

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO  
FACULDADE DE ARTES E COMUNICAÇÃO  
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

PROJETO EXPERIMENTAL: GRUPO DE APOIO À  
ADOÇÃO ADOTCHÊ

Alexandre Crossi Brandão  
Andrieli Nunes  
Caetano Dias  
Igor Rosset Albuquerque  
Karla Scorsatto  
Rangel de Souza

Passo Fundo  
2018

**Resumo:** Este projeto trata dos empecilhos comunicacionais enfrentados pelo Adotchê, instituição que caracteriza-se como um Grupo de Apoio à Adoção (GAAD), localizado na cidade de Passo Fundo, no Rio Grande do Sul. Busca-se com o presente projeto analisar o atual contexto dos GAADs a nível de estado, bem como o contexto social de seus públicos de interesse, a fim de propor novas estratégias de comunicação ao grupo passo-fundense.

**Palavras-chave:** Adoção; Comunicação Interpessoal; Grupos de Apoio à Adoção; Passo Fundo.

## LISTA DE QUADROS E FIGURAS

Quadro 01: Estrutura do grupo.....	10
Quadro 02: Endereços eletrônicos do grupo.....	12
Figura 01: Publicação na página do Adotchê.....	13
Figura 02 - Pesquisa do termo no Google.....	14
Quadro 03: Persona público 01.....	35
Quadro 04: Persona público 02.....	36
Figura 03: Antigo Logotipo.....	49
Figura 04: Novo Logotipo.....	49
Figura 05: Peça conceito institucional inicial.....	50
Figura 06: Peça conceito institucional final.....	52
Quadro 05: Publicações para Facebook.....	52
Figura 06: <i>Homepage</i> do <i>website</i> .....	54
Figura 08: Página artigos <i>website</i> .....	55
Figura 09: Página perguntas frequentes <i>website</i> .....	56
Figura 10: Página de contatos <i>website</i> .....	57
Figura 11: Capa e contracapa <i>folder</i> informativo.....	59

Figura 12: Interior <i>folder</i> informativo.....	59
Figura 13: Capa peça informativa final.....	63
Figura 14: Primeira face interna material informativo final.....	64
Figura 15: Segunda face interna material informativo final.....	65
Figura 16: Contracapa material informativo final.....	66
Figura 17: Capa <i>folder</i> de relacionamento interno.....	67
Figura 18: Primeira página interior do <i>folder</i> de relacionamento interno.....	68
Figura 19: Segunda página interior do <i>folder</i> de relacionamento interno.....	69
Figura 20: Contracapa <i>folder</i> de relacionamento interno.....	70

<b>Sumário</b>	<b>P.</b>
<b>Introdução.....</b>	<b>07</b>
<b>1. PESQUISA DE CAMPO.....</b>	<b>10</b>
1.1. Ambiente Interno.....	10
1.1.1. Ambiente Histórico.....	10
1.1.2. Perfil da Organização.....	11
1.1.3. Linhas de Serviço.....	11
1.1.4. Estrutura da Organização.....	12
1.1.5. Serviço.....	12
1.1.6. Distribuição.....	13
1.1.7. Preço.....	13
1.1.8. Comunicação.....	13
1.1.8.1.Diagnóstico Geral.....	16
1.1.9. Públicos da Instituição.....	17
1.1.10. Objetivos.....	17
1.2. Micro e Macroambiente da Instituição.....	18
1.2.1. Pesquisa em dados primários.....	18
a) Investigação junto aos públicos da instituição.....	18
b) Investigação junto aos públicos de interesse.....	20
1.2.2. Concorrência (Referência).....	24
1.2.2.1. ELO: Organização de Apoio a Adoção.....	25
1.2.2.2. Instituto Amigos do Lucas.....	28
1.2.3. Análise Macroambiental.....	29
1.3. Diagnóstico de Mercado.....	31
1.3.1. Análise SWOT.....	31
1.4. Aporte Conceitual.....	32
<b>2. PLANEJAMENTO DE CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>36</b>
2.1. Diagnóstico Inicial.....	36
2.2. Posicionamento atual de comunicação.....	36
2.3. Público-alvo do projeto de comunicação.....	37
2.4. Objetivo de comunicação.....	39
2.5. Posicionamento pretendido de comunicação.....	39
2.6. Verba de campanha.....	39

2.7. Estratégias de comunicação.....	4
2.8. Táticas de comunicação.....	40
2.9. Plano de mídia.....	41
2.10. Cronograma da campanha.....	43
2.11. Orçamentos.....	44
2.12. Avaliação da campanha.....	45
2.13. Tema da campanha, linha criativa e apelos básicos.....	47
<b>3. CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE CAMPANHA.....</b>	<b>48</b>
3.1. Métodos e técnicas utilizados no processo de criação.....	48
3.2. Percurso criativo.....	49
A. Identidade Visual.....	50
B. Campanha Institucional.....	51
3.b.1. Peça conceito inicial e justificativa.....	51
3.b.2. Pré-teste de propaganda.....	53
3.b.3. Peça conceito final.....	53
3.b.4. Peças da campanha.....	54
C. Campanha Informativa.....	60
3.c.1. Peça conceito inicial e justificativa.....	60
3.c.2. Pré-teste de propaganda.....	62
3.c.2.1. Indo até a comunidade.....	62
3.c.2.2. Dialogando com um profissional da saúde.....	63
3c.2.3. Secretaria Municipal de Cidadania e Assistência Social.....	63
3.c.3. Peça conceito final.....	64
3.c.4. Peças da campanha.....	68
D. Campanha de Relacionamento Interno.....	68
3.b.1. Peça conceito .....	69
<b>RELATÓRIO FINAL.....</b>	<b>74</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>75</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>76</b>

## Introdução

A adoção, no Brasil, foi regulamentada primeiramente a partir do Artigo 227 da Carta Magna da Constituição Federal de 1988, este artigo responde por algumas questões básicas e elementares acerca da adoção:

É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança e ao adolescente, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão. (BRASIL, 1988)

Entretanto não subsidia por si só diversas outras demandas burocráticas do processo adotivo, fato que veio a ser modificado com a publicação do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) a partir da lei 8.069 de 13 de julho de 1990, proporcionando assim uma discussão política mais abrangente. Constam no próprio documento medidas como o auxílio por parte do Estado à gestantes que manifestem interesse em entregar seus filhos à adoção, a priorização do trâmite nos processos de adoção em que o adotando for criança ou adolescente com deficiência ou com doença crônica e uma série de outras medidas inéditas até então (BRASIL, 1990).

Segundo tabela do próprio Cadastro Nacional de Adoção (CNA), existem 8565 crianças e 43530 pretendentes cadastrados no Brasil, sendo que 1321 destas crianças e 6192 pretendentes estão alocados no estado do Rio Grande do Sul (consulta feita em abril de 2018). Em relação a este tipo de fenômeno, podemos recorrer a Amim e Menandro:

Retoma-se aqui a afirmação de que a escolha das características do filho adotivo caracteriza-se como um processo no qual, em razão de questões históricas ligadas a ideais de família, estão envolvidos estereótipos e preconceitos de adotantes e de técnicos que decidem sobre a adoção, com o que se tornam fundamentais investigações em torno dos preconceitos e das concepções tradicionais em relação ao tema. O psicólogo judiciário, assim como outros profissionais que lidam com postulantes à adoção, conscientes das relações de poder que permeiam seu trabalho, podem tornar-se agentes de mudança, contribuindo para um processo de revisão de conceitos e valores, já que são responsáveis pela realização do trabalho de avaliação com os futuros pais adotivos. (AMIM; MENANDRO, 2007, p. 251).

Para além das problemáticas internas do processo de adoção, como dito anteriormente, externamente a fragilidade do sistema também se faz visível a partir da ausência do auxílio estatal que deveria ser destinado às mães que têm interesse em entregar seus filhos para adoção, que se dá várias vezes em razão do moralismo e romantização da maternidade, dizem Martins *et al.*:

[...] apesar de existir uma concepção padronizada da maternidade, como algo natural e universal às mulheres, é possível visualizar pequenas mudanças advindas de transformações sociais. Nesse sentido, pode-se pensar a maternidade como construída histórica e socialmente. É tempo, portanto, de pensar o exercício da maternidade na contemporaneidade, com suas conquistas e desafios. As ideias discutidas representam as percepções apenas das profissionais entrevistadas, de modo que os resultados não podem ser generalizados. Futuras pesquisas poderiam explorar a opinião de profissionais da saúde e da assistência social, não apenas da rede pública, mas também da rede particular. Além disso, poderia ser interessante agregar profissionais de diferentes gerações para tentar avaliar melhor a influências de valores e crenças sobre a maternidade. (MARTINS *et al.*, 2015 p. 1306)

Atuando diretamente e indiretamente no processo adotivo, os GAADs têm a missão de desconstruir estes pré-conceitos acerca da adoção, a partir de uma entrevista com participantes de um GAAD, Comin e Santos relatam:

Esse aprendizado por intermédio do outro é potencializado, em outra situação, vivenciada já na oitava sessão, quando outro participante (L.) comenta que aprendeu bastante no grupo, o que o fez, inclusive, mudar a sua perspectiva quanto à adoção tardia, depois de ouvir as considerações de um casal. Esse casal, que havia adotado duas crianças simultaneamente – dois irmãos – com idades acima de dois anos, havia sido introduzido pelos coordenadores com o intuito de provocar o debate sobre formas menos tradicionais de adoção. A fala de L. revela que esse objetivo foi alcançado, pois o testemunho do casal contribuiu para desmistificar alguns preconceitos e estigmas construídos em torno da temática, que acabam funcionando muitas vezes como verdadeiros “pré-conceitos” que interferem na apreensão da experiência nova. (COMIN; SANTOS, 2008 p. 123).

Partindo deste contexto, a principal questão levantada neste trabalho será a otimização das relações comunicacionais entre o grupo Adotchê e seus públicos de interesse, todavia, para que possamos viabilizar tal otimização, algumas questões de ordem secundária também precisarão ser respondidas.

A princípio, uma pesquisa bibliográfica será relevante para que possamos compreender o estado da arte acerca do tema da adoção.

Considera-se necessário o mapeamento da percepção interna da instituição, técnica que permitirá uma leitura mais aguçada de seu funcionamento. Para isso realizar-se-á uma pesquisa qualitativa de ambiente interno, de caráter exploratório, que será respondida pelos membros do GAAD.

Para que a percepção externa da instituição se torne legível, serão explorados dois grupos distintos, mas que estão diretamente ligados à temática da adoção, além de representarem dois focos de ação do Adotchê, são eles: as mães biológicas que podem vir a entregar seus filhos para a adoção e os jovens que, além de potencializarem o imaginário



do que é adoção em seu contexto social, podem vir a ser futuros pais adotivos. Com estes grupos foram utilizadas algumas técnicas de metodologia qualitativa.

Contemplando o primeiro grupo, realizou-se uma entrevista semiestruturada com mulheres, mães, em situação de vulnerabilidade social, familiarizadas com situações de risco, abandono e/ou violência doméstica, conforme Boni e Quaresma (2005) relatam, as entrevistas semiestruturadas configuram uma técnica efetiva para elucidar índices latentes de determinada realidade a partir de um diálogo relativamente aberto.

Contemplando o segundo grupo realizou-se um grupo focal, composto por jovens entre 18 e 30 anos de idade, de classe média alta, que possam vir a ser futuros pais adotivos, ainda conforme Boni e Quaresma (2005) grupos focais são interessantes na medida em que os participantes possuam ideias e opiniões pertinentes à pesquisa.

Posteriormente à etapa de pesquisa, trabalhou-se na construção de um planejamento comunicacional condizente com as necessidades representadas nos índices latentes.

Finalmente o processo criativo para a execução deste plano conclui o trabalho.

## **1 – PESQUISA DE CAMPO**

Aqui o leitor encontrará dados relacionados à história, ao perfil, à comunicação, aos serviços e à estrutura do grupo Adotchê, dentre outros. As informações foram colhidas em entrevista com os organizadores do grupo.

### **1.1 Ambiente Interno**

Esta seção tratará do ambiente interno da instituição, desde seu contexto histórico até os trâmites burocráticos que seus integrantes e usuários enfrentam, bem como são beneficiados pelo GAAD.

#### **1.1.1 Ambiente Histórico**

De um pequeno garoto, filho adotivo e realizado com seus pais, surge o desejo de ajudar os outros, o garoto passou então a questionar sua mãe adotiva, do “porque não ajudar outros pais do coração”. Esta mãe comovida com o pedido do filho, teve então a ideia de criar um grupo de apoio para pais e futuros pais adotivos. Em 4 de setembro de 2012, no norte gaúcho, com apoio da vara da infância e juventude do fórum de Passo Fundo/RS, nasce o Grupo de Apoio à Adoção Adotchê.

Com o crescimento do grupo foram firmadas parcerias com a prefeitura municipal e a Universidade de Passo Fundo (UPF), esta que passou a ceder uma sala de aula na unidade da Faculdade de Medicina (FAMED) para as reuniões mensais do grupo, as quais ocorriam na primeira terça-feira de cada mês, às 19h30m na sala 202. Possuindo em média 30 casais frequentadores do grupo, estes que entravam em contato com o grupo ao buscar ajuda no processo adotivo.

Em 2013 o grupo foi pauta do trabalho experimental dos acadêmicos de Publicidade e Propaganda da UPF que o presenteou com uma identidade visual e um planejamento de comunicação de um ano. A mesma identidade é utilizada até hoje. Foram criados também perfis nas redes sociais para divulgar os debates que são realizados na universidade para casais que têm interesse em adotar uma criança.

Em 2018, o grupo segue realizando encontros mensais na FAMED, na segunda quarta-feira do mês às 19h30. Com a perda de engajamento dos frequentadores, restaram aproximadamente 15 casais que ainda atendem às reuniões fixamente. Articulando-se com profissionais da área de psicologia e do direito que tratam de assuntos relacionados ao tema, atualmente o Adotchê realiza seus encontros com a intenção de

esclarecer as mais diversas dúvidas acerca do processo e do cenário adotivo da cidade. O diálogo com os órgãos públicos como o Ministério Público, facilitam a visibilidade pela sociedade Passo-Fundense e o mapeamento do perfil das crianças disponíveis para adoção, além de viabilizar uma nova plataforma para os serviços do grupo, que agora aplica oficinas realizadas pelo Fórum de Passo Fundo, obrigatórias à casais que começaram o processo de adoção.

### 1.1.2 Perfil da Organização

O Adotchê possui como missão a conscientização da sociedade civil acerca da adoção com fim de desconstruir alguns paradigmas do senso comum, além auxiliar os pais e futuros pais adotivos tanto em questões psicossociais quanto burocráticas. Isso visa diminuir o número de crianças abandonadas ou até mortas após o nascimento por seus progenitores.

A visão do grupo é dar visibilidade à temática da adoção e conscientizar a sociedade civil acerca da mesma. Os esforços também são focados em mães carentes para conscientizar que doar o bebê recém-nascido não é crime e que famílias adotivas não sintam que estão fazendo caridade, e sim construindo uma família.

Consolidados e guiados por seus princípios o Adotchê se posiciona a favor de “famílias unidas com as mais variadas formações, envolvidas e entrelaçadas por muito amor”.

### 1.1.3 Linhas de Serviços

O grupo Adotchê possui três linhas de serviço, estas citadas abaixo:

- **Serviço permanente:** Auxílio em âmbito burocrático e psicossocial de famílias que adotaram ou pretendem adotar um filho, além de elucidar as mazelas do processo de adoção aos casais participantes, por meio de cursos obrigatórios do processo adotivo e encontros mensais do grupo.

- **Serviço periódico:** Periodicamente o grupo presta auxílio financeiro às casas de acolhimento, o caixa é levantado por meio de eventos realizados na cidade, como por exemplo, mateadas e conversas públicas acerca da temática da adoção.

- **Pretensão de serviço:** Educação e conscientização não só daqueles que desejam ser pais adotivos, mas também dos sujeitos em situação de vulnerabilidade

social, que podem entregar seus filhos para a adoção, entretanto não tem acesso à políticas públicas adequadas à sua realidade devido ao descaso do estado.

#### 1.1.4 Estrutura da Organização

A estrutura da instituição configura-se nos seguintes cargos: presidência; vice-presidência; primeira e segunda secretarias; tesouraria. As funções e seus encarregados estão representadas no quadro abaixo:

Quadro 01: Estrutura do grupo

Presidente	Rogério Tirapelle
Vice Presidente	Fábio Scherer
1º Secretário	Fabiane Burlnogue
2º Secretário	Daniela Rossetto
1º Tesoureiro	Marlo Mendes
Comunicação	Fabiane, Daniela e Carla Furlaneto

Fonte: Autores

#### 1.1.5 Serviço

O Adotchê possui como principal característica de seu serviço, o auxílio à pais e futuros pais adotivos buscando elucidar o processo de adoção para seus frequentadores, para tanto, são realizados encontros mensais que contam com a participação de profissionais ligados à temática. Para além disso, o grupo compromete-se com o bem-estar e a estabilidade financeira das casas de acolhimento quando possível, realizando eventos para a arrecadação de verba.

Seus membros também relataram que pretendem viabilizar um processo de conscientização dos sujeitos em situação de vulnerabilidade social, principalmente as mães que poderiam vir a entregar seus filhos ao estado e acabam recorrendo à métodos de adoção ilegal.

### **1.1.6 Distribuição**

O Grupo de Apoio à Adoção Adotchê tem sua praça delimitada principalmente em Passo Fundo, entretanto existem diversos outros GAAD's a nível de Brasil que constituem uma rede com objetivos unificados.

A distribuição dos serviços do Adotchê na cidade de Passo Fundo se dá, no geral, de duas maneiras, são elas: a obrigatoriedade legal dos pais em processo adotivo de participarem de um curso formativo ministrado pelo grupo; a curiosidade e as dúvidas acerca da adoção por parte daqueles que estão analisando e/ou estão em processo ativo no Cadastro Nacional de Adoção (CNA). Aqueles que não têm o primeiro contato com o grupo pela imposição jurídica, o procuram a partir de indicações de instituições como o Ministério Público, a Universidade de Passo Fundo, ou até mesmo de civis que conhecem o GAAD Adotchê.

Os encontros mensais se dão em salas cedidas pela Faculdade de Medicina da UPF, cujo campus se encontra no centro de Passo Fundo, local facilmente acessível, entretanto é um lugar muito movimentado e o número das salas varia bastante conforme a disponibilidade, além disso existem algumas deficiências no processo de divulgação destes eventos, das quais trataremos mais adiante.

Esporadicamente em seus encontros, o grupo conta com o apoio de diversos profissionais ligados à temática da adoção, que participam diretamente de seus encontros, esclarecendo dúvidas e pontuando fatos.

### **1.1.7 Preço**

Por se tratar de uma iniciativa civil sem fins lucrativos, o Adotchê não cobra taxa alguma aos seus beneficiários. Porém, conforme surgem demandas não supridas das casas de acolhimento, o grupo procura auxiliá-las por meio de campanhas/eventos de arrecadação, como mateadas e aulas públicas que se dão geralmente em domingos nas praças mais movimentadas da cidade.

### **1.1.8 Comunicação**

O Adotchê possui uma identidade visual que é utilizada em materiais publicitários como vídeos, redes sociais (Facebook, Twitter, Tumblr e Instagram) e materiais impressos como camisetas e folders. O grupo possui contas em quatro redes sociais (quadro 01), utiliza o Facebook regularmente, no entanto, as contas no Twitter, Instagram

e Tumblr não recebem mais atualizações desde o ano de 2013, quando foi realizado o primeiro projeto experimental com o Adotchê.

O setor de comunicação do grupo conta com a ajuda de três integrantes. Carla Furlaneto é a responsável pelas relações públicas do grupo, ficando encarregada por conversar com pessoas interessadas em conhecer e/ou contribuir com o grupo e organizar os eventos realizados. Nas mídias sociais, Daniela e Fabiane - professora da Universidade de Passo Fundo e integrante sênior do grupo - mantém atualizada a página no Facebook, porém não possuem um cronograma de publicações ou um padrão visual para as mesmas.

Quadro 02 - Endereços eletrônicos do grupo

<b>Rede Social</b>	<b>Perfil</b>	<b>Seguidores</b>
Facebook	Adotchegrupo	1.473
Instagram	adotchegrupo	53
Tumblr	adotchegrupo	-
Twitter	GrupoAdotche	10
<b>Total</b>		<b>1.536</b>

Fonte: Autores

O grupo de apoio à adoção não possui site, por isso utiliza o Facebook para compartilhar informações e conteúdos relevantes para seus seguidores (figura 02), assim como mantê-los informados de quando ocorre as reuniões do Adotchê. A identidade visual da *fanpage* continua a mesma desde 2013, sendo necessária uma revitalização.

Figura 01: Publicação na página do Adotchê

Adotchê  
@AdotchêGrupo

Página inicial

- Sobre
- Fotos
- Eventos
- Publicações
- Comunidade

[Criar uma Página](#)

**Adotchê**  
25 de maio de 2017 · 🌐

ADOÇÃO NO BRASIL AINDA É UM PROCESSO COMPLICADO/  
THINKSTOCK

Ter um filho que, pode não ser gerado no ventre, mas com certeza o é NO CORAÇÃO. Esse é o sentimento que muitas pessoas descrevem ao falar de adoção. E hoje, 25 de maio, é uma data para refletir sobre o assunto, já que se comemora o DIA NACIONAL DA ADOÇÃO. Atualmente, no Brasil, há cerca de 38.541 PESSOAS PRETENDENTES A ADOTAR e 7.199 CRIANÇAS A SEREM ADOTADAS, no entanto, segundo um levantamento de 2016, somente 1.201 FORAM ADOTADAS NESSE ANO.

No Dia Nacional da Adoção, advogada esclarece questões frequentes - DaquiDali

Ter um filho que, pode não ser gerado no ventre, mas com certeza o é no coração. Esse é o sentimento que muitas pessoas descrevem ao falar de adoção. E hoje,...

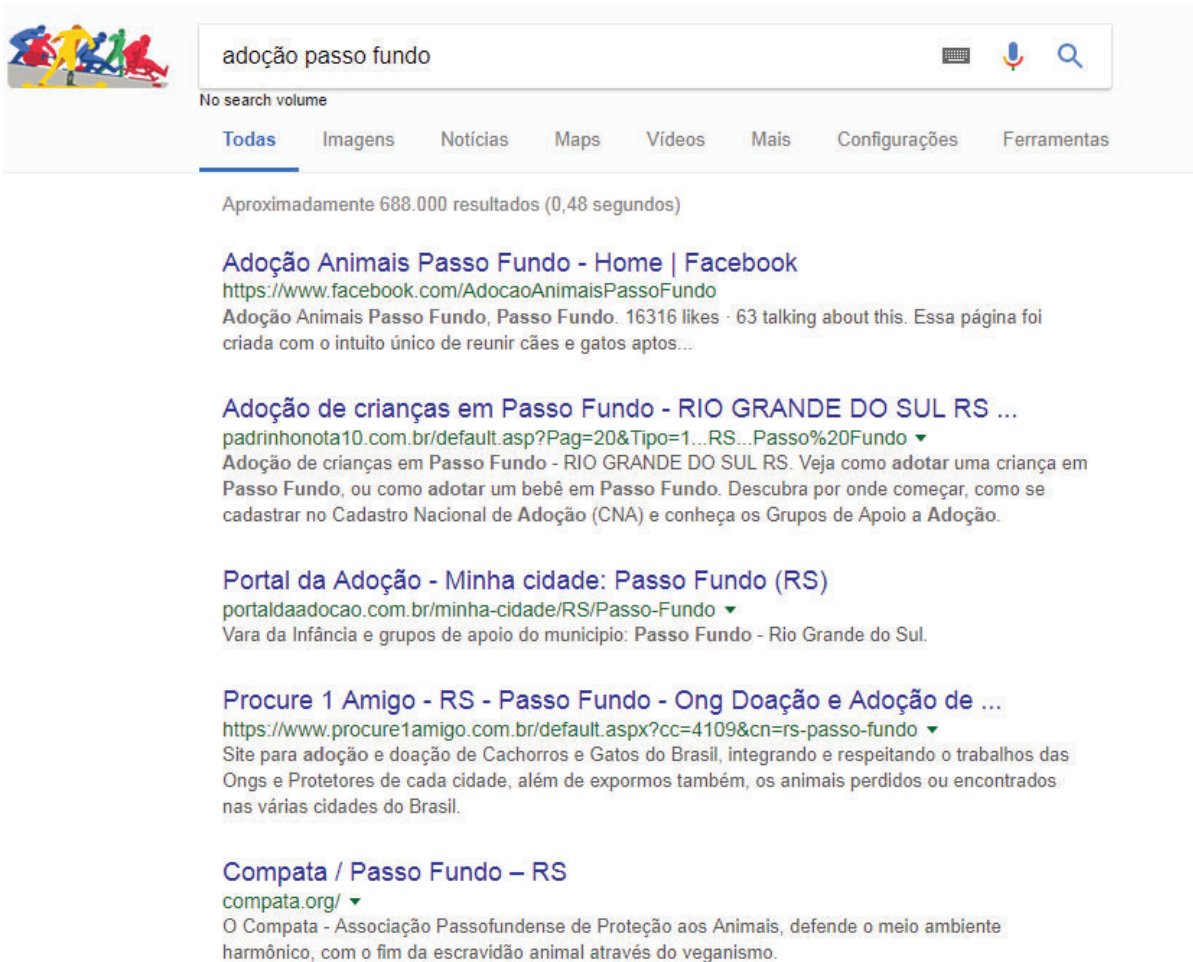
DAQUIDALI.COM.BR

👍 Curtir    💬 Comentar    ➦ Compartilhar    🌐

Fonte: Página do Adotchê no Facebook (2017)

Pesquisando o termo ‘adoção passo fundo’ no buscador do Google (figura 01), percebe-se que o Adotchê, tanto sua fanpage como outros materiais comunicacionais, não aparece na busca de forma orgânica. Dessa maneira, seria interessante que a marca pudesse otimizar os conteúdos que produz, podendo, assim, ser encontrada de forma mais simples pelo público-alvo.

Figura 02 - Pesquisa do termo no Google



adoção passo fundo

No search volume

Todas Imagens Notícias Maps Vídeos Mais Configurações Ferramentas

Aproximadamente 688.000 resultados (0,48 segundos)

**Adoção Animais Passo Fundo - Home | Facebook**  
<https://www.facebook.com/AdocaoAnimaisPassoFundo>  
 Adoção Animais Passo Fundo, Passo Fundo. 16316 likes · 63 talking about this. Essa página foi criada com o intuito único de reunir cães e gatos aptos...

**Adoção de crianças em Passo Fundo - RIO GRANDE DO SUL RS ...**  
[padrinhonota10.com.br/default.asp?Pag=20&Tipo=1...RS...Passo%20Fundo](http://padrinhonota10.com.br/default.asp?Pag=20&Tipo=1...RS...Passo%20Fundo) ▾  
 Adoção de crianças em Passo Fundo - RIO GRANDE DO SUL RS. Veja como adotar uma criança em Passo Fundo, ou como adotar um bebê em Passo Fundo. Descubra por onde começar, como se cadastrar no Cadastro Nacional de Adoção (CNA) e conheça os Grupos de Apoio a Adoção.

**Portal da Adoção - Minha cidade: Passo Fundo (RS)**  
[portaldaadocao.com.br/minha-cidade/RS/Passo-Fundo](http://portaldaadocao.com.br/minha-cidade/RS/Passo-Fundo) ▾  
 Vara da Infância e grupos de apoio do município: Passo Fundo - Rio Grande do Sul.

**Procure 1 Amigo - RS - Passo Fundo - Ong Doação e Adoção de ...**  
<https://www.procure1amigo.com.br/default.aspx?cc=4109&cn=rs-passo-fundo> ▾  
 Site para adoção e doação de Cachorros e Gatos do Brasil, integrando e respeitando o trabalhos das Ongs e Protetores de cada cidade, além de expormos também, os animais perdidos ou encontrados nas várias cidades do Brasil.

**Compata / Passo Fundo – RS**  
[compata.org/](http://compata.org/) ▾  
 O Compata - Associação Passofundense de Proteção aos Animais, defende o meio ambiente harmônico, com o fim da escravidão animal através do veganismo.

Fonte: Google (2018)

### 1.1.8.1. Diagnóstico Geral

A comunicação do Adotchê, em geral, é desatualizada e desorganizada. As publicações na *fanpage*, apesar de apresentarem conteúdos interessantes para o público, não possuem um formato capaz de chamar atenção e gerar engajamento, a falta de planejamento também compromete a qualidade da comunicação do grupo e as publicações não ocorrem com uma frequência significativa, prejudicando a lembrança da marca.

Quanto às demais redes sociais, Twitter, Instagram e Tumblr, é percebido que não há necessidade da presença do grupo nessas plataformas, considerando que seu público não pertence a elas.

É visto a necessidade da criação de um *website* e *blog* para que as informações mais importantes sobre o Adotchê possam ficar centralizadas e mais fácil de serem



encontradas nas buscas. Quanto ao *blog*, os assuntos que são tratados genericamente nas publicações do *Facebook* podem ser melhor explorados e explicados com mais profundidade.

### **1.1.9 Públicos da Instituição**

Os públicos que constituem o Adotchê abrangem homens e mulheres com desejo de adotar uma criança, residentes da cidade de Passo Fundo/RS, com média de idade de 35 anos, casados, inseridos no mercado de trabalho e estáveis financeiramente. O grupo também busca atingir pais que já adotaram para que possam continuar frequentando as reuniões do Adotchê e compartilhando suas experiências com os demais participantes.

Composto também por um público interno que conta com a cúpula diretiva do grupo, todos estes que já passaram pelo processo da adoção, e seus frequentadores que podem já terem passado pelo processo ou não. Composto apenas reuniões específicas, o grupo conta com profissionais especializados nas mais diversas áreas que tem relação com o processo de adoção, estes que atuam de forma voluntária na transmissão de informações para os frequentadores.

O poder público e o fórum da cidade também são englobados ao público do Adotchê, visto que o grupo é reconhecido frente ao poder público e atua ativamente em cursos de formação obrigatórios oferecidos pelo fórum aos futuros pais adotivos.

As casas de acolhimento na cidade de Passo Fundo são também parte do público do grupo, que realiza doações a fim de proporcionar uma vida mais confortável as crianças que estão no aguardo por uma família. O Adotchê também visa alcançar as mulheres de classes mais carentes que querem entregar seus filhos à adoção, levando informação e fazendo com que as mães que tenham interesse em entregar uma criança para adoção saibam como proceder de forma legal.

### **1.1.10 Objetivos**

#### **a. Objetivos Organizacionais:**

O Adotchê tem como propósito auxiliar o maior número possível de pessoas que têm a intenção de adotar uma criança, bem como fazer com que os pais que já adotaram continuem frequentando o grupo para que possam trocar experiências com os

outros participantes. O grupo também visa desmistificar a adoção em âmbito geral, fazendo com que seja mais bem vista na sociedade. Ainda, tem como objetivo fornecer informações para mães de classes mais carentes que têm interesse em entregar seus filhos à adoção e diminuir ao máximo o número de crianças abandonadas ou mortas, assim como diminuir o número de adoções ilegais.

#### **b. Objetivos de Marketing:**

Os objetivos de marketing do grupo, com visão de médio a longo prazo, ficam assim definidos:

- Ampliar em 50% os frequentadores assíduos do grupo;
- Aumentar em 80% os pais atendidos pelo grupo;
- Ampliar o número de profissionais engajados com o grupo;
- Diminuir em 90% as adoções ilegais em Passo Fundo;
- Arrecadar mais fundos para casas de acolhimento;

### **1.2 Micro e Macroambiente da Instituição**

Na presente seção será abordado o micro e macroambiente em que o Adotchê está inserido, objetivando conhecer e entender a visão dos participantes do grupo, assim como dos outros públicos que compreendem o grupo.

#### **1.2.1 Pesquisa em dados primários**

Nesta etapa, serão apresentados os dados recolhidos através de pesquisa feita pelos integrantes do grupo, a fim de conhecer a percepção do público com relação ao grupo Adotchê.

##### **a) Investigação junto aos públicos da organização**

Com o objetivo de captar o perfil dos integrantes do Adotchê e compreender a percepção que estes têm sobre o grupo, foi aplicada uma pesquisa de característica exploratória entre os fundadores e participantes do grupo, sendo desenvolvido um questionário com perguntas, de abordagem qualitativa e quantitativa, sobre as características do público participante e a visão que estes têm sobre adoção e sobre o Adotchê. Será apresentado nesta seção uma síntese das informações reunidas com as respostas obtidas.

O questionário foi aplicado durante os dias 22 e 23 de março de 2018, de forma online, através do *Google Forms*. No total, o questionário foi respondido por 16

peças aleatoriamente, sem diferença de sexo. Das 16 pessoas que participaram da pesquisa, 94% residem na cidade de Passo Fundo e os outros 6% em Marau.

A amostra compreende homens e mulheres, com idade entre 31 e 55 anos, sendo de 31 a 40 anos a faixa etária predominante. Das 16 pessoas participantes, apenas 03 (19%) ainda estudam e todas elas trabalham em diferentes áreas, como em setor administrativo, farmácia, advocacia, fisioterapia, arteterapia, atendimento, contabilidade, entre outros. A maioria das pessoas que responderam o questionário já tem filhos, representando 56% da amostra.

Ao serem questionados sobre qual a primeira palavra que lhes vêm em mente quando ouvem falar sobre adoção, 81% dos participantes responderam 'amor', 01 participante também respondeu 'crianças' e outros 02 responderam 'família'. Ao mostrar-lhes a foto de uma mãe abraçando uma criança adotiva, foi questionado qual emoção aquela imagem transmitia a eles, as respostas variaram entre: afeto, alegria, amor, carinho, emoção, felicidade, família, proteção e realização.

Quando perguntados sobre o motivo que fez com que eles decidiram adotar uma criança, 56% da amostra respondeu que era pelo desejo de constituir ou aumentar a família, 38% disseram que era por que não podiam ter filhos e outros 6% responderam que era por amor. Ao decidirem adotar uma criança, 37,5% dos participantes primeiro buscaram informações na internet, outros 37,5% entraram em contato com o Fórum de sua cidade, 12,5% procuraram encontrar pessoas com o mesmo interesse para conversar sobre o assunto, o restante da amostra primeiramente entrou em contato com um advogado. Das 16 pessoas entrevistadas, 50% delas demonstraram interesse em adotar uma criança com mais de 03 anos de idade, 43,8% responderam que talvez adotariam e 6,3% respondeu que não adotaria. Da mesma forma, foram questionados se teriam interesse em adotar uma criança com algum tipo de problema ou doença, 62,5% das pessoas responderam que talvez adotariam, 31,3% responderam que não e 6,3% respondeu que adotaria.

Na seção seguinte, as perguntas foram relacionadas ao Adotchê e os participantes foram questionados sobre como conheceram o grupo. A maioria (37,5%) respondeu que conheceu o grupo através do curso oferecido pelo Fórum às pessoas que demonstram interesse em adotar, 31,3% dos participantes disse que conheceu o grupo por meio das redes sociais, 12,5% receberam indicação de amigos ou familiares e o restante esteve presente desde a fundação do grupo.

Os participantes do grupo percebem o Adotchê como um ambiente de apoio que esclarece dúvidas sobre adoção. O grupo também é visto como algo muito importante mas que ainda está em desenvolvimento. Os respondentes acreditam que o Adotchê os auxiliam no esclarecimento de dúvidas, no conhecimento que o grupo agrega sobre o processo de adoção, com apoio e compartilhamento de experiências.

Ao serem questionados sobre a importância do Adotchê para a cidade de Passo Fundo, em uma escala de 1 a 5, 81% dos participantes deram nota máxima e os outros 19% responderam '4'. Os participantes acreditam que o que os faz participar das reuniões do grupo é o conhecimento que eles adquirem sobre o assunto, o apoio oferecido, a amizade e as trocas de experiências, mas acreditam que o grupo poderia tornar a experiência dos participantes melhor se participasse ativamente da comunidade, fornecesse mais informações sobre a fila de adoção, oferecesse serviço psicológico, tivesse mais envolvimento com os órgãos públicos, tivesse uma estrutura física, tivesse mais empenho na realização dos projetos e investisse em publicidade. Ainda, dos 16 respondentes, quando perguntados sobre o que o Adotchê precisa fazer para conseguir levar mais pessoas ao grupo, 11 (73,3%) acreditam que é necessário ter mais divulgação na cidade de Passo Fundo, 06 (40%) acreditam que é importante realizar mais eventos junto à sociedade e 04 (26,7%) acredita que o grupo precisa ser mais presente nas redes sociais.

#### **b) Investigação junto aos públicos de interesse:**

Posteriormente ao mapeamento da percepção interna da instituição, realizaram-se duas pesquisas de caráter qualitativo com fim de abranger alguns públicos de interesse da instituição, sendo uma destas pesquisas um Grupo Focal com 7 jovens de classe média alta, com idade entre 18 e 30 anos, residentes em Passo Fundo e possíveis pais adotivos no futuro. A segunda pesquisa se deu com mulheres residentes em ocupações da cidade e que vivem em situação de vulnerabilidade social.

- **Grupo Focal:**

O Grupo Focal ocorreu no dia 20/03/2018, nas dependências da Faculdade de Medicina da Universidade de Passo Fundo (FAMED/UPF). Foram convidadas 5 pessoas com variação de idade de 20 a 30 anos (convidados através de uma rede social). Dentre os participantes, 60% estudam e/ou trabalham.

Antes da chegada ao clímax da conversa, debatemos sobre temas importantes para sociedade em um geral, com fim de ambientalizar os pesquisados. Afim de entendê-los também virtualmente, questionamos sobre as redes sociais usadas, dentro delas as com mais usuários e conceitos positivos foram o WhatsApp o Instagram, em segundo plano cita-se o Facebook, mas com a seguinte frase “ele já está morrendo”.

Moradores de Passo Fundo, todos afirmam não gostarem da cidade, reclamam da sua mobilidade e trânsito. Ao frequentar lugares públicos, cita-se parques como a gare e independência. Ao conversarmos sobre política, nenhum deles citou partidos, mas todos falaram negativamente da atual polarização, falta de compreensão e entendimento sobre o assunto, citado pelas mulheres a falta representatividade. Quando explorado o assunto fé, todos creem que precisamos de algo para nos aparar, apenas uma pessoa cita Deus, as outra citam energias, astrologia dentre outros, nenhum dos participantes citou uma religião específica. Afunilando o assunto, chegamos a família, todos do grupo a compreendem como base, porto seguro e recurso, sobre o futuro, involuntariamente apenas um participante disse que pretende adotar uma criança e 80% comentam que pretendem ter filhos. Comentado que pets também fazem parte da família e muito bem quista adoção animal. Já adoção de crianças, tiveram um receio em começar a falar.

Feito um pequeno intervalo, e na volta foram questionados sobre o Adotchê, então ouvimos frases como: “é algo aqui do RS?” “é de adoção de criança ou animais”. Apenas um dos integrantes sabia que o grupo estava ligado a adoção de crianças, mas o mesmo achava que era um grupo que fornecia amparo as casas de acolhimento e incentivava programas como padrinhos e família acolhedora.

Antes de revelarmos o verdadeiro intuito do Adotchê, os participantes foram questionados se existia algum tipo de grupo de apoio a adoção em Passo Fundo ou na região, e nenhum dos integrantes tinha conhecimento. Ao conversar sobre o tema, muito colocado pelos participantes a ineficiência do Estado em função a adoção, comentando que por muitas vezes o Estado acaba dificultando mais do que ajudando, sendo que alguns não sabiam que não é crime entregar a criança ao Estado. A adoção ilegal é vista como um meio mais fácil, rápido e com menos sofrimento para ambos os lados. Dos participantes, 80% afirmou que adotaria, dentre eles um disse que cogitaria adoção “à brasileira”, dependendo do cenário.

Todos os participantes possuem adoções na família, e todas as citadas foram “à brasileira”. Eles acreditam que a principal fonte de preconceito está pela parte da escola, “as crianças fazendo bullying” (fala de um pesquisado/professor), outro participante do grupo por ter um irmão adotivo diz, “sempre tem preconceito na família, principalmente dos mais distantes, com aquela coisa ‘ah nunca vai ser igual, não é de sangue’”. Todos entraram em consenso que a adoção é vista como um tabu e pouco divulgada na mídia, e quando divulgada é de maneira errônea.

Quando questionados o que mais os assusta no processo de adoção todos falam da burocracia e palavras deles, “será que o estado vai me achar apto a ter um filho?”. Concluímos questionando se a adoção é vista como caridade por eles, e obtivemos a seguinte resposta, “nunca pode ser dito isso, a adoção não é nenhum ato de caridade, e sim de humanismo, onde um ser humano reconhece o outro como seu filho”.

- **Entrevista com mulheres em situação de vulnerabilidade social:**

A pesquisa foi realizada no bairro Valinhos, região periférica de Passo Fundo/RS. Segundo a escola municipal local, o bairro conta com uma média de 6 mil moradores, destes 66,6% estão passando por necessidades sociais mais acentuadas.

Oito mulheres do bairro foram entrevistadas, duas delas que não entraram nessa métrica citada acima, e as outras 6 estão em situação de vulnerabilidade social. Para realizarmos a conversa a diretora da escola municipal do bairro nos acompanhou, visto que já é reconhecida pelos moradores e convive com a comunidade há 10 anos.

Como ponto de partida buscou-se conhecer o entorno onde estão inseridas. Das entrevistadas ficamos entre uma faixa etária de 30 a 40 anos, todas com dois filhos ou mais. O grau de escolaridade encontra-se na faixa da 5ª série, apenas uma das entrevistadas foge à regra, e possui ensino médio incompleto. Esta mulher que é exceção é a única que possui trabalho, mesmo que informal, é diarista, as outras migram de desempregada a catadoras. Com famílias grandes e uma média de 5 pessoas casa, a renda familiar segue entorno de 800 reais, apenas 25% delas possuem renda acima a dois salários, e uma delas, a qual cria 3 filhos e um neto não possui renda nenhuma, nem participa de programas sociais. As gestações ocorrem muito precocemente, onde podemos notar que a maioria das mulheres na faixa dos 30 anos já são avós.

Introduzimos então na conversa nosso tema, adoção. Quando questionadas sobre adoção, muitas delas confundiam a palavra com doação, por ser uma expressão muito utilizadas por elas. Quando entendido que a palavra em si era adoção, em sua maioria compreendem que “pessoas boas com recursos, que estão fazendo caridade as que não tem condições”, grande parte comenta que é “o melhor para a criança”, que está então vai ser bem cuidada e terá mais oportunidades, uma visão positiva sobre o tema. Já quando invertemos o ponto de vista e as questionamos sobre as mães que entregam a adoção, tivemos uma reação bem negativa, onde ouvimos frases como “mães sem coração” “por que fez então” “era só ter se cuidado”, e 75% delas disseram que mesmo em caso de muita necessidade não fariam isso (as de menor renda responderam assim), e quem em últimos casos daria a criança a alguém, mas nunca a adoção. Em contrapartida, através da diretora da escola local, obtivemos a informação que a maioria das que foram contra já entregaram seus filhos a alguém da família.

Quando questionadas 75% delas não sabiam que entregar a criação ao estado é um meio legal, e não considerado crime. Uma das mulheres, esta que sim tinha essa informação, nos relatou uma história a qual ela pensa ser o motivo pelo qual as mães não deixam sua criança no hospital, “[...] quando minha filha de 15 anos foi ganhar seu bebê, ela foi muito julgada e maltratada pela equipe do hospital, por ter pouca idade e pouco dinheiro. Diziam coisa para ela como ‘abriu as pernas agora fecha a boca’, então penso que por serem tratadas assim as mulheres que tinham pensado em doar a criança acabam por temerem ao hospital e preferem entregar para pessoas de fora”. Concluindo nosso estudo, pedimos as mulheres se conheciam alguém que tinha entregado ou adotado uma criança, podemos perceber que de todos os casos citados, todas as adoções foram do modo “à brasileira”.

Para complementar a pesquisa entrevistamos o médico responsável pela Unidade Básica de Saúde (UBS) do bairro. Nos situando no bairro ele comenta que, é um lugar muito pobre com muitas drogas e violência, que inclusive seu carro já foi roubado em frente ao posto de saúde. Comenta que os maiores problemas do bairro e as mães “problemas” estão nas ocupações, sendo que a maioria dos ocupantes são nordestinos que vieram para o sul em busca de uma vida melhor e acabaram caindo a está realidade. Nos relatou também, que a maioria das gestantes procuram o posto para o acompanhamento da gravidez e que entorno de 80% delas ficam com os bebês, relata casos de crianças gravidas aos 12 anos e um caso de uma mãe que aos 16 anos havia ganho seu 4º filho.

Informa que casais vão até lá procurar bebês e nos cita casos se adoção “à brasileira”, mesmo se posicionando totalmente contra, reconhece que ocorre. O médico diz que, quando os profissionais do Programa de Saúde Federal (PSF) percebem que não há interesse da mãe com a criança, a equipe explica sobre adoção e meios legais, e se por vontade da mãe, ela é encaminhada a assistência social. Atualmente existem 40 gestantes cadastradas no psf da Valinhos.

Ao longo de toda pesquisa recebemos o amparo da diretora da escola, esta que nos passou dados sobre o bairro e a comunidade. Um bairro muito carente em todos os âmbitos, com muitas drogadictas e prostituição incentivada pelas mães. Existem vários casos de crianças abusadas dentro de suas próprias casa, em maioria pelo padrasto, mães que renegam os filhos por causa de um novo parceiro, a diretora nos relata um caso “[...] o padrasto da Duda não aceita ela, e a mãe fica do lado dele, chegou ao ponto da mãe fazer um puxadinho de 2x2m ao lado da casa pra menina de 10 anos morar sozinha”, estes casos todos a escola investiga e denuncia ao conselho tutelar, mas infelizmente é o máximo que pode ser feito legalmente. Relata também que, o formato das famílias foge muito ao tradicional, são constituídas por um casal, onde cada parceiro agrega à relação filhos de relacionamentos passados e acabam gerando mais novos filhos no atual relacionamento, estes que acabam sendo criados todos juntos, ou doados a familiares. Quase toda família possui pelo menos um integrante preso e várias crianças dizendo que quando crescerem querem vender drogas. Terminamos nossa pesquisa com as palavras da diretora “apesar de tudo que passam as crianças daqui tem coração bom e são muito carinhosas”.

### **1.2.2 Concorrência (Referência)**

Nesta seção o leitor encontrará informações e análises acerca de instituições semelhantes ao GAAD Adotchê.

O Adotchê tem sua principal atuação em Passo Fundo, porém está sempre de portas abertas para receber pessoas de toda a região, auxiliando e buscando ajuda-las no que for possível.

Como falado anteriormente no item 1.1.2 o grupo possui como missão a conscientização da sociedade civil acerca da adoção com fim de desconstruir alguns paradigmas do senso comum, além auxiliar os pais e futuros pais adotivos tanto em



questões psicossociais quanto burocráticas. Os esforços também são focados em mães carentes para conscientizar que doar o bebê recém-nascido não é crime e que famílias adotivas não sintam que estão fazendo caridade, e sim construindo uma família.

Levando em conta os serviços prestados pelo grupo Adotchê, não se pode dizer que existem concorrentes, mas sim parceiros que realizam o mesmo tipo de serviço no estado, como por exemplo nas cidades de Gravataí com o grupo ELO – Organização e Apoio à Adoção e em Porto Alegre com o Instituto Amigos de Lucas.

### **1.2.2.1 ELO: Organização de Apoio a Adoção**

A Associação Civil, “ELO”, constituída em 01/05/2016, sob a forma de associação, de acordo com o Código Civil Brasileiro (artigo 44, I, da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002), qualificada como pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos e localiza-se na cidade de Gravataí no Rio Grande do Sul.

As principais finalidades do grupo ELO são:

- Promoção dos direitos da criança e do adolescente;
- Promoção especialmente do direito a convivência familiar e comunitária;
- Promoção, divulgação e o fomento da reintegração familiar de crianças e adolescentes através da adoção;
- Promoção da valorização do convívio familiar e da proteção família;
- Promoção de assistência social;
- Promoção da ética, da paz, da cidadania, dos direitos humanos, da democracia e de outros valores universais;
- Promoção do efetivo estabelecimento da rede de proteção social integral;
- A pesquisa, a educação, o ensino e o desenvolvimento institucional, científico e tecnológico de interesse público, bem como sua divulgação e multiplicação para sociedade;

- Desenvolvimento de projetos sociais que fortaleçam a família e protejam a criança e o adolescente.
- Promoção da integração da comunidade e dos beneficiários em ações de interesse mútuos que promovam o desenvolvimento social integral;
- Promoção dos direitos e valores humanos;
- Promoção da educação em valores humanos e princípios sociais, de forma complementar as escolas, valorizando as manifestações lúdicas;
- Promoção da cultura em suas várias manifestações;
- Promoção do voluntariado;
- A experimentação, não lucrativa, de novos modelos sócio produtivos e de sistemas alternativos de produção, comércio, emprego e crédito.

Os encontros são sempre na última sexta-feira de cada mês, na CESUCA em Cachoeirinha - RS para a troca de experiências através de reuniões dinâmicas e sempre com temas pertinentes do mundo da adoção. O Grupo é coordenado pela Psicóloga Márcia Franco, e conta com intervenções dos estagiários da Instituição. Sempre no final de cada encontro, o próprio grupo escolhe o tema da próxima reunião. A intenção do grupo é acolher e ouvir todos pontos de vista e é livre para todos públicos.

Dentre as atividades que o grupo realiza, estão à busca ativa e o apadrinhamento afetivo, a busca ativa é feita segundo os princípios e regras sugeridas pela ANGAAD - Associação Nacional dos Grupos de Apoio à Adoção, ela consiste no cruzamento dos dados dos habilitados participantes do ELO com os das crianças que necessitam de adoções necessárias. Será adoção necessária aquela de crianças maiores de 7 anos, grupos de 3 ou mais irmãos de qualquer idade, crianças com deficiências físicas e/ou mentais. Crianças pequeninas, sozinhas e saudáveis não precisam da busca ativa pois as equipes técnicas das Varas da Infância e Juventude aconselhem adotantes no seu próprio cadastro local. A busca ativa só é feita para crianças e adolescentes que não encontram adotantes em suas próprias comarcas. A busca ativa depende da solicitação ou aceitação da sua prática pelas Varas da Infância e Juventude responsável pelas crianças e adolescentes que necessitam de pais. Já o apadrinhamento afetivo, tem como objetivos promover a garantia do direito a convivência familiar e comunitária, conforme o que

prevê o art. 4º do Estatuto da Criança e Adolescente (ECA); Proporcionar a vinculação de crianças e adolescentes com um grupo familiar; O projeto oportuniza as crianças e adolescentes vínculos afetivos que possam ser suporte futuro na perspectiva de seu desligamento ao completar maioridade.

Na *fanpage* do Facebook, pode-se perceber que eles movimentam bastante com postagens sobre o assunto e fotos das reuniões e atividades do grupo, uma das características positivas da organização são os eventos e reuniões que eles produzem para conversar sobre adoção em outras cidades. O grupo pode ser encontrado no Facebook ([facebook.com/eloadocao](https://facebook.com/eloadocao)), Twitter (@EloAdocao), Instagram ([instagram.com/eloadocao](https://instagram.com/eloadocao)), e também possui um e-mail pra contato ([elo.adocao@gmail.com](mailto:elo.adocao@gmail.com)).

Sua *fanpage* no Facebook conta com 3.150 curtidas, com pouca atividade na rede social, a página conta com uma média de 2 a 3 postagens semanais, postagens que em sua maioria são fotos das reuniões que a ONG realiza e de pessoas importantes que farão presença nas reuniões para falar sobre algum tema em específico.

Suas publicações giram em uma média de reações de 10 a 30 em sua maioria, poucas são as publicações a alcançar um grande número de reações e pessoas, analisadas as publicações do mês de março de 2018, foram duas as publicações a alcançarem um “grande número” de curtidas/reações, por grande número, definimos acima de 100 curtidas, já que a média da página é bem abaixo disso. As publicações são as seguintes:

Pode-se perceber que entre as publicações mais curtidas do mês de março de 2018, uma delas é sobre uma manchete de um site/jornal sobre desistências das adoções, e a outra é sobre um evento que visa falar sobre as práticas de apadrinhamento afetivo.

Uma das características positivas da organização são os eventos e reuniões que eles produzem para conversar sobre adoção em outras cidades.

Quanto à questão dos compartilhamentos e comentários, a interação é muito pequena, compartilhamentos quase não acontecem nas publicações da *fanpage* e os comentários são, em sua maioria, pessoas marcando outras ou perguntando sobre localização dos eventos, poucos são os comentários de interação com a página.

Uma das coisas mais interessantes que se pode ver na fanpage é que eles falam bastante sobre o apadrinhamento afetivo e sobre adoção de crianças acima dos 5 anos, que já são consideradas crianças “em zona de risco”, pois essas, dificilmente são adotadas após essa idade.

No geral, ainda é uma *fanpage* pequena, com pouco alcance e mal administrada, ou pelo menos mal divulgada, a ong não investe em patrocínios em suas postagens justamente pelo fato de ser uma organização sem fins lucrativos, logo, sem poder fazer investimentos, pelo menos na parte de redes sociais.

### **1.2.2.2 Instituto Amigos do Lucas**

O Instituto Amigos do Lucas foi constituído em outubro de 1998, localiza-se na cidade de Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul. É uma organização não-governamental que trabalha na prevenção ao abandono, seus participantes trabalham voluntariamente para divulgar a nova cultura de adoção, prevenir o abandono, preparar adotantes e acompanhar pais adotivos no pós-adoção, auxiliar na reintegração familiar, conscientizar a sociedade sobre a legitimidade de a família adotiva e principalmente auxiliar na busca ativa de famílias para adoção de crianças fora do perfil comumente desejado pelos adotantes. Também lutam por adoções legais e seguras, pela garantia do direito a família para todas as crianças e adolescentes, entre outras coisas, e assim como o grupo ELO, buscam também pelo apadrinhamento afetivo.

O grupo realiza reuniões mensais para abordar os assuntos relacionados à adoção, as reuniões acontecem na Faculdade Dom Bosco de Porto Alegre. Assim como o grupo ELO, o Instituto Amigos de Lucas é ativo no Facebook, busca sempre que possível interagir e responder os comentários das pessoas, e trazem bastante posts de assuntos relacionados a adoção, adoção tardia, apadrinhamento, entre outros.

O grupo pode ser encontrado no Facebook ([facebook.com/amigosdelucas/](https://facebook.com/amigosdelucas/)), Twitter (@amigosdelucas), pelo telefone (51) 99562-0379 e também possui um e-mail pra contato ([presidencia@amigosdelucas.org.br](mailto:presidencia@amigosdelucas.org.br)), sua fanpage no facebook conta com 6.547 curtidas, mais do que o dobro da ONG ELO, porém, ainda assim com pouca atividade na rede social, analisados os últimos 3 meses de postagens no facebook (Jan-

Março2018), podemos perceber que haviam pouco mais do que 20 posts, em sua maioria derivados a páginas e sites externos em que o assunto principal é o tema adoção.

Quanto à divulgação dos trabalhos e/ou reuniões do instituto, as postagens são poucas, e carecem de mais informação sobre os assuntos

A média de curtidas/reações nas postagens fica em torno de 30 a 60, com pouquíssima interação nos comentários, e poucos compartilhamentos também, as publicações que ganham compartilhamentos são basicamente as dos eventos que o instituto realiza.

Uma das postagens que chama atenção e que, na análise trimestral tem um grande número de curtidas (levando em conta a quantidade média da *fanpage*), post esse que fala sobre abandono infantil e motivos de crianças irem para abrigos, é uma que fala sobre o abandono infantil, ou porque as crianças acabam indo para abrigos.

Além disso também compartilham fotos que são feitas nos eventos promovidos pelo instituto, dentre algumas outras coisas.

Em geral é uma página com pouca interação com o público, e pela quantidade de curtidas deveria ter um maior alcance orgânico nas publicações, assim como a ONG ELO, falta uma boa administração na rede social, assim como interação com o público, mas que também, provavelmente por ser uma instituição sem fins lucrativos não possuem verba para patrocinar suas publicações.

### **1.2.3 Análise Macroambiental**

Aqui o leitor encontrará uma leitura sobre o macroambiente relativo ao Adotchê.

#### **a) Seu funcionamento e sua sazonalidade**

O Adotchê localiza-se em Passo Fundo e, portanto, realiza sua atividade em sua maioria na própria cidade, mensalmente são efetuadas reuniões com o grupo para discussões sobre o assunto, em algumas dessas reuniões são convidados profissionais que podem ajudar de alguma forma os casais que estão passando pelo grupo em busca de adotar uma criança, desde assistentes sociais, psicólogos, advogados, entre outros.

Difícilmente realizam ações para arrecadação de doações e não promovem a venda de nenhum tipo de produto com a finalidade de arrecadar valores.

#### **b) Participação regional**

Na esfera de Passo Fundo, o Adotchê é a única ONG que ajuda na adoção de crianças e que ajuda com o “treinamento” de casais que querem adotar. Por ser uma organização relativamente nova, com 6 anos de atuação, ainda não possuem uma sede fixa, portanto, utilizam como “empréstimo” uma das salas da Faculdade de Medicina da Universidade de Passo Fundo, cujo campus localiza-se no centro da cidade, facilitando assim, o acesso das pessoas às reuniões e eventos. Ainda com poucos participantes e voluntários, seguem com uma quantia de mais ou menos 10 a 12 pessoas que frequentam as reuniões mensalmente. Por ser a única na cidade torna-se assim a mais importante organização de apoio a adoção em Passo Fundo.

#### **c) Volume de vendas ou prestação de serviços**

Os serviços prestados pelo Adotchê podem ser divididos em três “classificações”, primeiramente, a ajuda da organização com reuniões e cursos aos pais que querem adotar suas crianças, em segundo lugar, após a adoção, o Adotchê continua auxiliando os pais (que optarem por continuar indo) com os primeiros impactos na vida mediante a adoção e um tipo de “primeiros socorros” para os papais de primeira (ou não) viagem, e por último, o serviço prestado as casas de adoção, mais conhecida como os lares em que as crianças em processo de adoção se localizam, ajudando com doações de roupas, valores em dinheiro, e até mesmo móveis, eletros para a melhoria da condição de vida dessas crianças.

#### **d) Mercado de produtos similares**

Como o Adotchê é uma ONG que auxilia aos futuros papais na adoção de crianças em Passo Fundo, na cidade não existe nenhum concorrente com “produtos similares”, apenas quanto à adoção de animais, porém em cidades como Gravataí e Porto Alegre, existem respectivamente, instituições como a ELO – Organização de Apoio a Adoção e o Instituto Amigos do Lucas que oferecem serviços similares ao do Adotchê. A adoção infantil em um geral, ainda é vista como um tabu pela sociedade, alvo de preconceito, portanto, não possui “mercado” para abordagem do tema, logo, somente as

peças que realmente tem interesse em adotar que acabam descobrindo que o Adotchê existe, buscando assim, em sua maioria, ajuda com a organização.

### **1.3 Diagnóstico de Mercado**

#### **1.3.1 Análise SWOT**

Ao analisar o grupo de apoio Adotchê através da matriz SWOT, o grupo pôde perceber as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, onde as duas primeiras fazem referência ao ambiente interno, ou seja, o que está no controle do grupo, já as duas últimas são sobre o ambiente externo, onde analisasse a sociedade em âmbito geral que cerca o Adotchê

. Dentre as forças, foram identificados fatores como a localização onde ocorrem os encontros, seu tempo de mercado, o fato de todos os integrantes da diretoria já terem passado pelo processo de adoção e em principal, o fato dos integrantes serem bem receptivos e por ser o único grupo de apoio à adoção.

Já em relação às fraquezas do Adotchê, levanta-se pontos como a falta de unicidade em algumas opiniões de membros da diretoria, estes que passam uma ideia negativa aos novos frequentadores, pois o grupo como entidade acaba por não ter uma unicidade e foco. O grupo Adotchê possui uma fraca e não efetiva comunicação, por consequência acaba não sendo conhecido na cidade. Por fim, para a reunião do grupo nota-se que a pauta é muito aberta, faltando foco e direcionamento.

Considerou-se como oportunidades o crescimento da cidade de Passo Fundo e o desenvolvimento dos habitantes, onde estes estão tornando-se mais abertos a adoção. Considerada oportunidade também, as novas mídias sociais onde fornece um canal direto do grupo cá com seu público, o que o trará maior reconhecimento na cidade. Possuísse oportunidades de realização de eventos em novos espaços da cidade, tanto fechados quanto ao ar livre.

Como grande ameaça ao Adotchê é a burocracia que envolve o processo de adoção, fazendo com que futuros pais busquem métodos alternativos de adoção. Como ameaça em Passo Fundo ao grupo de apoio a adoção, percebe-se o fato de possuírem muitos casos de adoção a brasileira, estes que acabam se desviando dos propósitos do

grupo. A falta de informação da população relacionada ao tema adoção e por ser pouco falado na mídiac muitas vezes considerado um tabu, acaba por ameaçando também o Adotchê.

Na tabela a seguir, podemos ver os elemento da análise de forma mais sucista:

FORÇAS	FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Receptivos / compreensivos</li> <li>• Localização dos encontros (centro da cidade)</li> <li>• Todos os diretores com experiência no processo de adoção</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta se unicidade nas ideias da diretoria</li> <li>• Falta de foco no grupo</li> <li>• Falta de sede própria</li> <li>• Pouca divulgação/ comunicação</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crescimento da cidade</li> <li>• População com a mente mais aberta</li> <li>• Redes sociais para aproximação</li> <li>• Realização de eventos em espaços da cidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Burocracia</li> <li>• Muitos casos de adoção a brasileira</li> <li>• Falta de informação relacionada ao tema</li> <li>• Adoção tratada como tabu</li> </ul>

#### 1.4. Aporte Conceitual

Nesta secção o leitor encontrará um breve aporte conceitual acerca da temática da adoção, com fim de elucidar melhor o assunto do qual a campanha tratará: os grupos de apoio à adoção.

A adoção no Brasil ainda é um tabu, dado que a realidade jurídica brasileira está subordinada à um *ethos* moral excessivamente burocrático e conservador, afim de desmistificar a temática, existem Grupos de Apoio à Adoção espalhados por todo o território nacional, formados por pais adotivos, que pretendem adotar ou até mesmo ativistas da adoção.

Comin, Arnato e Santos (2006) relatam que há inúmeras fantasias e preconceitos permeando o processo de adoção, recorrentemente visto como algo delitivo,



que pode causar culpa, medo de represálias e até de perder a criança novamente para os pais biológicos. Os autores ainda dizem:

No processo de adoção ocorre um entrelaçamento do desejo da criança por uma família com o desejo de homens e mulheres em vivenciarem a paternidade e a maternidade. Compreender as motivações na busca de um filho, seja ele adotivo ou biológico, é importante, pois o lugar ocupado pelo mesmo no imaginário dos pais influirá nas relações entre ambos. (COMIN; ARNATO; SANTOS; 2006, p. 44).

Portanto, a atuação dos GAADs é deveras relevante no que tange a instrução dos possíveis pais adotivos, dado que a idealização do futuro filho influencia diretamente na construção do ambiente familiar em que o mesmo irá conviver. Os grupos de apoio surgem como um espaço privilegiado no sentido de oferecer suporte emocional, informativo e de orientação relativa à aspectos práticos do processo adotivo (COMIN; ARNATO; SANTOS; 2006, p. 48).

Sequeira e Stella (2014) comentam que para além dos aspectos sociais e políticos ligados à proteção da infância, existem os aspectos emocionais envolvidos na adoção, tanto por parte das crianças que sofrem o abrigamento e depois a destituição do poder familiar, quanto dos candidatos à adoção que são mobilizados por conteúdos e desejos inconscientes, nem sempre fáceis de lidar.

Ebrahim (2001) comenta que a divulgação e difusão das problemáticas relativas à adoção foram potencializadas através dos GAAD's e suas publicações, tanto acadêmicas quanto civis, otimizando assim o nível do debate no Brasil, entretanto o autor pontua que a finalidade atual é difundir uma espécie de cultura da adoção, afim de proporcionar um lar para crianças que não o têm, sem desvalorizá-las por condições de saúde, cor, gênero, raça e idade. Todavia, um dos maiores problemas da adoção no Brasil e que ela é comumente vista como solução para infertilidade, o que acarreta na procura massiva por bebês e desestimula a adoção tardia. Sequeira e Stella pontuam:

Com a experiência no grupo, os pretendentes podem ressignificar conflitos e afetos, trabalhar sentimentos e emoções despertados pelo processo de adoção, além de trocar vivências com outras pessoas que passam pela mesma situação, desmistificando alguns conteúdos, revendo preconceitos, o que contribui para alterar a diferença entre o perfil de crianças que os candidatos buscam com o perfil de crianças a serem adotadas. (SEQUEIRA; STELLA, 2014, p. 70)

A necessidade de trazer a discussão para um GAAD implica na existência de uma série de problemáticas que permeiam a adoção, desde o turbilhão de emoções

vivenciado por ambos os lados do processo, até o preconceito existente na sociedade brasileira.

Segundo Huber e Siqueira:

É preciso lidar com a adoção de forma acolhedora e livre de prejulgamentos e preconceitos, assumindo as peculiaridades desse processo de filiação, o que não representa ilegitimidade e problemas. Os desafios da parentalidade estão presentes na educação de filhos adotivos e biológicos, e a forma de enfrentamento é fundamental para a criança e sua família, exigindo muitas vezes a disponibilidade de apoio externo. Assim, a sociedade deve tomar ciência de que toda criança tem o direito de pertencer a um núcleo familiar, ser acolhida, amada, confortada e educada por uma família, independentemente dos laços de sangue e de sua herança genética. Somente assim, será possível garantir às crianças e aos adolescentes sem famílias o direito à convivência familiar e comunitária. (HUBER; SIQUEIRA, 2010, p. 214).

A missão do Adotchê está diretamente atrelada à superação dos desafios presentes na construção da relação parental, a esfera de apoio proporcionada pelo GAAD é uma grande potência no que tange o enfrentamento à falta de informação e o preconceito vivenciado pelos pais e filhos adotivos.

Reppold e Hutz (2003) dizem que a adoção pode ser definida como a criação de um relacionamento afiliativo que envolve diversos aspectos jurídicos, sociais e afetivos que naturalmente diferenciam-se da filiação biológica. Para as autoras, uma das problemáticas ligadas ao processo adotivo é a polarização e o julgamento moral sob aqueles que pretendem adotar:

Todavia, deve-se considerar que as motivações expressas pelos pais repercutem na representação que as pessoas têm sobre os adotantes. Em geral, a percepção social sobre o que leva os indivíduos a adotar uma criança ou um adolescente centra-se em dois pólos antagônicos: o altruísmo (comportamento pró-social que visa a atender as necessidades alheias em detrimento de benefícios ou interesses particulares) ou o hedonismo (busca da satisfação dos próprios desejos). Em vista disto, pode-se pensar que haveria uma relação entre as motivações para a parentalidade adotiva e algumas variáveis psicológicas dos pais, como o nível de reflexão social, a crença de atribuição de causalidade e a percepção de apoio social recebido. (REPPOLD; HUTZ, 2003, p. 26)

Tratando da temática da adoção ilegal, a autora Claudia Fonseca (2006) traz em seu artigo “Da circulação de crianças à adoção internacional: questões de pertencimento e posse”, uma reflexão antropológica acerca da circulação de crianças no Brasil. A autora comenta:

Assim, quando as crianças são vistas como bens alienáveis no circuito anônimo das ações altruístas, seria mais exato associar a adoção a uma lógica ocidental do consumo do que à do dom. Estes comentários nos trazem ao caso das mães brasileiras que descrevemos no início deste artigo. Seguindo a pista

descortinada por Strathern, sugiro que o acento posto, neste contexto, na perenidade dos laços consangüíneos não pode ser reduzida a simples celebração da biologia. Por trás deste apego ao vínculo consangüíneo, desvenda-se uma recusa de considerar os indivíduos como independentes de sua história social. Mulheres como Eliane podem representar a transferência de uma criança como um tipo de presente oferecido ao casal “que sempre sonhou em ter um filho”. Mas as implicações deste donativo vão muito além de suas intenções pessoais, tocando à própria natureza das relações sociais nesta sociedade. (FONSECA, 2006, p. 42).

A problemática da adoção ilegal transcende a simples operação de troca de bens, revela o *habitus*<sup>1</sup> da sociedade em que estamos inseridos e explicita uma série de outras problemáticas sociais. Ou seja, o fato do contingente de entregas ilegais estar “ilhado” nos bairros periféricos de Passo Fundo é fruto da maneira como as relações sociais são concebidas na cidade.

É importante pontuar que, ao dialogar com mulheres em situação de vulnerabilidade social, um dos públicos-alvo encontrados neste trabalho, não pretende-se resolver toda esta problemática, mas sim remediar a situação em que algumas delas se encontram, dentro das condições que a lei permite.

Além disso, pretende-se a partir deste trabalho, promover a construção de uma campanha institucional do Grupo de Apoio à Adoção Adotché, que combata os diversos preconceitos que permeiam a adoção a nível municipal.

---

<sup>1</sup> Conceito desenvolvido pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu. Consiste no modo de ser de um indivíduo ligado a um grupo social, que se relaciona esp. com a aparência física (roupa, atitude etc.).

## **2. PLANEJAMENTO DE CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO**

### **2.1 Diagnóstico inicial**

O Grupo de Apoio à Adoção Adotchê é uma organização civil que tem como missão conscientizar a comunidade de Passo Fundo e região acerca da problemática da adoção e facilitar o processo adotivo de possíveis pais adotivos.

O Adotchê funciona através de encontros mensais que acontecem no centro da cidade, em salas cedidas pela Universidade de Passo Fundo, dentro destes encontros as dúvidas dos novos integrantes são sanadas e há espaço para se compartilhar angústias e anseios acerca do processo adotivo. Além disso, esporadicamente, alguns profissionais ligados à temática da adoção participam da reunião com fim de torna-las mais objetivas, informativas e precisas.

Uma das grandes forças do GAAD é a influência de seus participantes, todos possuem curso superior e certa estabilidade financeira, o que implica em diversos contatos, rendendo calhaus nas mídias e, como dito anteriormente, apoio de profissionais ligados à adoção. Entretanto o grupo não possui nenhum fundo monetário e está sem recurso algum, fato que limitará os recursos à disponibilidade dos calhaus.

Atualmente o grupo anseia atingir três públicos distintos, sendo eles: os possíveis pais adotivos; as mulheres em situação de vulnerabilidade social (que podem vir à entregar seus filhos para a adoção); e, por fim, o público interno, com fim de aumentar o engajamento dos líderes e fidelizar os novos participantes.

Diagnosticou-se que as elaborações de um plano de comunicação, bem como de ações específicas de marketing digital, ofereceriam significativo auxílio na busca dos objetivos do GAAD Adotchê, melhorando e criando novas plataformas de diálogo com seus diferentes públicos, além de possibilitar uma maior visibilidade para o grupo.

### **2.2 Posicionamento atual de comunicação**

Frente a comunidade geral de Passo Fundo, o Adotchê não possui posicionamento claro. Através do método de grupo focal, com moradores da cidade, percebe-se que poucos tiveram contato com a palavra “Adotchê” e os que já tiveram esse primeiro contato, confundiram a organização com um grupo de adoção animal.

Entretanto o grupo atua socialmente ao lado de alguns órgãos públicos e profissionais ligados à causa da adoção, fato que constitui um forte posicionamento social, que precisa ser traduzido para seus públicos de interesse dialogicamente.

O público interno entende o Adotchê como uma instituição de apoio que esclarece dúvidas acerca da adoção e possibilita um espaço para o compartilhamento de experiências. Para além disso, todos os participantes do grupo acreditam fielmente em diversas potencialidades, dado que o grupo é formado por pessoas com certa influência social.

### 2.3 Público-alvo do projeto de comunicação

O público-alvo prioritário do projeto de comunicação são casais, residentes em Passo Fundo, em bairros de classe média e alta. Na faixa etária de 30 a 40 anos, já estáveis financeiramente, e como alto grau de escolaridade. Dentre os fatores, seu principal, o desejo por se tornar pais.

Persona público 01:

Quadro 03: Persona público 01


	<p>Jéssica Muniz, 36 anos, esteticista, proprietária da sua própria clínica, reside na cidade de Passo Fundo, ao lado de seu marido Roberto, engenheiro civil, possui sua casa própria no bairro Vera Cruz. Jéssica já é formada, possui estabilidade financeira, e uma vida tranquila. Gosta de animais e curtir os espaços verdes da cidade, como praças e parques, amante gastronômica também frequenta bons restaurantes ao lado de seu esposo. Já inserida no meio digital, ela gosta de compartilhar conteúdo com seus amigos e familiares por redes como o Facebook e o WhatsApp, apreciadora de conteúdo com qualidade, sempre busca ler artigos e atualizar-se em sites de assuntos do seu interesse. Jéssica tem o desejo de ser mãe, e crê que uma criança completaria sua felicidade, para ela adotar é um ato nobre, e sonha com seu tão esperado filho do coração.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Google Imagens (2018)

Em segundo lugar, a atenção será voltada às comunidades carentes da cidade, que vivenciam esta problemática de modo mais intenso. Nestes territórios buscaremos alcançar as mulheres em situação de vulnerabilidade social, com faixa etária entre 14 a 25 anos, baixo grau de escolaridade, carentes de orientação psicossocial, que por falta de conhecimento ou situações de abuso, tornam-se mães muito jovens e acabam não conseguindo criar seus filhos.

#### Persona público 02:

Quadro 04: Persona público 02

	<p>Gabriely da Silva, 20 anos, reside na cidade de Passo Fundo junto as ocupações do bairro Valinhos. Gabriely estudou apenas até o 4º ano, pois teve de trabalhar, seu nível de escolaridade é baixo e ela é analfabeta funcional. Ela foi abusada sexualmente na sua adolescência e cresceu na realidade periférica, sem sair muito de lá. Catadora e mãe de quatro filhos, de pais diferentes, sustenta a casa sozinha com apenas quinhentos reais por mês, dos seus filhos, apenas dois residem junto a ela, os outros, buscando pelo melhor para seus pequenos, a mãe acabou os doando ilegalmente a pessoas que ela crê que poderiam proporcionar uma vida melhor a eles. Sem instrução Gabriely acredita que entregar crianças para adoção ou mesmo deixa-las no hospital é crime, e que será mal vista por sua comunidade além de recriminada pelos funcionários da saúde pública.</p>
------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Google Imagens (2018)

Pensando internamente, em uma perspectiva de fidelização à causa do GAAD, o público-alvo terciário são os próprios integrantes do Adotchê. Esse público é composto pela cúpula diretiva e os frequentadores do grupo, homens e mulheres que são ou serão pais adotivos, tendo em média 35 anos, residentes de Passo Fundo, inseridos no mercado de trabalho e estáveis financeiramente.

## **2.4 Objetivo de comunicação**

Os objetivos de comunicação do grupo Adotchê são respectivamente:

- Ampliar a visibilidade do grupo junto à comunidade de Passo Fundo;
- Desmistificar e conscientizar a comunidade acerca da problemática da adoção;
- Aumentar o engajamento dos líderes e frequentadores do grupo.

Tais objetivos justificam-se respectivamente, na medida em que o grupo é pouco reconhecido pela comunidade passofundense; a falta de informação e conhecimento acerca da adoção potencializa pré-conceitos de senso comum; e o número de frequentadores, bem como o engajamento dos líderes, decaiu nos últimos anos.

## **2.5 Posicionamento pretendido de comunicação**

Como posicionamento pretendido, o grupo de apoio a adoção Adotchê, estima em ser conhecido pela comunidade como, “um grupo de apoio a adoção, comprometido com a desmistificação de preconceitos acerca da temática, reconhecido como referência na região de Passo Fundo, afim de auxiliar e facilitar o processo como um todo, buscando estar inserido em todas as etapas do mesmo”.

## **2.6 Verba de campanha**

A verba para concretização da campanha é inexistente, visto que o GAAD não possui caixa nem fonte de renda. Para que a campanha seja realizada, o seu custo de produção e valores que correspondem à agência serão inteiramente doados pelos acadêmicos do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade de Passo Fundo. Já para a veiculação dos rfc, os veículos elencados fornecerão calhau, dado que o Adotchê configura uma organização beneficente da cidade. Em relação à campanha educativa que contará com cartilhas para distribuição em Unidades Básicas de Saúde (UBS's) da cidade, por tratar-se de uma questão de saúde pública, espera-se que o poder público banque os valores de impressão.

Já para a impressão dos materiais institucionais e brindes, a cúpula diretiva do Adotchê irá se encarregar dos recursos, pensando que posteriormente os brindes virão a ser comercializados a fim de gerar lucro e construir um fundo monetário para a organização

## **2.7 Estratégias de comunicação**

As estratégias para o projeto de comunicação do Adotchê que se constituem como necessárias para alcançar o posicionamento pretendido são, respectivamente, uma campanha institucional efetiva com fim de tornar o GAAD mais visível e reconhecido por seu público primário; um planejamento marketing digital que dialogará com os diferentes públicos, gerando conteúdo online, suprimindo dúvidas e direcionando o público aos encontros do Adotchê; com finalidade de integrar e engajar a equipe diretiva com frequentadores, será realizado um plano de relacionamento junto ao público interno do GAAD; em âmbito macro, para conscientizar a população de Passo Fundo sobre a problemática da adoção, será desenvolvida uma campanha educativa sobre o tema, com o objetivo de diminuir os pré-conceitos.

## **2.8 Táticas de comunicação**

Afim de realizar tais estratégias, as seguintes táticas foram elaboradas.

Para a primeira estratégia, a “campanha institucional”, a identidade da marca será reformulada a partir da criação de um manual de identidade visual, contemplando as seguintes peças: logotipo, slogan, artigos promocionais (camiseta, boné, caneca, cuia, etc.), artigos institucionais (panfletos, adesivos, bloco de notas, etc.); um filme publicitário de 30’’ de cunho emocional para veiculação via calhau na RBS TV; finalmente será criado um spot publicitário de 30’’ para divulgação da marca Adotchê nas rádios que fornecerem calhau.

Para o planejamento de marketing digital será criado um website com fim de implantar conteúdos informativos acerca da adoção, caracterizando assim um canal personalizado para o GAAD, que traga consigo uma página com perguntas frequentes, histórico do grupo, artigos, depoimentos e demais materiais de interesse do público primário. Considera-se importante a exploração do Facebook enquanto rede social e catalisador dos públicos de interesse, afim de melhorar o relacionamento com o público



online. Para alimentar tal rede, serão realizadas duas publicações semanais, além de publicações extras seguindo o calendário de datas importantes para o grupo (calendário em anexo). A divulgação dos encontros e de eventos organizados pelo grupo, terá um período de 15 dias antecedentes e haverá convites que deverão ser disparados via Whatsapp com a ferramenta “Lista de Transmissão”.

A voz da marca, ou seja, a maneira como a mesma irá dialogar com seus públicos, será flexível à realidade de cada um, dado que a desigualdade social entre os possíveis pais adotivos e as possíveis mães biológicas em situação de vulnerabilidade social é eminente. Entretanto, pretende-se comover tais públicos a partir de uma comunicação afetuosa e dialógica, que esteja comprometida com os processos jurídicos da adoção, mas que também esteja ciente das angústias de cada grupo social.

Para o melhor relacionamento com o público interno, serão realizadas pré-reuniões, apenas para cúpula diretiva, a fim de resolver o problema citado anteriormente de discrepância de pensamentos frente aos frequentadores. Já a missão com os frequentadores é encantá-los, fazer com que passem a frequentar os encontros e sintam-se parte do grupo, para isso, será desenvolvida uma cartilha (tamanho A5) para novos integrantes explicando como o grupo trabalha, com dados e contatos importantes, e principalmente mostrando como o Adotchê fica feliz em recebê-los. Durante os encontros será inserida uma caixa para elogios, críticas e sugestões.

Para a campanha educativa, será realizado 1 spot publicitário de 45”, de cunho informativo acerca da problemática da adoção que serão veiculados na Rádio Uirapuru conforme calhau disponível. Elaborar-se-ão também cartilhas (tamanho A4 com dobra) com a finalidade de educar e desmistificar sobre adoção, as quais, por sua vez, serão distribuídas pelas unidades de saúde pública das comunidades carentes de Passo Fundo.

## **2.9 Plano de mídia**

Utilizada como meio básico para campanha institucional e meio complementar para informativa, a televisão é o meio com maior impacto entre as mídias, tanto pela cobertura do público-alvo quanto pelo alcance geográfico e, por consequência, gera renome para marcas menos reconhecidas, em situações semelhantes à do Adotchê.

As pesquisas do Mídia Dados (2018) apontam que 77% das pessoas assistem tv 07 dias na semana e que 47% assistem mais aos finais de semana, ficando no topo dos veículos mais assistidos as tv's abertas, liderando o grupo, a Rede Globo.

Ainda segundo o Mídia Dados (2018), os horários com mais telespectadores na região sul do país são liderados por 37,6% no período da noite, seguindo por 27,9% a tarde. Em relação ao sexo dos telespectadores, a tv aberta atinge 85% dos homens e 87% das mulheres. Em relação ao público prioritário da campanha, ou seja, pessoas de classes alta e média, a tv atinge 79,6% desse público, sendo 86,5% a faixa etária desejada. Já a classe E, público secundário, o veículo consegue atingir 89%, e a faixa etária desse público é atingida com 81,5%.

Como veículo para transmissão dos comerciais do Adotchê, tanto na campanha informativa quanto na institucional, será utilizada a RBS TV, afiliada da Rede Globo, e considerada o veículo com maior cobertura regional. Segundo o Mídia Kit da RBS TV (2018). Quantitativamente expressado em dados como; 92% dos gaúchos assistem à televisão pelo menos 5 dias por semana, 5,9 milhões de gaúchos passam pela RBS TV todos os dias; Relacionado ao público-alvo da campanha institucional, público prioritário, a RBS tem alcance em 59% das mulheres e 42% dos homens, atingindo em 27% a classe desejada e em relação a campanha informativa o veículo atinge em 19% a classe desejada.

Como meio básico para veiculação dos Spots publicitários relacionados à campanha educativa, será utilizado o rádio, já o mesmo meio apoiará a campanha institucional. Por ser um meio com alta frequência e um baixo custo, conseguir atrair a atenção do público quando o mesmo está em movimento e ser um agente de informação social. Segundo pesquisas, 35% das pessoas ouvem rádio 07 vezes por semana e 63% ouvem em aparelhos tradicionais, as emissoras da FM lideram as pesquisas com 79% dos ouvintes, sendo 58% de segunda a sexta (BRASIL, 2016).

O meio atinge 49% dos homens e 51% das mulheres. Chegando até o público prioritário da campanha institucional, em 10,6% em relação as classes sociais (A e B), relacionado a faixa etária atinge com 18,5%. Já entre o público secundário, correspondente a campanha educativa, o meio atinge em 22,6% a classe desejada, e em 15% da faixa etária (MÍDIA DADOS, 2018).

Para veiculação será utilizada a rádio Uirapuru, por ser “líder de audiência é uma referência em termos de Rádio no Rio Grande do Sul com casting de grande empatia e representatividade junto à comunidade” (RBS TV, 2018). A rádio atinge em 47% o público feminino e em 53% o masculino. Em relação ao público da campanha educativa, o veículo conversa com 82% da classe desejada (D e E) na estação AM e com 48% na FM, atingindo em 38% os analfabetos funcionais, já quanto a faixa etária do público-alvo a Uirapuru tem alcance em 61,5% na AM e 30% na FM. Em relação ao público da campanha institucional o veículo penetra em 76% da classe desejada na AM e na FM em 39%, já na questão etária o público é afeta em 61,5% na AM e 53% na FM (RBS TV, 2018).

As mídias digitais foram eleitas como meio básico para campanha institucional do Adotchê, visto que possuem baixo custo de produção e veiculação, grande alcance, alta segmentação, agilidade na troca de informação, possibilita a interatividade e a viralização de conteúdo em pouco tempo, sendo possível também métrica para avaliação de resultados. A penetração do meio ocorre em 68% dos homens e 67% das mulheres. Dentre o público-alvo dessa etapa da campanha, ou seja, o público prioritário, atinge em 88% das classes desejadas, 69,5% da faixa etária desejada (MÍDIA DADOS, 2018). Sendo que 88% está online em desktop e 65% em mobile, já 52% em hábitos de mídia se consideram “cuidadoso com o conteúdo que compartilho nas redes sociais”.

Com veículo para o planejamento de marketing digital, será utilizado o Facebook a fim de gerar tráfego para o website, entendendo que a rede social está inserida em 86% dos internautas brasileiros que possuem acesso à internet. Já para auxiliar a campanha junto ao público interno do Adotchê será utilizado o WhatsApp, pois a rede é a mais utilizada pelos brasileiros, atingindo em 91% da população com acesso à internet (CONNECTÁÍ, 2018).

Cash flow e cronogramas de veiculação para os meios rádio e televisão, em anexo.

## **2.10 Cronograma da campanha**

Planilha para acompanhamento das ações e veiculação dos materiais em anexo

## 2.11 Orçamentos

A seguir serão apresentadas projeções de valores embasados nas atuais tabelas comerciais. Os valores relacionados a pesquisa, criação de material e agência, serão de inteira doação do grupo de alunos realizadores do projeto, já valores relacionados a veiculação dos materiais, os veículos eleitos fornecerão calhau.

Valores relacionados a criação dos materiais:

<b>Material</b>	<b>Valor (em reais)</b>
Manual de marca	R\$ 2.000,00
Website (criação + hospedagem + domínio)	R\$ 2.000,00
Material para facebook	R\$ 500,00
Filme publicitário 01	R\$ 15.000,00
Spot 01	R\$ 800,00
Spot 02	R\$ 800,00
Conteúdo para o site 01	R\$ 150,00
Conteúdo para o site 02	R\$ 150,00
Conteúdo para o site 03	R\$ 150,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 21.550,00</b>

Pesquisa junto ao público	R\$ 1.000,00
---------------------------	--------------

Valores relacionados a veiculação dos materiais, lembrando que haverá calhau dos veículos eleitos, RBS Tv e Rádio Uirapuru.

<b>Material</b>	<b>Valor tabela</b>	<b>20% agência</b>	<b>Valor final</b>
Comercial 01	R\$ 178.500,00	R\$ 35.700,00	R\$ 214.200,00
Spot 01	R\$ 14.980,00	R\$ 2.996,00	R\$ 17.976,00
Spot 02	R\$ 27.547,00	R\$ 5.509,00	R\$ 33.056,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 265.232,00</b>

Valores relacionados a impressão dos materiais

<b>Material</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Total</b>
Cartilha institucional	100 unid.	R\$ 200,00
Cartilhas educativas	8.000 unid.	R\$ 2.000,00
Brindes	1.000 unid.	R\$ 6.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 8.200,00</b>

## Valores Gerais

<b>Etapa</b>	<b>Valor Total</b>
Pesquisa	R\$ 1.000,00
Criação	R\$ 21.550,00
Veiculação	R\$ 265.232,00
Impressão	R\$ 8.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 295.982,00</b>

**2.12 Avaliação da campanha**

Com a finalidade de avaliar o desenvolvimento da campanha foram criadas as métricas a seguir:

Relacionado a campanha institucional, serão avaliados o aumento no número de frequentadores do grupo, onde o objetivo é um crescimento maior de 60%, como mostra a tabela a seguir:

<b>CAMPANHA INSTITUCIONAL (aumento dos frequentadores)</b>
<p style="text-align: center;">&gt; 60% ÓTIMO &lt; 30% - 60% &gt; BOM &lt; 30% INSUFICIENTE</p>

Voltado ao marketing digital, as métricas serão relacionadas ao aumento das curtidas na página do Facebook, o aumento no engajamento nas publicações e as visitas no website, como mostra o quadro a seguir:

<b>PLANEJAMENTO MARKETING DIGITAL</b>
<p style="text-align: center;">(Aumento das curtidas na página do Facebook)</p> <p style="text-align: center;">&gt; 55,09% (+ 800 curtidas) ÓTIMO &lt; 34,4% - 55,09%&gt; BOM &lt; 34,4% (- 500 curtidas) INSUFICIENTE</p> <p style="text-align: center;">(estatística referentes a 15/05/2018)</p>

<p>(Aumento no engajamento nas publicações no Facebook)</p> <p>&gt; 200% (+ 80 curtidas/publicação) ÓTIMO</p> <p>&lt; 100% - 200% &gt; BOM</p> <p>&lt; 100% (- 44 curtidas/publicação) INSUFICIENTE</p> <p>(estatística usa números referentes a publicação de 09/05/2018, com 44 curtidas)</p>
<p>(Visitas no website/mês)</p> <p>&gt; 500 ÓTIMO</p> <p>&lt; 500 – 200 &gt; BOM</p> <p>&lt; 200 INSUFICIENTE</p>

Relacionado a campanha de relacionamento interno, o principal ponteiro indicador será o engajamento e frequência dos participantes do grupo, como objetivo de atingir os números representados a baixo:

<p><b>GESTÃO DE RELACIONAMENTO INTERNO</b> (engajamento e frequência dos participantes)</p>
<p>&gt; 50% ÓTIMO</p> <p>&lt; 20% - 50%&gt; BOM</p> <p>&lt; 20% INSUFICIENTE</p>

<p><b>CAMPANHA EDUCATIVA</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento do número de crianças para adoção relacionada ao número de nascidos vivos no município, ou seja, diminuição do número de adoção a brasileira.</li> <li>• Diminuição do número de crianças maiores de 06 anos nas casas de acolhimento.</li> <li>• Diminuição do número de crianças portadoras de doenças ou necessidades especiais nas casas de acolhimento.</li> </ul>

- Relatos de experiências positivas na aba de depoimentos do website da Adotchê.

### **2.13 Tema da campanha, linha criativa e apelos básicos**

O tema principal da campanha é a adoção legal e a informação a respeito do assunto, como as práticas legais, como a entrega responsável, e ilegais, como o abandono e a adoção irregular, que estão mais relacionados aos públicos definidos.

A criação se divide nas linhas criativas emocional e informativa. A campanha institucional foi desenvolvida com base no apelo emocional, buscando trazer depoimentos testemunhais de famílias adotivas, retratando verdadeiramente essa família, para estimular a identificação do público com as peças institucionais. Também é pretendido fazer um redesign do logotipo para transmitir melhor o posicionamento.

A segunda campanha será informativa. Não perdendo todas as características da primeira parte, as peças informativas serão spots para rádio e um folder informativo direcionado às mulheres em situação de vulnerabilidade social, trabalhando com uma linguagem visual acessível, sem esquecer nas dificuldades estruturais de leitura deste público-alvo.

### 3. Criação e Produção de Campanha

Partindo das diretrizes definidas através das etapas de pesquisa e planejamento, além do processo de recriação da identidade visual do Adotchê e da criação de um *website* como plataforma de apoio, desenvolvemos três linhas de campanha (Institucional, Informativa e Interna) para três públicos distintos (respectivamente, possíveis pais adotivos, mulheres em situação de vulnerabilidade social e os integrantes do Adotchê).

Este capítulo será subdividido em cinco secções, a primeira relatando os métodos utilizados no processo de criação das respectivas campanhas e as demais explorando a criação do MIV (Manual de Identidade Visual) e de cada linha individualmente.

#### 3.1. Métodos e técnicas utilizados no processo de criação

Para que se pudesse pensar na concretização das campanhas propostas durante a etapa de planejamento, fez-se necessário um encontro dos participantes do grupo, onde alguns métodos e técnicas foram utilizados com fim de otimizar o processo de criação, estes serão descritos logo abaixo.

Iniciou-se o encontro com aquele que talvez seja o método mais comum no meio publicitário, o *brainstorming*, mas não da maneira tradicional, utilizou-se a versão negativa do método, também conhecida como *negative brainstorming*. A técnica foi explorada conforme as instruções do site Project of How (2018), uma plataforma online que compila múltiplas formas de criação.

Segundo o site (2018) o método de *negative brainstorming* consiste em usar a tempestade de ideias do *brainstorming* clássico para expor as soluções mais absurdas, afim de, por eliminação, descartar as ideias inviáveis. Neste processo, obtivemos sucesso em excluir boa parte dos motes que poderiam soar preconceituosos, dado que a temática é extremamente delicada. Após a eliminação da maioria das ideias inconvenientes, o trabalho passou a ser a prospecção de *insights*.

Procurando otimizar as ideias relativamente boas que surgiram, alternamos a para o método *Say Yes! And...* também presente no portal Project of How (2018). A técnica consiste em evitar a palavra não, toda a vez que um participante explicitar algo,



só se pode responder “Sim e...” adicionar mais um ingrediente à ideia, tornando-a mais concreta a partir de uma dinâmica coletiva.

Com esta técnica, chegamos à alguns conceitos chave que deveriam estar presentes na identidade da marca, bem como expostas clara ou subliminarmente em todas as linhas de campanha e, especialmente nos *Spots* de rádio e nos roteiros de VT. Os conceitos chave elencados foram: Amor, União, Afeto, Carinho, Família e Apoio. Curiosamente, algumas destas palavras já haviam aparecido anteriormente na parte de pesquisa interna (Capítulo 1).

A partir destes conceitos seguiu-se elaborando ideias para a viabilização as campanhas, desta vez com a técnica de Mapas Mentais, através do método *Brain Shifter*, também encontrado no portal Project of How (2018). A ideia do método é criar a partir da construção coletiva de um mapa mental, esta técnica foi crucial para a definição das imagens e ilustrações utilizadas durante o processo de criação da logo, das peças conceito e do *website* para o Adotchê.

Por fim, todas as campanhas obtiveram percursos criativos individuais, estes que serão descritos na secção abaixo.

### **3.2. Percurso criativo**

O processo criativo teve início na análise dos dados colhidos através das pesquisas qualitativas realizadas com os participantes do Adotchê e também com as pessoas em situação de vulnerabilidade social, pertencentes ao público-alvo do grupo de apoio e também do grupo focal realizado com jovens que futuramente podem demonstrar interesse pela adoção. A partir da análise, o grupo se reuniu e três caminhos foram seguidos a fim de criar as três campanhas distintas aos diferentes públicos abrangidos pelo Adotchê.

Para a concepção da campanha institucional, foi aplicado o método *Say Yes! And...*, como descrito anteriormente. Conectando as ideias dos participantes do grupo do projeto que surgiram a partir da aplicação do método com os dados da pesquisa, percebeu-se que várias palavras apareciam repetidamente e ganhavam destaque, principalmente palavras relacionadas ao afeto dos pais com as crianças, e então foi decidido que a campanha abordaria esses sentimentos, obtendo uma caráter emocional, tanto na nova identidade da marca, quanto nas peças da campanha.

Para a campanha informativa -também levando em conta constatações feitas por meio das entrevistas semiestruturadas- decidiu-se trabalhar com ilustrações e uma linguagem cujo enfoque fosse visual, dado que boa parte da população em situação de vulnerabilidade social possui dificuldades na leitura e interpretação de textos. Para além disso, houveram precauções com a linguagem utilizada nas peças, devido a delicadeza do tema tratado. Ainda, considerou-se a possibilidade de dialogar com instituições que atuam diretamente no processo de adoção, fato que, posteriormente, na seção sobre o pré-teste, será mais explorado.

A campanha de relacionamento interno foi criada também a partir da participação do grupo nas reuniões do Adotchê, onde pode-se perceber que haviam problemas a serem tratados dentro do grupo de apoio. Notou-se que alguns participantes, sendo a primeira vez que estavam participando ativamente das reuniões, sentiam-se um pouco deslocados. Para tanto, optou-se por criar materiais informativos que conversassem com esses participantes apresentando o Adotchê, mostrando o passo a passo do processo de adoção e fornecendo telefones úteis como de órgãos públicos relacionados à adoção e também do próprio grupo de apoio.

## **A. Identidade Visual**

A partir da *Unique Selling Proposition* (USP) definida na etapa de planejamento, a reestruturação da identidade visual do Adotchê, por meio da criação de um novo Manual de Identidade Visual (MIV) fez-se necessária.

A mensagem e/ou posicionamento que a nova identidade pretende transmitir é a de “uma marca amiga e acolhedora que oferece apoio a pais em processo de adoção, assim como as capacitações necessárias para tal”.

O slogan desenvolvido foi a frase de impacto “Lado a lado pela adoção”, visto que assim é possível englobar os pais que estão no processo e também os que já passaram por ele e hoje apoiam o grupo de forma indireta. Ao contrário do último slogan, “Amor transformando vidas”, a temática da adoção está evidente, une mais a temática ao grupo e torna sua identidade uniforme perante a recepção de diferentes públicos.

Além disso, houve um *redesign* da antiga logotipo, afim de reforçar o posicionamento pretendido pela marca. A proposta antiga utilizava as vogais "a" e "o" para representar o menino e a menina no processo de adoção. O coração roxo, de cor mais intensa representa o amor do pai e da mãe pelo seu filho.

Figura 03: Antigo Logotipo



A nova proposta busca evidenciar o trabalho do grupo em dar apoio e suporte a pais que estão passando pelo processo de adoção, a principal inspiração foi o arquétipo do abraço. Os braços representam o apoio e carinho que um abraço fornece e estão associados aos pais e ao Adotchê, que são a base no processo. No topo está a criança, sendo cuidada durante o processo. Percebe-se que o enfoque não está mais na criança, mas sim no processo e nos agentes envolvidos.

Figura 04: Novo Logotipo



As demais peças e detalhamentos acerca do conceito criativo encontram-se no MIV anexado.

## **B. Campanha Institucional**

### **3b.1. Peça conceito inicial e justificativa**

A partir dos métodos utilizados durante o percurso criativo, foi possível chegar a uma concepção que aborda o amor e a proximidade da família com a criança adotada, ademais da importância que o Adotchê tem nesse processo.

Figura 05: Peça conceito institucional inicial



A ideia se origina dos dados colhidos através da pesquisa qualitativa com o público participante do grupo, onde a palavra “amor” recebeu bastante ênfase. Por isso, foi pensado na chamada “adotar é uma escolha de amor”, pois, ainda que o desejo ou ato de adotar derive da escolha de uma ou mais pessoas, isso não determina que essa escolha deva ser baseada em características das crianças na lista de adoção, como idade ou cor.

A peça também destaca informações sobre o próprio grupo, visto que – de acordo com o grupo focal realizado – o Adotchê tem pouca ou nenhuma lembrança na cidade de Passo Fundo, e aumentar o nível de lembrança está entre os objetivos deste projeto.

Tratando-se de layout, foram mantidos os tons de aquecimento apresentados na identidade visual do novo logotipo do grupo, assim como as fontes institucionais da

marca, também com o objetivo de impulsionar a lembrança de marca. A escolha da imagem foi feita pela representação de afeto, acolhimento e amor percebida nela.

### **3b.2. Pré-teste de propaganda**

A realização do pré-teste de propaganda relativo à campanha institucional deu-se com um contingente de 04 mulheres do público-alvo.

Em relação à recepção dos conceitos-chave propostos durante os métodos e técnicas de criação, pode-se dizer que o resultado foi positivo, todas as palavras (Amor, União, Afeto, Carinho, Família e Apoio) apareceram na fala deste público, o que explicita a sensibilidade estética da peça conceito.

Para além das colocações positivas, também ficou explícita a ausência da especificação do que seria um Grupo de Apoio à Adoção, o que dificultou o reconhecimento da instituição responsável pelo material e expôs a necessidade de alterações, no sentido de evidenciar melhor do que se trata o Adotchê. Bem como mais informações sobre como participar e/ou auxiliar o grupo.

### **3b.3. Peça conceito final**

Atendendo às demandas provenientes do pré-teste, a definição de GAAD foi adicionada à peça, bem como os contatos tornaram-se maiores e mais evidentes, para que o leitor possa informar-se diretamente com o Adotchê.

Figura 06: Peça conceito institucional final.



**Adotar  
é uma escolha  
de amor.**

Quando você decide adotar, a sua vida e a vida de uma criança mudam para sempre, por isso o Grupo de Apoio à Adoção Adotchê atua em Passo Fundo com o objetivo de auxiliar no processo de adoção para que cada vez seja possível unir mais famílias.

**Entre em contato  
com a gente  
e saiba mais**

(54) 3314-0000  
contato@adotche.com.br  
www.adotchepf.com.br

  
**Adotchê**  
GRUPO DE APOIO À ADOÇÃO

### 3b.4. Peças da campanha

Para além da peça conceito inicial, também serão propostas publicações relativas à adoção, com fim de redirecionar o público do *Facebook* para o *website* do grupo. Segue a tabela com *avatar*, capa e alguns exemplos de publicação na rede social:

Quadro 05: Publicações para Facebook

**Fanpage Facebook**





**Adotchê**  
@AdotcheGrupo

Home  
Photos  
Likes

**Lado a lado  
pela adoção.**

Liked Following Share ...

Contact Us Send Message

Card para Facebook	Texto
	<p>Mudamos! Entendemos como a adoção pode ser um caminho complicado mas sabemos, mais do que ninguém, como é gratificante. Queremos mostrar isso ao mundo, que tal qual como um abraço, buscamos fornecer todo o apoio necessário a futuros pais e pessoas interessadas em adoção.</p> <p>Adotar é um ato de amor.</p>
	<p>O novo site do Adotchê explica melhor quem somos e proporciona um canal direto para contato com o grupo. Acesse e compartilhe.</p> <p>Adotar é um ato de amor.</p>
	<p>Adotar é um processo de autoconhecimento, descobrir o amor em um filho é um ato de amor.</p> <p>E, é claro, não existe tempo nem idade certa para isso, o Adotchê acredita que a adoção tardia é algo fundamental na sociedade, e você? Já pensou nessa possibilidade? A fila é muito menor! Saiba mais no nosso <i>website</i>: <a href="http://www.adotche.com.br">www.adotche.com.br</a></p>

# Hoje é dia de Adotchê.

📅 11 de julho

🕒 19h30min

📍 Sala 203 - Famed



Adotchê

GRUPO DE APOIO À ADOÇÃO

Chegou o dia da nossa reunião mensal. Convide toda a família e venha!

O *website* do Adotchê estava com a antiga identidade visual, portanto, também fez-se necessário o *re-design* do mesmo que segue abaixo

Figura 07: *Homepage* do *website*



**Lado a lado pela adoção**

**Adotar, um ato de amor**

Adotar é um grande ato de amor e respeito. Envolve se abrir ao desconhecido, cuidar por um ser humano de 0 até 18 anos e gerar um vínculo afetivo que ficará por toda a vida, criando um mundo melhor "lado a lado".

É um amor que nasce dentro e se fortalece com o tempo. Não é apenas um ato de amor, é um ato de respeito, de cuidado, de responsabilidade e de amor. É um ato de amor que nasce dentro e se fortalece com o tempo. Não é apenas um ato de amor, é um ato de respeito, de cuidado, de responsabilidade e de amor.

É um ato de amor que nasce dentro e se fortalece com o tempo. Não é apenas um ato de amor, é um ato de respeito, de cuidado, de responsabilidade e de amor. É um ato de amor que nasce dentro e se fortalece com o tempo. Não é apenas um ato de amor, é um ato de respeito, de cuidado, de responsabilidade e de amor.

Adotar é um ato de amor que nasce dentro e se fortalece com o tempo. Não é apenas um ato de amor, é um ato de respeito, de cuidado, de responsabilidade e de amor. É um ato de amor que nasce dentro e se fortalece com o tempo. Não é apenas um ato de amor, é um ato de respeito, de cuidado, de responsabilidade e de amor.

**Vem falar com a gente**

Se você quer saber mais sobre adoção, preencha o formulário e nós vamos entrar em contato com você. Não se preocupe, não vamos compartilhar seus dados e sua identidade será preservada.

Nome:

E-mail:

Telefone:

Endereço:

[Curta nossa página no facebook >](#)



Figura 08: Página artigos *website*



[Blog](#)

---

## Como adotar uma criança?

A adoção é um ato de amor ao próximo, mas para realizá-la é preciso, primeiro, saber como adotar uma criança. Legalmente, é uma medida que visa a proteção do menor, principalmente se seus direitos tiverem sido ameaçados ou violados.



### 3 Formas de Denunciar a Violência e o Abuso Infantil

Proteger a criança ou o adolescente que vive em situação de risco à sua integridade é um dever do Estado, mas também uma responsabilidade social. Segundo dados da Secretaria de Direitos Humanos, cerca de 70% dos casos de violência e abuso infantil .



#### Posts relacionados

- [ECA: conheça o Estatuto da Criança e do Adolescente!](#)
- [Ação social na Igreja: 7 projetos para aplicar na sua Igreja](#)
- [3 projetos para melhorar a vida de crianças em situação de pobreza](#)
- [Amor ao próximo: 5 atitudes para transformar a vida das pessoas](#)
- [Emocionante: mensagem de madrinha para afilhada](#)
- [Conheça 6 exemplos de projetos sociais que transformam vidas](#)
- [Imposto sobre doação em dinheiro: o que você precisa saber?](#)

Sou um parágrafo. Clique aqui para me editar e adicionar seu texto. É fácil! Basta clicar em "Editar Texto" ou clicar duas vezes sobre mim e você poderá adicionar seu conteúdo e trocar fontes. Sou um ótimo lugar para contar sua história e permitir que seus visitantes saibam um pouco mais sobre você.

**Defensoria Pública de Passo Fundo**

Endereço  
Rua Marom, 1437, Centro - Passo Fundo/RS

CEP  
99010-032

Fone  
(54) 3312.7907  
(54) 3314-8137

Nome \*

Email \*


Assunto

Mensagem

Compartilhe: [Facebook](#)

© Adotchê - 2018

Figura 09: Perguntas frequentes *website*



**Adotchê**  
GRUPO DE ADOÇÃO & ADOÇÃO

Blog

---

## Perguntas frequentes

### Quem pode ser adotado?

Crianças e adolescentes com até 18 anos cujos pais forem falecidos ou desconhecidos, tiverem sido destituídos do poder familiar ou concordarem com a adoção de seu filho. Maiores de 18 anos também podem ser adotados. Nesse caso, de acordo com o novo Código Civil, a adoção depende da assistência do Poder Público e de sentença constitutiva. O adotando deve ser pelo menos 16 anos mais novo que o adotante e só pode ser adotado após se esgotarem todos os esforços de convivência com a família biológica.

### O que é "adoção tardia"?

A expressão "adoção tardia" é usada para fazer referência à adoção de crianças maiores ou de adolescentes. Remete à ideia de uma adoção fora do tempo "adequado", reforçando assim o preconceito de que ser adotado é prerrogativa de recém nascidos e bebês. Essa expressão também nos remete à ideia de um atraso, e subsequentemente a uma urgência na colocação da criança/adolescente em família substituída. O aspecto mais pernicioso do prolongamento da espera da criança por uma família diz respeito ao período em que ela permanece em situação jurídica e familiar indefinida. Quando se decide por sua adoção, proporcionar à criança tempo e espaço para o processamento psíquico destas mudanças torna-se fundamental, pois as crianças maiores que esperam pela adoção trazem consigo histórias de vínculos e rompimentos que merecem ser cuidadosamente observados.

### O que é "adoção à brasileira"?

É utilizada a expressão "adoção à brasileira" para designar uma forma de procedimento que desconsidere os trâmites legais do processo de adoção. Este procedimento consiste em registrar como filha biológica uma criança, sem que ela tenha sido concebido como tal. O que os pais que assim procedem em geral desconhecem é que a mãe biológica tem o direito de reaver a criança se não tiver consentido legalmente a adoção, ou se não tiver sido destituída do poder familiar. Sob esta perspectiva, a tentativa de burlar uma etapa necessária para adquirir legitimidade jurídica, acreditando-se ser o modo mais simples de se chegar à adoção, acaba por tornar-se a mais complicada.

### O que é "adoção consensual" ?

É a adoção em que a mãe biológica determina para quem deseja entregar o seu filho. O ato de definir a quem entregar o filho é chamado de "intuito personae". Na maioria dos casos, a mãe procura a Vara da Infância e da Juventude acompanhada do pretendente à adoção para legalizar uma convivência que já esteja acontecendo de fato. É um tema bastante polêmico. Há juizes que entendem que a adoção pronta e sempre desaconselhável, pois é difícil avaliar se a escolha da mãe é voluntária ou foi induzida, se os pretendentes à adoção são adequados, além da possibilidade de uma situação de tráfico de crianças. Por outro lado, há juizes que consideram a necessidade de se avaliar caso a caso o direito da mãe biológica de escolher para quem entregar seu filho, levando-se em conta a importância da preservação dos vínculos, se já forem existentes, entre a criança e a família pretendente à adoção. A preocupação é a de se evitar repetir desnecessariamente novas rupturas na trajetória constitutiva da vida psíquica da criança.

### O que é necessário para se estar apto à adoção?

- o homem ou a mulher seja maior de idade, qualquer que seja o estado civil e desde que seja 16 anos mais velho do que o adotando;
- se casados ou vivendo em união estável, um deles seja maior de idade e comprovada a estabilidade familiar;
- caso estejam divorciados ou separados judicialmente e a habilitação à adoção tenha sido deferida para o casal, será necessário que acordem sobre a guarda e o regime de visitas e desde que o estágio de convivência tenha sido iniciado na constância da sociedade conjugal;
- sendo tutor ou curador, esteja encerrada e quitada a administração dos bens do pupilo ou curatelado; e
- se ocorrendo o falecimento do pretendente à adoção ou do falecido tenha ocorrido antes de prolatada a sentença, ainda assim, desde que o pretendente à adoção tenha manifestado sua vontade em vida.

### Casais homoafetivos podem adotar ?

O Estatuto da Criança e do Adolescente não faz qualquer referência à orientação sexual do adotante. A adoção será deferida desde que apresente reais vantagens para o adotando, fundamente-se em motivos legítimos e ofereça ambiente familiar adequado. A união civil entre pessoas do mesmo sexo já é reconhecida em todos os estados brasileiros e os Tribunais começam a assegurar a possibilidade de adoção conjunta – o casal homoafetivo adotar uma criança para estabelecer uma família – desde que, em ambos os casos, os requisitos estabelecidos pelo Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) sejam cabalmente preenchidos.

### Todas as crianças que vivem em abrigos podem ser adotadas?

Nem todas, pois muitas crianças abrigadas ainda possuem vínculos com sua família. O processo de adoção só pode ser iniciado quando o retorno da criança à guarda dos pais biológicos não é mais possível e após a decisão judicial. Existe outra forma de reaver a criança que não seja através do Juizado da Infância e da Juventude. Não. O registro da criança nascida de outra pessoa em seu nome é ilegal. Isso se chama "adoção à brasileira" e seu praticante pode pagar pena de reclusão de 2 a 6 anos (art. 242 do Código Penal). Geralmente há intermediários em uma ação como essa, que podem ser enquadrados no artigo 237 do Estatuto da Criança e do Adolescente. O registro em cartório pode ser cancelado assim que a fraude for descoberta e os pais biológicos têm direito a recorrer à Justiça para reaver a guarda da criança.

### A criança adotada perde o vínculo jurídico com os pais biológicos?

Sim, todos os vínculos jurídicos com os pais biológicos e parentes são anulados com a adoção, salvo os impedimentos matrimoniais para casamentos entre irmãos e entre pais e filhos consanguíneos). Cabe lembrar que o rompimento dos vínculos jurídicos não implica no rompimento com a história anterior à adoção da criança/adolescente. A família biológica pode conseguir seu filho de volta depois da adoção? Não, depois de dada a sentença de adoção pelo juiz, ela é irreversível, e a família biológica perde todo e qualquer direito sobre a criança/adolescente. Mas a família biológica poderá ter sua criança de volta se a sentença não tiver ainda sido dada e se, por ato judicial, provar que tem condições de cuidar de seu filho.

### O candidato reprovado no processo de adoção pode se inscrever novamente ?

Os candidatos reprovados estão subdivididos em dois grupos: inaptos e indidôneos. Os inaptos são aqueles considerados insuficientemente preparados para a adoção. Estes poderão ser indicados para alguns serviços de acompanhamento, apoio e reflexão para candidatos à adoção e poderão ser reavaliados futuramente pela Vara. Já os indidôneos são aqueles que cometem faltas ou delitos graves, e que representariam riscos para a criança que viessem a adotar. Estes são excluídos definitivamente do cadastro de pretendentes à adoção.

### Após ser considerado apto para a adoção, quanto tempo leva até que o candidato encontre uma criança?

É muito variável. Inicialmente o candidato passa a integrar o cadastro de habilitados. O estudo psicossocial será confrontado com o cadastro de crianças disponíveis à adoção daquela comarca. É muito mais fácil encontrar uma criança que se adapte ao perfil de um candidato que tenha poucas restrições quanto à criança/adolescente que se disponha a adotar. De todo modo, depois de uma apreciação favorável da criança indicada pelos profissionais da Vara, o pretendente poderá encontrar-se com ela na própria Vara ou no abrigo, no hospital, conforme a decisão do juiz. Após este momento, o processo varia, respeitando-se as condições da criança. Recomenda-se uma aproximação gradativa, tendo em vista que a adoção é um processo muito, que exige tanto uma despedida dos vínculos estabelecidos até então, quanto um tempo de construção de novas relações. Segundo o ECA, se a criança tiver menos de um ano de idade ou se já estiver na companhia do adotante com vinculação afetiva suficientemente constituída, este estágio será dispensado. No caso de adoção internacional, este estágio deverá ser cumprido em território nacional e será de, no mínimo, 15 dias para crianças de até 2 anos de idade e de, no mínimo, 30 dias para crianças acima de 2 anos. O estágio de convivência é acompanhado pela equipe psicossocial por meio de entrevistas periódicas. A sentença judicial de adoção será lavrada somente após o término do prazo estabelecido pelo juiz.

### A mulher que adota tem direito a licença maternidade?

Sim. Conforme o art. 392 da Lei 12010/09 tanto a funcionária que adotar ou obtiver guarda judicial para fins de adoção quanto a funcionária gestante, terão direito à licença maternidade de 120 (cento e vinte) dias, sem prejuízo do emprego e do salário.

### Adoção à Brasileira é crime

Registrar como filho uma criança nascida de outra pessoa é uma atitude ilegal e desaconselhada por psicólogos e juizes. Essa prática – conhecida por adoção à brasileira – é crime de falsidade ideológica, previsto no artigo 242 do Código Penal, com pena de reclusão de 2 a 6 anos. Esta situação, normalmente, envolve intermediários que também podem ser punidos conforme o artigo 237 do Estatuto da Criança e do Adolescente. Além disso, os pais biológicos podem recorrer à justiça a qualquer momento para reaver o filho. Na adoção à brasileira, a história de vida e de origem da criança desaparece. E no futuro, isto pode gerar inquietação e problemas para o adotado.

### Adoção em Passo Fundo – Como Proceder

Visite uma Vara da Infância e Juventude  
Agende uma Entrevista. A vara agendará uma data para uma entrevista com o setor técnico. Você poderá selecionar o tipo físico, idade e sexo da criança desejada. Você receberá a lista dos documentos de que a vara precisará para dar continuidade ao seu processo.  
Realize a Entrevista. Até dois meses, uma psicóloga do juizado agendará uma entrevista para conhecer seu estilo de vida, renda financeira e estado emocional. Ela também pode achar necessário que uma assistente social visite sua casa para avaliar se a moradia está em condições de receber uma criança.  
Inclusão no Cadastro Nacional de Adoção. A partir das informações no seu cadastro e do laudo final da psicóloga, o juiz dará seu parecer. Isso pode demorar mais um mês, dependendo do juizado. Com sua ficha aprovada, você ganhará o Certificado de Habilitação para Adotar, válido por dois anos em território nacional. Seu nome estará então inscrito no Cadastro Nacional de Adoção. Com o certificado, você entrará automaticamente na fila de adoção nacional e aguardará até aparecer uma criança com o perfil desejado.


Mais uma pra ser colocada como caixa de informação (talvez até do lado da que fala sobre adoção à brasileira).  
VOCÊ SABIA?

Compartilhe Facebook

11 ANOS - 2010

Figura 10: Página de contatos - *website*


---



**Adotchê**  
GRUPO DE APOIO À ADOÇÃO

[Blog](#)

---

## *Contatos importantes*

**CRAS 1 (Região Bairro São José)**

**BR 285, Prédio - FECA  
Bairro São José  
Junto a Escola do Hoje  
cras01@pmpf.rs.gov.br  
Telefone: (54)3314.5899**

**CRAS 2 (Região Vera Cruz)**

**Rua Teixeira Soares, 51, Bairro Vera Cruz (Abaixo do antigo Quartel do exército)  
E-mail: cras02@pmpf.rs.gov.br  
Telefone: (54) 3312-8600**

**CRAS 3 (Região São Cristóvão)**

**Rua Delmar Sitone, 385  
Bairro Planaltina  
cras03@pmpf.rs.gov.br  
Telefone: ( 54) 3312 .0043**

**CRAS 4 (Região Grande Integração)**

**Av. Dona Sirlei, 276  
Bairro Professor Schisler  
Em Frente Escola Municipal Dyógenes Martins Pinto  
cras04@pmpf.rs.gov.br  
Telefone: ( 54) 3312 .6971**

**Semcas**

**Rua Moron, 2020, Centro, em frente à Biblioteca Municipal  
semcas@pmpf.rs.gov.br  
54 3312 3070**

---

Compartilhe: [Facebook](#)

---

© Adotchê - 2018

Por fim, o leitor ainda encontrará um *spot* de rádio institucional em anexo no fim do trabalho e um VT com depoimentos de participantes do GAAD, o qual será gravado conforme disponibilidade dos depoentes.

## **C. Campanha Informativa**

Um dos públicos-alvo detectados através das pesquisas e explorados na etapa de planejamento foram as mulheres em situação de vulnerabilidade social, que podem vir a entregar seus filhos para a adoção.

Afim de conscientizar esta população acerca dos trâmites legais que envolvem o processo adotivo e informar sobre os órgãos públicos responsáveis pelo auxílio necessário, além de divulgar o Adotchê em distintas classes sociais, a criação de

### **3c.1. Peça conceito inicial e justificativa**

Primeiramente, levando em conta algumas constatações feitas por meio de entrevistas semiestruturadas durante o processo de pesquisa, decidiu-se trabalhar com ilustrações e uma linguagem cujo enfoque fosse visual, dado que boa parte da população em situação de vulnerabilidade social possui problemas na leitura e interpretação de textos.

Para além disso, o cuidado com a linguagem utilizada, devido a delicadeza do tema do qual a peça trata era imprescindível. Portanto considerou-se a possibilidade de dialogar com instituições que atuam diretamente no processo de adoção, fato que, posteriormente, na seção sobre o pré-teste de propaganda, será mais explorado.

O formato escolhido para a peça conceito da campanha informativa foi um *folder*, tamanho A4, com dobra no centro (afim de torna-lo uma espécie de livreto).

A parte externa do folder, como se pode visualizar abaixo, consiste em uma capa (à direita) com o bebê em evidência, há um ponto de exclamação como elemento subliminar, reforçando a importância do tema e, por fim o logotipo do Adotchê, para identificação do grupo.

Na contracapa, o leitor encontrará um breve resumo sobre o Adotchê, além das plataformas de contato do GAAD.

Figura 11: Capa e Contracapa do *folder* informativo

Na parte interna do *folder* o leitor encontrará uma breve introdução acerca do tema, contatos de órgãos públicos que podem auxiliá-lo(a), bem como ilustrações que buscam traduzir os pequenos textos expostos, os quais tratam das respectivas problemáticas (Abandono e Adoção Irregular).

Figura 12: Interior do *folder* informativo

Como previamente exposta, a dificuldade de leitura presente nas classes mais baixas (as quais se pretende atingir com o material) é um problema preocupante, então as ilustrações fazem-se imprescindíveis para uma boa comunicação, os textos presentes

procuram esmiuçar o conteúdo, trazendo mais informações, dado que este material deverá ser distribuído nos órgãos públicos de saúde e assistência social.

### **3c.2. Pré-teste de propaganda**

O pré-teste da peça conceito deu-se em três diferentes etapas, as quais serão listadas e descritas abaixo.

#### **3c.2.1. Indo até a comunidade**

A primeira etapa do pré-teste aconteceu com mulheres residentes em ocupações na cidade de Passo Fundo, afim de compreender a recepção comunicacional do respectivo público final.

Foram entrevistadas duas mulheres e um homem em situação de vulnerabilidade social, seguindo um roteiro de três perguntas-chave: “Que mensagem a peça passa pra você?”; “O que esta peça pede pra você fazer?” e “Você faria o que esta peça pede pra você fazer?”.

Em relação à primeira pergunta, dois dos entrevistados compreenderam do que a peça se trata e comentaram sobre a problemática da adoção, por outro lado, uma das mulheres entrevistadas não compreendeu a peça em sua totalidade, comentou que teria algo a ver com a falta de responsabilidade de mães que abandonam os filhos, entretanto não disse nada sobre adoção.

Em relação à segunda pergunta, novamente dois dos entrevistados mostraram-se cientes do que se tratava, os comentários dos entrevistados permearam a importância de procurar ajuda em situações relacionadas à problemática da adoção e a responsabilidade de ajudar as mulheres que estão nesta situação. Entretanto, uma das entrevistadas não soube responder a pergunta.

Em relação à terceira pergunta, as respostas variaram entre a aceitação da proposta com certo receio e a aceitação da proposta com “certeza”. Fato interessante é que quem demonstrou estar mais decidido em fazer o que a peça sugere foi o homem, o que, se interpretado no contexto já exposto na parte da pesquisa (ver capítulo 1), revela o medo das mães em tratar deste assunto.

Concluimos que a recepção das ilustrações da peça foi muito boa, entretanto a leitura dos textos presentes na peça foi prejudicada pela dificuldade de leitura e interpretação do público-alvo em ler.

### **3c.2.2. Dialogando com um profissional da saúde**

Na segunda parte do pré-teste dialogamos com um médico clínico-geral que atua na coordenação da UBS (Unidade Básica de Saúde) da comunidade que visitamos.

O profissional ressaltou a dificuldade dos moradores locais no que tange a leitura, além de comentar sobre o descaso de alguns profissionais no atendimento aos usuários, fato que pode vir a comprometer a comunicação, dado que o material impresso será distribuído em órgãos públicos estratégicos e espera-se que os profissionais façam o intermédio com o público.

Todavia, para o médico entrevistado, a ideia do material pareceu muito boa, principalmente a técnica de ilustração, visto que existem materiais enviados pelo governo do estado, mas que são extremamente textualizados e praticamente impossibilitam o diálogo com a comunidade.

Por fim, o entrevistado ressaltou que apesar do risco de incompreensão, os textos presentes na peça são imprescindíveis para que se possa introduzir alguém ao tema, e que tudo depende da maneira como a peça vai chegar, ou melhor, ser apresentada a seu público-alvo, o que, segundo o médico, não cabe a quem produziu a peça, mas sim ao nível do serviço público.

### **3c.2.3. Secretaria de Cidadania e Assistência Social**

Afim de dialogar com profissionais que tratam diariamente de temas relacionados à condição de vulnerabilidade social, buscamos estabelecer um diálogo presencial com algum representante da SEMCAS-PF (Secretaria Municipal de Cidadania e Assistência Social de Passo Fundo), conseguimos conversar sobre a peça com o assessor jurídico da mesma.

O assessor jurídico da SEMCAS ressaltou a importância de materiais que pautem a temática da adoção, entretanto também elucidou a necessidade de cautela no

que possa vir a ser veiculado nas demais peças da campanha, visto que se trata de um tema muito delicado

Além disso, o profissional disse ter gostado muito das ilustrações utilizadas na peça, que possibilitam a transposição da barreira da linguagem e aproximam mais o público alvo.

Por fim o assessor ainda citou a necessidade de incorporar alguns contatos chave na peça, como o CREAS (Centro de Referência Especializado de Assistência Social), o Ministério Público e a Defensoria Pública e forneceu os respectivos contatos.

### **3c.3. Peça conceito final**

Após todas as etapas de pré-teste às quais a peça foi submetida, algumas mudanças mostraram-se necessárias.

Na capa o leitor encontrará a troca da chamada “Entrega Voluntária” por “Entrega Responsável”.



Figura 13: Capa peça informativa final



Em relação à parte interna do material, encontram-se as seguintes alterações: adição de frases de impacto em uma fonte um pouco maior, cuja intenção é tornar o material mais impactante; a explicitação dos pontos onde se pode encontrar ajuda e os contatos dos mesmos; a adição do *slogan* do Adotchê (Lado a lado pela adoção).

Figura 14: Primeira face interna material informativo final



# Lado a lado pela adoção

Esse material foi desenvolvido pela Adotchê de Passo Fundo, com o intuito de prevenir o abandono e a adoção irregular de crianças e recém nascidos. Como grupo, acreditamos que a informação tem capacidade de mudar nossa sociedade de forma positiva.

## Contatos de responsáveis

Aqui você encontra os contatos mais importantes para auxílio e denúncias, como o **Centro Referência de Assistência Social (CRAS)**, a **Unidade Básica de Saúde (UBS)** e o próprio **Adotchê**.

<b>CRAS (POR BAIRRO)</b>	<b>UBS VALINHOS</b>
<b>São José</b> - (54) 3314-5899	<b>ENDEREÇO</b> Rua Brascuba - 190 - Valinhos - Passo Fundo
<b>Vera Cruz</b> - (54) 3312-8600	<b>TELEFONE</b> 54 3312-4944
<b>São Cristóvão</b> - (54) 3312-0043	
<b>Grande Integração</b> - (54) 3312-6971	

Figura 15: Segunda face interna peça informativa final

## Abandono

Muitas vezes a mãe, grávida de uma criança, não possui condições de criá-la e acaba por abandonar o bebê.



### Abandonar o bebê pode dar cadeia!

Nessa hora é importante procurar ajuda com profissionais da saúde e assistência social. Se você está nesta situação, ou conhece alguém que está passando por isso, vá até a Unidade Básica de Saúde (UBS) ou até o CRAS mais próximo. **Pedir ajuda não é crime.**

## Adoção Irregular

Entregar um filho para alguém que não passou pelo Cadastro Nacional de Adoção é crime e pode trazer sérios riscos para a criança.



### Isso oferece riscos ao futuro do bebê

É proibido entregar o filho biológico para outra pessoa (mesmo que da sua própria família) sem passar pelos trâmites legais.

Ocorreu a adição da logo na contracapa, afim de reforçar a identidade do GAAD e um convite para os possíveis ativistas que tiverem contato com o material; além de um *re-work* de elementos.

Figura 16: Contracapa material informativo final



### 3c.4. Peças da campanha

Para além do *folder* informativo, haverá mais uma peça que compõem tal campanha, sendo ela um *spot* de rádio, cujo texto está em anexo.

### D. Campanha de Relacionamento Interno

Afim de otimizar o relacionamento interno do GAAD, bem como fidelizar novos participantes do grupo, mostrou-se interessante o desenvolvimento de uma pequena campanha de relacionamento interno.

### 3d.1. Peça conceito e justificativa

A peça tem como objetivo auxiliar os participantes ou potenciais participantes do grupo, projetada para sanar as possíveis dúvidas do público em relação à adoção, a mesma fornece informações sobre a adoção em geral e o grupo Adotchê, além de contatos relevantes para quem pretende adotar uma criança.

O folder foi feito utilizando as cores do novo logo do grupo, que - como visto anteriormente - passa uma sensação de proximidade e calor ao público. A parte textual foi escrita de maneira clara e limpa, visando obter uma comunicação clara e sem ruídos.

Na capa, o leitor encontrará a nova logo com a assinatura “Grupo de Apoio à Adoção”, elucidando do que se trata;

Figura 17: Capa *folder* de relacionamento interno



Já no interior do material, encontram-se textos relacionados ao sentido do grupo, porque ele existe, como se pode participar do mesmo e como se dá o processo de adoção na cidade de Passo Fundo.

Figura 18: Primeira página interior do *folder* de relacionamento interno

## O que é o Adotchê?

O Adotchê é um Grupo de Apoio à Adoção (GAAD) que atua em Passo Fundo, composto por pais que adotaram e desejam adotar, além de ativistas engajados na problemática da adoção. A visão do grupo é dar visibilidade à temática da adoção e conscientizar a sociedade acerca do assunto.

## Como posso participar do grupo?

Os encontros acontecem sempre na segunda quarta-feira de todo o mês, na Faculdade de Medicina da Universidade de Passo Fundo (FAMED) que localiza-se na Rua Teixeira Soares 817, em frente ao Hospital São Vicente de Paulo. Neles você poderá esclarecer dúvidas, dialogar com profissionais atuantes no meio da adoção e ajudar a pautar ações locais no que tange as condições do processo de adoção em Passo Fundo.



Figura 19: Segunda página interior do *folder* de relacionamento interno.



## Quero adotar. Como posso proceder?

1) Visite uma Vara da Infância e Juventude

2) A vara agendará uma data para uma entrevista com o setor técnico. Você poderá selecionar o tipo físico, idade e sexo da criança desejada. Você receberá a lista dos documentos de que a vara precisará para dar continuidade ao seu processo.

3) Em até dois meses, uma psicóloga do juizado agendará uma entrevista para conhecer seu estilo de vida, renda financeira e estado emocional. Ela também pode achar necessário que uma assistente social visite sua casa para avaliar se a moradia está em condições de receber uma criança.

4) A partir das informações no seu cadastro e do laudo final da psicóloga, o juiz dará seu parecer. Isso pode demorar mais um mês, dependendo do juizado. Com sua ficha aprovada, você ganhará o Certificado de Habilitação para Adotar, válido por dois anos em território nacional. Seu nome estará então inserido no Cadastro Nacional de Adoção. Com o certificado, você entrará automaticamente na fila de adoção nacional e aguardará até aparecer uma criança com o perfil desejado.

Por fim, na contracapa, o leitor encontra contatos importantes relacionados ao processo de adoção e que podem auxiliá-lo(a), bem como os contatos do próprio GAAD.

Figura 20: Contracapa *folder* de relacionamento interno



## RELATÓRIO FINAL

A execução do presente trabalho traz consigo um vasto aprendizado a todos os integrantes do grupo, dado que a temática consiste em um assunto deveras pertinente dentro da sociedade contemporânea.

É importante ressaltar que durante todo o processo houveram dificuldades e empecilhos que dificultaram a comunicação do grupo para com o Adotchê, por falta de organização do GAAD não houve tempo suficiente para a elaboração do VT proposto na etapa de criação, porém, pretende-se executá-lo assim que possível.

Além disso, a dificuldade de estabelecer uma relação dialógica dentro do próprio grupo do projeto experimental foi um obstáculo grande a ser superado, reconhecer os erros pessoais de cada um e trabalhar em equipe é sempre um processo de autoconhecimento e aprendizado pedagógico.

O contato com a comunidade só foi possível devido à relação pessoal de uma das integrantes do grupo com a diretora de uma escola municipal localizada no bairro Valinhos, tendo esta mulher como guia dentro das ocupações, o diálogo para com a população vulnerabilizada tornou-se muito mais fácil.

As atividades desempenhadas por cada um dos integrantes do grupo foram de certa maneira setorizadas afim de otimizar o trabalho, entretanto esta setorização expôs a textualidade do mesmo à alguns riscos de encaixe, visto que a ausência de afinidade profissional entre os membros do projeto fez-se evidente.

Por fim, é imprescindível relatar a importância de trabalhos acadêmicos que dialoguem diretamente com a comunidade e possibilitem, enquanto proposta metodológica, o protagonismo dos acadêmicos em questões de cunho social que são comunitariamente relevantes tanto à academia quanto à própria sociedade.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Considera-se importante pontuar que o Adotchê ainda necessita alinhar-se internamente para que o presente projeto possa ser posto em prática de forma integral, assim como providenciar o calhau a partir de suas articulações com organizações ligadas ao cenário comunicacional regional.

É possível que boa parte dos materiais aqui presentes ainda sofra alterações devido à delicadeza do tema adoção, é preciso que a redação das peças relativas às três campanhas passe por certo crivo profissional de áreas especializadas no assunto, para que a comunicação do GAAD não reforce estigmas preconceituosos.

A comunicação proveniente dos materiais aqui construídos não tem pretensão de solucionar toda a problemática em que se envolve, o principal objetivo é dar notoriedade às questões que o Adotchê levanta, portanto, as verdadeiras soluções devem ser construídas num processo dialógico entre GAAD, Estado e Sociedade Civil.

Como o trabalho foi desenvolvido em grupo dentro de um espaço curto de tempo, reconhece-se aqui a ausência de uma unicidade mais sólida na linguagem utilizada ao longo dos capítulos, entretanto o conteúdo está completamente inteligível. A realização da matéria de projeto experimental também é um momento em que se pode afinar papéis profissionais para o mercado.

### Referências Bibliográficas:

AMIM; MENANDRO. Preferências por características do futuro filho adotivo manifestadas por pretendentes à adoção. *Revista Interação em Psicologia*, Curitiba, v.11 n.2, p. 241-252, jul./dez. 2007.

BONI; QUARESMA. Aprendendo à entrevistar: como fazer entrevistas em ciências sociais. *Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC, Florianópolis*, v. 2, n. 1, jan/jul. 2005.

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado, 1988.

BRASIL. **Estatuto da Criança e do Adolescente**, Câmara dos Deputados, Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990. DOU de 16/07/1990 – ECA. Brasília, DF.

BRASIL. *Pesquisa Brasileira de Mídia 2016*. Disponível em: <http://pesquisademidia.gov.br/#/Geral/details-917>. Acesso em Maio de 2018.

COMIN; SANTOS. Aprender a viver é o viver mesmo: o aprendizado a partir do outro em um grupo de pais candidatos à adoção. *Vínculo - Revista do NESME*, São Paulo, v. 2, n. 5, p. 101-219, dez. 2008.

COMIN; ARNATO; SANTOS. Grupo de apoio para casais pretendentes à adoção: a espera compartilhada do futuro. *Revista da SPAGESP - Sociedade de Psicoterapias Analíticas Grupais do Estado de São Paulo*, vol. 7, n. 2, pp. 40-50, jul. / dez. 2006.

CONECTAí EXPRESS. *Whatsapp: o app de rede social mais usado pelos internautas brasileiros*. Disponível em: <http://conecta-i.com/?q=pt-br/whatsapp-%C3%A9-o-app-de-rede-social-mais-usado-pelos-internautas-brasileiros>. Acesso em Maio de 2018.

EBRAHIM, Surama. Adoção Tardia: Altruísmo, Maturidade e Estabilidade Emocional. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 14(1), p. 73-80, 2001.

FONSECA, Claudia. Da circulação de crianças à adoção internacional: questões de pertencimento e posse. *Revista Cadernos Pagu*, (26), p.11-43, jan. / jun. 2006.

HUBER; SIQUEIRA. Pais por adoção: a adoção na perspectiva dos casais em fila de espera. *Revista Psicologia: Teoria e Prática*, São Paulo, 12 (2), p. 200-216, 2010.

MARTINS, B. et al. Entregar o filho para adoção é abandoná-lo? concepções de profissionais da saúde. In: *Revista Psicologia: Ciência e Profissão*, UFSC, Florianópolis, v. 35, n. 4, 2015.

MÍDIA DADOS. *Dados televisivos*. Disponível em: <https://dados.media/#!/mosaic>. Acesso em Maio de 2018.

MÍDIA DADOS. *Rádio*. Disponível em: <https://dados.media/#!/mosaic>. Acesso em Maio de 2018.

PROJECTOFHOW. *Negative brainstorming*. Disponível em: <https://projectofhow.com/methods/negative-brainstorming/>. Acesso em junho de 2018.

PROJECTOFHOW. *Say yes! And...* Disponível em:  
<https://projectofhow.com/methods/say-yes-and/>. Acesso em junho de 2018.

PROJECTOFHOW. *Brain Shifter*. Disponível em:  
<https://projectofhow.com/methods/brain-bottling-shifter/>. Acesso em junho de 2018.

RBS TV. *Mídia Kit*. Disponível em: <http://comercial.gruporbs.com.br/veiculos/rbs-tv-rio-grande-do-sul/>. Acesso em Maio de 2018.

REPPOLD; HULTZ. Reflexão social, controle percebido e motivações à adoção: características psicossociais das mães adotivas. *Revista Estudos de Psicologia*, 8(1), p. 25-36, 2003.

SEQUEIRA; STELLA. Preparação para a adoção: grupo de apoio para candidatos. *Revista Psicologia: Teoria e Prática*, São Paulo, 16 (1), p. 69-78. jan./abr. 2014.

WAINER, Jacques. *Métodos de pesquisa quantitativa e qualitativa para a Ciência da Computação*, Campinas, Unicamp, 2006. Disponível em:  
[https://www.researchgate.net/profile/Jacques\\_Wainer/publication/237601058\\_Metodos\\_de\\_pesquisa\\_quantitativa\\_e\\_qualitativa\\_para\\_a\\_Ciencia\\_da\\_Computacao/links/59ccf98da6fdccf8cf34b732/Metodos-de-pesquisa-quantitativa-e-qualitativa-para-a-Ciencia-da-Computacao.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Jacques_Wainer/publication/237601058_Metodos_de_pesquisa_quantitativa_e_qualitativa_para_a_Ciencia_da_Computacao/links/59ccf98da6fdccf8cf34b732/Metodos-de-pesquisa-quantitativa-e-qualitativa-para-a-Ciencia-da-Computacao.pdf) - Acesso em Abril de 2018.