



DIVERGÊNCIAS NA UTILIDADE E USABILIDADE DAS FERRAMENTAS DIGITAIS: A SEGMENTAÇÃO DO CONTEÚDO DE MODA NA CONTRIBUIÇÃO DO BEM-ESTAR SOCIAL DA PESSOA IDOSA

Differences in the utility and usability of digital tools: the segmentation of fashion content in contributing to the social well-being of the elderly

Diferencias en la utilidad y usabilidad de las herramientas digitales: la segmentación de los contenidos de moda para contribuir al bienestar social de las personas mayores

João Jacques Neto ¹
Icléia Silveira ²
Lucas da Rosa ³
Monique Vandresen ⁴

Resumo: Mediante o aumento da expectativa de vida da pessoa idosa e o crescimento da população, torna-se presente a tecnologia informatizada na contribuição de sua longevidade, proporcionando a convivência com os mecanismos digitais acessíveis. O processo de envelhecimento se constrói por histórias vividas e sua contagem cronológica e se faz presente neste estudo por meio de uma averiguação na inclusão de ferramentas digitais no cotidiano da pessoa idosa. Este estudo apresenta uma abordagem investigativa da pessoa idosa e a presença das ferramentas digitais, o que averiguou que é possível a segmentação do conteúdo de moda na contribuição do bem-estar subjetivo no acesso digital pela pessoa idosa. Sendo assim, esta pesquisa aprofunda-se nos acessos pela pessoa idosa, nas ferramentas digitais e na identificação dos conteúdos acessados e visualizados por elas. O estudo inicia-se perante uma investigação no que se diz respeito ao conhecimento das ferramentas digitais, da sua utilidade e usabilidade dos mecanismos digitais disponíveis na atualidade. Portanto, justifica-se a compreensão ao objetivo principal deste estudo, ou seja, a moda pode ser introduzida como conteúdo de aplicativos acessados pela pessoa idosa, tornando-se presente em seus acessos, por meio de um modelo conceitual com base na educação tecnológica. Sendo assim, este estudo classifica-se como uma pesquisa básica, qualitativa e descritiva. Em relação aos procedimentos técnicos, o embasamento teórico foi elaborado, em especial, por meio de livros, artigos, dissertações e teses, evidenciando a moda como centro dos assuntos e conteúdos, contribuindo na imagem visual, autoestima e bem-estar da pessoa idosa. Conclui-

¹Mestrando em Design de Moda. UDESC (Universidade do Estado de Santa Catarina), Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. joaomedi@gmail.com; <http://lattes.cnpq.br/7664621556475367>; ORCID iD: <https://orcid.org/0009-0000-5934-843X>

²Doutora em Design. UDESC (Universidade do Estado de Santa Catarina), Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. icleiasilveira@gmail.com; <http://lattes.cnpq.br/7917562140074797>; ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-4493-9768>

³Doutor em Design. UDESC (Universidade do Estado de Santa Catarina), Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. Darosa.lucas@gmail.com; <http://lattes.cnpq.br/1943713096006841>; ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-8492-2754>

⁴Doutora em Ciências da Comunicação. UDESC (Universidade do Estado de Santa Catarina), Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. mvandresen@gmail.com; <http://lattes.cnpq.br/2381501692765223>; Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2762-8135>



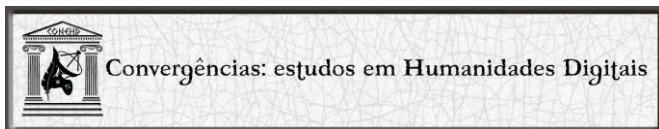
se que o entendimento de conteúdos relacionados à moda, pode contribuir na imagem visual e em seu bem-estar subjetivo, o que nos resultou no interesse e na compreensão referente a uma navegação segmentada de acordo com os interesses da pessoa idosa.

Palavras-chave: Idoso. Usabilidade. Utilidade. Imagem visual. Bem-estar.

Abstract: Due to the increase in the elderly's life expectancy and the growth of the population, computerized technology becomes present in the contribution of their longevity, providing a coexistence with accessible digital mechanisms. The aging process develops through lived stories and their chronological counting and it is present in this study by an investigation into the inclusion of digital tools in the daily life of the elderly people. This study presents an investigative approach to the elderly and the presence of digital tools, which found that it is possible to segment fashion content in contributing to subjective well-being in digital access by the elderly. Therefore, this research delves into access by the elderly, digital tools and the identification of the contents accessed and viewed by them. The study begins with an investigation regarding the knowledge of digital tools, their usefulness and usability of the digital instruments currently available. Therefore, understanding the main objective of this study is justified, that is, fashion can be oriented as content of applications accessed by the elderly, becoming present in their accesses, through a conceptual model based on education technology. Therefore, this study is classified as a basic, qualitative and descriptive research. Regarding the technical procedures, the theoretical basis was elaborated, in particular, through books, articles, dissertations and theses, highlighting fashion as the center of subjects and contents, guaranteeing the visual image, self-esteem and well-being of the elderly people. It is concluded that the understanding of content related to fashion can contribute to the visual image and its subjective well-being, which resulted in the interest and understanding regarding a segment according to elderly's interests.

Keywords: Elderly. Usability. Utility. Visual image. Well-being

Resumen: Dado el aumento de la esperanza de vida de las personas mayores y el crecimiento de la población, la tecnología informática se hace presente en la contribución a su longevidad, proporcionando la convivencia con mecanismos digitales accesibles. El proceso de envejecimiento es construido por las historias vividas y su conteo cronológico y está presente en este estudio a través de una investigación de la inclusión de herramientas digitales en la vida cotidiana de las personas mayores. Este estudio presenta un enfoque de investigación de los ancianos y la presencia de herramientas digitales, que encontró que es posible la segmentación de contenido de moda en la contribución del bienestar subjetivo en el acceso digital por los ancianos. Así, esta investigación profundiza en los accesos por parte de los mayores, en las herramientas digitales y en la identificación de los contenidos accedidos y visualizados por ellos. El estudio parte de una investigación sobre el conocimiento de las herramientas digitales, su utilidad y usabilidad de los mecanismos digitales actualmente disponibles. Por lo tanto, se justifica la comprensión al objetivo principal de este estudio, es decir, la moda puede ser introducida como contenido de las aplicaciones accedidas por las personas mayores, haciéndose presente en sus accesos, a través de un modelo conceptual basado en la educación tecnológica. Así, este estudio se clasifica como una investigación básica, cualitativa y descriptiva. En cuanto a los procedimientos técnicos, la base teórica fue elaborada, en particular, a través de libros, artículos, disertaciones y tesis, destacando la moda como centro de temas y contenidos, contribuyendo a la imagen visual, autoestima y bienestar de las personas mayores. Conclui-se que o entendimento de conteúdos relacionados à moda, pode contribuir na imagem visual e em seu bem-estar subjetivo, o que nos resultou no



interesse e na compreensão referente a uma navegação segmentada de acordo com os interesses da pessoa idosa.

Palabras clave: Ancianos. Usability. Usabilidad. Visual image. Well-being.

Recebido em: 16 de fev. de 2023

Aceito em: 18 de mar. de 2023

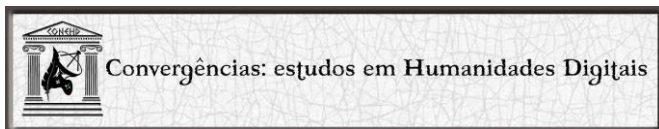
1 Introdução

O processo de envelhecimento se tornou presente nas pesquisas das diversas áreas do conhecimento, embora ainda incipientes. A pessoa idosa passou a ser um objeto de estudo, o qual está abordado em uma nova realidade mediante aumento da expectativa de vida. Em virtude do crescimento da população idosa, pesquisadores e empresas privadas passaram a se interessar na busca de uma melhor qualidade no envelhecimento e no bem-estar, o que evidencia uma carência em políticas públicas, sobretudo no Brasil, que vislumbra essa não tão nova demanda. Justificam-se estudos na qualidade de vida e no envelhecimento contemporâneo, por compreender a nova velhice, uma velhice acompanhada por novas tecnologias.

Com o advento e acesso amplo às novas tecnologias informatizadas, a pessoa idosa se faz presente no mundo digital. A inclusão da pessoa idosa na atualidade se torna muitas vezes limitada, fato este que surge devido a falta de interesse em explicá-las para que servem e como se usam. Outra questão refere-se ao processo de envelhecimento, que aos poucos pode causar a perda do interesse da pessoa idosa em sua imagem, que também pode ser motivada por questões culturais, sociais, além de problemas relacionados à saúde mental, satisfação com o corpo, perdas funcionais e isolamento do contato social.

Diante desse cenário, este artigo estabeleceu, como objetivo geral, compreender a usabilidade das ferramentas digitais para contribuição da imagem pessoal e bem-estar da pessoa idosa. Nesse sentido, a pesquisa buscou coletar dados das ferramentas digitais já presentes no cotidiano da pessoa idosa, assim como, entender se a segmentação do conteúdo de moda pode contribuir na inclusão social.

Justifica-se a relevância desta pesquisa por entender que a vida ativa da pessoa idosa em diversos contextos, inclusive no digital, contribui para o envelhecimento positivo, cujas evidências surgem por meio da usabilidade de uma forma útil, fornecendo benefícios na troca de informações no digital e nos conteúdos envolvidos, promovendo, assim, um contato social



e a manutenção de sua função cognitiva. Assim, as ferramentas digitais contribuem diretamente na imagem e na autoestima da pessoa idosa. Todavia, percebe-se a ausência de manuais de usuários explicativos quanto às suas utilidades, bem como de questões de usabilidade não adaptadas para esse público.

Usando a classificação da pesquisa de Gil (2008), de acordo com a sua finalidade, este estudo trata-se de uma pesquisa básica, tendo em vista o seu problema; qualitativa e, de acordo com o seu objetivo, descritiva. Os procedimentos técnicos deram-se por meio de uma pesquisa bibliográfica, buscas em dissertações, teses, revistas e livros teóricos sobre o tema, utilizando bases como o *Scientific Electronic Library Online*, a *SciELO* e o portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Aplicou-se uma entrevista subsidiada por um roteiro com questões semiestruturadas, com oito pessoas idosas associadas ao Jurerê Sport Center (JUSC), localizado na Avenida dos Dourados, nº 481, Jurerê Internacional, do município de Florianópolis/SC. Foram abordados questionamentos sobre o conhecimento digital, o conteúdo acessado pela pessoa idosa, as relações sociais através dos mecanismos digitais e a imagem visual.

Foram selecionadas, de forma aleatória, oito pessoas idosas associadas ao JUSC, sendo 3 pessoas do sexo masculino e 5 do sexo feminino, com faixa etária igual ou maior que sessenta anos. A aplicação da pesquisa foi mediada pelo autor, mediante breve explicação introdutória, aplicação do questionário e sua finalidade na coleta de dados. Foram elaboradas quinze perguntas fechadas, com respostas objetivas, que pretendiam verificar acerca da usabilidade e das ferramentas digitais no cotidiano da pessoa idosa.

Realizou-se a análise qualitativa dos dados obtidos na pesquisa de campo com base no método indutivo. A base teórica aborda o contexto da pessoa idosa, ferramentas digitais, usabilidade e utilidade e a imagem pessoal.

2 Fundamentação teórica

2.1 Contextualização na atualidade da pessoa idosa

A população idosa vem crescendo excessivamente, considerando uma nova versão da velhice, o que está relacionado com maior expectativa de vida, os avanços da medicina e da tecnologia, o que contempla uma melhor qualidade de vida. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD) de 2013, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), apresenta dados sobre a longevidade referente à vida das pessoas no Brasil. Essa



pesquisa salienta a queda, desde o ano de 2001, do número de nascidos no Brasil, o interesse e aumento na qualidade de vida da pessoa adulta, proporcionando, assim, um melhor envelhecimento.

A nova geração da pessoa idosa contemporânea se faz ativa e presente no cotidiano da vida moderna, inseridos no mercado de trabalho, nas universidades e no consumo, esse, por sua vez, destaca que 72% das pessoas idosas saem de casa cinco vezes na semana para realizar uma compra, o que contabiliza o dobro da média nacional de consumo no Brasil (MONTEIRO, *et al*, 2021).

A idade cronológica pode ser considerada apenas como uma data representativa do nascimento. Para a nova geração da pessoa idosa, ela se faz substituída pelos aspectos físicos, emocionais e biológicos. A remodelação do novo conceito prático de longevidade na sociedade brasileira passa por um processo de constante evolução, em que o envelhecimento é novo na atualidade e a pessoa idosa busca experiências inclusivas para se fazer presente na sociedade (BACCINI, 2018).

Um novo processo de "reinvenção" da pessoa idosa faz com que esse grupo tenha o interesse em se fazer presente na atualidade, manifestando um novo movimento social, relacionado às políticas públicas e na ampliação da participação e inclusão social ativa. O novo jovem idoso se interessa por atividades que o torna presente, e o relaciona à juventude, distanciando daquele antigo velho cinzento, enraizado na cultura brasileira, que o isolava socialmente e o levava ao encontro da solidão. Tavares (2020) relata que:

O culto à juventude moldou a indústria cultural pelas mãos desses indivíduos que agora se encontram na velhice: os *baby boomers*, os nascidos entre o fim da Segunda Guerra Mundial e o início da década de 1960. Caberá a eles próprios reinventar essa nova fase da sua trajetória e alterar a representação negativa que lhe é atribuída (TAVARES, 2020, p. 12).

No Brasil, a pessoa idosa tem legislação protetiva: o Estatuto do Idoso, que confere direitos e ampara, por entender que é fundamental uma atenção especial e diferenciada a um grupo social formado por pessoas com mais de sessenta anos de idade. Segundo a Cartilha de Direitos Humanos da Pessoa Idosa: “todos os direitos e a lei protege e facilita a preservação de sua saúde física, mental, moral, intelectual, espiritual e social, objetivando amparar as necessidades comuns a essa fase da vida” (UNISAL, 2018, p. 4). O Estatuto do Idoso representa um grande avanço da legislação brasileira, cujos direitos já foram observados pelos constituintes quando da elaboração da Constituição Federal de 1988.



A lei que protege e concede os direitos a esse grupo de pessoas idosas é recente no Brasil, porém, há estudos anteriores a esse marco legal referentes a grupos geracionais no mundo e os classificam em grupos de diversas faixas etárias de idade. “A geração, em um sentido amplo, representa a posição e atuação do indivíduo em seu grupo de idade e/ou de socialização no tempo” (MOTTA, 2010, p. 226). Os grupos geracionais colaboram com essa nova juventude da pessoa idosa, trazendo sentido ao tempo e critérios para definição e construção da geração das pessoas com mais de sessenta anos. Portanto, o processo de inclusão e aceitação social da pessoa idosa ativa e presente na sociedade, busca o estabelecimento de espaços e já apresenta demanda acerca da importância de um envelhecimento saudável. Os estudos relacionados aos grupos geracionais classificam a pessoa idosa como os *baby boomers*, que se constitui como pessoas com mais de sessenta anos, independentes e idealistas. Ou seja, a pessoa idosa, baseado em Tavares (2020), na atualidade se torna presente, apresenta os mesmos questionamentos de lutas de inclusão do passado, mediante ao tempo social atual.

Uma geração é ou se torna aquilo que o jogo de poder enseja nas relações com as outras. Esse movimento ocorre segundo as condições sociais vigentes em cada momento ou tempo social e o modo possível de apreensão e resposta dos atores sociais geracionais. É preciso lembrar sempre que, no interior de cada grupo geracional ou de idade, constroem-se representações, identidades e situações sociais que se confrontam com as de outros grupos ou categorias sociais (MOTTA, 2010, p. 234).

A autora evidencia os confrontos sociais para que um grupo se faça presente. Na atualidade, a pessoa idosa está em um processo de ressignificação e de inclusão social. Velhos ainda não estão representados por sua longevidade da pessoa idosa na contemporaneidade, as reflexões se estruturam na construção social igualitária a todos e na idade cronológica, que já não é mais o fator determinante de inclusão ou exclusão social. Por isso, as ferramentas digitais podem contribuir na inserção dos idosos no contexto social, assunto abordado na sequência.

2.2 Contextualização das tecnologias informatizadas

No processo histórico e contemporâneo de estigmatização e discriminação social, a presença da tecnologia e das ferramentas digitais impossibilita uma parcela da população a ter acesso às novas possibilidades de uso dos recursos da tecnologia, classificando-os como a minoria social, o que a distancia, a exclui e a isola da sociedade. Políticas Públicas implantadas minimizam os efeitos negativos desse distanciamento, no entanto, é evidente a



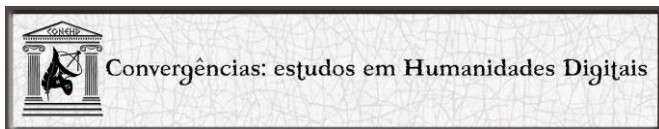
carência, ainda persistente, quando relacionados ao acesso aos recursos tecnológicos. Dentro desta diversidade de minorias sociais - o grupo representado por pessoas idosas é o que mais cresce, segundo dados do IBGE; a população idosa cresceu mais de 30% entre os anos 2000 e 2018, o que significa mais de 25 milhões de pessoas idosas. Diante esses dados, é de razoável entendimento o impacto que a tecnologia tem para essa nova geração de idosos, responsável por um novo comportamento social, uma consequência atual da era da informação e o acesso à internet.

O acesso à *internet* já se torna mais presente no cotidiano da pessoa idosa por meio de *smartphones* e de computadores, o que intensifica o processo de exclusão digital pela má usabilidade e pela falta de conhecimento das mais distintas ferramentas digitais. Para Tavares (2020, p. 110) “[...] se a tecnologia é uma ótima ferramenta de aprendizagem e convivência, também pode se transformar numa compulsão. Há casos de idosos que, no lugar de expandirem seus horizontes navegando, se tornam viciados na rede”.

Pouco se falava da inclusão digital da pessoa idosa, distanciando e dificultando a interatividade com o mundo real. A tecnologia e os meios digitais abrem novos horizontes a todas as gerações, o que oportuniza a inclusão na sociedade por meio da comunicação e interação das ferramentas digitais. Para Recuero (2009), as redes sociais e a comunicação mediada pelo computador permitiram a ampliação dessa conexão e difusão de informações. As políticas públicas passam a se preocupar com a população idosa, abordando o digital, buscando acompanhar o seu ciclo de vida. Por outro lado, desconsidera-se a necessidade do conhecimento nas ferramentas e o acesso à internet, permitindo que a pessoa idosa assuma um protagonismo com controle e autonomia para realizar suas tarefas.

A PNAD, de 2014 para 2015, a proporção de internautas passou de 54,4% para 57,5% do total da população. Destaca-se ainda que em 2016, que o percentual da população idosa que acessou a internet subiu de 24,7% (2016) para 31,1% (2017), mostrando o maior aumento proporcional (25,9%) entre os grupos etários (CONCEIÇÃO; BIFANO, 2020, p. 627).

Partindo do ponto de vista dos autores, a população idosa já possui contato e acesso com os mecanismos digitais, o que amplia a reflexão quanto à formação ao longo da vida, e ainda, traz reflexões que possibilitam às pessoas idosas, por exemplo, se comunicarem através das redes sociais instaladas em seu celular, ou realizar transferências bancárias sem precisar do auxílio de uma pessoa mais jovem. Tavares (2020) apresenta alguns benefícios da pessoa idosa e o uso das ferramentas digitais, afirmando que:



Quando você incorpora a tecnologia às atividades diárias, vai muito além do manejo de um celular para mandar emojis. Será capaz, por exemplo, de fazer a leitura correta de um monitor de pressão e cuidar melhor da saúde. Ou de usar sensores que monitoram sinais vitais. Na telemedicina, provavelmente, haverá um primeiro atendimento no qual conversa com robôs sobre os sintomas de mal-estar que está sentindo, para só depois ser admitido na consulta virtual (TAVARES, 2020, p. 115).

O conhecimento da pessoa idosa sobre o uso da tecnologia traz novas perspectivas na sua inclusão na sociedade moderna, o que amplia as alternativas de qualidade de vida e bem-estar por meio do uso das ferramentas digitais. A usabilidade das ferramentas digitais aproxima a pessoa idosa da realidade atual com o acesso à informação instantânea, o que pode contribuir em sua participação em diversos temas, ampliando o seu ciclo social e despertando o interesse em sua imagem pessoal para se fazer presente no universo digital.

2.3 Contextualização da usabilidade e utilidade por meio da pessoa idosa.

A usabilidade se refere à facilidade em usar uma ferramenta, seja ela digital ou não, sua funcionalidade está no cumprimento de um objetivo. Para Silveira (2008, p. 32) "A usabilidade é a adequação entre o produto e as tarefas a cujo desempenho ele se destina, a adequação com o usuário que o utilizará e adequação ao contexto em que será usado". O propósito da usabilidade se dá por propor um relacionamento amigável com o usuário, fácil de entender, de operar e sensível ao erro. Na utilidade, por sua vez, relaciona-se no que é útil, referindo-se para que serve, qual a sua contribuição e sua função em ser utilizada. Seu conceito se dá pela satisfação da aquisição, acumulada pelo consumo de um determinado serviço. A usabilidade de uma ferramenta digital, sem o sentido de sua utilidade, gera incongruência em seu objetivo final. Para Stickdorn e Schneider (2014, p. 84), "enquanto a utilidade diz respeito ao quê, a usabilidade diz respeito ao como". Os autores abordam a utilidade como conhecimento primordial para a usabilidade de um bem ou serviço, tornando explicativa e didática para que serve, para, assim, fazer sentido em usá-lo para chegar em seu objetivo final.

Seguindo a compreensão da utilidade e usabilidade, é possível direcionar o melhor uso de ferramentas digitais, o que contribui para o uso apropriado das tecnologias disponíveis para a pessoa idosa.

A utilização de recursos digitais, sem um instrumento que o eduque e explique qual a sua função, traz questionamentos referente a sua contribuição. No passado, toda ou qualquer solução era acompanhada de um manual do usuário. Carecido de informações sobre sua usabilidade, ferramentas digitais não explicadas abrem lacunas para que os usuários, nesse



caso, a pessoa idosa, seja guiada por algoritmos, o que tira o domínio de uma navegação autônoma, sendo gerenciada apenas por uma inteligência artificial, na prática, denominada em anúncios digitais. Diante dessas circunstâncias que retiram o controle e autonomia de navegação sem o conhecimento de utilidade, a pessoa idosa se distancia do universo digital, o que possibilita uma possível exclusão social digital, gerando espaço para seu isolamento e impossibilitando possíveis relacionamentos digitais (TAVARES, 2020).

As ferramentas digitais propostas nesta pesquisa abordam a utilidade dos mecanismos digitais, no que favorece a pessoa idosa na sua utilização e em seu entendimento para que se alcance um objetivo final. Entende-se que a pessoa idosa com o conhecimento contextualizado referente às ferramentas digitais possa mensurar suas experiências digitais e ter o domínio do conteúdo que irá acessar. O conteúdo digital relacionado ao acesso da pessoa idosa será abordado na próxima seção e relaciona a imagem visual da pessoa idosa.

2.4 Contextualização na contribuição das ferramentas digitais, no bem-estar e imagem visual da pessoa idosa

Na contemporaneidade, a imagem pessoal desempenha função primordial no bem-estar emocional e físico. A imagem abordada relacionada à pessoa idosa se dá por pouco interesse no campo da moda e, também, das empresas de tecnologia. A moda ainda vem sendo imposta pela beleza jovem, está no processo de desconstrução do que é ditado para vestir e usar. Somente no século XXI iniciou-se o interesse em marcas de moda que direcionaram sua produção para tal faixa etária, o que ainda é distante para a tecnologia e, nesse sentido, realizado a usabilidade de navegação para a pessoa idosa.

As pessoas andam bem vestidas e têm melhor saúde, mas não são mais belas, Temos cada vez mais meios capazes de melhorar a aparência física das pessoas, no entanto, a beleza continua a ser um bem raro, sempre repartindo muito desigualmente. Não há mais progresso histórico de beleza do que progresso de felicidade (LIPOVETSKY; SERROY, 2013, p. 416).

Em congruência com os autores, as pessoas possuem uma melhor aparência e as reflexões correlacionam a beleza como um divisor de classes sociais, o que, na contemporaneidade, posiciona a pessoa idosa em uma subclasse, ainda abandonada pela falta de interesse da moda, que relaciona beleza ainda com a estética visual. A reflexão sustenta um avanço na compreensão da felicidade e no bem-estar.

Aborda-se a teoria original da felicidade autêntica por Seligman (2019), que apresenta três elementos no processo de felicidade, que são: as emoções positivas, o engajamento e o



sentido, porém, o autor, apresenta uma nova teoria para que se chegue ao bem-estar subjetivo, ou seja, uma estrutura que complementa a citação de Lipovetsky e Serroy (2019) sendo ela:

Em sua estrutura, o bem-estar é exatamente como o “tempo” e a “liberdade”: nenhuma medida o define exaustivamente (no jargão, “definir exaustivamente” é “operacionalizar”), mas diversas coisas contribuem para formá-los; são os elementos do bem-estar, e cada um desses elementos é mensurável (p. 26).

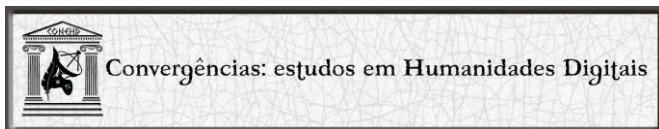
A reflexão abordada complementa que pode-se operacionalizar processos e situações do cotidiano e que contribua no bem-estar subjetivo. O bem-estar e a felicidade do idoso, neste artigo, fica relacionado ao processo de autoestima e autoimagem, ou seja, abordado como tema central nos conteúdos de moda, segmentos por meio das ferramentas digitais, e que contribuam na autoestima e imagem visual da pessoa idosa.

Este estudo apresenta a imagem visual do idoso sendo formada por sua cultura social, ou seja, relaciona-se aos aspectos de suas experiências e suas vivências. Pesquisas apresentam dados para um envelhecimento positivo, o que contribui em uma vida saudável, na longevidade no cotidiano e, uma imagem visual da pessoa idosa na contemporaneidade. A imagem visual na modernidade vai além da leitura visual de códigos, refere-se a uma representação em um contexto social e nas influências que são geradas por ela. Segundo Rech (2007), ter poder na modernidade refere-se à inovação, a uma imagem visual que complementa as linguagens e códigos, são as relações vivenciadas pela pessoa idosa, seja ela presencial ou digital.

Ter poder é dominar a tecnologia, a possibilidade da inovação, é ter competência de lidar com o novo. O poder, portanto, estabelece-se por meio da competência de apropriação do novo e a disputa por este se sustenta na constância da inovação (RECH, 2017, p. 40).

As evidências surgem e comprovam o envelhecimento positivo, a formação da pessoa idosa que se torna um fenômeno, imposto pelas culturas sociais e digitais, e se relacionam com a inovação. A imagem visual nesta abordagem trata-se de uma narrativa, que é composta por diversos componentes e seus significados, sendo interpretada ao olhar de quem o vê e o que traz com ela. Rech (2017, p. 45) afirma que: “assim sendo, a aparência e o poder são estâncias de experiência da vida moderna que se interferem infinitamente”. Por tanto, a imagem da pessoa idosa se relaciona com o seu passado e suas vivências.

No contemporâneo, as ferramentas digitais não fazem parte da história dessa nova geração das pessoas idosas, o que interfere na sua relação com as ferramentas digitais. Relacionam-se às abordagens anteriores, na contextualização da utilidade e, por fim, na



usabilidade, para que assim a moda possa contribuir com a imagem visual da pessoa idosa. Entende-se que a imagem está relacionada à história de vida e sua relação com o mundo, abordada neste estudo, por meio das ferramentas digitais, potencializam-se a inserção social digital, traz possibilidades de um novo percurso de modelo conceitual, abordado em sua utilidade e usabilidade. Sendo assim, aborda-se o conteúdo de moda como fonte para contribuição de uma imagem visual da pessoa idosa, ou seja, compreendendo as ferramentas e as utilizando mediante segmentação dos dados em sua navegação.

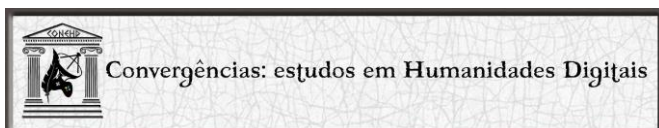
3 Resultados da pesquisa de campo

Para a elaboração deste artigo foram estudados os seguintes temas: o público alvo - a pessoa idosa -, as ferramentas digitais que são classificadas como aplicativos, aprofundando a investigação referente a sua utilidade e no que diz respeito a sua usabilidade pela pessoa idosa, e, no campo relacionado à moda, a contribuição de conteúdo que pode indagar a imagem visual e seu bem-estar subjetivo. A aplicação do questionário se fez mediante um questionário produzido no Google Forms, realizado no JUSC, no dia 8 de dezembro de 2022, mediante explicação do pesquisador e envio do formulário via aplicativo de mensagem *WhatsApp*. Trata-se de uma pesquisa realizada dentro de preceitos éticos, por meio de resolução do Conselho Nacional de Saúde - CNS.

Para a composição dos entrevistados, inicialmente foi realizada uma pesquisa na localização do público alvo (pessoas idosas), classificadas com sessenta anos ou mais, contemplando um grupo de oito indivíduos, entre homens e mulheres. Desses, quatro tinham 60 anos, dois entre 61 e 70, e os outros dois entre 71 e 80 anos.

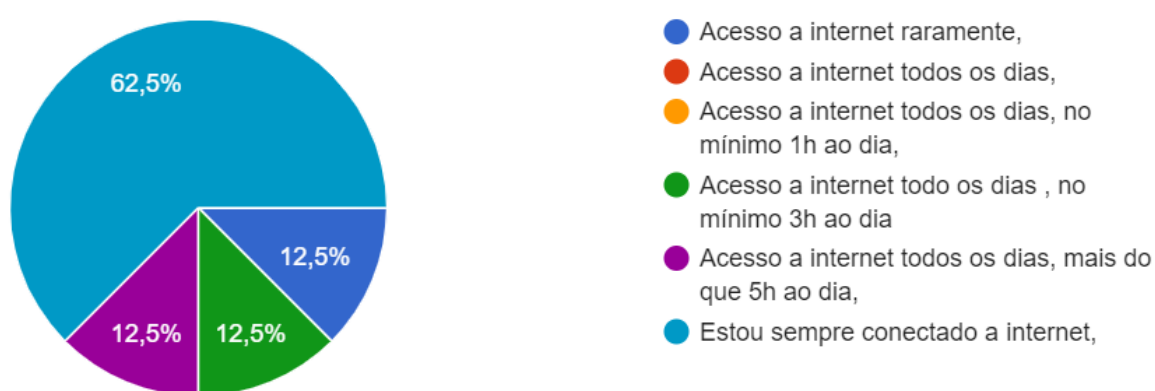
A análise das respostas se constitui nas perguntas objetivas pré-estabelecidas pelo pesquisador, com o intuito de explorar a investigação deste estudo e trazer respostas ao tema central do seu questionamento, o que diz respeito à usabilidade e às ferramentas digitais. A leitura dos dados se fez interpretada pelos resultados calculados por meio do *Google Forms*, o que forneceu resultado em suas porcentagens, com a finalidade de agrupar as coincidências das respostas.

No que se diz respeito à pessoa idosa e o seu acesso à internet, seja celular, *tablet* ou computador, conforme mostra o Gráfico 1, 62,5% responderam que estão sempre conectados na internet; 12,5% conectados no mínimo 3 horas ao dia; 12,5% com mais de 5 horas ao dia; e



apenas 12,5% responderam que raramente estão conectados à internet, ou seja, 87,5% entrevistados estão conectados por meio da *internet*.

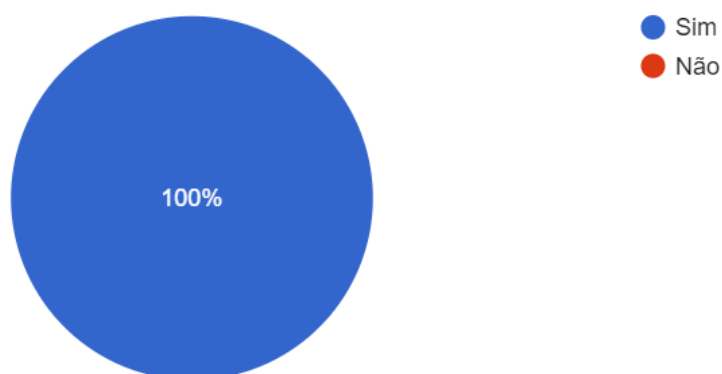
Gráfico 1 – Acesso da pessoa idosa à *internet*



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Referente às ferramentas digitais disponíveis no celular (Gráfico 2), 100% dos entrevistados sabem o que é um aplicativo.

Gráfico 2 – Conhecimento da pessoa idosa sobre o que é um aplicativo

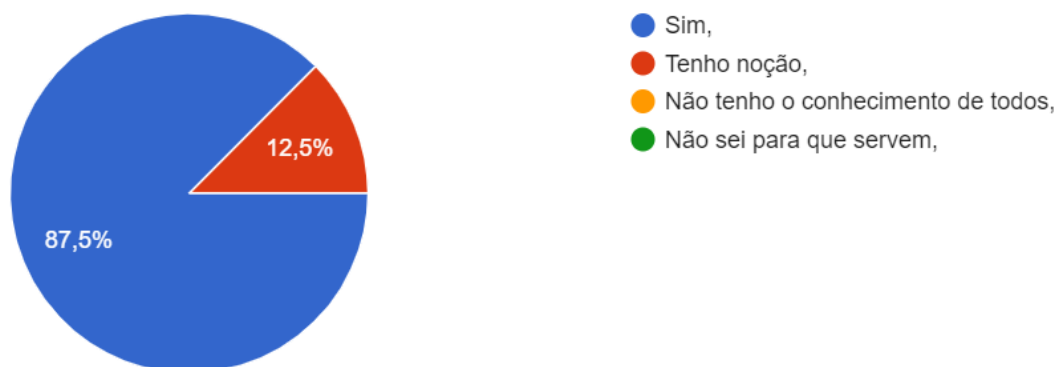


Fonte: Elaborado pelo autor (2022).



O Gráfico 3 evidencia que 87.5% dos idosos sabem para que servem os aplicativos disponíveis em seus celulares e como manuseá-los, ou seja, baixar e excluir aplicativos.

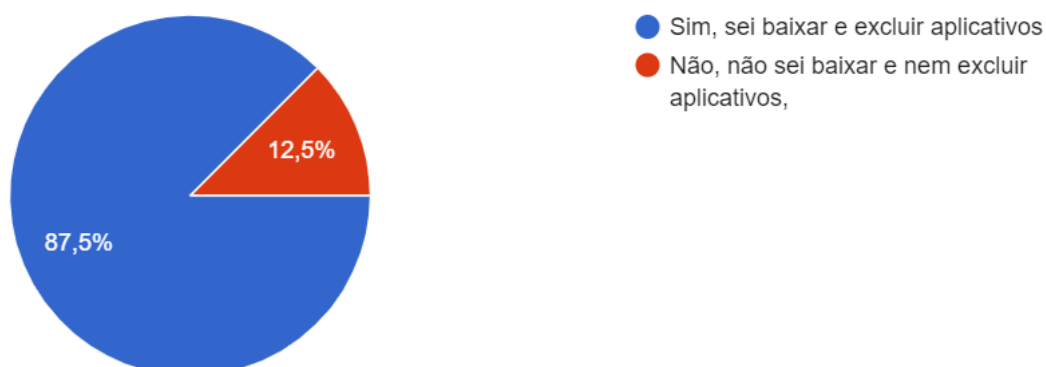
Gráfico 3– Conhecimento da pessoa idosa para que serve um aplicativo e como manuseá-lo



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Como pode ser observado no Gráfico 4, 12,5% dos entrevistados tem uma noção da utilidade de um aplicativo instalado e não possuem conhecimento sobre baixá-lo e instalá-lo em seu celular.

Gráfico 4 - Conhecimento da pessoa idosa na utilidade de um aplicativo

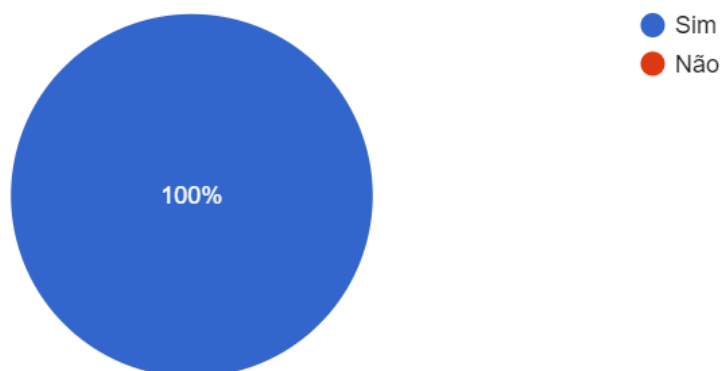




Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Em relação aos acessos nos aplicativos, suas funções disponíveis e a usabilidade perante o conhecimento de navegação nas principais redes sociais disponíveis, como mostra o Gráfico 5, 100% dos entrevistados conhecem os aplicativos *WhatsApp* e *Facebook*.

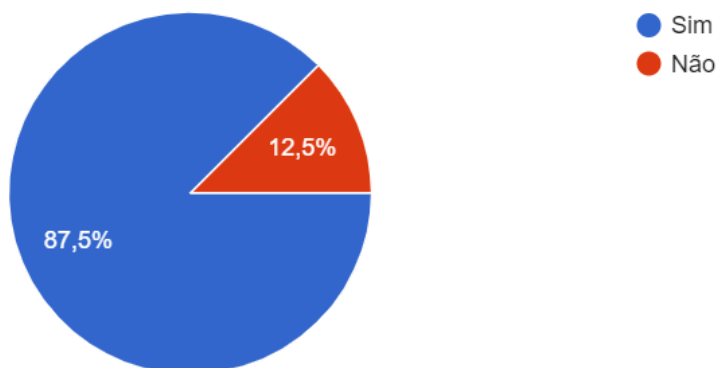
Gráfico 5 - Conhecimento da pessoa idosa nos aplicativos *WhatsApp* e *Facebook*



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Destaca-se no Gráfico 6 que 87,5% dos entrevistados conhecem os aplicativos como *Instagram*, *TikTok*, *Youtube* e *Messenger*.

Gráfico 6 - Conhecimento da pessoa idosa nos aplicativos *Instagram*, *TikTok*, *Youtube* e *Messenger*

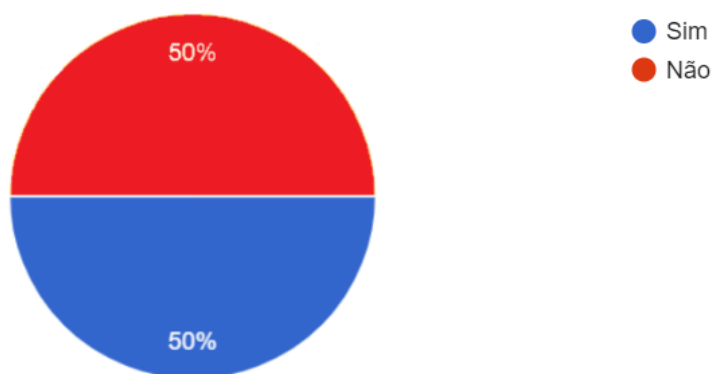




Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Visualiza-se no Gráfico 7 que exatamente a metade dos entrevistados possuem o conhecimento da ferramenta profissional *LinkedIn* e do aplicativo quadro de inspiração *Pinterest*.

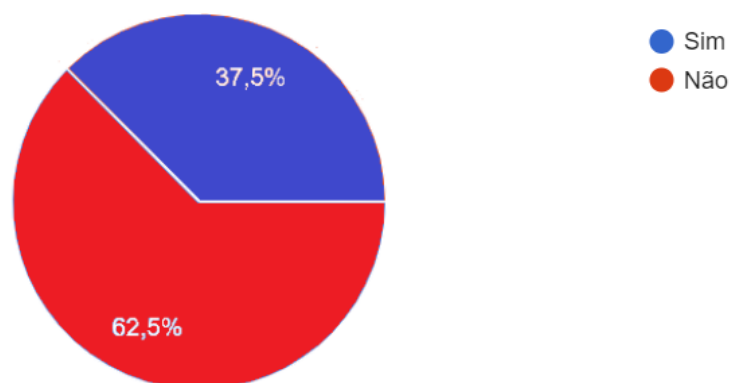
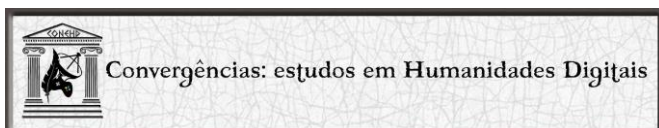
Gráfico 7 - Conhecimento da pessoa idosa nos aplicativos *LinkedIn* e *Pinterest*



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

O resultado apresentado no Gráfico 8 indica que 37,5% dos idosos que participaram da pesquisa conhecem o aplicativo *Kauai*.

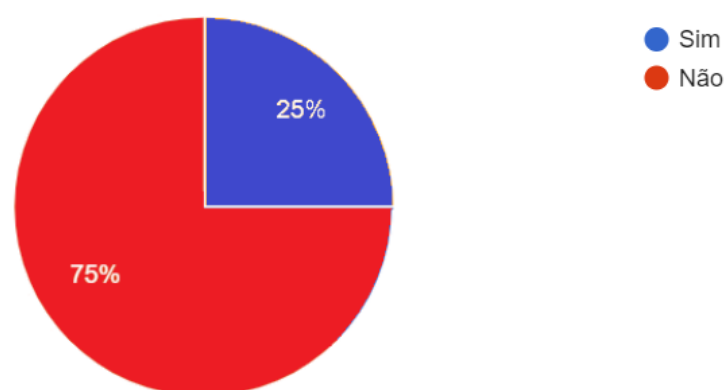
Gráfico 8 - Conhecimento da pessoa idosa no aplicativo *Kauai*



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

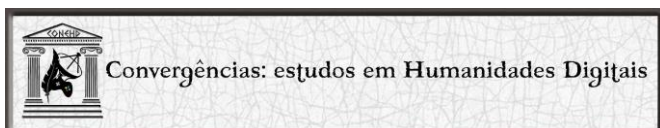
Apenas (Gráfico 9) 25% das pessoas entrevistadas conhecem o aplicativo *SnapChat*.

Gráfico 9 - Conhecimento da pessoa idosa nos aplicativo *SnapChat*



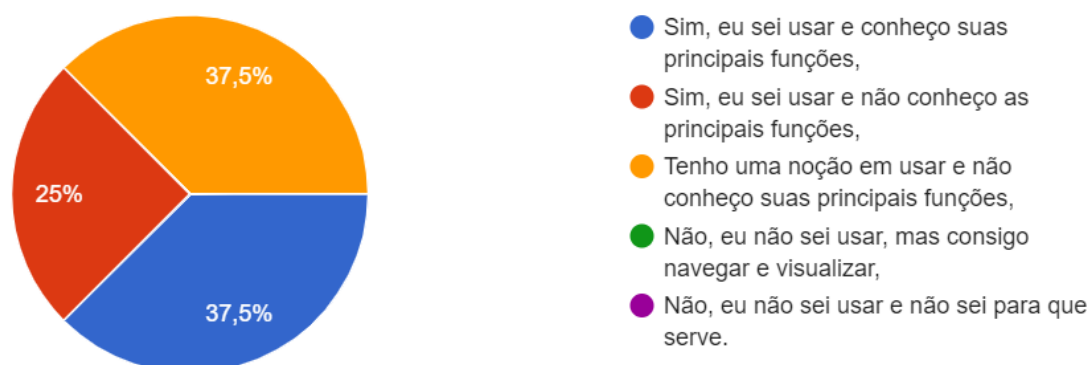
Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Nas funções disponíveis e no uso dos aplicativos conhecidos pelas pessoas idosas, como mostra o Gráfico 10, 37,5% sabem usar os aplicativos que conhecem e ainda suas principais funções. No entanto, 37,5% possuem uma noção em usá-los e sabem quais as suas



principais funções. Porém, 25% têm o conhecimento dos aplicativos, mas não sabem a sua real função.

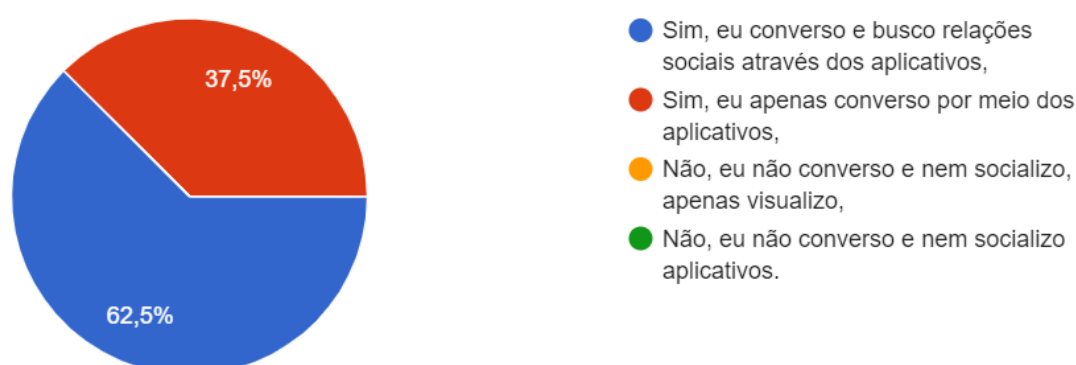
Gráfico 10 - Conhecimento da pessoa idosa referente a usabilidade dos aplicativos e suas principais funções



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

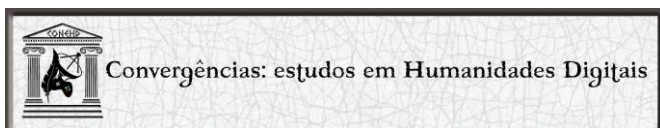
Referente à socialização e às conversas pelos aplicativos, como mostra o Gráfico 11, mais da metade dos entrevistados responderam que buscam se socializar e conversar por meio dos aplicativos, ou seja, 62,5% têm relações sociais e conversas através dos aplicativos; já 37,5% os usam apenas para responder e não necessariamente conversar e se socializar.

Gráfico 11 - No que se diz respeito a conversas e respostas da pessoa idosa, enquanto socialização por meio dos aplicativo



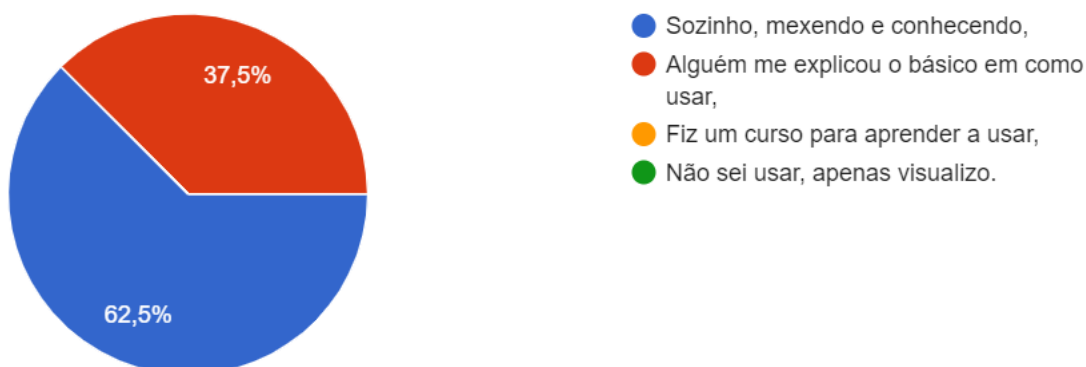
Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Mediante a forma que aprenderam a utilizar os aplicativos, 37,5% dos entrevistados tiveram o auxílio básico e introdutório referente a sua utilidade e usabilidade; já a grande



maioria, 62,5%, aprendeu a manusear e navegar sozinho nos aplicativos instalados em seus celulares (Gráfico 12).

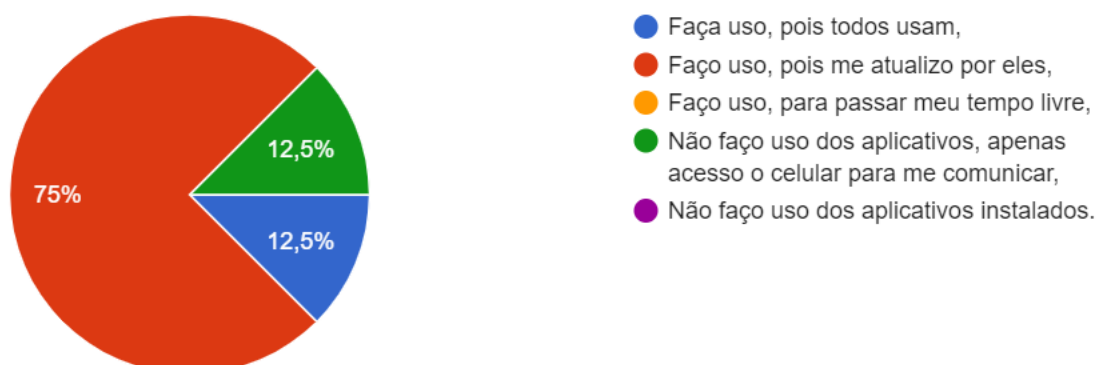
Gráfico 12 - Como a pessoa idosa aprendeu a usar os aplicativos



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

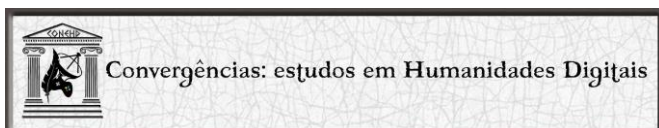
Das respostas relacionadas à contribuição dos aplicativos em seu cotidiano e sua rotina (Gráfico 13), 75% dos entrevistados responderam que utilizam os aplicativos para se atualizar e se informar. No entanto, 12,5% responderam fazer uso do senso comum, pois é como todos os utilizam. Os demais participantes que representam também 12,5% dizem não fazer uso dos aplicativos apenas para se comunicar.

Gráfico 13 - Da contribuição dos aplicativos no cotidiano da pessoa idosa



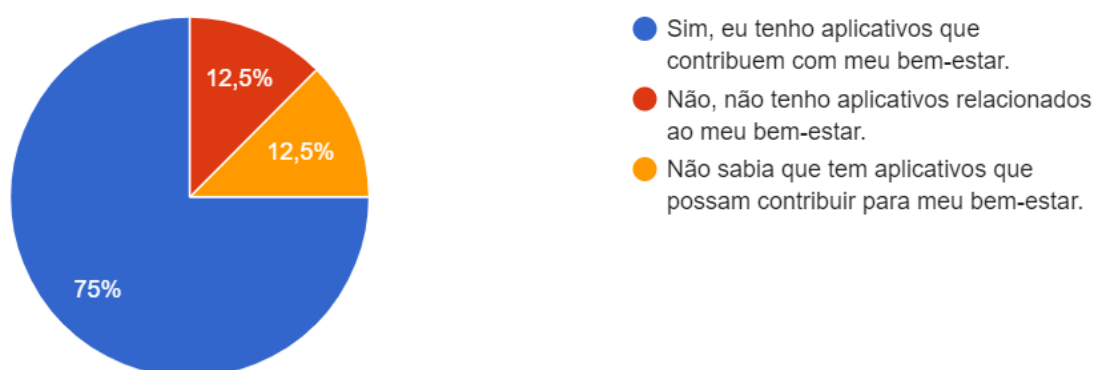
Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Dentro da contribuição dos aplicativos em seu bem-estar e autoestima (Gráfico 14), 75% dos entrevistados responderam que há contribuição em seu bem-estar com uso de



aplicativos. Dos entrevistados, 12,5% dizem que, com o uso do aplicativo, percebem nada relacionado à contribuição para o seu bem-estar. Bem como 12,5% não sabiam que existem aplicativos no que se diz respeito à contribuição do bem-estar em seu dia a dia.

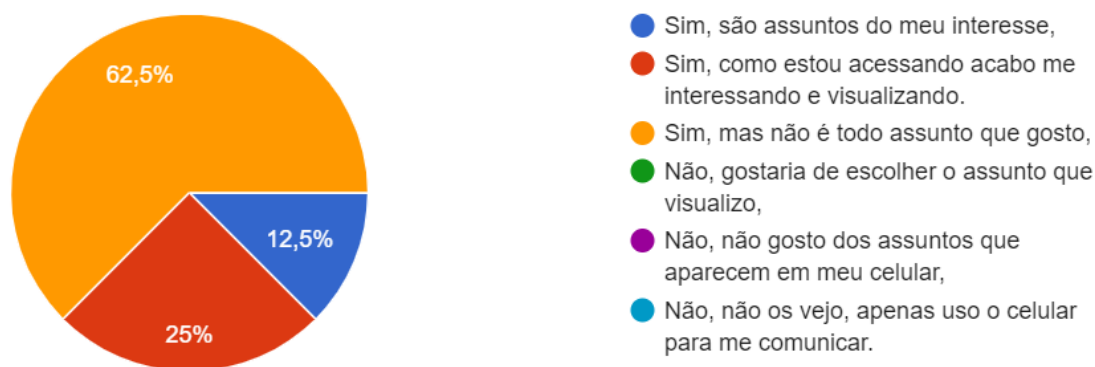
Gráfico 14 - Da contribuição dos aplicativos para o bem-estar e autoestima da pessoa idosa



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

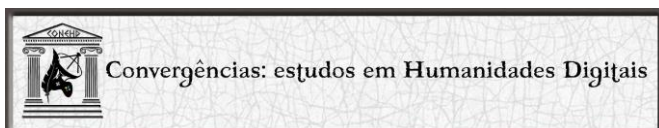
Já nas respostas relacionadas aos conteúdos e assuntos disponíveis nos aplicativos (Gráfico 15), 62,5% dos entrevistados gostam dos assuntos que aparecem nos aplicativos, mas nem todos os assuntos são do seu real interesse. No entanto, 25% gostam dos assuntos, pois descobrem e visualizam durante o seu acesso. Apenas 12,5% responderam que os assuntos são de total interesse deles.

Gráfico 15 - Referente aos conteúdos e assuntos que aparecem nos aplicativos



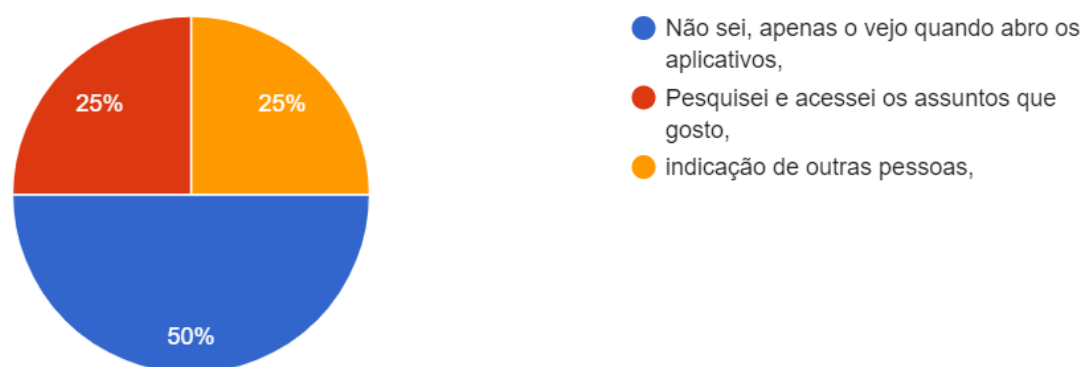
Fonte:

Elaborado pelo autor (2022).



No que diz respeito em como chegaram nos determinados assuntos e conteúdos acessados pelos aplicativos, 50% dos entrevistados não sabe como chegaram naquele determinado assunto, apenas o visualiza quando acessado pelo aplicativo. Dos respondentes, 25% dizem pesquisar os assuntos que são de seu interesse, e os outros 25% acessam determinados assuntos por indicação de outras pessoas, como pode ser visualizado no Gráfico 16.

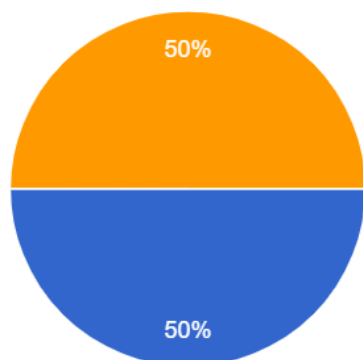
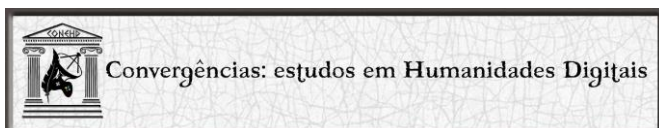
Gráfico 16 - No que se diz respeito em como chegou nos assuntos visualizados em seus aplicativos



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Nas respostas referentes à contribuição em sua imagem visual e em seu bem-estar (Gráfico 17), 50% dos entrevistados responderam que não têm nenhum assunto ou conteúdo que contribua diretamente em sua imagem visual e em seu bem-estar. Porém, os outros afirmaram ter algum conteúdo que contribua na imagem visual e em seu bem-estar.

Gráfico 17- A contribuição de assuntos e conteúdos relacionados à sua imagem visual e ao bem-estar

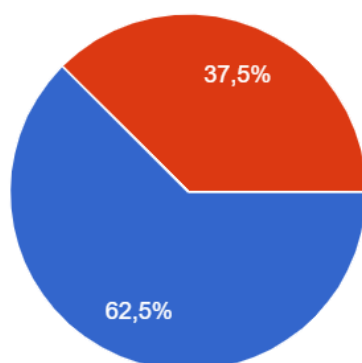


- Não, não tenho nenhum assunto que contribua diretamente ao meu bem-estar e minha imagem visual,
- Não me lembro se tem assuntos que possam contribuir com meu bem-estar e minha imagem visual,
- Sim, eu tenho algum assunto que contribui com a minha imagem visual e bem-estar,

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Como mostra o Gráfico 18, 62,5% das pessoas entrevistadas têm interesse em aplicativos, assuntos e conteúdos que contribuam em sua imagem visual e no seu bem-estar. Porém, 37,5% também responderam que há interesse, desde que acompanhado com uma auto-explicação em como usá-lo. Isso indica que 100% dos entrevistados concordam e se interessam no que se diz respeito aos conteúdos relacionados a sua imagem visual, autoestima e em seu bem-estar.

Gráfico 18 - Manifestação do interesse em aplicativos, assuntos e conteúdo que contribuam na imagem e no bem-estar



- Sim, tenho interesse que contribua na minha imagem e bem-estar,
- Só tenho interesse se vier explicado como utilizá-lo.
- Não, não tenho interesse na contribuição da minha imagem e bem-estar,

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Mediante a aplicação do questionário e a coleta dos resultados, conclui-se que a pessoa idosa apresenta dificuldades no uso de alguns aplicativos em sua ausência no conhecimento sobre suas funcionalidades, o que ocasionou dúvidas e insegurança no recebimento deste formulário enviado via *WhatsApp*. Vale ressaltar que nessa amostra de dados, as pessoas



idosas possuem autonomia no uso dos aparelhos celulares, o que desconsidera a necessidade de uma segunda pessoa para auxiliá-lo na navegação, ou seja, os aplicativos instalados em seus celulares são de conhecimentos dos respondentes ao questionário.

A análise desse conteúdo apresenta uma realidade em que as pessoas idosas possuem o conhecimento das ferramentas digitais disponíveis nos celulares. Do mesmo modo, fazem uso dos aplicativos para se atualizar sobre as notícias, responderem perguntas, socializarem através do digital e consideram-se informados dos acontecimentos presentes. Essas notícias, também consideradas aqui como informação, nem sempre são do interesse da pessoa idosa, elas acabam surgindo e são impostas pelos aplicativos que estão conectados.

Seguindo o contexto da análise das respostas no que se diz respeito às ferramentas digitais, destaca-se a existência da contribuição digital com assuntos que colaboram no bem-estar, em sua imagem visual e na autoestima protagonizada por aplicativos e conteúdos. Apresentam dados para que se possa refletir sobre a ausência de uma educação tecnológica para pessoa idosa, ou seja, o interesse é presente na utilização de recursos digitais que contribuam no seu bem-estar, porém, carece de um manual de instrução, denominado neste artigo como um modelo conceitual em sua usabilidade.

Por tanto, a pessoa idosa se interessa no entendimento do que se diz respeito à usabilidade, sua compreensão das ferramentas digitais e em como elas podem contribuir para melhorar a autoestima.

4 Conclusões

Conclui-se perante a análise das respostas das pessoas entrevistadas acerca da sua compreensão sobre as ferramentas digitais, sua utilidade, usabilidade e assuntos referente a sua contribuição à imagem visual e ao seu bem-estar subjetivo, que a internet está incluída em seu cotidiano do dia a dia e aplicativos são ferramentas digitais com compreensão da pessoa idosa sobre sua utilidade. Porém, as interfaces de serviços podem impedi-los de terem uma experiência em sua usabilidade de fácil acesso.

As ferramentas digitais existentes e já instaladas em celulares, sem necessariamente serem baixadas pela pessoa idosa, foram citadas por todos os entrevistados; os aplicativos *WhatsApp* e o *Facebook* como ferramentas mais acessadas e aplicativos como *Instagram*, *TikTok*, *Youtube* e *Messenger*, são conhecidas em segundo plano, o que também se faz presente no cotidiano. Os aplicativos citados são conhecidos por todos os idosos, o que não

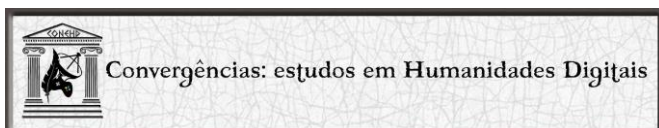


necessariamente os deixam aptos a entender as reais funções. Esses aplicativos são mecanismos digitais que, além de possibilitar uma conversa por estes, os também socializam e são meios que trazem informações do mundo real e possibilita a contribuição em seu bem-estar através de seus acessos.

Já no que se relaciona a assuntos e conteúdos por não serem segmentados, os afastam incluindo a pessoa idosa em uma navegação avulsa. Portanto, sua navegação vai de acordo com os surgimentos dos assuntos e anúncios do próprio aplicativo, o que nem sempre são assuntos que a pessoa idosa tem interesse em consumir, ou seja, apenas o fazem pois aparecem aleatoriamente em seus aplicativos enquanto os acessam. Mediante essa análise, desdobra-se a oportunidade para a segmentação dos dados de conteúdo de moda e em sua contribuição na imagem visual, ou seja, relacionar conteúdos que são do interesse dos entrevistados, atrelados ao seu bem-estar e a sua autoestima.

A abordagem interdisciplinar combina os diferentes métodos e ferramentas no que pode contribuir para a navegação da pessoa idosa, ou seja, pode-se apresentar um modelo conceitual que promova o entendimento da pessoa idosa em soluções, com assuntos e conteúdos que contribuem no seu bem-estar e em sua imagem visual. Os dados apresentam o interesse da pessoa idosa em conteúdos que estão relacionados à autoestima, a processos segmentados sobre a usabilidade em seu acesso, consente que se tenha uma fácil aceitação pela pessoa idosa, que se manifesta mediante o desenvolvimento de experiência em seu uso e em suas funcionalidades de acesso.

Compreende-se que os fundamentos de usabilidade estão atrelados ao desenvolvimento de uma experiência de navegação de acordo com sua forma de aprendizagem, o que promove benefícios em relação a sua experiência final do ponto de vista da pessoa idosa. Portanto, a moda pode contribuir para a pessoa idosa mediante a prototipação de processos que ensinarão na segmentação de conteúdos de moda, e na educação tecnológica que se fará presente perante sua adaptação no seu manuseio, sendo conduzida mediante sua forma de aprendizagem. A moda é o centro de conteúdos no que favorece a imagem visual da pessoa idosa e ao seu bem-estar, se fazendo necessário o entendimento da usabilidade do aplicativo. Portanto, conclui-se diante desta análise, que é possível que se chegue ao bem-estar e na contribuição da imagem visual da pessoa idosa, por meio de um modelo conceitual em educação tecnológica adaptado à aprendizagem do idoso.



Referências

- BRASIL. Lei nº 10741, de 1º de Outubro de 2003. Dispõe sobre o Estatuto da Pessoa Idosa e dá outras providências. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.741.htm> Acesso em: 6 dez. 2022.
- CONCEIÇÃO, L. R., & BIFANO, A. C. S. (2020). A pessoa idosa e as tecnologias digitais: o que a bibliografia revela no caso do Brasil de 2007 a 2017. **Revista Kairós-Gerontologia**, 23(2), 625-642. São Paulo: FACHS/NEPE/PUC-SP, 2020. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/kairos/article/view/54166>> Acesso em: 29 dez. 2022.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A Estetização do mundo. Viver no capitalismo artístico**. São Paulo: Cia das Letras, 2015.
- MONTEIRO, W. **Economia prateada: poder de compra da terceira idade requer atenção contra excessos**. Afubesp, 2021. Disponível em: <<https://afubesp.org.br/economia-prateada-poder-de-compra-da-terceira-idade-requer-atencao-contr-excessos/>> Acesso em: 6 dez. 2022.
- MOTTA, A. **A atualidade do conceito de gerações na pesquisa sobre o envelhecimento**. 1. Revista Sociedade e Estado, v. 25, n. 2. p, 225-250, 2010. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/se/a/hfzk9pNbRc69T3JRqbGsVjn/?lang=pt>> Acesso em: 6 dez. 2022.
- RECH, S. **Moda: interação entre Design estratégico e Gestão de Marcas**. S471. Florianópolis: SNPEM - Seminários Nacional de Pesquisa e Extensão em Moda - UDESC | p. 52 - 66, 2017. Disponível em: <https://www.udesc.br/arquivos/ceart/id_cpmenu/3348/livro_snpem_2017_deslocamentos_15_232950247267_3348.pdf> Acesso em: 25 nov. 2022.
- RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. 1. Porto Alegre: Meridional, 2009.
- SELIGMAN, M. **Florescer - Uma nova compreensão da felicidade e do bem-estar**. 1. Rio de Janeiro: Objetiva, 2019.
- SILVEIRA, I. Usabilidade do vestuário: fatores técnicos/funcionais. **Modapalavra e-periódco**, Florianópolis, v. 1, n. 1, 2001. Disponível em: <<https://periodicos.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7566>> Acesso em: 27 mar. 2023.
- STICKDORN, M. SCHNEIDER, J. **Isto é Design Thinking de Serviços**. 1. Bookman, 2014.
- TAVARES, M. **Longevidade no cotidiano - A arte de envelhecer bem**. 1. São Paulo: Contexto, 2020.



UNISAL. Cartilha direitos humanos da pessoa idosa. São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2018/marco/CartilhaUNISAL.pdf>>, Acesso em: 5 de abr. 2023.