

## **A Beleza Que Me Habita: uma ação de autoestima ao corpo envelhecido e esquecido<sup>1</sup>**

Gabriela Tyemi KAYA<sup>2</sup>  
Nayra Belle da COSTA<sup>3</sup>  
Paola de Freitas OLIVEIRA<sup>4</sup>  
Shayane Marques ZICA<sup>5</sup>  
Fabiola Orlando Calazans MACHADO<sup>6</sup>  
Universidade de Brasília, Brasília, DF

### **RESUMO**

O presente trabalho relata a promoção da ação social “A beleza que me habita” que atuou em prol do resgate da autoestima da feminilidade madura. A atividade realizou-se no Lar dos Velhinhos Bezerra de Menezes, em Sobradinho - Distrito Federal. Desejando-se proporcionar momentos de autocuidado aliado à escuta e também de interação com a própria imagem. Em uma tarde com as idosas, houve o reencontro com a beleza e a satisfação por meio da maquiagem e penteados. Observou-se durante o estudo que ainda vende-se a ideia de indivíduos idosos independentes que aproveitam a aposentadoria para viajar, se dedicar ao voluntariado e realizar atividades para si, mas a realidade brasileira de idosos classe média e baixa consolida a velhice às mazelas sociais, como a perda de autonomia física, social e econômica.

**PALAVRAS-CHAVE:** Autoestima; Comunicação; Mulheres idosas; Valorização da mulher idosa; Velhice.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ 07 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2019.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Comunicação Organizacional da FAC-UnB, e-mail: [tyemikaya@gmail.com](mailto:tyemikaya@gmail.com).

<sup>3</sup> Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Comunicação Organizacional da FAC-UnB, e bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Faculdade Fortium (2008), e-mail: [nayrabelle@gmail.com](mailto:nayrabelle@gmail.com).

<sup>4</sup> Estudante de Graduação do 9º semestre do Curso de Comunicação Organizacional da FAC-UnB, e-mail: [paola.f.oliveira@gmail.com](mailto:paola.f.oliveira@gmail.com).

<sup>5</sup> Estudante de Graduação do 8º semestre do Curso de Comunicação Organizacional da FAC-UnB, e-mail: [smzica@gmail.com](mailto:smzica@gmail.com).

<sup>6</sup> Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação Social pela Universidade de Brasília (UnB). Professora do Curso de Comunicação Organizacional da FAC-UnB, e-mail: [fabiola.calazans@gmail.com](mailto:fabiola.calazans@gmail.com).

---

## 1. INTRODUÇÃO

A pesquisa relata a ação promovida na disciplina “Avaliação em Projetos de Comunicação” do curso de Comunicação Organizacional da Universidade de Brasília, no 2º semestre de 2018, ministrada pela Prof<sup>ra</sup>. Dr<sup>a</sup>. Fabíola Orlando Calazans Machado. A proposta da disciplina é a assimilação de processos e instrumentos para avaliação da eficácia e da relação custo/benefício dos projetos de comunicação, de sua elaboração à conclusão. Há o estudo para construção de indicadores e para o entendimento sobre as funções, forma e estrutura do processo de avaliação de projetos de comunicação. No desenvolver da disciplina, os grupos tiveram acesso a conteúdo mediante palestras, leituras dirigidas e debates para então definir uma ação de comunicação a ser executada e posteriormente avaliada e apresentada à turma.

Após diálogos para definir um segmento, designou-se proporcionar uma ação de comunicação que resultasse em uma mudança positiva para uma comunidade além da menção a ser obtida ao final do semestre, de modo que optou-se por realizar um movimento em prol do Lar de Velinhos Bezerra de Menezes.

A velhice<sup>7</sup> - período que se inicia aos 60 anos de vida - é cercada de mitos que acabam por restringir o protagonismo de quem a vivencia. O estereótipo do idoso esquecido, de saúde frágil, com a vida devotada à religiosidade e à família é algo que tem cedido lugar somente para a construção de uma persona como público para consumo, sem necessariamente reconhecer no envelhecimento uma ação orgânica, não uma sentença de que o indivíduo já não pode assumir uma identidade própria.

Com avanços da medicina, a longevidade é um aspecto a ser considerado na população. Segundo a matéria da revista Exame de junho de 2018, em 1945 a expectativa de vida do brasileiro era de 45 anos, enquanto em 2012 o índice alcançou os 75 anos. Com essa alta, se faz necessária a compreensão sobre uma população por vezes invisibilizada e notada apenas nas ações de previdência e na oferta de crédito pessoal e de bens farmacêuticos e hospitalares. É pertinente a elaboração de políticas públicas que garantam o envelhecimento de forma saudável e independente, bem como o cultivo de

---

<sup>7</sup> Mirian Goldenberg no livro *Velho é Lindo* de 2016 problematiza o uso do termo terceira idade ou melhor idade e, diante dessa discussão, assumiu-se o termo “mulher idosa” para referenciar o público, tendo em vista o uso pela comunidade em questão.

---

ações que não promovam a ruptura do tecido social ao garantirem a permanência do idoso como membro ativo da sociedade.

A ação proposta neste projeto foi consolidada no desejo de reconhecer um espaço a ser tomado pela mulher idosa, bem como a necessidade de reafirmar que há tabus a serem quebrados, como a designação da beleza feminina por elementos alheios à mulher em si. Por meio de ação no Lar dos Velhinhos, apresentamos a beleza atemporal. A série de intervenções contemplou o cuidado com o próximo e o reconhecimento de que pessoas mais experientes são parte de nossa sociedade a ser ouvida.

Para dar maior visibilidade ao projeto utilizou-se algumas ferramentas de Comunicação, como produtos gráficos, cartazes de divulgação e o uso das redes sociais, Instagram, Facebook e WhatsApp para divulgar a ação e também arrecadar doações para o lar de idosos.

## **2. SOBRE A ETAPA DA MATURIDADE**

O envelhecimento é conceituado no dicionário Le Robert como:

Último período da vida, sucedendo à maturidade, é caracterizado por um enfraquecimento global das funções fisiológicas e das faculdades mentais e por modificações atroficas dos tecidos e órgãos (CARADEC, 2016, p.11).

Tal conceituação fundamenta a visão caricata do envelhecer apenas às condições físicas, e nem sequer cogita ir além e citar também condições de saúde, questões como a escassez de recursos financeiros, invisibilidade social e o abandono parental.

Velhice é um elemento democrático, pois irá atingir todos que permanecerem vivos, independente de aspectos socioeconômicos. A questão central é a condição que cada indivíduo terá de vivenciar: quem possui maior renda poderá arcar com medicamentos e cuidados com maior independência, enquanto quem não, se deparará com a falta de condições de manter sua autonomia em casos de problemas de saúde, tendo em vista as diferenças socioeconômicas.

A coletânea de estudos sobre a velhice apresentada na obra “Velho é Lindo!” (2016), de Mirian Goldenberg, indica a existência de uma lacuna entre as percepções

---

sobre o que é envelhecer e a mulher idosa. Como pode-se embasar na obra “A Velhice”, de Simone de Beauvoir (1970), há o fim da hipersexualização da mulher, de forma que ela pode ser livre porque a sociedade não espera mais dela um padrão de beleza irreal - de fato, há até um paradoxo que entende que uma mulher que busca esses ápices depois de determinada idade é “vulgar” ou “uma mulher que não aceita a idade”. Contudo, cabe a identificação de que há uma idealização da velhice que demanda às mulheres agirem de acordo com o que esperam, mesmo quando se almeja apenas a aceitação do processo natural da vida do corpo que amadurece.

Em artigo apresentado por Diana Felgueiras das Neves (2013) – Mulheres de cabelos brancos: reflexões sobre desvio e padrões de feminilidade – a questão da tintura capilar é abordada. Não se verificam distensões econômicas que impeçam à mulher de realizar o uso do produto, contudo a narrativa apresenta os desdobramentos vivenciados por quem deseja apenas se ver livre da utilização de tintas para esconder os fios brancos.

O setor de beleza é um campo lucrativo, principalmente no Brasil. Neves (2013) aponta que mulheres das classes C e D dedicam 10% dos seus rendimentos para produtos de cabelo. É apontado que o cabelo branco demanda corte e cuidados para evitar o estereótipo da “velhinha de cabelos brancos”, um aspecto de descuido, ao mesmo tempo que se aborda o branco *fashion* - mesmo que esteja na cabeça de mulheres jovens e magras, alinhado às premissas do mercado da moda.

Pode-se ressaltar a concordância do público idoso quanto à importância de aspectos intelectuais em detrimento de qualidades físicas. Nas entrevistas apresentadas em “Velho é Lindo!”, muitas vezes se ressalta o desejo de envelhecer bem, sem dar “trabalho pra ninguém”. Questões estéticas são secundárias quando se apresenta a perspectiva de abrir mão do poder sobre si, como podemos observar na entrevista concedida pela atriz Marieta Severo à revista *Gol*, 2013, e reproduzida na obra:

Vejo tanta gente preocupada em colocar botox na testa. Eu queria poder colocar botox no cérebro. Tenho verdadeiro pavor de perder a capacidade mental, é isso o que mais me assusta quando penso na velhice. Quero ser uma atriz velha com capacidade de decorar um texto, quero ser lúcida na vida e na família (GOLDENBERG, 2016, p. 9).

---

Conforme abordado no artigo “Jovens há mais tempo”, de Fernanda Carmagnanis (2011) há desconforto por parte dos idosos com o termo “melhor idade”. O envelhecimento compreende reconhecer limitações, de forma que não se contempla a questão da “melhor idade” quando não se vivencia condições que de fato caracterizariam o ápice da vida. Para um dos entrevistados na obra, o uso de “melhor idade” se aproxima do deboche, tendo em vista que a primeira ideia que se tem da velhice é “uma pessoa toda torta com problemas cardíacos.”

### **3. PLANEJAMENTO DA AÇÃO**

Foi definido como público principal a mulher idosa que se encontra em lares para a terceira idade, comumente chamados de asilos. O público foi pensado devido a preocupação das integrantes do grupo sobre o envelhecimento feminino, que em consequência das cobranças com a imagem e comportamento apresentam-se em grau maior de crueldade se comparado ao envelhecimento masculino. Há de se ressaltar que a cultura laboral para o público feminino é uma conquista recente, visto que a sociedade patriarcal considerar o recinto doméstico como o “devido” lugar da mulher. Tal pensamento delimitou o protagonismo da mulher à maternidade e afazeres domésticos, o que por muitos anos consolidou de forma infeliz a dependência financeira das mulheres para com seus parceiros ou pais.

Estabeleceu-se o desenho de um movimento no qual seria realizado um momento de beleza com uso de maquiagem, de penteados e de cuidados com o cabelo de senhoras idosas como forma de resgatar um momento de intimidade e reconhecimento da própria beleza, um aspecto negado à mulher que não se adequa às premissas da beleza comercial - voltada à juventude e o consumo.

Para nortear o desenvolvimento da ação, elaborou-se personas para melhor compreensão dos procedimentos a serem adotados na atividade:

- Dona Trindade, 66 anos

É dona de casa, tem filhos e netos, é religiosa e aos domingos vai à igreja. Não terminou os estudos, casou-se jovem, é caseira, e suas principais atividades são domésticas, como cozinhar ou fazer crochê.

- Dona Stéphanie, 64 anos

---

É vaidosa, não é a avó convencional, costuma sair com os netos, beber cerveja e escutar música eletrônica. Quando mais nova trabalhava fora de casa. Tem maior nível de escolaridade, e aos finais de semana costuma ir em festas voltadas ao público jovem com as amigas. Não gosta de cozinhar e nem de outros afazeres domésticos, prefere viajar.

- Dona Antônia, 80 anos

Alegre e comunicativa. Usa cadeira de rodas devido um problema no joelho, gosta de filmes antigos – são mais bonitos, segundo ela – e reclama de não poder mais costurar por conta de sua visão.

- Dona Helena, 89 anos

Viúva, tem mudanças de humor que são fruto da idade avançada. Não gosta de mudanças em sua rotina, o que explica seu receio a estranhos. Alterna entre momentos de alegria e silêncio absoluto. Fala muito sobre um filho já falecido, para então ficar emotiva e mudar para outro assunto.

### **3.1. DETALHAMENTO DA AÇÃO**

Com o refinamento das ações, houve contato com o Lar dos Velhinhos Bezerra de Menezes para apresentar a proposta consolidada, bem como verificar eventuais atividades que poderiam auxiliar a instituição. Com isso, acertou-se a coleta de itens necessários ao Lar, para que fossem entregues na data de realização da atividade voltada às idosas. Os itens pedidos foram vinagre e margarina, contudo, o Lar estava receptivo a outros produtos. Tal ação contemplava atingir positivamente não apenas o público participante da ação, mas auxiliar a instituição na promoção do bem-estar das idosas residentes. De acordo com a disponibilidade do Lar, foi combinado que a ação seria realizada no dia 31 de outubro de 2018.

Confeccionou-se cartazes de divulgação da ação para pedido de doações entre os dias 22 e 30 de outubro de 2018, de itens como: margarina, manteiga, vinagre, fralda geriátrica, roupas em bom estado, jogos de carta, jogos de tabuleiro e material de pintura. Foi planejada a divulgação na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC), nas rede de contatos da FAC, grupos de discentes e docentes do Facebook e do WhatsApp, e nas redes sociais das integrantes do grupo para os contatos do WhatsApp e no Stories do Instagram. No intuito de sensibilizar as pessoas, o grupo priorizou receber doações dos itens, não sendo aceito dinheiro em primeiro momento. Para o recolhimento

---

das doações foi disponibilizada uma caixa em área de grande circulação de alunos da FAC.

Para realizar a ação, buscou-se parceria com uma empresa para fornecer produtos e profissionais da beleza para proporcionar um melhor atendimento às idosas. Através do contato de uma integrante do grupo, a WF Cosméticos<sup>8</sup> compareceria ao Lar dos Velhinhos e disponibilizaria as maquiagens a serem usadas e dois profissionais para auxiliar na execução da ação.

O projeto abrangeu o registro por fotografia e vídeo da ação, mas por questões de privacidade, as cuidadoras do lar solicitaram que as idosas não fossem identificadas para a divulgação do grande público, autorizando a divulgação da imagem das idosas apenas ao público interno na apresentação final da disciplina. Também foi realizado um vídeoclip para demonstrar o resultado da ação.

### **3.2. O LAR DOS VELHINHOS**

O Lar dos Velhinhos Bezerra de Menezes é uma obra filantrópica criada em 1981 e mantida pelas Obras Assistenciais Bezerra de Menezes (OBEM). A instituição atende a 70 idosos, sendo 34 homens e 36 mulheres idosos excluídos sociais, sem condições de auto sustento e em regime de longa permanência em Sobradinho, região administrativa do Distrito Federal - DF.

Sua estrutura possui 24 quartos, sala de oração, sala de recordação (com a disposição de itens antigos como telefones, toca discos, ferro de passar roupa à carvão, etc), salão de beleza, sala de música, refeitório, sala de televisão, jardim aberto com um lago de carpas, sala de fisioterapia, sala de ginástica e está ainda em expansão para melhor atender aos moradores. Cada quarto comporta três idosos e possui um banheiro para uso compartilhado.

O Lar dos Velhinhos já recebeu dois prêmios: o II Prêmio Inclusão Cultural da Pessoa Idosa do Ministério da Cultura em 2010 e o Prêmio Cidadania da Associação Nacional dos Funcionários do Banco do Brasil em 2011.

---

<sup>8</sup> Empresa do interior de São Paulo (SP) de produtos de beleza. A WF Cosméticos tem várias filiais pelo Brasil e acredita em causas sociais para transformar o mundo em um lugar com mais beleza.

#### 4. EXECUÇÃO

A ação “A beleza que me habita” ocorreu no dia 31 de outubro de 2018, às 14h, no Lar dos Velhinhos Bezerra de Menezes, localizado em Sobradinho - Distrito Federal. Na ocasião foram coletados depoimentos e avaliações da ação.

As doações recebidas foram entregues na data da ação, que também contou com os serviços da maquiadora Mistyane Oliveira e o cabeleireiro Douglas Costa, representantes da parceria feita com a WF Cosméticos.

Participaram da ação sete idosas, sendo que o depoimento de uma não foi possível registrar em vídeo e nem no questionário de satisfação devido ao fato da mesma não ter capacidade de expressão vocal que fosse compreendida pelo grupo.

**Tabela 2 - Idade das Idosas**

<b>Nome</b>	<b>Idade</b>
Faraildes	81 anos
Maria Duvalina	88 anos
Maria Jacir	73 anos
Maria Nunes	64 anos
Maria Rita	87 anos
Venceslina	74 anos

Fonte: As autoras (2018)

As integrantes do grupo chegaram ao Lar às 13h30 para levar as doações e foram recebidas pela recepcionista do Lar, Lorena. Ela e alguns ajudantes vieram recolher as doações e organizá-las. Logo que todos os membros do grupo e os maquiadores convidados estavam presentes, Lorena e as cuidadoras os encaminharam para um espaço reservado para a ação, onde havia cadeiras separadas. Lá, se organizaram e ficaram aguardando as idosas, que foram sendo trazidas aos poucos pelas cuidadoras, sendo a maioria cadeirante. Foi colocado música, com som baixo, do estilo MPB para relaxar o clima e proporcionar uma melhor experiência. Assim que uma idosa chegava, um integrante do grupo a recebia e perguntava o que ela gostaria de fazer e que tipo de maquiagem e penteado gostaria. Terminada a maquiagem e o penteado, era oferecido um



espelho para a idosa avaliar o resultado. Os profissionais da WF orientaram parte dos membros do grupo na execução da maquiagem enquanto os demais membros realizavam os registros fotográficos e a coleta de depoimentos.

Na ocasião, também foi realizado um tour guiado pelo lar para conhecer alguns aposentos físicos e aprender sobre o funcionamento da casa. Houve interação dos membros do grupo com as cuidadoras que acompanharam a ação, conversando sobre a rotina dos idosos, o comportamento deles, quanto tempo alguns deles estavam no Lar, frequência de visita dos parentes, realização das festas de fim de ano e sobre as histórias de alguns idosos moradores do Lar.

Ao fim do procedimento estético, os profissionais da WF Cosméticos presentearam de forma voluntária as funcionárias e idosas da casa com 35 kits compostos por esmalte e sachês de creme hidratante para o cabelo.

Para finalizar a ação, os membros do grupo aplicaram também um questionário de satisfação (perguntas apresentadas no item 4), com as funcionárias do Lar trazendo indagações acerca da ação. Após isso, foi tirada uma foto em grupo como recordação do momento vivido.

## 5. DOAÇÕES

Entre os dias 23 e 30 de outubro de 2018 houve coleta de doações.

**Tabela 1 - Donativos arrecadados**

<b>Item</b>	<b>Quantidade</b>
Manteiga/Margarina	71 unidades
Vinagre	22 unidades
Panetone	5 unidades
Fraldas Geriátricas	2 pacotes
Itens de higiene sortidos	50 unidades
Farinha	4 pacotes
Cobertor	1 unidade
Farinha de Tapioca	5 quilos
Kit WF Cosméticos	35 unidades

Fonte: As autoras, 2018

A arrecadação foi tornada pública mediante uma arte divulgada nas redes sociais das participantes do grupo e em um cartaz afixado no Espaço de Convivência da Faculdade de Comunicação - FAC, da Universidade de Brasília.

Diante da baixa quantidade de itens recebidos, em um segundo momento de coleta o grupo abriu a possibilidade de contribuição também em dinheiro, pois muitas pessoas alegaram querer contribuir, mas não possuíam tempo para comprar os itens. Captou-se R\$ 290,00 que foram utilizados para a compra de mais insumos para a doação, sendo já citados na tabela anterior. Houve prestação de contas aos doadores com o envio da nota fiscal.

## **5. RESULTADOS**

As métricas para ações das ciências humanas que se pautam na subjetividade não são facilmente quantitativas como ações desempenhadas na seara de exatas. A questão da comunicação em si possui subjetividade, uma vez que o processo trabalha com aspectos não quantitativos – comportamentos, atitudes, opiniões, dentre outros. Contudo, ressalta-se a necessidade de consolidar diagnóstico sobre as atividades desempenhadas para embasar se houve ou não sucesso, se há ou não necessidade de readequar determinados aspectos implementados na comunicação desenvolvida.

Para consolidar um conceito para o termo avaliação, Galerani propõe por definição:

Função que tem caráter permanente, iniciando-se no planejamento e desenvolvendo-se no acompanhamento das ações em execução, com propostas para as correções necessárias e procedimentos para verificar os resultados almejados (GALERANI, 2005, p.152).

A autora também apresenta aspectos inerentes à avaliação: a necessidade de definir indicadores durante o planejamento, a continuidade da avaliação, a assimilação dos resultados de avaliação na continuidade da ação e desdobramentos, a possibilidade de obter resultados a serem demonstrados após cada ação planejada e o aspecto moral de que a avaliação não seja punitiva, e sim incentive a busca pela excelência ao fomentar

aspectos para que se trilhe sempre um melhor caminho no desenvolvimento de um projeto.

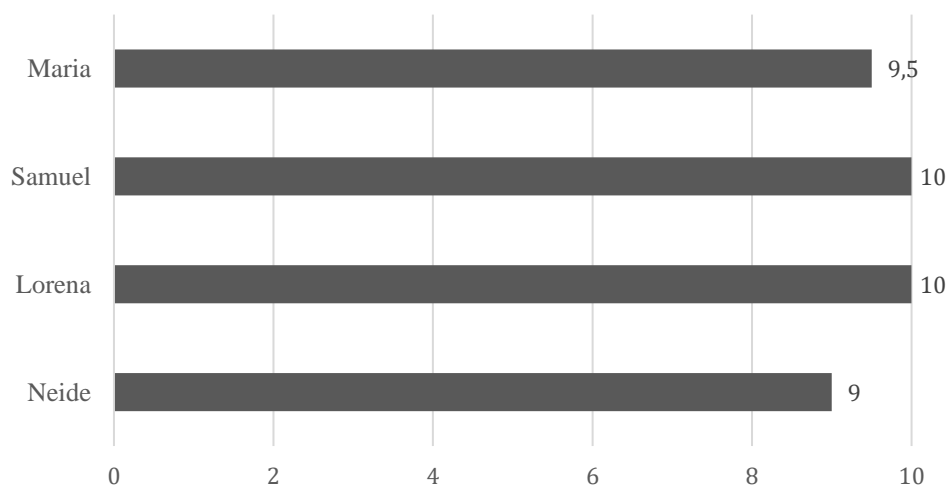
Há a necessidade de que os valores conceituais sejam compartilhados entre o público que auxilia a avaliação e o pesquisador, dada a subjetividade das relações humanas - tempo para assimilar uma mensagem, interpretá-la, vivenciá-la e por ela ser impactado.

Tendo o embasamento nas ações desempenhadas pela *Shoot the Shit*<sup>9</sup>, a metodologia de avaliação consistiu na métrica base “a ação auxiliou a comunidade em questão?” aliada a “a ação ocasionou alegria a quem participou?”. A avaliação de elementos subjetivos ocorre subsidiada pelas entrevistas realizadas na ação, bem como na percepção dos agentes envolvidos no processo.

A aplicação do questionário também contou com as indagações “O que você achou da ação?” e “Qual nota você dá?” ao público de quatro funcionários e seis idosas.

Das respostas obtidas junto às idosas, com delimitação aos manifestos como “nota mil” - mencionada duas vezes - e “nota vinte”, houve por resultado seis notas 10 recepcionadas. Abaixo o gráfico no qual são reportadas as notas dadas pelos funcionários.

Gráfico 1 - Avaliação pelos funcionários



Fonte: As autoras, 2018

As notas obtidas junto aos funcionários variaram entre 9 e 10. Quando questionado o motivo da nota, Samuel alegou que havia gostado muito e não tinha

<sup>9</sup> *Shoot the Shit* é um estúdio de comunicação voltado para a construção de estratégias e ações que visam a promoção de valor para a comunidade. Saiba mais em <http://www.shoottheshit.cc/>.

nenhuma crítica. Lorena disse ter sido tocada pela ação e que isso fez muito bem para as idosas. Maria e Neide elogiaram a ação, mas não deram nota máxima e não quiseram justificar, de modo a constar 9 e 9.5. Sobre eventuais melhorias a serem realizadas, foi apontado o fato de ser uma ação única, sem ter determinada frequência ou continuidade.

De acordo com Lorena, funcionária do lar, a ação foi gratificante pelo impacto positivo que teve, seja pela sensibilização quanto ao voluntariado e doações para o Lar dos Velhinhos, seja pela alegria das idosas que tiveram sua autoestima valorizada com a presença e a maquiagem e atenção dedicada.

O conceito “autoestima” é uma das palavras chave para a ação, de forma a ser possível compreender que a mensagem teve êxito em ser disseminada. Dos três funcionários restantes na amostra, dois expressaram não apenas o fato de terem gostado (subjetivo), mas também contemplaram a reação do público: “as idosas se sentem mais alegres”, diz Samuel, enquanto Maria observa que “as idosas gostam bastante.”.

Ao verificar os depoimentos das idosas, notou-se que ações como essa são consideradas pontuais, o que respalda a fala de Lorena sobre a necessidade do serviço voluntário.

“Gostei, foi bom. Pena que é só uma vez. Você acredita que eu não sei passar um batom?” disse Faraildes, 81 anos, enquanto se olhava no espelho.

A questão do bem-estar foi expressa com ênfase no relato verbal de Maria Jacir, de 73 anos. Ao manifestar seu sentimento quanto à ação, utilizou os termos “estou me sentindo feliz e bem” e “estamos sendo (...) lembradas por alguém”.

Pelos depoimentos colhidos, percebeu-se que ações diferenciadas proporcionam experiências e alterações positivas na rotina da casa, as mesmas se sentem lembradas e valorizadas, no entanto, lamentam que essas ações não tenham continuidade e sejam atividades isoladas algumas vezes do ano. A presença e a atenção dada às idosas foi o ponto da valorização da ação.

## **6.1. AVALIAÇÃO DA AÇÃO**

Acerca dos procedimentos adotados para execução, verificou-se pontos a serem melhorados caso a ação seja novamente realizada:

- Possibilitar o envio de recursos financeiros para posterior comprovação de compras é algo a ser considerado. A transferência de recursos pode ser realizada

---

via aplicativo de instituição bancária, o que facilita ao doador, isentando-o de ter que se deslocar ao mercado comprar o produto, acondicioná-lo adequadamente (no caso da manteiga, por exemplo), portá-lo ao longo do dia e entregá-lo quando chegar ao ponto de coleta. A doação mais significativa é o tempo destinado;

- Dar ênfase a donativos que não demandem refrigeração. Ao ter mais contato com curso noturno é necessário recordar que muitos seguem de sua jornada de trabalho para a faculdade, e se valem do transporte público - ou seja, dificilmente trarão manteiga ou margarina na mochila.
- Atentar para as datas nas quais as ações serão executadas. Ao realizar o projeto em 31 de outubro de 2018 deparou-se com a sociedade lidando com os resultados de eleições regadas a polêmicas. Algumas ações também não podem ser divulgadas se tiver amparo de instituições ou pessoas ligadas a políticos, pois podem ser enquadradas como crime eleitoral.
- Compreendeu-se que o baixo número de donativos ocorreu pela falta de disseminação da ação no ambiente acadêmico, dificuldades em transportar alimentos como manteiga e ao fato de receber donativos em dinheiro apenas nos último dois dias de arrecadação.

## 7. CONCLUSÕES

A possibilidade de colocar o idoso em foco sob aspecto positivo - uma ação de estética - promove movimentação no ambiente de forma a animá-los. Ao utilizar o termo “lembrados por alguém”, se tem o resgate do apontamento sobre a qualidade da velhice no Brasil. No Lar, foram encontradas idosas em situação de senilidade que estão acamadas. Há falta de afeto, não no sentido de não receberem cuidados dos funcionários, mas de se sentirem de fato parte do tecido social e interagirem com outras pessoas na expansão de seu círculo social. Embora se fale do kit fornecido, a questão do sentir é abordada nos posicionamentos obtidos. “Eu me sinto bem” não é algo que se espere inicialmente de uma ação estética, visto a questão da beleza ser usualmente trabalhada como se sentir “linda”, “bela”, “bonita”, palavras mais voltadas à aparência. “Bem” é um estado que engloba outros segmentos, além da questão física.

A ação social de interação permite reavivar o clima de um asilo ao promover convivência - mesmo que temporária - com pessoas alheias à rotina. Também há

---

promoção de reconhecimento: há um local de fala para o idoso, que poderá partilhar sua experiência, sentimentos, interagir com alguém novo sobre algo novo.

Além da reflexão sobre o idoso na sociedade como um todo, cabe citar o impacto da ação sobre as autoras, que sentiram-se particularmente tocadas pela experiência de conhecer a realidade das mulheres moradoras do lar dos velhinhos. Muitas idosas adotaram como filhos os próprios funcionários do local, uma vez que os familiares biológicos tornaram-se ausentes. Outra questão percebida em grupo é a saudade do passado por parte das idosas, que conversam sobre pessoas que já não fazem mais parte de suas vidas como se o contato ainda existisse e fosse recente. Comentam sobre confraternizações que nunca poderão ir, como churrascos, aniversários e festas de fim de ano. Lembram nomes de filhos e netos que não as visitam mais, demonstrando afeto genuíno com visitantes estranhos. Se abrem contando histórias pessoais na esperança de serem ouvidas e percebidas com a mesma importância do tempo de suas histórias.

A percepção do abandono era um elemento do qual o grupo tinha a ciência, contudo não conhecia a realidade onde a família delega os cuidados do idoso à uma instituição, omitindo atenção e afeto tão necessários nessa fase que se comprova não ser o melhor momento para aqueles que estão sozinhos à mercê de lares filantrópicos e do Estado.

A avaliação é essencial para verificar adequações a serem realizadas no projeto, de modo a proporcionar revisão e qualificação nas ações adotadas para atingir um determinado objetivo. A construção da avaliação consolida a percepção de que há elementos subjetivos que auxiliam na condução de atividades, bem como na constatação dos resultados. Entende-se por sucesso os relatos apresentados e a experiência vivenciada tanto pelas idosas quanto pelos demais envolvidos no processo.

## 8. REFERÊNCIAS

BEAUVIOR, Simone. **A velhice**. Rio de Janeiro: DIFEL, 1976.

CARADEC, Vicent. Da terceira idade a idade avançada: a conquista da velhice. In: GOLDENBERG, Miriam (Org.). **Velho é Lindo!**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016, p. 11-38.

CARMAGNANIS, Fernanda. Jovens há mais tempo: reflexões sobre a imagem do idoso no programa Bonde Alegria. In: GOLDENBERG, Miriam (Org.). **Velho é Lindo!**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016, p. 219-244.

GALERANI, Gilceana Soares Moreira. **O desafio da avaliação de resultados em Comunicação Organizacional**. *Organicom*, 2, 2005, p. 149-165.

GOLDENBERG, Mirian. **A bela velhice**. Rio de Janeiro: Record, 2013.

\_\_\_\_\_. Mirian. **Velho é lindo** (org). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Construção de indicadores qualitativos para Avaliação de mudanças**. *Revista Brasileira de Educação Médica*, 33 (1), p. 83-91, 2009.

NEVES, Diana. **Mulheres de cabelos brancos cós: reflexões sobre desvio, beleza, envelhecimento e feminilidade**. In: GOLDENBERG, M. (org).

OLIVEIRA, Thaísa. **População brasileira envelhece e cria desafio para a saúde pública**. *EXAME*. Brasília, jun. 2018. Disponível em <  
<https://exame.abril.com.br/brasil/populacao-brasileira-envelhece-e-cria-desafio-para-a-saude-publica/>>. Acesso em: 21 ago. 2018.