

RESUMO - CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - ECONOMIA DOMÉSTICA

**PRÁTICAS DE CONSUMO DE ROUPAS ENTRE IDOSOS
FREQUENTADORES DO CENTRO DE CONVIVÊNCIA DA TERCEIRA
IDADE DO MUNICÍPIO DE ITAGUAÍ (RJ)**

Rebecca Gerth Chagas (rebeccagerth@ufrj.br)

Débora Pires Teixeira (deborapires@ufrj.br)

A presente pesquisa teve como objetivo conhecer o consumo de roupas entre idosos do

município de Itaguaí, RJ, frequentadores do Centro de Convivência da Terceira Idade -

CCTI. Frente à Revolução da Longevidade e ao aumento do número de idosos no

mundo, faz-se necessário conhecer o comportamento de compra dos idosos e suas

implicações sociais e financeiras. Aliado ao crescimento dessa população, tem-se o

desejo dos idosos pelo consumo de artigos do vestuário, bem como o pouco interesse do

campo da moda na realização de pesquisas sobre o tema consumo de roupas entre

idosos. Metodologicamente, a pesquisa assume um delineamento qualitativo, de caráter

exploratório, que foi desenvolvida com entrevista pessoal por meio um de roteiro

semiestruturado, contendo questões relacionadas ao perfil socioeconômico (idade, sexo

e faixa de renda) e ao consumo de roupas. Os dados foram coletados no período de

março a abril de 2024, com 55 idosos, do sexo masculino e feminino, com idade entre

60 a 88 anos. Os resultados organizados, tratados e analisados apontam para predomínio

de mulheres (76%), na faixa etária de 65 a 70 anos (36%), com renda individual de entre

um a dois salários mínimos (65%). Sobre o consumo de roupas, 45% obtêm suas roupas

por meio de compra/ganho e 37% tem a sua aquisição ligada a motivados para uso em

festas e celebrações. A praticidade apareceu como o principal balizador das escolhas

para 36% dos entrevistados. Outro dado relevante é o alinhamento de parte dos

entrevistados com os comportamentos relacionados às práticas sustentáveis. Com

sentido, o termo “troca de roupas” apareceu cinco vezes e a palavra bazar foi citada 28

vezes durante as entrevistas, enquanto brechó foi citado 42 vezes, isso porque uma das

entrevistadas possui um brechó e também pela existência de um bazar dentro do próprio

CCTI no qual os idosos doam as roupas e a instituição realiza a venda por um valor

simbólico que é revertido para uso interno nas festas promovidas durante o ano. A

família é um grupo de significativa influência no processo decisório da compra de

roupa, seja ajudando a fazer compras, comprando pelo idoso, doando peças usadas e

presenteando com roupas, principalmente os filhos, netos, irmãos e sobrinhos. Sobre os

locais de compra, as respostas variaram entre lojas e destinos concentrados no município de Itaguaí. A maioria (64%) dos idosos tem dificuldade de comprar roupa.

roupa. Dentre os problemas mais comuns, o tamanho se destaca, representando 40% das

reclamações, sobretudo em idosos com sobrepeso ou obesas ou no extremo oposto,

idosos pequenos ou muito emagrecidos. As questões estéticas (40%) e os preços

elevados (20%) também foram mencionados. Como resultado da produção científica

desta pesquisa, tem-se a aprovação do resumo no IC 2 – CONSUMO DE MODA do 19º

Colóquio de Moda (2024) e seu respectivo texto completo que será incluído nos Anais

do evento, bem como a submissão de um artigo para o 8º Seminário de Moda, Gestão e

Design (SEMGED) cuja o tema será “Humanidades e Artificialidades (2024). Dentre as

limitações da pesquisa, a adesão parcial dos idosos pelo desinteresse na pesquisa, bem

como a inconsistência numérica entre os idosos cadastrados pelo CCTI e os que

efetivamente frequentam as atividades semanais propostas pelos núcleos, sendo o

primeiro maior do que o segundo. Para pesquisas futuras, sugere-se a realização de

grupos focais para investigação sobre o consumo em brechós/bazar, sobretudo as

atividades de compra e troca de roupas dentro do próprio CCTI.

Palavras-chave: consumo; idosos; moda; centro de convivência da terceira idade.