

Capítulo 4

Design emocional para maiores de 60: contribuições para se viver mais e melhor

Vera Damazio
Marília Ceccon

Fernanda Pina

O envelhecimento da população e a revolução da longevidade são fenômenos sem precedentes e irreversíveis. De acordo com projeções do Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA) e da Help Age International (2012), a cada segundo duas pessoas completam 60 anos, resultando em quase 58 milhões de novos sexagenários por ano. Neste ritmo, em 2050, o planeta contará pela primeira vez em sua existência com mais idosos do que crianças com menos de 15 anos, contabilizando um em cada cinco de seus habitantes com idade igual ou maior a 60 anos.¹

O envelhecimento pode ser entendido a partir de várias perspectivas. Sob o ponto de vista biológico, abrange as alterações fisiológicas, hormonais, anatômicas e bioquímicas do organismo, assim como questões referentes à herança genética e ao ambiente e, recorrentemente, ressaltam-se os aspectos negativos do processo. Já sob o ponto de vista antropológico, tanto o envelhecimento quanto as características atribuídas ao indivíduo considerado velho são entendidos como construções socioculturais e, ainda que mutáveis de acordo com as coordenadas históricas e geográficas em que se manifestam, também são comumente sobrecarregadas por aspectos negativos (BEAUVOIR, 1990; DEBERT, 1999; GOLDENBERG, 2013).

Seja qual for a perspectiva escolhida, muito frequentemente o envelhecimento é percebido como um processo marcado por perdas e aqueles que vivenciam a

1 UNFPA é o organismo da ONU que trata de assuntos populacionais e colabora com os países na utilização de dados para formular políticas públicas e programas governamentais. Ler mais em: <http://www.unfpa.org.br/novo/index.php/sobre-o-unfpa/missao>. Help Age International é uma organização não governamental que ajuda os idosos a levar uma vida digna, segura, saudável e ativa. Ler mais em: <http://www.helppage.org/who-we-are/>.

velhice – os velhos –, como indivíduos doentes, frágeis, dependentes, vulneráveis e inúteis. Esta visão se concretiza de forma clara e tangível no cenário contemporâneo: enquanto etapas da vida como a infância, a adolescência e a maturidade são atendidas por ambientes, produtos e serviços diversos e em constante renovação, a velhice é abreviada a poucas opções. Casas de repouso, fraldas geriátricas, bengalas, cadeiras de roda, aparelhos de surdez, assistência médica domiciliar ainda são os ambientes, produtos e serviços predominantemente idealizados para o público com mais de 60 anos e não apenas dão relevo aos aspectos negativos, como fazem crer que a população do planeta está vivendo mais, mas não necessariamente melhor. Mais recentemente, vêm sendo veiculadas aparentes exceções sob a forma de anúncios de colônias, produtos cosméticos, aplicativos para acessar contas bancárias, viagens, estadas em hotéis, gêneros alimentícios, entre outros produtos e serviços. O papel dos velhos representados, contudo, na maioria dos casos é o de avós risonhos, caseiros, brincando com os netos e em comunhão com uma imagem idealizada por muitos e que não corresponde a esta parcela crescente da população.

Nunca antes vivenciados e ainda pouco compreendidos, o envelhecimento da população e a revolução da longevidade estão dentre as maiores conquistas e desafios do século XXI e podem ser significativamente favorecidos a partir de uma revisão sobre o conceito de velhice.

No livro *A reinvenção da velhice*, a antropóloga Guita Grin Debert (1999) sugere que a velhice seja reformulada de forma inovadora e criativa. A antropóloga Miriam Goldenberg, por sua vez, e com base em 25 anos de estudo sobre envelhecimento e mais de 1.700 entrevistados, mostra os aspectos positivos e os ganhos do processo e demonstra que a velhice pode ser uma experiência marcada pela liberdade e felicidade. As autoras revelam que está em curso um processo de transformação, no qual a velhice passa a ser vivenciada como fase da vida não mais de perdas, mas principalmente de conquistas, realizações, novas experiências e projetos. E também que os indivíduos com mais de 60 anos são plurais e há diferentes, criativas e belas formas de envelhecer e ser velho.

A chamada revolução de longevidade pode ser especialmente bem-sucedida com a colaboração do Design. Para tanto é necessário conhecer seus protagonistas: os idosos e suas demandas.

Estudo de identificação de demandas de idosos moradores da Gávea

Nesta seção os leitores serão apresentados a um estudo de orientação etnográfica realizado junto a idosos com o objetivo de conhecer suas rotinas, suas histórias, como vivem, o que fazem, do que gostam, o que querem. Este estudo

foi realizado ao longo do 2º semestre de 2014, a partir de visitas à casa de nove moradores da Gávea, bairro da zona sul da cidade do Rio de Janeiro, de ambos os sexos, com idades entre 67 e 84 anos, e observou os seguintes aspectos: (1) ações mais realizadas diariamente; (2) ações que gostariam de realizar e não realizam, e por quais motivos; (3) lugares mais frequentados; (4) lugares de que gostariam de frequentar e não frequentam, e por quais motivos; (5) pessoas com as quais têm contato com maior frequência; (6) pessoas com as quais gostariam de ter mais contato e não têm, e por quais motivos e (7) do que gostam e do que não gostam na Gávea e arredores.

Para tanto, foram utilizadas técnicas qualitativas, como observação participante, entrevistas semiestruturadas e conversas e registros fotográficos sobre os espaços e objetos considerados mais significativos das casas visitadas. Foram criados, também, dois instrumentos de apoio à obtenção de informações: (1) *Diário Bipolar* – caderno no qual os participantes foram solicitados a registrar as principais situações positivas e negativas de seu cotidiano em caneta azul e vermelha respectivamente, ao longo de uma semana e (2) *Mapa Relacional*: mapa impresso do bairro da Gávea e arredores, no qual os participantes registraram seus principais trajetos, marcando locais de encontro com pessoas conhecidas com caneta verde, estabelecimentos mais frequentados com caneta azul e lugares percebidos como perigosos – por oferecer risco de assalto, queda, pouca acessibilidade etc.– com caneta vermelha.

Foram realizadas duas visitas à casa de cada participante, guiadas por entrevistas semiestruturadas, com a presença de dois a três pesquisadores, duração aproximada de duas horas, em horários pré-agendados e intervalos de cinco a sete dias. A primeira visita tinha como principal objetivo observar a relação do participante com sua casa e atividades ali realizadas. A conversa era norteadas por perguntas com foco nos objetos da casa e suas histórias e significados como “quais são as coisas mais importantes nesta casa e por quê?”. No final da visita, o participante recebia o *Diário Bipolar* descrito anteriormente e era convidado a registrar os momentos em que se sentiram bem e se sentiram desconfortáveis e os motivos.

A segunda visita tinha por fim conhecer a relação do participante com o bairro, as atividades realizadas fora de casa e pessoas conhecidas fora do círculo familiar e tomou como suporte o *Mapa Relacional*, acima descrito. A conversa também foi norteadas pelas histórias e significados dos objetos da casa que revelaram de passeios de bicicleta, entre outras atividades físicas, a viagens a lugares distantes. Nessa visita os participantes entregavam o *Diário Bipolar* e eram motivados a comentar as situações positivas e negativas ali registradas.

Perspectivas do design emocional para maiores de 60 anos

Os dados levantados nas visitas foram organizados por grandes temas e demandas emocionais e deram origem às seguintes perspectivas – ou diretrizes – do design emocional em prol da qualidade de vida do público com mais de 60 anos:

Design para afirmação da identidade

Constatou-se a importância para os informantes não apenas de continuar a fazer o que sempre fizeram e de ser o que sempre foram, mas também de experimentar novas formas de fazer e de ser. Muitos afirmaram que com o avançar da idade conseguiram encontrar tempo, coragem e disposição para fazer o que gostariam de ter feito quando jovens e, por razões variadas, não fizeram. Alguns revelaram ficar contrariados com a ingerência dos filhos em suas vidas. Dentre os desabafos ouvidos, vale destacar:

Todo mundo quer mandar no velho [...] Quem sabe o que é bom para mim, sou eu! Chegou a hora de fazer o que eu sempre quis fazer [...] Não quero morar com minha filha. Quero morar onde sempre morei, quero aprender a tocar piano, quero voar de asa delta e quero ver quem vai me segurar! (Sr. C., 84 anos).

Nesse sentido, a perspectiva do Design para afirmação da identidade engloba produtos e serviços que promovem a independência, a autonomia, a adaptação a novas realidades e oportunidades para os maiores de 60 anos se expressarem como indivíduos plurais e serem e fazerem o que bem desejarem.

Design para a renovação da sociabilidade

Observou-se que os informantes valorizam a convivência com a família e amigos, mas gostariam de construir novos laços afetivos. Todos demonstraram ter dificuldades, mas estarem dispostos a ampliar seus ciclos sociais. Alguns revelaram que se sentem sozinhos e gostariam de ter com quem conversar, viajar, passear, assistir a filmes e ir a eventos culturais:

Minhas amigas estão morrendo e é difícil conhecer pessoas na minha idade [...] Meu filho e minha nora ligam, mas é coisa rápida, só pra saber como estou. Eu entendo. Eles têm a vida deles [...] Gosto de passear, de

conversar, mas passo semanas sem ter ninguém para dar um bom-dia (Sra. M., 80 anos).

A perspectiva do Design para a renovação da sociabilidade inclui produtos e serviços que favorecem a ampliação do círculo de amizades, interações sociais e o fortalecimento de vínculos afetivos.

Design para a revitalização da cidadania

Constatou-se que os informantes se ressentem de serem percebidos como “um peso para a sociedade”, “cartas fora do baralho” e desconectados da realidade. Todos demonstraram participar da vida social, política, econômica e cultural do país, seja de forma voluntária ou remunerada. Alguns continuam trabalhando porque assim desejam. O temor de se sentir inútil se fez notar em depoimentos como o apresentado a seguir:

A velhice pode trazer um sentimento de inutilidade, de não servir mais pra nada... Tenho amigos que deprimiram depois de se aposentar, que se desconstruíram, se desligaram [...] Eu sempre gostei de trabalhar, de colaborar. Estou sempre participando de uma causa, ajudando alguém. [...] Não dá pra ficar parado... (Sr. A, 77 anos).

A perspectiva do Design para a revitalização da cidadania inclui produtos e serviços que criam oportunidades de trabalho remunerado e voluntário para os maiores de 60 anos, além de formas e meios de promover sua participação social, engajamento cívico e pleno exercício de seus direitos e deveres.

Design para o bem-estar

Observou-se que os informantes se preocupam com o seu bem-estar físico, mental e espiritual. Alguns revelaram que a idade lhes trouxe a consciência da existência de “algo maior”. Muitos contaram buscar atividades espirituais, além das físicas como meio de promover o bem-estar.

Nunca fui ligado a nenhuma religião, mas hoje vejo minha vida por outro ângulo [...] Estava desenganado e me curei inexplicavelmente [...] Hoje busco formas de vivenciar esta ligação com o que chamam de Deus e de me sentir bem, de bem viver e bem-estar (Sr. C., 84 anos).

A perspectiva do Design para o bem-estar inclui produtos e serviços que promovem estados e experiências de relaxamento, serenidade, contemplação, meditação e relação com o transcendental.

Design para o autocuidado (ou resiliência)

Os depoimentos dos informantes confirmaram a importância de três ações estreitamente relacionadas à prática de cuidar de si próprio e essenciais para o envelhecimento saudável: tomar consciência, aceitar e se adaptar às mudanças trazidas pelo avanço da idade. Muitos reconheceram ter demorado a perceber e a aceitar suas limitações e alguns revelaram ter chegado ao ponto de colocar em risco sua integridade física e financeira:

Demorei a perceber que não podia mais fazer certas coisas. Fui teimosa, irresponsável [...] Precisei levar muito tombo, bater de carro, ser roubada pra perceber que eu tinha mudado, que precisava me adaptar, ajeitar algumas coisas [...] Parar de dirigir foi o pior [...] mas acabei me acostumando e hoje me cuido direitinho (Sra. S., 79 anos).

A perspectiva de Design para o autocuidado envolve ações, produtos e serviços que favorecem a conscientização, a aceitação e a adaptação dos maiores de 60 anos a suas novas condições físicas e mentais.

Design para a diversão

Foi observado que encarar a vida com leveza e otimismo e saber rir de si mesmo e das situações adversas é considerado “um excelente remédio”, mesmo pelos informantes que se autodenominaram de “rabugentos”. Alguns relataram episódios em que o humor foi o ingrediente principal para contornar obstáculos e vivenciar momentos divertidos:

Mesmo as piores coisas da vida tem um lado bom. Mas pra ver, não pode mirar no lado ruim [...] Levei um baita tombo, caí de quatro no chão, bem na frente de um colégio, na hora da saída [...] Foi um Deus nos acuda! Doe! Doe. Mas todo mundo veio ajudar! [...] Passo muito ali e acabei virando a tia do tombo. Não é pra rir? (Sra. L. 67 anos).

A perspectiva do Design para a diversão envolve produtos e serviços que fazem rir, surpreendem, tornam a rotina mais divertida e criam oportunidades de entretenimento e descontração.

Design para o aprendizado

Constatou-se a relevância do conhecimento e o desejo de se manter informado e de aprender dos informantes. Declarações como “quero me aprofundar”, “quero conhecer melhor”, “faço aulas de”, “gostaria de saber mais” e “tenho interesse em” apareceram repetidamente e deixaram clara a relação entre “querer aprender” e o espírito de jovem.

Ser velho é um sentimento, não tem nada a ver com o corpo. Eu tenho espírito de jovem! Gosto de aprender, de mudar de opinião, de trocar minhas ideias por outras melhores. Velho é quem acha que sabe tudo e não quer mais aprender... (Sr. A, 77 anos).

A ação de frequentar cursos foi considerada um meio de conhecer pessoas, associando-se, portanto, à perspectiva do design para a renovação da sociabilidade:

Gosto de fazer cursos porque, além de aprender, eu quase sempre conheço pessoas novas, pessoas com os mesmos interesses [...] É difícil nesta idade, é raro, mas é muito bom quando acontece. [...] Sim, tenho um grupo de amigas do curso de cerâmica. São amigas mesmo, de viajar juntas (Sra. L., 67 anos).

A ação de aprender, por sua vez, foi considerada uma forma de atender interesses e desejos negligenciados ao longo da vida, relacionando-se à perspectiva do design para a afirmação da identidade:

Sempre quis aprender a cantar, sempre [...] Agora tenho tempo para aprender, para cantar, para ensaiar, para passar a tarde, o dia inteiro se quiser, cantando. [...] É lindo... Eu sinto como se um pedaço de mim estivesse acordando, um pedaço que estava vivo, mas adormecido, entende? (Sra. M., 80 anos).

A ação de aprender foi, ainda, considerada uma forma de experimentar novas atividades e ocupações, relacionando-se à perspectiva do design para a revitalização da cidadania:

Quase fiquei doido quando me aposentei. Aí fui trabalhar num restaurante [...] Aprende daqui, aprende de lá, até que o restaurante fechou. Mas tomei gosto, acabei entrando pro ramo e passei de empregado pra patrão. Vê só como o mundo dá voltas? (Sr. P., 72 anos).

O design para o aprendizado inclui produtos e serviços que promovem a troca, a aquisição e o aprofundamento de saberes, de preferência, favorecendo a convivência dos participantes.

PUC-Rio mais de 50: um exemplo de design emocional aplicado

O “PUC-Rio mais de 50” foi projetado com base nas perspectivas do design emocional acima apresentadas, nas demandas identificadas no estudo de campo e potencialidades da PUC-Rio e tomou a forma de um serviço abrangendo eventos, oficinas e cursos de curta duração. Apesar de concebido com base em dados levantados junto a maiores de 65 anos, o nome levou em conta a desconfiança de nossos informantes em relação aos produtos e serviços destinados ao público idoso em geral e a antipatia a termos como “terceira idade” e “melhor idade”, entre outros considerados estranhos, inadequados e pejorativos. Importante ressaltar a discordância observada entre os participantes do estudo em relação aos termos velho e idoso: há os que acham carinhoso e os que acham desrespeitoso ser chamado de velho. E há os que acham deprimente e os que acham atencioso ser chamado de idoso.

O projeto piloto “PUC-Rio mais de 50” contou com a colaboração de diversos setores e departamentos da universidade, valendo destacar a Coordenação Central de Extensão da PUC-Rio e seu propósito de estender suas ações de extensão universitárias para o público maior de 60 anos. Suas atividades foram oferecidas gratuitamente sob a forma de duas a quatro aulas de três horas com intervalos para café e biscoitos para socialização dos participantes.

Todas as atividades do projeto piloto atenderam as perspectivas “design para o aprendizado” e “design para a renovação da sociabilidade” e articularam os interesses dos informantes e dos professores e alunos de pós-graduação da universidade, organizando-se em torno dos seguintes domínios:

Atualidades e Conhecimentos Gerais: este domínio teve como base a perspectiva “design para a afirmação da identidade”; a recorrência de depoimentos como: “*Procuro estar sempre atualizado e aprofundar meus conhecimentos*” e o interesse de nossos informantes em entender com mais profundidade temas variados relacionados ao país, ao planeta, à história, às culturas e ao noticiário em geral. Este domínio ofereceu os seguintes cursos:

“Os Conflitos Atuais do Oriente Médio” ministrado pelo ex-reitor da PUC-Rio e grande estudioso do tema, em três aulas com duração de três horas;

“A Repercussão Gráfica da Passagem do Graf Zeppelin pelo Brasil”, objeto de estudo de aluna da pós-graduação em Design, em duas aulas com duração de três horas;

“Fenômenos Físicos Extraordinários da Natureza”, ministrado por professor do Departamento de Física, em duas aulas com duração de três horas.

Cultura Religiosa: este domínio teve como base a perspectiva “design para o bem-estar”; relatos sobre curas inexplicáveis e o interesse por histórias bíblicas, temas religiosos e relacionados à espiritualidade, ao transcendental e à dimensão do sagrado. A atividade oferecida foi o curso “Doenças, Curas e Medicina na Perspectiva da Bíblia”, ministrado pelo ex-reitor da PUC-Rio e professor do Departamento de Teologia, em duas aulas com duração de três horas.

Arte e Entretenimento: este domínio teve como base a perspectiva “design para a diversão” e o interesse demonstrado pelos informantes em se divertir, se entreter e aprender música, teatro, dança, entre outras manifestações artísticas e culturais. A atividade oferecida neste domínio foi o curso “The Beatles: História, Arte e Legado” ministrado por professor do Departamento de Ciências dos Materiais e grande conhecedor e estudioso da banda, em cinco aulas com duração de três horas.

Revitalização Profissional: este domínio teve como base a perspectiva “design para a revitalização da cidadania”; a recorrência de depoimentos como: “Sei fazer, mas não sei vender” e a constatação de que alguns informantes buscaram aprimoramento profissional ou novas competências e fontes de renda e prazer depois de aposentados. O domínio foi concebido com o objetivo de promover empreendimentos e novos projetos profissionais e foi inaugurado com o curso “Exposição e Comercialização de Produtos: potencializando seu negócio” ministrado por professora do Departamento de Artes & Design, em três aulas com duração de três horas.

Oficinas Digitais: este domínio teve como base a perspectiva “design para a revitalização da cidadania” e “design para sociabilidade” e foi criado com base no interesse dos informantes no mundo digital como meio de se manterem conectados com a realidade e também de fortalecer e criar novos vínculos sociais. Ele concentra atividades voltadas para o conhecimento, exploração e uso prático de ferramentas e serviços digitais e foi inaugurado com o curso “Vídeo chamadas por Skype”, ministrado por duas alunas da pós-graduação em Design, em três aulas com duração de três horas.

Por tratar-se de um protótipo e atividades oferecidas gratuitamente, a divulgação do projeto “PUC-Rio mais de 50” buscou atingir apenas os familiares de alunos, professores e funcionários da PUC-Rio e os ex-alunos da Coordenação Central de Extensão (CCE). Para tanto, foram distribuídos na Universidade cartazes e flyers com informações de cada curso. Foi enviado, também, e-mail marketing para alunos e ex-alunos do CCE e disponibilizada área no site com todas as informações das atividades oferecidas e opções de matrícula.

Apesar da divulgação discreta, o projeto reuniu um total de 160 pessoas e foi avaliado individualmente ao término de cada atividade e em dinâmica de grupo da qual participaram 18 alunos de cursos variados. Dentre os pontos considerados positivos foram mencionadas a pertinência dos temas, a competência e envolvimento dos professores, a oportunidade de adquirir conhecimentos gratuitamente em uma universidade de excelência e de conhecer pessoas novas. Dentre os pontos negativos, foram mencionados o reduzido número de aulas e a pouca divulgação do projeto. Grande parte dos participantes afirmou não ter encontrado pontos negativos e expressaram a gratidão por participar do projeto:

Não teve pontos negativos. Gostei de tudo, fiz amizades e aprendi muita coisa. O nome “PUC-Rio mais de 50” foi muito pertinente. Tenho 72 anos, mas não me sinto com mais de 60 e sim com mais de 50. Não me identifico com nada destinado à terceira idade. Participar deste projeto me faz honrada e feliz. Agradeço à PUC-Rio pela oportunidade e generosidade.

Considerações finais

Além de uma nova realidade, o envelhecimento da população e a revolução da longevidade nos coloca à frente do que podemos chamar de “novos velhos” e que bastante diferente do que sugerem os pictogramas de figuras frágeis curvadas sobre bengalas, buscam envelhecer de forma saudável e valorizam novas oportunidades e possibilidades de realizações e conquistas.

O Design tem o potencial de atender demandas de toda a ordem do público com mais de 60 anos e deve agir com urgência. Para tanto é crucial a combinação de técnicas de pesquisa qualitativas de modo a identificar o que busca esse público tão diverso e crescente. É crucial, também, consultá-los e envolvê-los na idealização, construção e avaliação de todas as etapas do processo projetual.

Esperamos que o projeto “PUC-Rio mais de 50” seja um dentre muitos outros exemplos de é possível tratar os desafios do envelhecimento e longevidade populacional com “formas” capazes de atender demandas de ordem emocional e transformar a vida depois dos 60 em tempos de novos encontros, amigos, trabalhos, conhecimentos, objetivos de vida e, sobretudo e principalmente, de reinvenção de si mesmo e possibilidades de se viver mais e melhor.

Em sua 5ª edição e norteador pelas perspectivas do design emocional, o “PUC-Rio mais de 50” já reuniu mais de 700 participantes maiores de 50 anos e vem sendo avaliado ao final de cada edição por todos os envolvidos – alunos, professores e colaboradores – a partir de questionários, conversas individuais e grupos focais. O “programa PUC-Rio mais de 50” vem se caracterizando como um processo de articulação dos interesses identificados junto aos alunos, professores e alunos de pós-graduação da PUC-Rio e dos objetivos definidos nos Estatutos da

Instituição que o abriga, e que inclui a definição de projetos que levem em conta os desafios lançados pela situação sócio-político-cultural do Brasil e a orientação de suas atividades para a construção de uma sociedade baseada no respeito e na promoção de todos, de modo especial, em nosso caso, os maiores de 50 anos!

Referências

BEAUVOIR, S. **A Velhice**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

CECCON, M. **Design & Envelhecimento**: Técnicas para identificação de demandas dos maiores de 60 anos. Dissertação (Mestrado em Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

DEBERT, G. G. **A reinvenção da velhice**: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento. São Paulo: EdUSP, 1999.

GOLDENBERG, M. **A Bela Velhice**. Rio de Janeiro: Record, 2013.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE – OMS. **Envelhecimento ativo**: uma política de saúde. Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde, 2005.

FUNDO DE POPULAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Envelhecimento no Século XXI**: Celebração e Desafio. Nova York: HelpAge Internacional, 2012.

