



Etec Irmã Agostina
Aplicabilidade do guia estratégico para redes sociais:
Estudo de caso em um lar de idosos na região sul de São Paulo
São Paulo/SP – Brasil
10 de novembro de 2024



Caroline de Jesus Ribeiro
(Etec Irmã Agostina. Técnico em Administração)
caroline.ribeiro84@etec.sp.gov.br
Izabel Oliveira Sales
(Etec Irmã Agostina. Técnico em Administração)
izabel.sales@etec.sp.gov.br
Larissa Lima de Jesus
(Etec Irmã Agostina. Técnico em Administração)
larissa.jesus61@etec.sp.gov.br
Sabrina Lima da Silva
(Etec Irmã Agostina. Técnico em Administração)
sabrina.silva687@etec.sp.gov.br

APLICABILIDADE DO GUIA ESTRATÉGICO PARA REDES SOCIAIS: Estudo de caso em um lar de idosos na região sul de São Paulo

RESUMO

O artigo apresenta o estudo de caso da Casa de Repouso Afeto Brasil, que possui como objetivo analisar os desafios da Instituição de Longa Permanência para Idosos (ILPI), e propor maneiras de aumentar sua visibilidade, por meios midiáticos. Com o aumento da população idosa no Brasil, a sociedade não está totalmente preparada para lidar com as pessoas idosas, sobretudo quando há a ausência de uma presença digital, que limita a comunicação com familiares, potenciais residentes e a comunidade, dificultando a captação de recursos e a mobilização para atividades voluntárias. A pesquisa foi realizada de forma qualitativa, usando observação direta e entrevista com a responsável pela instituição e análise de insights, permitindo entender melhor as necessidades dos moradores e o funcionamento da ILPI. Os resultados mostram que criar perfis em redes sociais e desenvolver um guia estratégico para a presença digital são soluções eficazes.

Palavras-chave: Casa de Repouso; Envelhecimento; Presença Digital; Insights.

ABSTRACT

This study examines the case of Casa de Repouso Afeto Brasil, with the objective of analyzing the challenges faced by this Long-Term Care Institution for the Elderly (LTCI) and proposing strategies to enhance its visibility through social media. The growing elderly population in Brazil highlights societal shortcomings in addressing the needs of older adults, particularly in the context of limited digital engagement. This lack of digital presence restricts communication with families, potential residents, and the broader community, hindering efforts to secure funding and mobilize volunteers for institutional activities. The research employs a qualitative methodology, encompassing direct observation, an interview with the institution's manager, and the analysis of insights, facilitating an in-depth understanding of residents' needs and institutional operations. The findings suggest that establishing social media profiles and creating a strategic guide for digital presence are viable and effective solutions to address these challenges.

Keywords: Long-Term Care Institution; Aging; Digital Presence; Social Media Strategy.

1 INTRODUÇÃO

O envelhecimento da população é uma realidade crescente em diversas sociedades, incluindo o Brasil, onde a expectativa de vida tem aumentado significativamente nas últimas décadas. Nesse contexto, a necessidade de serviços de qualidade direcionados à terceira idade se torna cada vez mais evidente, especialmente em instituições privadas, como as Instituições de Longa Permanência para Idosos (ILPIs).

Atualmente, as ILPIs têm recebido cada vez mais atenção na sociedade, evidenciando a necessidade de oferecer cuidados adequados a essa população vulnerável. Segundo Antunes et al. (2006), os lares de idosos são instituições que oferecem suporte social a pessoas idosas, assegurando alimentação, saúde, higiene e um ambiente que promove o convívio social e a ocupação do tempo livre.

Apesar da importância dessas instituições, muitas enfrentam desafios financeiros e operacionais, exacerbados pela ausência de uma rede de conexão digital que poderia promover suas iniciativas e atrair apoio. Essa realidade levanta questões sobre a sustentabilidade dessas instituições. A falta de presença digital não apenas limita a capacidade de comunicação com familiares e potenciais residentes, mas também impede a captação de doações e o envolvimento da comunidade em ações voluntárias, limitando o funcionamento e a qualidade dos serviços prestados.

Para alcançar esses objetivos, a pesquisa será realizada através de um enfoque qualitativo, utilizando métodos de observação direta e entrevistas com a responsável pelo lar. Essa abordagem permitirá captar as necessidades dos residentes e entender o funcionamento da instituição, fornecendo uma base sólida para a proposta de criação de uma estratégia de divulgação digital da casa de repouso.

2 METODOLOGIA

Para a realização do desenvolvimento teórico, foram extraídas informações de artigos acadêmicos, e blogs em websites. Os métodos utilizados no presente artigo foram a descritiva. Segundo Pedroso et al. (2018) pesquisa descritiva tem como objetivo descrever um fenômeno ou situação em detalhe, permitindo abranger com clareza as características de um indivíduo, um grupo ou uma situação, bem como desvendar a relação entre os eventos.

Complementando com a análise por meio de uma pesquisa qualitativa, por meio de uma entrevista com a responsável pelo lar de idosos Afeto Brasil e uma visita ao local, onde será captada as percepções da responsável pelo lar de idosos, entender as necessidades dos residentes e obter uma análise sobre o funcionamento da instituição, utilizando observação direta, uma visão mais concreta das atividades, dos cuidados prestados e do ambiente físico em que os residentes vivem.

O que auxiliará na criação de um guia estratégico para a presença digital nas redes sociais. Para isso, serão seguidos os seguintes passos: identificação das plataformas mais relevantes para a ILPI, desenvolvimento de conteúdo adequado para o público-alvo, definição de um calendário de postagens e estratégias para engajar a comunidade. O guia também incluirá orientações sobre como interagir com familiares e potenciais residentes, promovendo doações e incentivando a participação de voluntários.

3 ENVELHECIMENTO NO BRASIL

Segundo Chaimowicz et al. (2022) o aumento da proporção de idosos é um fenômeno global; à exceção de alguns países africanos, todo o mundo encontra-se em algum

estágio deste processo. Esse aumento não é um fenômeno repentino ou inesperado; pelo contrário, resulta das transformações demográficas ocorridas nas décadas pregressas. Por esse motivo, será inexorável na maioria dos países. Tampouco se trata de um fato isolado invariavelmente está associado a modificações do perfil epidemiológico e características sociais e econômicas das populações.

O Brasil apresentava grande estabilidade de sua estrutura etária durante as quatro primeiras décadas do século passado. Embora a taxa de fecundidade se mantivesse elevada - seis a sete filhos em média por mulher - a mortalidade também era elevada (três óbitos por 100 habitantes por ano), resultando em lento crescimento da população, por volta de 2% ao ano.

No Brasil, a fecundidade começou a declinar rapidamente a partir da metade da década de 60, como consequência das mudanças socioculturais associadas ao crescimento da população urbana e a disponibilidade de métodos contraceptivos. A ligadura de trompas, irreversível, era o método disponível para as mulheres de baixa renda. Iniciado nas áreas urbanas das regiões Sul e Sudeste, o processo se estendeu às demais regiões brasileiras áreas rurais a partir de 1970, e aos poucos atingiu todas as classes sociais. A taxa de fecundidade caiu 60% entre 1970 e 2000 chegando a 2,2 filhos por mulher.

No final do século passado a mortalidade era proporcionalmente mais elevada na extensa coorte de adultos, principalmente dentre os homens: por homicídios e acidentes dentre os mais jovens, por doenças circulatórias dentre os mais velhos. Entretanto, a expansão do acesso ao sistema de saúde – especialmente o tratamento da hipertensão, diabetes e cardiopatias, além da prevenção de neoplasias – contribuiu para reduzir progressivamente a mortalidade (CHAIMOWICZ et al, 2022).

A configuração do envelhecimento da população brasileira tem sido estimada pelas pesquisas demográficas do instituto os governamentais a Pesquisa Nacional por Amostras Domicílios (PNAD) apurou que a população idosa acima dos 60 anos estava assim distribuída no Brasil: mulheres 13.840.000 e homens 11.010.000 (IBGE, 2010 apud ESCORSIM, 2021).

Conforme o IBGE (2017 apud Escorsim, 2021), o segmento de idosos teve um incremento de 18% nesse grupo etário. O número de mulheres foi estimado em 16,9

milhões (56% do total de idosos) e de homens em 13,3 milhões (44% do grupo). A quantidade cresceu em todas as unidades da federação, sendo os estados do Rio de Janeiro e do Rio Grande do Sul os que possuem maior número de idosos. O Amapá apareceu como estado com menor percentual (7,2%).

Segundo o IBGE (2023), em 2022, o total de pessoas com 65 anos ou mais no país (22.169.101) chegou a 10,9% da população, com alta de 57,4% frente a 2010, quando esse contingente era de 14.081.477, ou 7,4% da população. É o que revelam os resultados do universo da população do Brasil desagregada por idade e sexo, do Censo Demográfico 2022. Esta segunda apuração do Censo mostra uma população de 203.080.756 habitantes, com 18.244 pessoas a mais do que na primeira apuração.

O aumento da população de 65 anos ou mais em conjunto com a diminuição da parcela da população de até 14 anos no mesmo período, que passou de 24,1% para 19,8%, evidenciam o franco envelhecimento da população brasileira (IBGE, 2023).

3.1 O envelhecimento no meio social

O processo de envelhecimento extrapola a condição de mero ciclo biológico condicionado no tempo para ser entendido como fenômeno humano e social, multifacetado por expressões sociais e múltiplas significações culturais construídas na sociedade, que só adquirem inteligibilidade quando pensadas a partir de um determinado modo de produção, neste caso, o modo de produção capitalista. Nessa direção, é possível entender o lugar social dos membros de uma sociedade a partir de suas posições diante dos meios de produção fundamentais existentes, calcados na propriedade privada destes (ESCORSIM, 2021).

Teixeira (2010, apud Escorsim, 2021) problematiza o envelhecimento a partir dos determinantes econômicos, políticos e culturais que forjam a ordem e o tempo do capital. Desvelar esses determinantes possibilita descortinar que o envelhecimento do trabalhador se tensiona numa problemática social, visto seu pertencimento a uma classe social destituída dos meios de produção e de renda advinda da riqueza socialmente produzida. A classe trabalhadora, ao envelhecer, perde o valor de uso para o capital, cuja lógica de acumulação é estruturalmente geradora das

desigualdades sociais, expressas na pobreza, no desemprego e no aumento da população excedente.

3.2 Lar de idosos

Nos cenários atuais, é muito comum ouvir-se falar em nosso cotidiano sobre os lares de idosos, e com o passar do tempo, este assunto tem tomado uma maior proporção, e tem sido buscado por muitos, tendo em vista a necessidade de deixar um idoso sob supervisão de pessoas qualificadas para exercerem o cuidado necessário em uma ILPI.

Segundo Antunes et al. (2006) os lares de idosos são estabelecimentos onde são desenvolvidas atividades de apoio social a pessoas idosas através de alojamento coletivo, de utilização temporária ou permanente, fornecimento de alimentação, cuidados de saúde, higiene e conforto, fomentando o convívio, a animação social e a ocupação do tempo livre dos clientes/utentes/residentes, e por essa razão, geralmente muitos familiares costumam ingressar antes idosos nestes lares, por não poderem oferecer devida atenção necessitada pelo indivíduo, porém, muitas vezes também encontramos casos de idosos que não possuem familiares ou amigos que possam fornecer a atenção necessária.

Os primeiros registros de cuidados para idosos remontam à Grécia Antiga. Já a mais antiga legislação de funcionamento desses estabelecimentos foi encontrada no Império Bizantino, perpetuada no Código Justiniano, que data de 529 da era cristã. Há indicações de que no mundo ocidental que o primeiro lar de idosos foi fundado pelo papa Pelágio II (520-590), que transformou sua própria casa em hospital para idosos (CHRISTOPHE; CAMARANO, 2010 apud REZENDE, 2002).

Na Idade Média, no século X, na Inglaterra, construía-se casas junto aos mosteiros, chamadas almshouses, destinadas à caridade e hospitalidade em geral, que serviam de abrigo para idosos desamparados e pessoas necessitadas.

Já no século XVII, na Inglaterra, com a Reforma Protestante e a fundação da Igreja Anglicana, as almshouses continuaram a ser estabelecidas em muitas localidades e cidades, independentemente da Igreja Católica (CHRISTOPHE; CAMARANO, 2010 apud CANNON, 2004).

A partir do século XIX, foram criados na Europa asilos grandiosos, que abrigavam um número elevado de idosos. O maior de que se tem notícia é o Salpêtrière, que abrigava 8 mil doentes, dentre os quais 2 mil a 3 mil idosos. Segundo Christophe e Camarano (2010 apud POLLO; ASSIS, 2008), este pode ser considerado a primeira instituição geriátrica, espaço que possibilitou coletar dados clínicos e sociais sobre idosos.

Chegando ao Brasil, esse tipo de instituição trazida pelos ingleses se estabeleceu, destinadas a abrigar pessoas carentes. Em alguns condados, o governo central era proprietário destas casas e as administrava e em outros, as municipalidades cuidavam disso.

No Brasil, a primeira referência de asilo encontrada foi de uma instituição destinada a soldados, a Casa dos Inválidos, inaugurada no Rio de Janeiro, em 1794, especialmente construída para este fim. Foi criada pelo conde de Resende, quinto vice-rei do Brasil, que, em carta dirigida a Lisboa, afirmou a sua intenção de destinar a casa aos Soldados velhos, que pelos seus serviços se fazem dignos de uma descansada velhice. Sua história foi curta, tendo sido seus residentes transferidos no início do século seguinte para a Santa Casa (CHRISTOPHE; CAMARANO, 2010).

Já no que se refere a asilos voltados, especificamente, para a população idosa, um dos primeiros de que se tem notícia, foi o Asilo São Luiz para a Velhice Desamparada, criado em 1890, na cidade do Rio de Janeiro. Esta instituição trabalhava para que os idosos fossem identificados como uma população com características específicas, procurando torná-la visível e fazer dela um alvo das preocupações sociais. A partir de 1909, passou a manter uma ala que se destinava àqueles que podiam pagar uma mensalidade. Hoje, ainda em funcionamento, é considerado como uma instituição para idosos de alta renda (CHRISTOPHE; CAMARANO, 2010 apud NOVAES, 2003).

Em fins do século XIX, a Santa Casa de Misericórdia de São Paulo prestava assistência a mendigos. Dado o aumento de internações para idosos, passou a definir-se como instituição gerontologia a partir de 1964 (CHRISTOPHE; CAMARANO, 2010 apud POLLO; ASSIS, 2008).

Ao longo dos anos foi se perdendo a possibilidade de traçar uma linha de evolução das instituições voltadas para cuidados para o idoso, porém segundo Medeiros e Copetti (2017) a tendência é o aumento da demanda por Instituições de Longa Permanência para Idosos (ILPIs) no Brasil, embora as políticas priorizem a família

como responsável pelo cuidado ao idoso. Ainda que imbuídos dessa percepção, há consenso de que, em muitas situações, a ILPI se torna alternativa importante, uma opção voluntária e esperada, devendo assegurar a qualidade de vida dessas pessoas.

Segundo a Pesquisa Ipea, cada instituição gasta mensalmente, em média, R\$ 744,10 por residente. Esse gasto varia de acordo com a natureza jurídica das instituições e reflete também a oferta de serviços e o tipo de apoio com que elas contam. A maioria das instituições brasileiras é filantrópica, o que lhes assegura isenções de taxas e de alguns impostos, além de serem propensas a receber doações e a contar com pessoal voluntário e/ou cedido dos governos estaduais ou municipais e, ainda, a obter alguma ajuda monetária. Nas instituições públicas, o gasto médio per capita é maior, R\$ 909,92, o que parece ser devido ao maior gasto com pessoal. Nas instituições privadas filantrópicas ou com fins lucrativos, os valores são semelhantes, R\$ 731,35 em média (CAMARANO; BARBOSA, 2016).

4 LEGISLAÇÃO

4.1 ISO 9001

Segundo Leão (2024) a ISO 9001 é definida como uma norma internacional elaborada para especificar os requisitos que um Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ) deve apresentar para demonstrar a capacidade de fornecer consistentemente produtos e serviços que atendam às exigências regulatórias vigentes e dos clientes.

Assim, consolida-se como um padrão de confiança entre as organizações para otimizar processos, desenvolver produtos e serviços, além de atender às necessidades dos clientes de forma satisfatória.

Essa estratégia é projetada para facilitar melhorias em um SGQ e os principais benefícios que oferece a uma indústria são:

- Entender a realidade da organização: permite que os gestores entendam melhor a realidade da organização, de forma a ajudá-los a tomar decisões estratégicas e fundamentadas;
- Visão holística a respeito de processos: garante que os gestores tenham uma compreensão abrangente dos processos da organização. Com isso, ações podem ser criadas para garantir seu aprimoramento;

- Riscos de cada atividade: assegura conhecer os riscos de cada operação ou processo. Com base nisso, é possível criar um planejamento visando mitigar os riscos ou até mesmo eliminá-los;
- Avaliação de resultados: possibilita avaliar os resultados alcançados nos processos. Caso estejam abaixo das expectativas esperadas, os gestores podem propor novas ações para garantir sua melhoria;
- Aumento da satisfação dos clientes: por se tratar de uma norma que busca garantir a melhoria contínua dos processos de um SGQ, há também ganho com relação à satisfação do cliente;
- Melhora do desempenho da indústria: de um modo geral, uma indústria melhora seu desempenho, aumenta sua capacidade de produção, mantém sua eficiência operacional e eleva a satisfação de seus clientes;
- Redução de custos: considerando que seus processos são desenvolvidos de forma mais eficiente e produtiva, a indústria economiza ainda mais.

4.2 RDC 283/502 - ILPI

A Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) 283, (26/09/2005), realizou a aprovação do Regulamento Técnico onde foram definidas as normas para o funcionamento de Instituições de Longa Permanência para Idosos (lares de idosos), trazendo então normas de boas práticas para residenciais coletivos de pessoas idosas, esta resolução tem como função estabelecer o padrão mínimo de funcionamento das ILPIs (GOV, 2023). Tendo em vista a necessidade de estabelecimento de critérios para a proteção e redução dos riscos à saúde de idosos que residem no local, e a definição de critérios para o funcionamento, mecanismos de avaliação e monitoramentos dos serviços que são prestados, esta norma foi concebida.

Em 2021, a RDC 283/2005 foi incluída na relação de normas, onde houve uma revisão e consolidação das regulamentações, sendo renomeada como Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) 502 (27/05/2021), segundo Interestadual Sinebref (2022), esta resolução, que revogou a RDC 283/2005 e a RDC 94/2007, estabelece os padrões mínimos para funcionamento das ILPIs, definindo conceitos, requisitos de funcionamento, normas sobre organização interna, recursos humanos e

infraestrutura, além dos processos operacionais das Instituições de Longa Permanência para Idosos.

4.3 Política nacional do idoso

A Lei nº 8.842, de 04 de janeiro de 1994, da Política Nacional do Idoso, visa garantir os direitos sociais dos idosos, maiores de 60 anos, possibilitando sua autonomia, integração e participação efetiva na sociedade. Administradas por princípios que atribuem à família, à sociedade e ao Estado a responsabilidade de garantir esses direitos, a lei defende a dignidade, o bem-estar e o direito à vida do idoso, proporcionando a conscientização social sobre o envelhecimento, combatendo qualquer forma de discriminação gerando o respeito às diferenças econômicas, sociais e regionais. A política abrange orientações que favorecem a participação ativa dos idosos em suas comunidades, incentivando sua integração com outras gerações e sua contribuição na formulação e avaliação de políticas públicas. O atendimento preferencial deve ser priorizado dentro de suas próprias famílias, sempre que possível, com a descentralização administrativa para gerir os recursos humanos e serviços voltados à saúde, educação, trabalho, habitação, cultura, esporte e lazer.

O poder público tem como função coordenar essas ações, capacitando profissionais especializados, divulgando informações educativas que abordam sobre o envelhecimento, promover estudos e pesquisas, e garantir a assistência em áreas como saúde, onde é assegurado o atendimento completo e preventivo; educação, com a inclusão de geriatria. Segundo Azevedo (2021), é a especialidade médica que se integra na área da gerontologia para atender aos objetivos da promoção de saúde, prevenção e tratamento das doenças, reabilitação funcional e cuidados paliativos e gerontologia, sendo o estudo do envelhecimento natural, que deriva da ciência, nos aspectos biológicos, psicológicos e sociológicos, entre outros. Em currículos; trabalho, eliminando a discriminação no mercado; habitação, trazendo a adaptação de moradias às necessidades dos idosos; e justiça, gerando a proteção de seus direitos (GOV, 2019).

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

5.1 Coleta de dados e criação de perfis midiáticos

Foi realizada uma entrevista qualitativa com Marta Aragão, responsável pela instituição de longa permanência para idosos, Afeto Brasil, com o objetivo de entender os desafios enfrentados pela organização e as oportunidades de melhorar sua visibilidade, conduzida pela autora Caroline de Jesus Ribeiro (Apêndice B).

As respostas de Marta forneceram uma visão clara sobre os desafios enfrentados pela organização, a importância da comunicação com as famílias e a falta de um envolvimento digital mais ativo, além da visita técnica (Apêndice C), que demonstraram informações essenciais para a criação de uma estratégia de presença digital para a instituição Afeto Brasil.

Com base nas informações obtidas na entrevista, foram criados dois perfis digitais para a instituição Afeto Brasil, no Instagram e LinkedIn. Essas plataformas foram escolhidas para ampliar a visibilidade da instituição, permitindo uma comunicação mais eficiente com as famílias, possíveis doadores e parceiros. O Instagram, possui um formato visual e dinâmico, será ideal para compartilhar o convívio dos idosos e as atividades da instituição, enquanto o LinkedIn permite uma abordagem mais profissional, facilitando parcerias e a captação de apoio institucional.

5.2 Marketing de serviços e digital

Aumentar o número de pessoas que interagem direta ou indiretamente com a empresa leva a uma maior visibilidade da marca e a uma eficaz promoção digital. A internet tornou mais fácil para os consumidores a escrita de uma review ou comentários. Assim, podemos ver uma tendência crescente de pessoas que confiam neste tipo de feedback, sendo que os pacientes optam por confiar nas avaliações existentes de médicos ou clínicas quando se trata de tomar uma decisão relativamente à escolha de um serviço médico, cada vez mais pacientes procuram e/ou selecionam o profissional de saúde "na internet", principalmente em países com sistemas de saúde privados (MOREIRA, 2021 apud RADU et al., 2018).

Segundo Moreira (2021 apud Helfer; Orsoni, 1996), o Marketing de Serviços não é diferente do tipo de marketing que as empresas utilizam na produção de bens de

grande consumo. Aliás, os serviços comportam frequentemente produtos e vice-versa, sendo que as empresas propõem uma combinação dos dois. Neste tipo de marketing o produto é o serviço, ou seja, a intangibilidade do mesmo torna este processo mais complexo. Assim sendo, e segundo os autores, a publicidade deve ser direcionada quase que exclusivamente para a imagem da empresa, criando uma forte reputação e conseguindo que o consumidor associe, de forma automática, a qualidade ao serviço proposto pela empresa.

Complementando com o Marketing Digital, onde com um bilhão de utilizadores diariamente, as redes sociais apresentam-se como um meio onde todas as empresas podem comunicar de forma gratuita com os seus consumidores em tempo real, ao mesmo tempo que novo conteúdo pode ser partilhado para atrair novos clientes. Em suma, para muitas empresas esta ferramenta é mais poderosa e influente (MOREIRA, 2021 apud OLSON, et al., 2021).

5.3 Guia estratégico para presença digital

Dentro da presença digital a definição de conteúdo, padrões, layouts, são necessários para uma boa estruturação e principalmente para a atração do público alvo. O guia estratégico é introduzido para o planeamento do marketing, trilhando caminhos a serem seguidos. Segundo o SEBRAE (2023) é um documento que contém de forma detalhada as campanhas de marketing. Tendo em consideração que consumidores estão utilizando cada vez mais mídias online, é de suma importância a presença de um guia estratégico definindo padrões a serem seguidos, impedindo desfoque dos principais objetivos.

Adentrando na definição do público-alvo, foram analisadas as necessidades existentes para o desenvolvimento de uma presença digital na instituição, e definido os objetivos a serem alcançados perante ao público conforme o Apêndice D.

Seguindo o conceito de padronização, definiu-se o cronograma de publicações contendo os dias da semana e horários como apresentado no Apêndice E, tendo como principal foco o engajamento, sendo elas:

- Dias da semana: Segunda feira e quarta feira ou terça feira e sexta feira;
- Horários: 12h ou 18h;

Para as publicações presentes no perfil do Instagram e LinkedIn da Afeto Brasil, foram definidos temas que seriam abordados, fontes utilizadas na criação das publicações, o tamanho das mesmas, e as cores bases (tons de verde), assim mantendo um padrão contínuo, seguido no Apêndice F.

5.3.1 Análise dos insights de engajamento e visibilidade

Os dados foram entre 28 de outubro e 02 de dezembro de 2024, por meio do Painel Profissional do Instagram (rede social) da Casa de Repouso Afeto Brasil, que mostram um crescimento considerável tanto em visualizações quanto em engajamento. Essas métricas indicam o alcance das publicações e a eficácia das estratégias de conteúdo.

O perfil alcançou 4.811 visualizações, levando em conta que 650 foram alcançadas, 2.992 (62,2%) das visualizações são provenientes de não seguidores, e 1.819 (36,8%) de seguidores, o que demonstra que as publicações estão alcançando um público além dos seguidores atuais, indicando potencial para crescimento de seguidores e visibilidade, reforçando qual foi a importância ao otimizar o conteúdo para atrair novos seguidores (Apêndice G).

Conforme mostrado no Apêndice H, 3.954 (82,2%) das visualizações vieram de publicações, enquanto 857 (17,8%) foram dos stories. A ênfase nas publicações sugere que elas estão gerando mais interesse e alcance, o que pode orientar o foco das postagens futuras, e maior interação nos stories.

O conteúdo que obteve maior visualização inclui posts sobre a história e os serviços da Casa de Repouso, com destaque para temas como "O que é Afeto Brasil" (1,2 mil visualizações) e "Níveis de Dependência" (823 visualizações). Isso indica que o público tem interesse em entender mais sobre a instituição e os serviços oferecidos (Apêndice I).

Segundo o Apêndice J, 65 contas interagiram com o conteúdo da Casa de Repouso, sendo 51 por contas de seguidores e 14 de não seguidores. Esses dados sugerem

que apesar de haver visibilidade no perfil da Afeto Brasil, os seguidores tendem a interagir mais com as publicações.

As postagens com maior interação foram sobre a introdução à Casa de Repouso (83 engajamentos) e uma publicação sobre "Cuidados com Idosos" (41 engajamentos). Demonstrando que os temas que abordam o bem-estar dos idosos e o papel da instituição na comunidade geram maior conexão com o público (Apêndice K).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É fundamental a importância de compreender o papel das Instituições de Longa Permanência para Idosos (ILPIs), como a Casa de Repouso Afeto Brasil, com um olhar mais atento às necessidades específicas dessa faixa etária, que demanda não apenas cuidados médicos e físicos, mas também apoio emocional, social e, cada vez mais, um ambiente que os conecte ao mundo exterior assim como no cuidado e bem-estar da crescente população idosa.

Ao longo do estudo de caso, ficou claro que as redes sociais são ferramentas para fortalecer a conexão com o público, trazendo uma transparência sobre os cuidados oferecidos e atrair o apoio necessário para a melhoria contínua dos serviços prestados.

Com o apoio do guia, criou-se uma estratégia para a instituição de maneira mais próxima e humana, reforçando o cuidado e a atenção dedicados aos residentes, auxiliando na criação de um cenário digital, acolhedor e interativo, o que é fundamental para fortalecer os laços entre os idosos, suas famílias e a comunidade. A ideia é que, ao compartilhar histórias de vida, atividades diárias e os cuidados prestados, a instituição não só promova a transparência, mas também reforce a imagem da instituição como um lugar de acolhimento e respeito, ao seguir diretrizes, a instituição alcançou novos públicos, e iniciou um maior engajamento com a comunidade, fortalecendo sua rede de apoio e garantir que os idosos sejam cuidados, valorizados e reconhecidos, tanto nas redes sociais quanto no cotidiano da sociedade.

Os resultados dos insights mostram que o objetivo de ampliar a visibilidade da Casa de Repouso Afeto Brasil por meio de perfis midiáticos foi parcialmente cumprido, onde foi promovido os serviços da instituição, e a contribuição para uma percepção mais positiva e respeitosa sobre a vida na terceira idade, além do crescimento significativo

no alcance das publicações, com destaque para os conteúdos que abordam uma nova perspectiva da pessoa idosa e uma casa de repouso, sendo assim, reforçando a eficácia da estratégia digital ao alcançar um público além dos seguidores atuais. Com a continuidade do projeto pode o mesmo pode ser aprimorado, com o auxílio do guia estratégico, para aumentar o alcance de nas redes midiáticas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTUNES, Maria et al. A qualidade em organizações de serviços na área social: experiências e reflexões. **ReCiL**, Brasil, p. 139, 2006.

ARAÚJO, Carlos. **Filantropia**: breve histórico e análise comparativa. Brasil, 27 nov. 2015. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/230642/filantropia--breve-historico-e-analise-comparativa>. Acesso em: 20 mar. 2024.

AZEVEDO, Manuela. **Entenda a diferença entre gerontologia e geriatria**. Brasil: Minha saúde proteste, 26 ago. 2021. Disponível em: <https://minhasaude.proteste.org.br/entenda-a-diferenca-entre-gerontologia-e-geriatria/>. Acesso em: 1 set. 2024.

CAMARANO, Ana Amélia; BARBOSA, Pamela. Instituições de longa permanência para idosos no Brasil: do que se está falando? In: ALCÂNTARA, Alexandre de Oliveira et al. Política nacional do idoso: velhas e novas questões. Brasil: **Ipea**, 2016. p. 3. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/9146>. Acesso em: 30 ago. 2024.

CHAIMOWICZ, Flávio; CHAIMOWINCZ, Gabriel de Faria. O envelhecimento populacional brasileiro. **Rev Bras Geriatr Gerontol**, Minas Gerais, p. 8-13, 20 nov. 2022.

CHRISTOPHE, Micheline; CAMARANO, Ana Amélia. **Dos asilos às instituições de longa permanência**: uma história de mitos e preconceitos. In: CAMARANO, Ana Amélia. Cuidados de longa duração para a população idosa: um novo risco social a ser assumido? Rio de Janeiro, p. 146-148, 2010.

ESCORSIM, Silvana Maria. O envelhecimento no Brasil: aspectos sociais, políticos e demográficos em análise. **Scielo**, Paraná, p. 430-437, 13 set. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0101-6628.258>. Acesso em: 21 mar. 2024.

GOV (Brasil) (ed.). **Histórico da regulamentação**. Brasil: GOV, 26 maio 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/servicosdesaude/saloes->

tatuagens-creches/instituicoes-de-longa-permanencia-para-idosos/historico-da-regulamentacao. Acesso em: 31 ago. 2024.

GOV (Brasil) (ed.). **Lei nº 8.842, de 04 de janeiro de 1994**: Dispõe sobre a política nacional do idoso, cria o Conselho Nacional do Idoso e dá outras providências em relação à pessoa idosa. Brasil: GOV, 12 dez. 2019. Disponível em: <https://www.gov.br/mds/pt-br/aceso-a-informacao/legislacao/antigos/lei-no-8-842-de-04-de-janeiro-de-1994>. Acesso em: 1 set. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo**: número de idosos no Brasil cresceu 57,4% em 12 anos. Brasil, 27 out. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2023/10/censo-2022-numero-de-idosos-na-populacao-do-pais-cresceu-57-4-em-12-anos>. Acesso em: 20 mar. 2024.

INTERESTADUAL SINEBREF (Brasil) (ed.). **Instituições de longa permanência para idosos**: ILPIs. Brasil: Interestadual Sinebref, 2022. Disponível em: <https://www.sinibref-inter.org.br/instituicoes-de-longa-permanencia-para-idosos-ilpis/>. Acesso em: 1 set. 2024.

LEÃO, Thiago. **ISO 9001**: Resumo requisitos e como implementar na sua empresa. Brasil, 29 ago. 2024. Disponível em: <https://www.nomus.com.br/blog-industrial/iso-9001/#:~:text=A%20ISO%209001%20%C3%A9%20um,apenas%20para%20vaidade%20da%20marca>. Acesso em: 1 set. 2024.

MEDEIROS, Paulo Adão de; COPETTI, Fernando. **O estudo do uso do tempo de idosos institucionalizados**. UFSM, Rio Grande do Sul, Brasil, p. 3, 15 mai. 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/2866>. Acesso em: 30 ago. 2024.

MOREIRA, Ricardo Macedo. **Marketing digital na área da saúde privada**. 2021. Dissertação (Mestrado em Gestão) - Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Coimbra, 2021. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10316/100722>. Acesso em: 27 set. 2024.

PEDROSO, Júlia de Souza; SILVA, Kauana Soares da; SANTOS, Laiza Padilha dos. Pesquisa descritiva e pesquisa prescritiva. **Jicex**, Brasil, v. 9, n. 9, p. 1, 16 jan. 2018.

POUPART, Jean et al. **A pesquisa qualitativa**: enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. 294 p.

PRIME CURSOS (Brasil). **Qual o conceito de entidade filantrópica?** Brasil, 12 jun. 2017. Disponível em: <https://www.primecursos.com.br/blog/qual-o-conceito-de-entidade-filantropica/>. Acesso em: 27 set. 2024.

SEBRAE (Brasil). **Como fazer o planejamento das suas estratégias de marketing digital.** Brasil: SEBRAE, 8 mai. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-fazer-o-planejamento-das-suas-estrategias-de-marketing-digital,d02b7553c86c6810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 16 nov. 2024.

APÊNDICE A – Carta de autorização

Etec
Irmã Agostina
São Paulo

CPS
Centro
Paulista Souza

SP **SÃO PAULO**
GOVERNO DO ESTADO

A/C

CASA DE REPOUSO AFETO BRASIL LTDA

Prezada Sócio Administradora, Marta Barbosa de Aragão Siqueira.

Somos alunos do 3º módulo do curso Técnico em Administração da Escola Técnica Estadual Irmã Agostina, e estamos a realizar uma investigação, no âmbito de Trabalho de Conclusão de Curso, na Área de Gestão e Negócios cujo tema é “LAR DE IDOSOS: Estudo de caso de uma associação empresarial na Região Sul de São Paulo”

A pesquisa é orientada pelo Professor Fabio de Santana, que agradece a parceria para o desenvolvimento do assunto abordado em nossa dissertação que vai de encontro com sua expertise.

Um dos objetivos principais deste estudo é desenvolver uma proposta para o aumento na visibilidade e sustentabilidade financeira da instituição, e com isso, buscar identificar os desafios para atrair novos residentes, melhorar a comunicação com familiares, avaliar os impactos que a falta de redes sociais podem causar nesta administração financeira, sugerir a criação de perfis em redes sociais em relação a visibilidade e orientar na captação de doações e voluntários.

E para elevar a conquista do objetivo acima enunciado, a participação de cada parceria convidada é vital para o sucesso do trabalho e para que alcancemos um resultado fidedigno sobre contamos com a sua adesão ao nosso trabalho e com o máximo de subsídios que possam nos fornecer, sua preciosa colaboração será de suma importância para desvendar como uma associação empresarial no âmbito financeiro e midiático se comporta, e como isso afeta a vida corporativa e pessoal das pessoas envolvidas, sendo assim, contamos com a contribuição nesta investigação mediante entrevista.

As suas respostas serão estritamente confidenciais conforme Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - LGPD) e muito importantes para

um adequado diagnóstico da situação, e para que juntos possamos sair da teoria tão falada e partimos para a prática, respeitando sempre a realidade com ética, responsabilidade e comprometimento.

Agradecemos, desde já, a sua disponibilidade

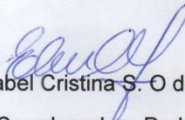
Com os melhores cumprimentos,

Grupo: Caroline de Jesus Ribeiro; Izabel Oliveira Sales; Larissa Lima de Jesus; Sabrina Lima da Silva



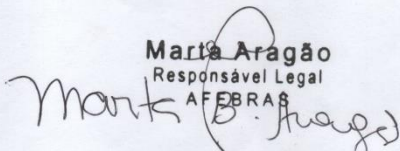
Fabio de Santana

Prof. Orientador de TCC.



Elizabel Cristina S-O de Souza

Prof.^a Ma. Coordenadora Pedagógica



Maria Aragão
Responsável Legal
AFEBRAS

18.343.545/0001-66

Casa de Repouso Afete
Brasil Ltda - EPP

02.823.257/0238-18

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL IRMÃ AGOSTINA

Av. Feliciano Corrêa, s/n
Jardim Sateite - CEP: 04815-240
Cidade Dutra
São Paulo - SP



Observação: O título do Trabalho de Conclusão de Curso foi alterado para condizer com o corpo do estudo de caso, aprovado pela responsável pela instituição.

APÊNDICE B – Entrevista com Marta Barbosa de Aragão Siqueira
Realizada dia 13 de outubro de 2024

Sócia administradora – Responsável Legal pela Casa de Repouso Afeto Brasil

1. O que é o Afeto Brasil?

R: O Afeto Brasil é uma instituição de longa permanência de idosos, hoje conhecida como ILPI, que é uma casa de repouso, onde abriga idosos com idade acima de 60 anos, não podendo ser inferior a 60 anos, para não descumprir o estatuto do idoso.

2. Você pode falar um pouco sobre a sua história?

R: Minha história começa com a decisão de cuidar de idosos. Eu tinha um salão de beleza e fiz um curso de imobilização ortopédica. Conheci uma enfermeira que trabalhava numa casa de repouso, o que despertou meu interesse. Fui até o local e vi que não ofereciam um suporte adequado, então decidi montar uma instituição de longa permanência de idosos, a ILPI Afeto Brasil, para ser um diferencial no cuidado.

3. Como os familiares se comunicam com a instituição?

R: A comunicação é feita principalmente por telefone ou pessoalmente. Todos os idosos são assistidos por familiares, exceto duas idosas que se inscreveram por conta própria, pois são lúcidas e orientadas.

4. Como é feita a comunicação com os familiares dos idosos? Quais são as principais dificuldades enfrentadas nessa área?

R: A maior dificuldade é a não aceitação do envelhecimento, principalmente da demência, que é uma doença degenerativa. Muitas famílias têm dificuldades em aceitar a condição do idoso, o que torna o processo de cuidado mais desafiador.

5. A equipe interna está familiarizada com o uso de tecnologias como computadores, celulares ou redes sociais?

R: Sim, a equipe está familiarizada, mas não fazemos uso de redes sociais para divulgar dados dos idosos, apenas para a comunicação interna da instituição.

6. Há interação com a comunidade local ou potenciais doadores? Como isso é feito atualmente?

R: Não temos convênios com projetos governamentais, mas recebemos doações de pessoas voluntárias. A outra unidade da instituição vai se tornar uma NPI, recebendo ajuda do governo para atender pacientes de baixo custo.

7. Como a instituição busca apoio financeiro atualmente?

R: Os pacientes institucionalizados pagam conforme o grau de dependência, e as famílias são responsáveis por manter o custo da instituição.

8. Quantos funcionários há na Afeto Brasil?

R: Temos uma equipe de 22 funcionários, incluindo médicos, enfermeiros, auxiliares, cuidadores, cozinheiros e pessoal de manutenção, para atender 39 pacientes.

9. Quais são as principais despesas da instituição?

R: As principais despesas são alimentação, manutenção dos funcionários e aluguel do local.

10. Qual é o valor da mensalidade cobrada dos residentes?

R: A mensalidade varia conforme o grau de dependência do idoso: grau 1 (dependência leve) a partir de 2 salários mínimos, grau 2 (dependência média) a partir de 3.500 reais, e grau 3 (dependência maior) a partir de 4.000 reais.

11. A instituição já considerou criar um site ou perfil em redes sociais? E se sim, quais foram os obstáculos?

R: Já consideramos, mas a principal dificuldade seria a manutenção e alimentação constante das redes sociais. Eu sou muito envolvida diretamente no cuidado da instituição e não gosto de delegar essas responsabilidades.

12. Você acha que ter uma presença ativa em redes sociais ajudaria a visibilidade da Afeto Brasil para novos residentes, doações e voluntariado?

R: Existem dois lados. A minha demanda é grande e tenho uma lista de espera, com indicações vindas dos próprios familiares. Não temos problemas com a falta de vagas ou busca ativa, pois a procura é feita principalmente por indicações.

13. Quais tipos de conteúdo você acredita que poderiam ser postados nas redes sociais para atrair a atenção do público?

R O convívio dos idosos na instituição, mostrando que uma LPI não é um fim de linha, mas sim um caminho onde eles têm cuidados adequados, se comunicam e mantêm uma dinâmica familiar.

14. Quais serviços ou atividades você acha que poderiam ser divulgados digitalmente para aumentar a visibilidade da instituição?

R: Podemos divulgar o serviço de “ir e voltar”, como um tipo de “day care”, onde a família pode trazer o idoso pela manhã e retirá-lo no final do dia, especialmente em feriados prolongados, oferecendo a opção de cuidados sem que a família precise se ausentar.

15. Existem serviços ou atividades da Afeto Brasil que você acredita serem pouco conhecidos e que poderiam ganhar mais destaque como estratégia digital?

R: Como mencionei, a maior dificuldade é que algumas famílias não gostam de expor o idoso nas redes sociais, o que dificulta um pouco a divulgação de certos serviços.

APÊNDICE C – Visita à Casa de Repouso Afeto Brasil

Realizada dia 13 de outubro de 2024

Endereço: Avenida Francisco de Carvalho, 258

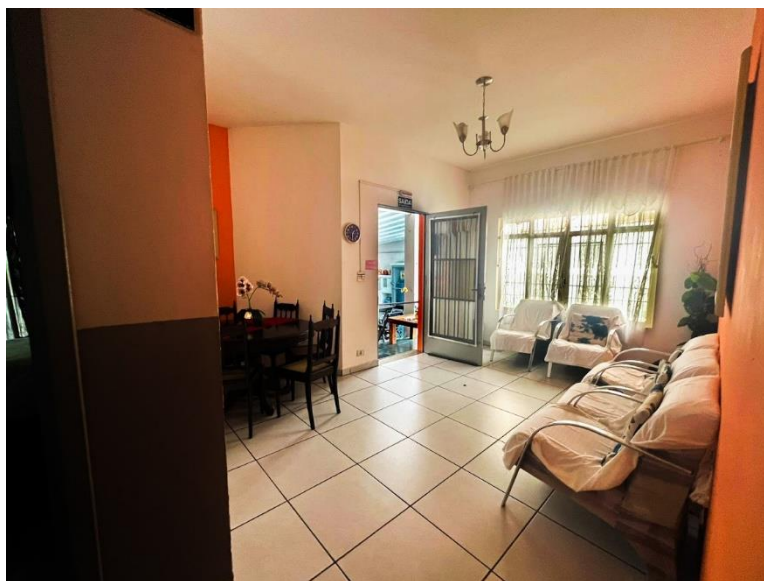
Figura 1: Autora Caroline Com a Entrevistada



Fonte: Arquivo Pessoal das Autoras, 2024

Autora Caroline realizando entrevista qualitativa a responsável pela Casa de Repouso Afeto Brasil, Marta Aragão, responsável pela Afeto Brasil

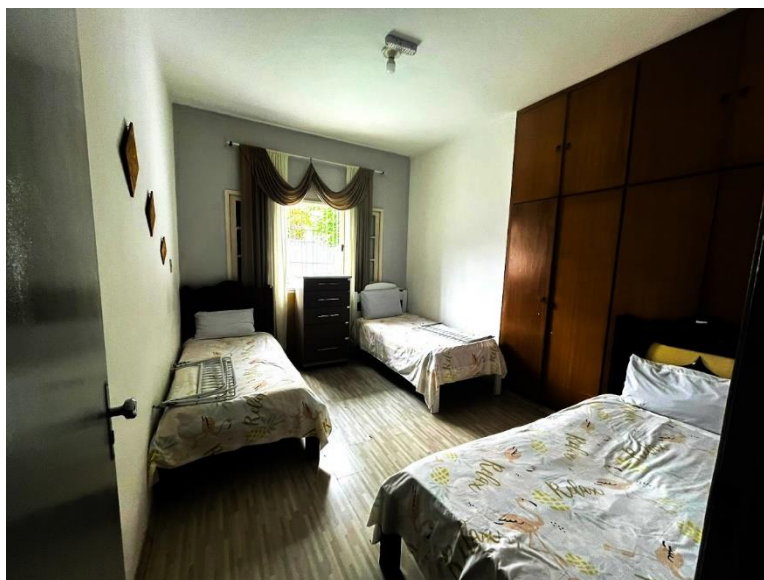
Figura 02: Local Afeto Brasil - Sala de Espera e Visita



Fonte: Arquivo Pessoal das Autoras, 2024

Sala de espera e visita para os familiares dos residentes.

Figura 03: Local Afeto Brasil – Quarto Masculino



Fonte: Arquivo Pessoal das Autoras, 2024

Os quartos femininos e masculinos são separados, a imagem acima apresenta o quarto masculino dos residentes.

Figura 4: Autoras Com a Entrevistada



Fonte: Arquivo Pessoal das Autoras, 2024

Larissa Lima, Izabel Oliveira, Marta Aragão (representante da Casa de Repouso Afeto Brasil), Caroline de Jesus e Sabrina Lima, respectivamente, após visita técnica.

APÊNDICE D – Definição de público-alvo

| PÚBLICO-ALVO | NECESSIDADES | OBJETIVO |
|-----------------------|--|---|
| Doadores | Aumentar doações | Receber contribuições financeiras |
| Familiares | Estabelecer transparência | Informação sobre os cuidados e atividades |
| Funcionários | Engajamento com a instituição | Fortalecer a instituição e desenvolver a identidade |
| Potenciais residentes | Conhecer a estrutura e serviços presentes na instituição | Receber novos residentes |

| | | |
|-------------|--------------------------------------|------------------------------|
| Voluntários | Aprimorar habilidades de engajamento | Auxilio no marketing digital |
|-------------|--------------------------------------|------------------------------|

APÊNDICE E – Cronograma de Publicações

| CRONOGRAMA DE PUBLICAÇÕES AFETO BRASIL | | | |
|---|--|--------------|---|
| DATA | TEMAS | CHECK | OBJETIVO |
| 28/10/2024 | O que é Afebras | OK | Apresentar a instituição, sua história e valores para aumentar a conscientização e a confiança. |
| 30/10/2024 | Outubro Rosa | OK | Promover a importância da prevenção e diagnóstico precoce do câncer de mama. |
| 04/11/2024 | Cuidar dos Idosos é Também Zelar Pelo Futuro | OK | Sensibilizar a audiência sobre a relevância de investir no cuidado dos idosos. |
| 08/11/2024 | Asilo ≠ Casa de Repouso | OK | Esclarecer a diferença entre os conceitos e desmistificar preconceitos. |
| 12/11/2024 | Níveis de Dependência | OK | Informar sobre as diferentes necessidades de cuidado que os idosos podem ter. |
| 15/11/2024 | Novembro Azul | OK | Conscientizar sobre a prevenção e o diagnóstico do câncer de próstata. |
| 18/11/2024 | Prevenção de Quedas | OK | Orientar sobre medidas para evitar quedas e seus impactos na saúde dos idosos. |
| 20/11/2024 | Consciência Negra | OK | Reconhecer a importância da igualdade racial e promover a inclusão na terceira idade. |

| | | | |
|-------------------|--|-----------|--|
| 26/11/2024 | Alimentação Saudável 3ª idade | OK | Divulgar dicas de alimentação saudável para promover bem-estar. |
| 29/11/2024 | Importância da Família na Vida dos Idosos | OK | Reforçar o papel essencial da família no apoio emocional e social dos idosos. |
| 02/12/2024 | Voluntariado na Afeto Brasil | OK | Incentivar o voluntariado como forma de contribuir para o bem-estar dos residentes. |
| 04/12/2024 | Mitos e Verdades 3ª Idade | OK | Desmistificar preconceitos e informar sobre a realidade da terceira idade. |
| 10/12/2024 | A Importância da Socialização para Idosos Solitários | | Destacar os benefícios das interações sociais para a saúde mental e emocional. |
| 13/12/2024 | Fortalecer a Memória | | Propor estratégias para estimular a memória e prevenir o declínio cognitivo. |
| 16/12/2024 | Alzheimer e Doenças Neurológicas | | Informar sobre sintomas, cuidados e apoio necessário para essas condições. |
| 18/12/2024 | Humor e o Riso Melhoram a Saúde | | Mostrar como o bom humor pode contribuir para o bem-estar físico e mental. |
| 23/12/2024 | Natal | | Compartilhar mensagens de amor e esperança durante as festas natalinas. |
| 25/12/2024 | Direitos de Moradia Digna e Segura | | Conscientizar sobre os direitos dos idosos em relação a uma moradia segura e de qualidade. |

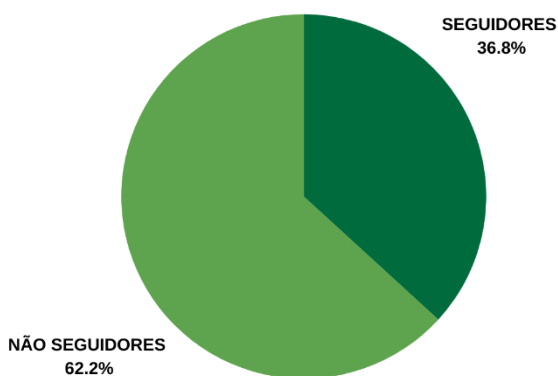
| | | | |
|-------------------|----------------|--|---|
| 31/12/2024 | Ano novo | | Inspirar reflexões sobre novos objetivos e perspectivas para o próximo ano. |
| 01/03/2025 | Janeiro Branco | | Promover a importância da saúde mental e emocional no início do ano. |

APÊNDICE F – Temas para Publicações e Identidade Visual

| TEMAS BASE | FONTE | TAMANHO FONTE | CORES BASE |
|-----------------|-----------------------|---------------|------------|
| Informações | Título: Archivo Black | 80,9 | #506b34 |
| Curiosidades | Texto: Garet | 29,9 | #5ea44e |
| Datas temáticas | | | |

APÊNDICE G – Total de Visualizações e Contas Alcançadas

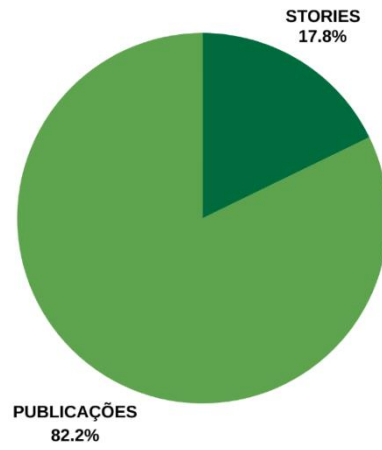
4.811 visualizações



Fonte: Autoral, 2024

APÊNDICE H – Distribuição de Visualizações

4.811 visualizações



Fonte: Autoral, 2024

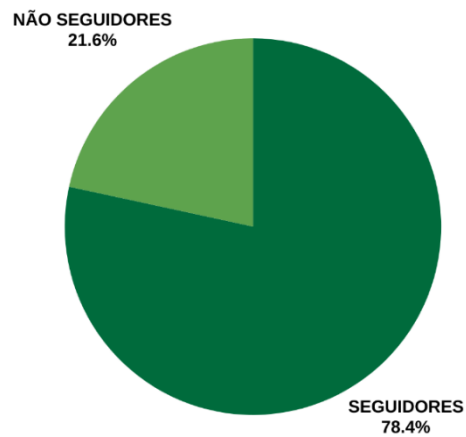
APÊNDICE I – Principais Publicações



Fonte: Autorial, 2024

APÊNDICE J – Total de Contas com Engajamento

65 contas interagiram



Fonte: Autorial, 2024

APÊNDICE K – Melhor Conteúdo por Engajamento



28 de out



4 de nov



8 de nov

Fonte: Autorial, 2024