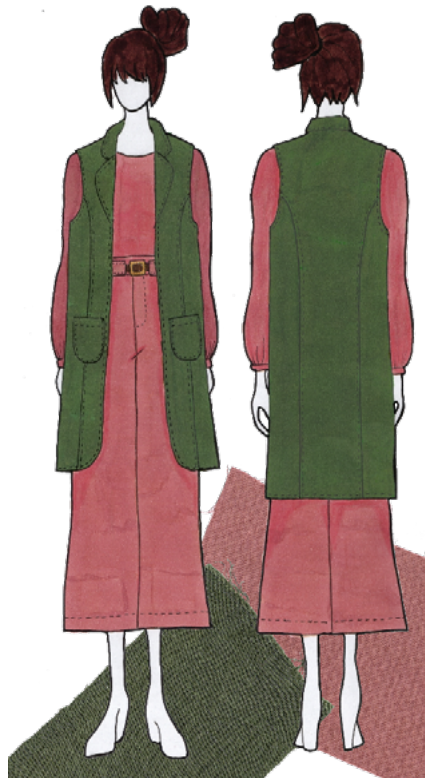


**Fonte: elaborado por Malusa Schuch (2019)**

O quarto *look* (figura 5) é formado por três peças. A primeira é uma blusa de manga longa com elástico no punho e decote canoa. A calça é uma pantacourt<sup>13</sup> com passadores largos e elástico aplicado na parte do cós nas costas. Ambas as peças, feitas de linho, são repelentes à água. A terceira peça é um colete com comprimento até a metade da coxa, feito de viscose hidratante. Possui recorte princesa pespontado, bolsos chapados frontais e golas arredondadas.

<sup>13</sup> Derivadas da pantalonas, este modelo possui a cintura alta e uma modelagem mais folgada que termina na altura do joelho ou panturrilhas.

**Figura 5 - Look 4**

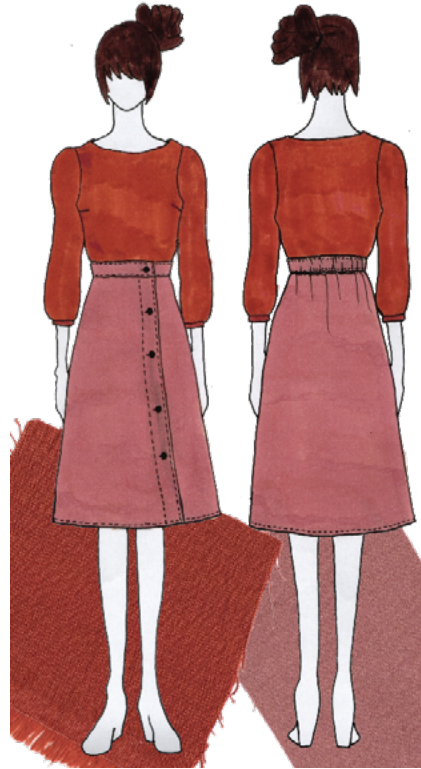


**Fonte: elaborado por Malusa Schuch (2019)**

Para o *look 5* (figura 6), foi escolhida uma blusa de decote canoa, com mangas 7/8 e elástico nos punhos. A pence<sup>14</sup> no busto ajuda a modelar a blusa hidratante feita de viscose. A saia evasê abaixo dos joelhos é hidro-repelente, confeccionada no tecido linho, sendo que seu diferencial é o abotoamento lateral, todo pespontado, e o elástico aplicado na parte das costas do cós.

<sup>14</sup> Pequena prega costurada do avesso e que se vai estreitando até desaparecer.

**Figura 6 - Look 5**



**Fonte: elaborado por Malusa Schuch (2019)**

A peça que compõe o *look 6* (figura 7) é um vestido midi de mangas curtas e abotoamento frontal. Confeccionado em viscose hidratante, sua parte de cima tem decote canoa e recorte princesa pespontado. Já a saia é evasê, com elástico aplicado na cintura com a finalidade de deixar a saia levemente franzida, além de possuir dois bolsos chapados frontais.

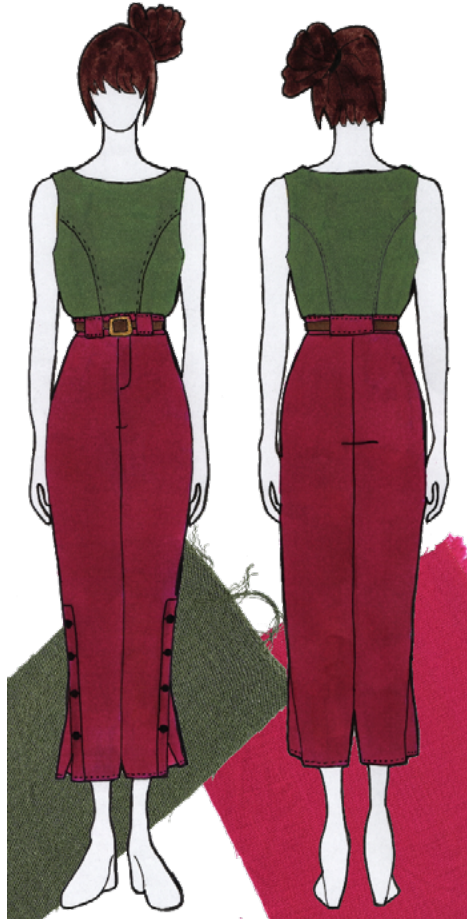
**Figura 7 - Look 6**



**Fonte: elaborado por Malusa Schuch (2019)**

O *look 7* (figura 8) possui uma regata com recorte princesa pespontado e decote canoa. A calça é de corte reto e cintura alta com passadores largos. O diferencial da peça fica por conta da fenda que vai da bainha até o joelho. Ela também possui botões que podem fechar a fenda, deixando a peça mais colada ao corpo. Ambas as peças são feitas em tecido hidratante de viscose.

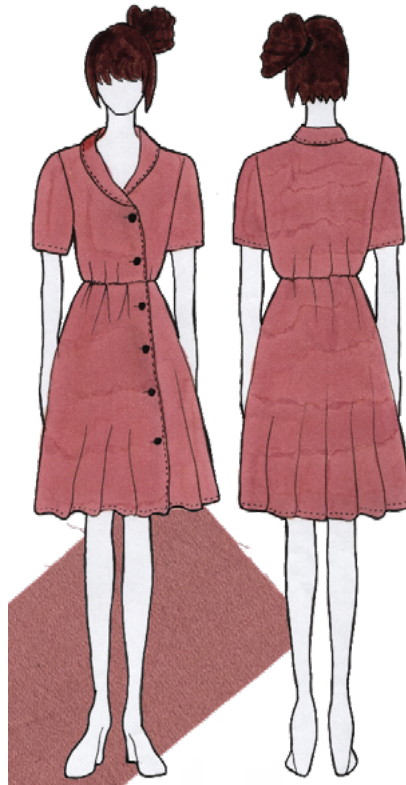
**Figura 8 - Look 7**



**Fonte: elaborado por Malusa Schuch (2019)**

A proposta do *look 8* (figura 9) é um vestido de mangas curtas com abotoamento lateral e comprimento logo abaixo dos joelhos. O elástico aplicado em toda a circunferência da cintura deixa a peça mais franzida, marcando melhor essa região. Feito em linho repelente à água, a gola arredondada mantém uma sofisticação na peça.

**Figura 9 - Look 8**



**Fonte: elaborado por Malusa Schuch (2019)**

O *look 9* (figura 10) consiste em um macacão de comprimento midi, com mangas curtas e gola e bolso boca arredondados. Com abotoamento frontal, a peça é feita em viscose hidratante e possui elástico aplicado nas costas e passadores para cinto, o que acintura mais a peça.

**Figura 10 - Look 9**

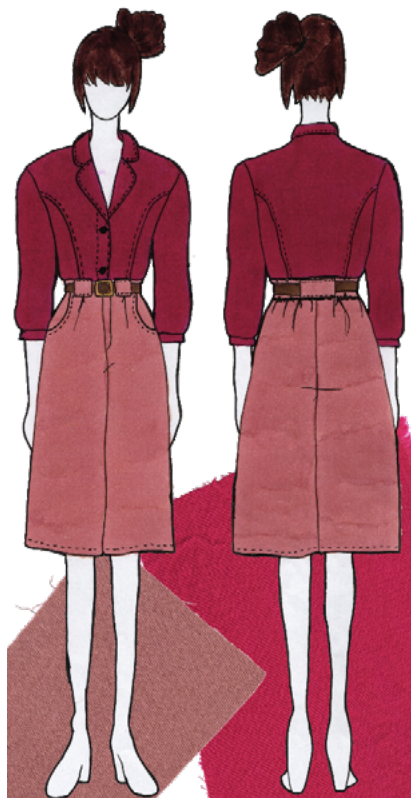


**Fonte: elaborado por Malusa Schuch (2019)**

O último *look* (figura 11) consiste em uma camisa social de viscose hidratante com manga 7/8, elástico no punho e recorte princesa pespontado. A bermuda de cintura alta é feita em linho hidro-repelente e apresenta bolsos arredondados, passadores largos e elástico aplicado no cós das costas.



**Figura 11 - Look 10**



**Fonte: elaborado por Malusa Schuch (2019)**

Figura 12 – Modelos no dia do desfile (looks 4, 5, 9 e 6)



Fonte: acervo pessoal autoras

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa representa um passo importante para a área da moda, visto que investiga, além dos problemas ergonômicos do vestuário direcionado ao público idoso, o interesse dessas consumidoras no consumo de roupas com algum tipo de tecnologia inserida.

Observamos que já existe um número significativo de empresas e de estilistas que fazem uso das tecnologias vestíveis. Entretanto, o público idoso não vem sendo contemplado satisfatoriamente, como podemos perceber no desconhecimento e, por vezes, preconceito que há em relação a essas inovações.

Esse público normalmente é lembrado pela indústria da moda quando se fala em dificuldades de locomoção, incontinência urinária e outros problemas físicos decorrentes da idade, mas percebemos que existe um grande contingente de idosas que são curiosas e estão interessadas em consumir modelos de

roupas mais confortáveis, ergonômicas, com informação de moda e até com algum tipo de tecnologia, como a que apresentamos na coleção desenvolvida.

As idosas das camadas médias urbanas, público alvo desta pesquisa, estão cada vez mais ativas, além de terem mais tempo disponível e um poder aquisitivo maior, o que lhes dá a possibilidade de experimentar e consumir novos produtos. Essas “novas velhas” (GOLDENBERG, 2013) não se encaixam mais no estereótipo antigo de vovós que ficam em casa cuidando dos netos e vestindo calças de moletom ou vestidos sem qualquer tipo de informação de moda, mas, a partir de nossas pesquisas, percebemos que, infelizmente, a indústria do vestuário não está conseguindo acompanhar essa demanda satisfatoriamente.

## REFERÊNCIAS

CAMARANO, A. A. Mulher idosa: suporte familiar ou agente de mudança? **Revista Estudos Avançados**, São Paulo, v. 17, n. 49, set/dez, 2003.

EL PAÍS. **Roupa anti-mosquito contra o zika**. 2016. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2016/03/14/politica/1457980360\\_213150.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2016/03/14/politica/1457980360_213150.html)>. Acesso em: 31 mai. 2019.

GOLDENBERG, M. **Coroas: corpo, envelhecimento, casamento e infidelidade**. Rio de Janeiro: Record, 2013.

GOMES, M. C.; LÜDORF, S. M. A. **Idoso, moda e sedentarismo: possíveis relações**. Revista Eletrônica da Escola de Educação Física e Desportos, Rio de Janeiro, n. 2, p. 158-167, 2009. Disponível em: <<https://revistas.ufrj.br/index.php/am/article/view/9150/7280>>. Acesso em: 20 mai. 2019.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Características gerais dos domicílios e dos moradores**: 2018. [Recurso eletrônico]. Rio de Janeiro, RJ: IBGE, Coordenação de Trabalho e Rendimento. 2019. Disponível em: <[https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101654\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101654_informativo.pdf)>. Acesso em: 10 abr. 2019.

LAZZARETTI, L. L.; HUPFFER, H. M. Nanotecnologia: o olhar da ciência sobre a toxicidade e os potenciais riscos destes produtos. **Revista Conhecimento Online**, Novo Hamburgo, a. 10, v. 3, p. 79-100, out. 2018. Disponível em: <<https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistaconhecimentoonline/article/view/1604>>. Acesso em: 06 abr. 2020.

MARQUES FILHO, A.; ABDALA, L. P.; CAMARGO, F. P. Design de moda ou design de vestuário? **11º P&D Design** – Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, Gramado, 2014.

MOTTA, F. de M. **Velha é a vovozinha**: identidade feminina na velhice. 1. ed. Santa Cruz do Sul, RS: EDUNISC, 1998. 142 p.

NERI, A. L. Envelhecimento e qualidade de vida na mulher. **2º Congresso Paulista de Geriatria e Gerontologia**. Universidade Estadual de Campinas, 2001, p. 1-18.

ONU – Organização das Nações unidas. **Mundo terá 2 bilhões de idosos em 2050; OMS diz que 'envelhecer bem deve ser prioridade global**. 2014. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/mundo-tera-2-bilhoes-de-idosos-em-2050-oms-diz-que-envelhecer-bem-deve-ser-prioridade-global/>>. Acesso em: 29 abr. 2019.

PIMENTEL, L. F. *et al.* Nanotecnologia farmacêutica aplicada ao tratamento da malária. **RBCF. Revista Brasileira de Ciências Farmacêuticas**, v. 43, n. 4, p. 503-514, 2007.

PRODANOV, L. S.; REINKE, C. A mulher madura e o consumo de moda no Brasil. **Revista Práxis**, Novo Hamburgo, a. 13, v. 1, p. 121-137, 2016. Disponível em: <<https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistapraxis/article/view/439/374>>. Acesso em: 06 abr. 2020.

SALGADO, C. D. S. Mulher Idosa: a feminização da velhice. **Estudos Interdisciplinares sobre o Envelhecimento**, v. 4, 2002. Disponível em: <<https://www.seer.ufrgs.br/RevEnvelhecer/article/view/4716/2642>>. Acesso em: 20 abr. 2019.

SÁNCHEZ, J. C. Têxteis inteligentes. **Revista Química Têxtil**, v. 82, 2006.

SCHUCH, M. F. **Mulheres idosas e moda**: desenvolvimento de coleção com inovações tecnológicas têxteis. Novo Hamburgo: 2019. 88 p. Monografia (Moda), Universidade Feevale, 2019.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor**. São Paulo: Bookman, 2002.

TIGRE, P. B. **Gestão da inovação**: a economia da tecnologia no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2013.

VILLAS, A. **A alma do negócio**: como eram as propagandas nos anos 50, 60 e 70. São Paulo: Globo Estilo, 2014.