

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

PROJETO EXPERIMENTAL DE PUBLICIDADE E
PROPAGANDA DA GALERA ANIMAL DA DÓRIS

Cristian Douglas Antes
Marco Antônio dos Santos
Matheus Cavalheiro
Tatiana Fasolo Lange

Passo Fundo
2020

Cristian Douglas Antes
Marco Antônio dos Santos
Matheus Cavalheiro
Tatiana Fasolo Lange

PROJETO EXPERIMENTAL DE PUBLICIDADE E
PROPAGANDA DA GALERA ANIMAL DA DÓRIS

Projeto Experimental apresentado ao curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Artes e Comunicação da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda, sob a orientação dos Prof. Me. Lisiane Hermes, Prof. Me. Ciro Eduardo Gusatti e Prof. Me. Olmiro Cristiano Lara Schaeffer.

Passo Fundo
2020

Agradecemos, primeiramente, a Dóris, por confiar em nós e nos deixar realizar um trabalho tão importante em benefício da Galera Animal. Agradecemos, também, nossos parceiros locução e trilha sonora que contribuíram para o desenvolvimento do projeto. Aos nossos professores do curso de Publicidade e Propaganda pelos ensinamentos compartilhados, em especial, aos professores Me. Ciro Eduardo Gusatti, Me. Lisiane Hermes e Me. Olmiro Cristiano Lara Schaeffer, pela orientação e dedicação conosco durante esse período. Obrigado!

RESUMO

O presente Projeto Experimental teve como objetivo desenvolver um planejamento de comunicação no período de 04 meses para a ONG Galera Animal da Dóris, situada no município de Passo Fundo, Rio Grande do Sul, que trabalha em defesa da manutenção da saúde, bem-estar e qualidade de vida de animais abandonados. O projeto foi dividido em três etapas. A primeira foi baseada em pesquisa, onde foram levantados dados e informações fundamentais sobre a Dóris e a Galera Animal. A segunda etapa foi definida pelo planejamento de campanha, onde, a partir da pesquisa, diagnosticou-se as principais deficiências de comunicação da ONG e definiu-se os objetivos a serem alcançados de acordo com as necessidades da Dóris, bem como a importância de um reposicionamento de imagem e aumento de visibilidade da ONG, para, conseqüentemente, promover o aumento do número de voluntários na causa animal, qualificando ainda mais o serviço prestado pela mesma. Na terceira e última etapa, realizou-se a criação da campanha, com peças variadas de diferentes formatos para alcançar com os objetivos propostos no planejamento.

Palavras-chave: causa animal; ONG; animais abandonados; proteção animal; Passo Fundo.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Análise SWOT.....	31
Quadro 2 – Roteiro Spot de Rádio 30”	56

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Estrutura Organizacional da Dóris.....	16
Figura 2 – Bairros da cidade de Passo Fundo.....	17
Figura 3 – Bairro São Luiz Gonzaga.....	18
Figura 4 – Pedreira São Luiz Gonzaga.....	19
Figura 5 – Página de Facebook da Dóris.....	21
Figura 6 – Publicação de Facebook da Dóris.....	22
Figura 7 – Publicação de Facebook da Dóris.....	23
Figura 8 – Publicação IMV Saúde Animal.....	24
Figura 9 – Publicação de Facebook da Dóris.....	25
Figura 10 – Cartaz Galera Animal da Dóris.....	26
Figura 11 – Página de Facebook do CAPA.....	28
Figura 12 – Publicação de Facebook do CAPA.....	29
Figura 13 – Site Compata.....	30
Figura 14 – Pesquisa Quantitativa: participação em trabalhos voluntários.....	39
Figura 15 – Pesquisa Quantitativa: contribuições financeiras.....	40
Figura 16 – Pesquisa Quantitativa: Galera Animal da Dóris e lembrança de marca.....	40
Figura 17 – Pesquisa Quantitativa: contribuições Galera Animal da Dóris.....	41
Figura 18 – Cronograma da Campanha.....	47
Figura 19 – Logo Inicial Galera Animal da Dóris.....	50
Figura 20 – Logo Final Galera Animal da Dóris.....	51
Figura 21 – Roteiro Peça Conceito Inicial.....	52
Figura 22 – E-book Informativo.....	54
Figura 23 – Outdoor.....	55
Figura 24 – Buttons de Identificação.....	55
Figura 25 – Cartaz de Doações.....	57
Figura 26 – Cartaz de Rações.....	58
Figura 27 – Página de Facebook.....	59
Figura 28 – Peças Específicas para Facebook.....	60
Figura 29 – Logo Galera Animal da Dóris Vertical.....	72
Figura 30 – Logo P&B.....	73
Figura 31 – Aplicações Slogan.....	73
Figura 32 – Stencil.....	74

Figura 33 – Facecard 1.....	76
Figura 34 – Facecard 2.....	77
Figura 35 – Facecard 3.....	78
Figura 36 – Facecard 4.....	79
Figura 37 – Facecard 5.....	80
Figura 38 – Facecard 6.....	81

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – Dóris Flores de Souza.....	14
---------------------------------------	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
1. CONHECER A ORGANIZAÇÃO.....	13
1.1 DESCRIÇÃO DA ORGANIZAÇÃO.....	13
1.1.1 Histórico.....	13
1.1.2 Missão, visão e valores.....	15
1.1.3 Estrutura organizacional.....	15
1.1.4 Produto ou serviço.....	16
1.1.5 Distribuição.....	17
1.1.6 Fontes e custos e despesas da organização.....	19
1.1.7 Fontes de receita da organização.....	20
1.1.8 Comunicação da organização.....	21
1.1.9 Objetivos organizacionais.....	27
1.2 CONTEXTO DA ORGANIZAÇÃO.....	27
1.2.1 Públicos da instituição.....	27
1.2.2 Concorrências ou organizações similares.....	27
1.2.3 Fornecedores e parceiros.....	30
1.2.4 Análise SWOT.....	31
1.3 DIRETRIZES GERAIS DO PROJETO EXPERIMENTAL.....	31
1.3.1 Expectativa da organização sobre o projeto experimental.....	31
1.3.2 Objetivo do projeto de comunicação.....	31
1.3.3 Público-alvo do projeto de comunicação.....	32
1.4 PESQUISA COM ESPECIALISTA E PÚBLICO PRÓXIMO.....	33
1.4.1 Entrevista em profundidade com especialista.....	33
1.4.2 Pesquisa com público próximo.....	34
1.5 PROJETO DO DIA DE AÇÃO.....	34
1.5.1 Objetivos.....	34
1.5.2 Atividade.....	35
1.5.3 Recursos humanos e materiais.....	35
1.5.4 Orçamento.....	35
2. CONHECER O PÚBLICO ALVO.....	37
2.1 DEFINIÇÃO DO MÉTODO DE PESQUISA.....	37
2.2 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	37

2.3 COLETA DE DADOS.....	38
2.4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....	38
3. PLANEJAR A CAMPANHA.....	43
3.1 DIAGNÓSTICO INICIAL.....	43
3.2 POSICIONAMENTO ATUAL DE COMUNICAÇÃO.....	44
3.3 POSICIONAMENTO PRETENDIDO DE COMUNICAÇÃO.....	44
3.4 VERBA DE CAMPANHA.....	45
3.5 ESTRATÉGIAS DE CAMPANHA.....	45
3.6 TÁTICAS E PLANO DE MÍDIA.....	45
3.7 CRONOGRAMA DA CAMPANHA.....	46
3.8 ORÇAMENTO DA CAMPANHA.....	47
4. CRIAR E PRODUZIR A CAMPANHA.....	48
4.1 TEMA DA CAMPANHA, LINHA CRIATIVA E APELOS BÁSICOS.....	48
4.2 MÉTODOS DE CRIAÇÃO.....	48
4.3 O PERCURSO CRIATIVO.....	48
4.3.1 Redesign de Marca.....	49
4.4 PEÇA CONCEITO INICIAL E DEFESA/JUSTIFICATIVA.....	51
4.5 PRÉ-TESTE DA CAMPANHA.....	52
4.6 PEÇA CONCEITO FINAL.....	53
4.7 PEÇAS DE CAMPANHA.....	53
5. RELATÓRIO DO PROJETO EXPERIMENTAL.....	61
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	63
REFERÊNCIAS.....	64
APÊNDICES E ANEXOS.....	65

INTRODUÇÃO

É praticamente impossível andar pelas ruas e não presenciar casos de abandono e/ou maus tratos animal, principalmente cães. Cada vez mais fica evidente a importância de uma ONG na atuação de proteção e cuidado desses animais em situação de risco, sendo considerado um trabalho de amor, e não físico. Em 2019, o número estimado de casos de animais em situação de abandono chegou a cerca de 30 milhões. Na cidade de Passo Fundo, neste mesmo ano, foram registrados mais de 40 mil casos. Estima-se que a expectativa de vida de um cão pode chegar a 15 anos, quando cuidado em um lar cheio de amor e cuidados. Já nas ruas, essa estimativa reduz para, em média, 2 anos, devido a exposição constante à fatores de risco, como maus tratos e atropelamento. Entretanto, em 2020, o Conselho Federal de Medicina alerta a população sobre o aumento de abandono animal durante a pandemia de Covid-19, ressaltando que cães e gatos não transmitem coronavírus e que “o abandono de animais é inaceitável”.

O presente projeto experimental visa apresentar Dóris Flores de Souza, protetora independente que abraça a causa animal há mais de 20 anos, cuidando de cerca de 200 cachorros em situações de risco, vulnerabilidade ou abandono. A Galera Animal da Dóris atua na cidade de Passo Fundo, no Rio Grande do Sul, juntamente com amigos, funcionários, voluntários, apoiadores e empresas parceiras que, juntos, trabalham em favor da manutenção da saúde, bem-estar e qualidade de vida dos animais. Um levantamento realizado pelo Instituto Pet Brasil, em 2019, mapeou 370 organizações e indicou que o Brasil possui mais de 170 mil animais abandonados sob o cuidado de ONG's. A situação é muito grave e os números são preocupantes. A Galera Animal da Dóris lida, diariamente, com animais abandonados e/ou em situações precárias, fazendo o possível e o impossível para lhes dar o mínimo de atenção, carinho, amor, cuidados, saúde e, principalmente, esperança.

Destacar a importância do trabalho de uma ONG animal é fundamental para conscientização da causa. O trabalho dessas entidades envolve o resgate de animais abandonados, tratamentos, castrações e adoções, além de todo amparo, carinho e proteção oferecido ao animal. Informar a população quanto à causa e evidenciar o valor e a dimensão do trabalho de uma ONG animal, como o da Dóris, é possibilitar um avanço de melhorias de políticas públicas, contribuições solidárias e trabalhos voluntários. O principal objetivo deste projeto é promover o aumento do número de voluntários para garantir e qualificar sua prestação de serviços. Além disso, é importante, também, informar a população em como ser um voluntário, tanto em processos físicos quanto em arrecadações, e, conseqüentemente, despertar

o interesse de jovens, adultos e idosos na Galera Animal da Dóris e na causa animal, conquistando pessoas verdadeiramente dispostas a contribuir com a causa animal.

Este projeto está dividido em três etapas. Além da introdução, a primeira etapa é composta pela apresentação da organização, a Galera Animal da Dóris. Nela, estão capítulos que descrevem as informações gerais para uma melhor identificação e entendimento sobre a ONG. A segunda etapa do trabalho é composta pelo planejamento de campanha voltada à Galera Animal da Dóris, desde a pesquisa com o público-alvo até a escolha de estratégias e táticas. A terceira etapa é a criação da campanha. As peças publicitárias da campanha são apresentadas, juntamente com os métodos de criação, defesa e justificativa.

1. CONHECER A ORGANIZAÇÃO

Este capítulo é voltado à apresentação da Galera Animal da Dóris. Aqui, são descritas informações gerais sobre a ONG, como o histórico, sua estrutura organizacional, produtos/serviços prestados, sua distribuição, comunicação com o público e seus objetivos, além de identificar seu contexto, como públicos, concorrência e empresas parceiras. As diretrizes para realização do projeto experimental também são descritas nesta primeira etapa, como o objetivo de comunicação, público-alvo, entrevistas e o projeto do Dia de Ação.

1.1 DESCRIÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

1.1.1 Histórico

Dóris Flores de Souza (Imagem 1), professora aposentada, é uma protetora animal independente que conta com a colaboração de algumas pessoas adeptas à causa animal e social. Ela cuida de, aproximadamente, 180 cães abandonados e/ou resgatados, abrigados em diferentes lugares na cidade de Passo Fundo, no Rio Grande do Sul. A Dóris iniciou seu trabalho voluntário no cuidado dos animais há, aproximadamente 25 anos, quando trabalhava na Prefeitura Municipal de Passo Fundo. Havia sempre alguns cães que moravam por lá e podiam contar com os seus cuidados.

Ela recebeu o convite para comparecer à reunião do Capa, ONG que recebia o apoio da prefeitura municipal, onde ficou por, mais ou menos, um ano prestando seus serviços. Com o passar do tempo, começou a ser solicitada por pessoas ligadas à Prefeitura a aos animais abandonados para prestar auxílio de alguma forma.

Por divergências de ideias, pensamentos e maneiras de agir, Dóris resolveu sair do CAPA, seguir sozinha e dar atenção total para aqueles animais abandonados que ela já possuía. Com o apoio de amigos, voluntários e colaboradores, surgiu a Galera Animal da Dóris, nome esse que, hoje, identifica e reconhece o seu trabalho voluntário, sua história e seu amor incondicional pelos animais.

Imagem 1 – Dóris Flores de Souza



Foto Reprodução: Facebook (2019)

1.1.2 Missão, visão e valores

A Galera Animal da Dóris não possui missão, visão e valores expressas de maneira clara e objetiva. Porém, em conversa para melhor entender sua história, foi possível perceber que determinados valores e princípios são fundamentais para Dóris. Por isso, foram sugeridas definições que mais representassem os verdadeiros propósitos da organização.

Missão: Acolher, ajudar e amparar animais abandonados e/ou em situações de risco que estão em busca de segurança, moradia, cuidados e amor.

Visão: Proporcionar um ambiente seguro e uma vida saudável aos animais que precisam de auxílio e cuidados especiais.

Valores: Garantir uma melhor qualidade de vida aos animais abandonados, oferecendo cuidado, proteção, alimentação, segurança e, principalmente, amor.

1.1.3 Estrutura organizacional

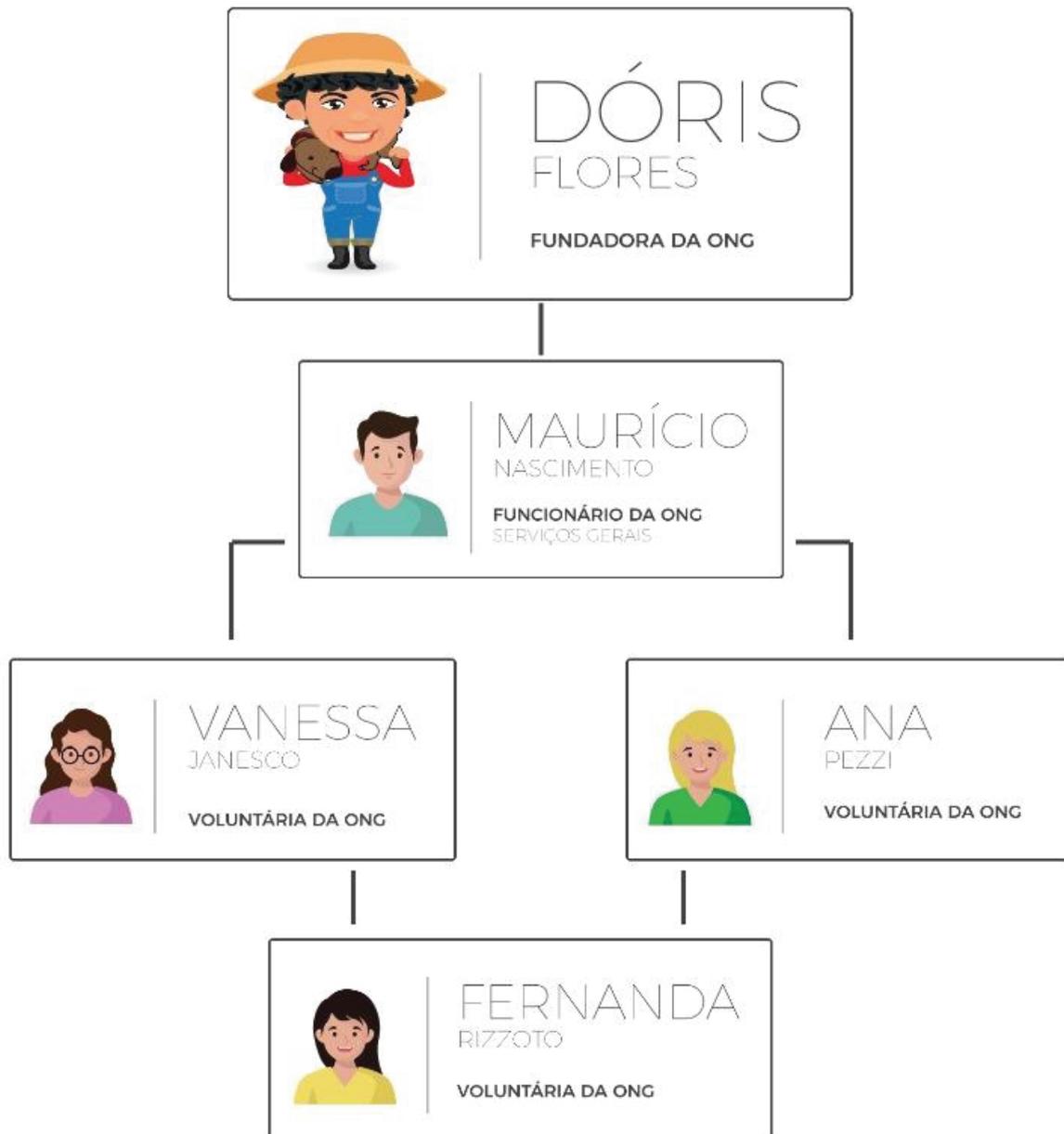
A Dóris conta com o apoio da Vanessa, da Ana, da Fernanda e do Maurício, conforme ilustrado na Figura 1. Maurício é a única pessoa da ONG assalariada, sendo o funcionário que a acompanha em sua rotina diária. Sua principal função na Galera Animal da Dóris é realizar tarefas simples, mas com grande importância, como limpar, organizar, alimentar e cuidar dos cães nos locais em que se encontram.

A Vanessa Janesco é a parceira da ONG que assume o controle sempre quando Dóris precisa realizar viagens ou se afastar por determinado motivo, pois é ela que conhece a rota e as atividades que precisam ser desenvolvidas.

A Ana Pezzi é uma protetora independente que auxilia na comunicação da Galera Animal da Dóris, divulgando cães aptos para a adoção e solicitando a assistência de voluntários.

A Fernanda Rizzoto é responsável pelo banho e tosa dos animais, auxiliando no processo de adoção.

Figura 1 – Estrutura Organizacional Galera Animal da Dóris



1.1.4 Produto ou serviço

O serviço oferecido pela Galera Animal da Dóris visa proteção e cuidado voltados à causa animal de forma voluntária. Porém, a importância vai muito além de recolher animais abandonados: é um serviço social que reabilita e oferece um lar para cães em situações de risco e/ou letais. A ONG tem um papel fundamental para o controle de zoonoses¹, proliferação de

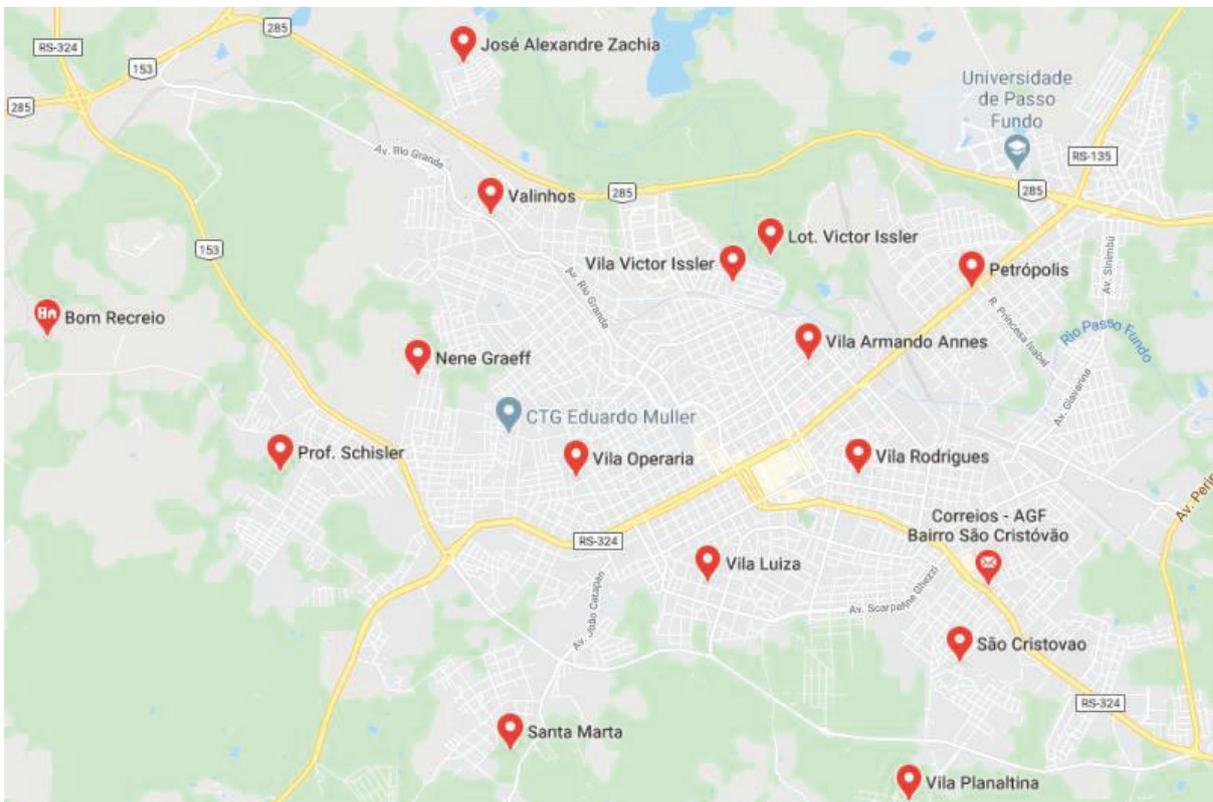
¹ Zoonoses são doenças que são transmitidas de animais para humanos ou de humanos para os animais.

doenças e controle de reprodução de animais, ou seja, está diretamente conectado à saúde pública. Todos os dias, às 17h, acompanhada de Maurício, Dóris percorre diferentes locais na cidade para alimentar, dar água e prestar auxílio aos cães de rua. Ela sempre carrega consigo um *kit* com produtos e utensílios e, quando precisa, realiza procedimentos veterinários emergenciais em cães encontrados em estado delicado

1.1.5 Distribuição

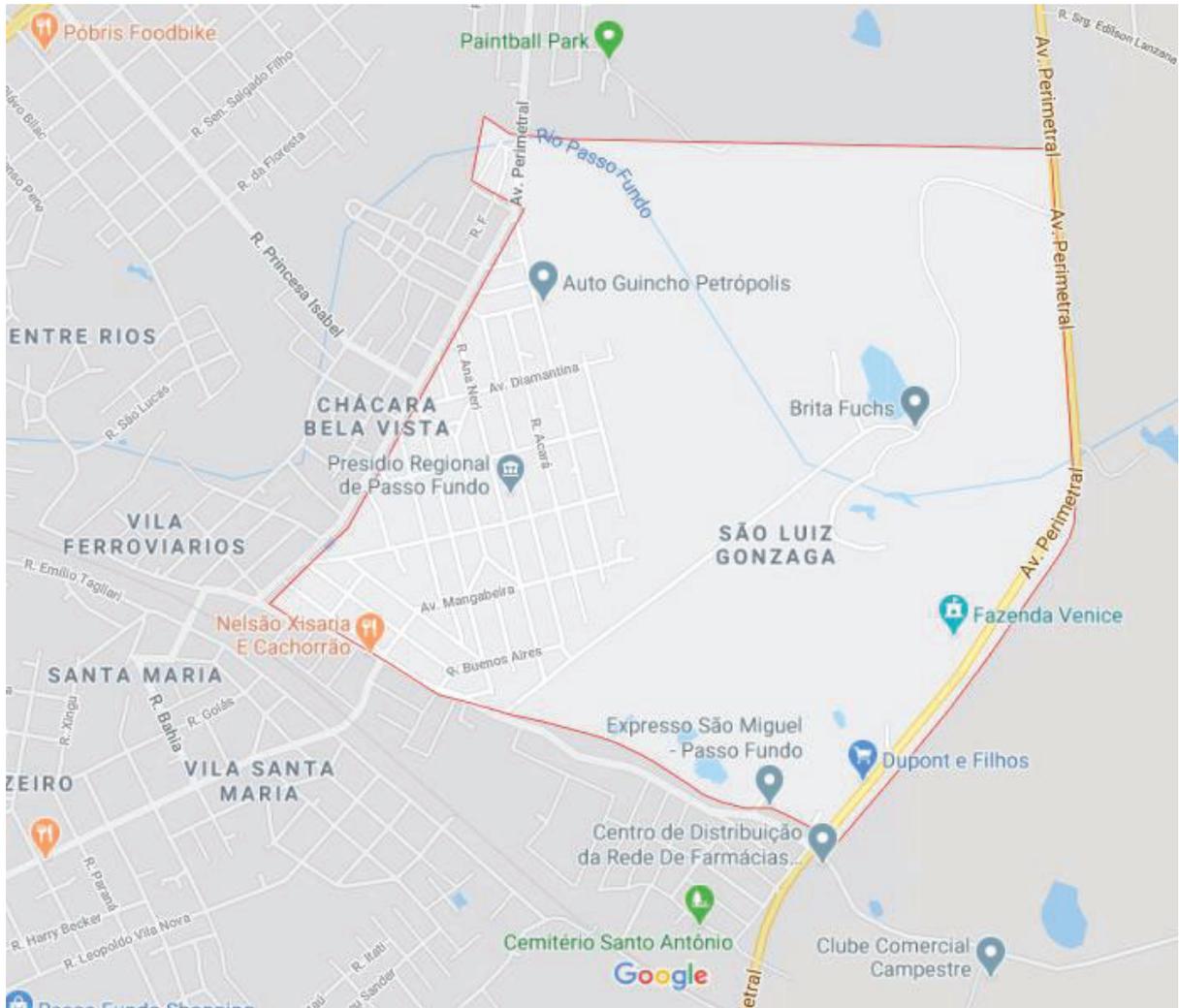
A ONG atua na cidade de Passo Fundo, no estado do Rio Grande do Sul. O bairro São Luiz Gonzaga possui a maior concentração de animais abandonados, sendo a pedreira o ponto inicial da rota diária da Dóris. O local é afastado da região central da cidade e de acesso privado. A Prefeitura Municipal, a fábrica de tubos e demais locais itinerantes são visitados na sequência. Entretanto, surpresas surgem durante o percurso e, por isso, novos cães acabam sendo socorridos, e até mesmo resgatados, pela Galera Animal em diferentes pontos da cidade.

Figura 2 – Bairros da cidade de Passo Fundo



Fonte: Google Maps

Figura 3 – Bairro São Luiz Gonzaga



Fonte: Google Maps

Figura 4 – Pedreira São Luiz Gonzaga



Fonte: Google Maps

1.1.6 Fontes de custos e despesas da organização

A Galera Animal da Dóris, assim como qualquer outra ONG ou projeto independente, possui custos e despesas que precisam ser cobertos para poder dar continuidade aos seus serviços. Em março de 2020, a Dóris abrigava cinco cães em sua residência e, por isso, contas como água e luz estão inclusas na lista de despesas. Por se locomover diariamente para prestar auxílio aos outros cães, o custo com o veículo próprio e a gasolina também são fontes de custos. Além disso, é preciso gastar, também, com funcionários, alimentação dos animais, materiais, consultas e procedimentos veterinários.

1.1.7 Fontes de receita da organização

A Galera Animal da Dóris, por não dispor do apoio financeiro de nenhum órgão público para despesas e manutenção da ONG, possui fontes próprias de receita, como o benefício de aposentadoria da Dóris. Entretanto, o projeto conta com doações financeiras e ações de amigos e parceiros envolvidos com a Dóris ou alguma causa animal, além de doações de rações e a ajuda de custos com as despesas da clínica veterinária.

1.1.8 Comunicação da organização

A Galera Animal nunca se envolveu com nenhuma agência/empresa de comunicação para divulgação do seu trabalho. Além disso, possui somente uma página pessoal no Facebook, alimentada pela própria Dóris. Nela, a maioria do conteúdo compartilhado é referente a publicações de cães abandonados e/ou perdidos e adoção responsável. Algumas fotos tiradas pela Dóris no seu dia a dia com seus cães também são compartilhadas com o público, mas de forma não tão constante. No entanto, amigos e colaboradores da ONG auxiliam em sua disseminação com a criação de materiais próprios referentes à Dóris, seu trabalho e sua história, para um melhor conhecimento da causa animal e o quanto ela não pode ser esquecida pela população.

O diagnóstico sobre a comunicação da organização baseia-se na falta de divulgação do próprio trabalho da Galera Animal. Há uma certa escassez sobre os serviços realizados pela própria ONG e suas necessidades, bem como as diferentes formas que a população pode contribuir com a organização e com a causa animal.

Figura 5 – Página de Facebook da Dóris

Doris Flores de Souza

Adicionar Mensagem ...

Linha do tempo Sobre Amigos 26 em comum Fotos Mais ▾

VOCÊ CONHECE DORIS FLORES?

Para ver o que ela compartilha com os amigos, envie-lhe uma solicitação de amizade.

Adicionar

26 amigos em comum

Apresentação

- Trabalhou na empresa Prefeitura Municipal de Passo Fundo
- Trabalhou na empresa Comitê Paralímpico Brasileiro - CPB
- Estudou na instituição de ensino Universidade de Passo Fundo
- Frequentou Universidade De Passo Fundo
- Mora em Passo Fundo
- De Passo Fundo

Fotos

Doris Flores de Souza
10 min · 🌐

lauragarcialg

Cachorro fugiu próximo ao zaffari vergueiro essa manhã... Atende por chico Por favor compartilhem

Fonte: Facebook

Figura 6 – Publicação de Facebook da Dóris



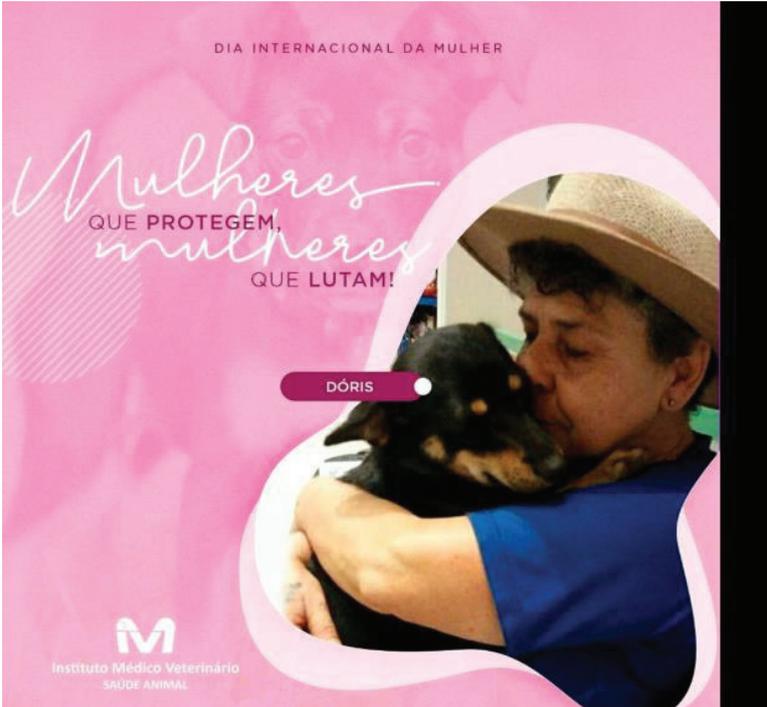
Fonte: Facebook

Figura 7 – Publicação Facebook Dóris



Fonte: Facebook

Figura 8 – Publicação IMV Saúde Animal



DIA INTERNACIONAL DA MULHER

Mulheres
QUE PROTEGEM,
mulheres
QUE LUTAM!

DÓRIS

M
Instituto Médico Veterinário
SAÚDE ANIMAL

IMV Saúde Animal
- 7 de março

- Nossa última protetora homenageada e não menos importante é a Dóris. A protetora já perdeu as contas do tempo envolvido na causa, mas acredita que possa passar de 20 anos. Ela acredita que a sua vida juntamente com os animais não tenha explicação, e não se vê sem eles no seu dia-dia.
- Para Dóris, as pessoas deveriam entender os animais como seres cientes, que expressam seus sentimentos e emoções como os humanos e que devemos respeitar isso.
- São cerca de 200 animais auxiliados por Dóris, que necessitam de doação de ração constantemente, assim como o apadrinhamento ou adoção dos animais. Muitos valores de consultas e tratamento também precisam ser quitados.
- Essas mulheres guerreiras precisam da sua ajuda! Torne a luta delas a sua também. Durante o mês de Março o IMV Saúde Animal estará arrecadando rações e dinheiro, os quais serão destinados as nossas homenageadas que protegem e que lutam! Essa causa é de todos!

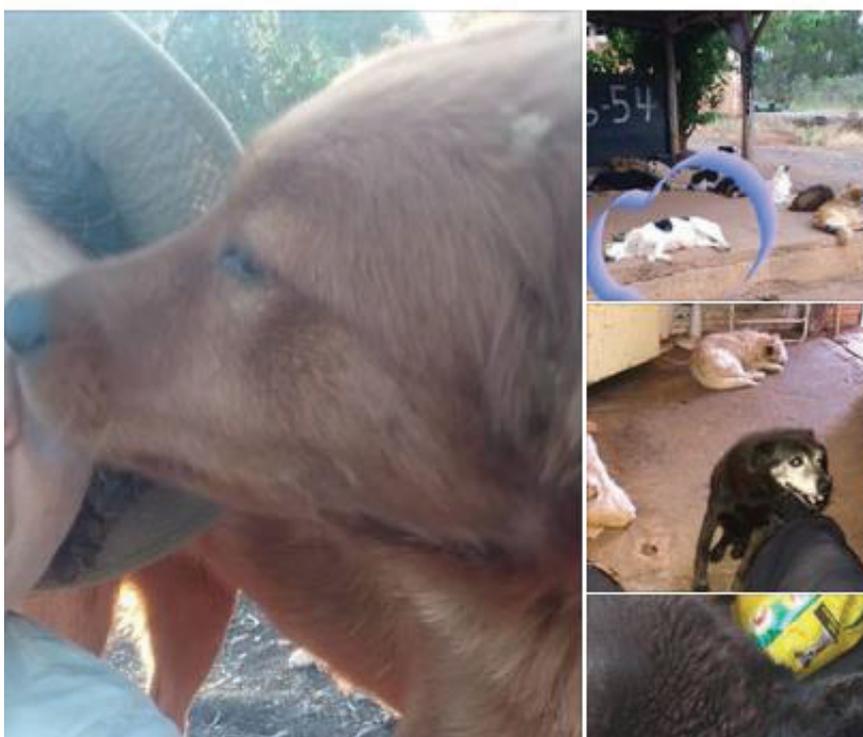
Escreva um comentário...

Fonte: Facebook

Figura 9 – Publicação Facebook Dóris

 **Doris Flores de Souza** 29 de fevereiro · 🌐

Sim !!! Eles sentem nossa tristeza e secam nossas lágrimas 😭. (Obrigada cusca Marina por me consolar nesse momento).
Estava com um choro preso na garganta desde segunda quando tive que apressar a partida da Emilia(Galera I) a pintada mais doce da face da terra.E hoje não deu pra segurar esse choro pois chegando na Galera encontrei meu neguinho ranzinza Macalé , nosso kelelé , nosso macaquinho , nosso veinho lá no asfalto morto atropelado.
Doi muito perder essas criaturinhas .
Sejam felizes aí no céu dos cuscos , como vocês eram aqui , livres e amados!!!



Fonte: Facebook

Figura 10 – Cartaz Galera Animal da Dóris



AJUDE
ESSA
 🐾❤️🐾
GALERA

DEIXE AQUI
 a sua **contribuição**
 de ração

SAIBA MAIS
 sobre o trabalho
 realizado pela Doris



Fonte: O cartaz foi desenvolvido para ser exposto em vitrines de empresas parceiras.

1.1.9 Objetivos organizacionais

A partir da entrevista presencial com a Dóris, foi constatado que o propósito da ONG não é a arrecadação de valores ou eventos/feiras de adoção. O objetivo geral da Galera Animal é aumentar o número de voluntários para garantir e qualificar sua prestação de serviços. Além disso, entre os objetivos específicos, estão: 1) informar a população em como ser um voluntário, tanto em processos físicos quanto em arrecadações; e 2) despertar o interesse de jovens, adultos e idosos na Galera Animal da Dóris e na causa animal.

1.2 CONTEXTO DA ORGANIZAÇÃO

1.2.1 Públicos da instituição

A Galera Animal da Dóris possui um público bastante diversificado. Entre as pessoas envolvidas indiretamente com o projeto, é possível citar pessoas de gênero, idade e classe social distintas, porém, que possuam algum tipo de relação e/ou engajamento com a causa animal. Já o público direto da ONG engloba pessoas e empresas familiarizados com o trabalho e a história da Dóris, participam de arrecadações e contribuem com doações, sejam elas financeiras, alimentares ou através de materiais de uso veterinário, além do voluntariado.

É possível distinguir dois diferentes tipos de público que giram em torno da organização. O público financiador da ONG é formado por homens e mulheres de classe social média/alta donos do próprio negócio, que contribuem regularmente com doações para organizações voltadas à causa animal. O público influenciador da Galera Animal é composto por pessoas donas ou que trabalham no ramo de animais, seja de estimação ou não, e que possuem grande influência entre a população referente ao cuidado animal.

1.2.2 Concorrência ou organizações similares

As concorrências da ONG acabam sendo outras ONG's voltadas à causa animal, principalmente o Capa e a Compata, por possuírem maior visibilidade e lembrança de marca para com o público.

Figura 11 – Página de Facebook do Capa

PROTEJA QUEM VOCÊ AMA
#FiqueEmCasa

Adote O Capa
@CAPApf

Página inicial

Sobre

Eventos

Fotos

Vídeos

Comunidade

Avaliações

Publicações

Curtir Seguir Compartilhar ...

Saiba mais Enviar mensagem

Criar publicação

Escreva uma publicação...

Atualização ... Foto/vídeo Marcar amigos ...

4,9 Com base na opinião de 41 pessoas

Fonte: Facebook

Figura 12 – Publicação de Facebook do Capa



Fonte: Facebook

Figura 13 – Site Compata

The image shows the website for 'COM PATA'. The header is yellow with a navigation menu: 'SOBRE NÓS', 'CARTILHAS', 'PROJETOS DE LEI', 'COM PATA' (logo), 'PARCEIROS', 'COMO AJUDAR', 'ADOTAR', and 'CONTATO'. Below the header is a large image of a brown and white cow with the text 'OLÁ, MEU NOME É ALFORRIA' and a button 'CONHEÇA A MINHA HISTÓRIA'. The main content area is dark grey and features the heading 'QUER ADOTAR?' with the subtext 'Preencha o formulário abaixo e realize seu pedido de adoção.' Below this is a form with two columns. The left column is titled 'LEMBRE-SE' and lists 'Todos os animais disponíveis para adoção são:' followed by four categories: 'SAUDÁVEIS' (with a cat icon), 'CASTRADOS' (with a dog icon), 'VACINADOS' (with a syringe icon), and 'DESVERMINADOS' (with a pill bottle icon). The right column is titled 'DADOS PESSOAIS' and contains a 'Nome' field, 'Telefone' and 'E-mail' fields, and a 'PREFERÊNCIAS' section with dropdown menus for 'Espécie', 'Sexo', 'Porte', 'Idade', 'Pelagem', and 'Deficiência'.

1.2.3 Fornecedores e parceiros

A Galera Animal conta com o apoio de fornecedores e parceiros fundamentais que oferecem o suporte necessário para a manutenção da ONG. Entre esses colaboradores, é possível citar o envolvimento de clínicas veterinárias e *petshops* para serviços como castração, vacinas e consultas, no qual cobram um valor abaixo do que geralmente está estipulando pelo estabelecimento. Escolas privadas, estaduais e municipais, brechós e lojas e demais voluntários que, de alguma forma, participam de eventos também fazem parte da história do projeto.

1.2.4 Análise SWOT

Quadro 1 – Análise SWOT

<p style="text-align: center;">FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Experiência de mais de duas décadas; - Apoio de colaboradores; - Trabalho de voluntários. 	<p style="text-align: center;">FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trabalho independente; - Falta de infraestrutura; - Recursos financeiros limitado; - Logística fraca. - Transporte escasso.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reconhecimento; - Pessoas engajadas na ação animal; 	<p style="text-align: center;">AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Má índole de tutores; - Local impróprio; - Falta de apoio público; - Reprodução de animais de rua.

1.3 DIRETRIZES GERAIS DO PROJETO EXPERIMENTAL

1.3.1 Expectativa da organização sobre o projeto experimental

A expectativa da Dóris em relação ao projeto experimental é o desejo da realização de uma campanha que incentive a população quanto a realização de trabalho voluntariado e outras formas de contribuir com a ONG, como doações de alimentos, materiais, produtos de limpeza e higiene e auxílio com despesas. Assim, torna-se mais fácil engajar um maior número de pessoas com a causa animal que, conseqüentemente, acabem se tornando parte do projeto e incentivando demais contribuições sociais.

1.3.2 Objetivo do projeto de comunicação

O objetivo de comunicação do presente projeto é sensibilizar a comunidade sobre ideias e propósito da Galera Animal, e estimular a ajuda do público, seja através do voluntariado ou doações específicas, já que o principal problema de comunicação da ONG é a falta de clareza de seu público voluntário sobre sua finalidade e os meios disponíveis para auxílio.

1.3.3 Público-alvo do projeto de comunicação

O público-alvo do projeto é voltado àqueles que, de alguma forma, estejam envolvidos em alguma causa animal, possuam amor e empatia pelos animais e gostariam de ajudar ainda mais a Galera Animal da Dóris. Por isso, definiu-se dois públicos para a campanha.

O primeiro público-alvo é “O Voluntário”, composto por homens e mulheres com idades entre 20 e 40 anos, de classe social média e alta, com algum tipo de graduação ou donos do próprio negócio. Já possuíram ou ainda possuem ligação com animais de estimação e, por isso, de alguma forma, estão envolvidos com a causa animal. São contra qualquer tipo de violência e maus tratos e, sempre que possível, contribuem com doações e outros tipos de auxílio para ONGs responsáveis pelo cuidado desses animais. Após a definição dos públicos para criação da campanha, foram criadas *personas* para um maior entendimento e identificação destes mesmos públicos.

Laura tem 25 anos e saiu da casa dos seus pais para estudar Medicina Veterinária. Reside na cidade de Passo Fundo e divide o apartamento com uma amiga. Devido às regras do condomínio, não possui nenhum animal de estimação, entretanto, foi criada com o Almôndega, cachorrinho de estimação da sua família. Laura sempre amou os animais e, mesmo não tendo um, lida com eles diariamente na faculdade. Por isso, compreende e se solidariza com todas as ONGs relacionadas à causa animal. Estuda em turno integral, porém, sempre que possível, doa rações ou auxilia com demais serviços que também beneficiam os animais e a causa.

Júlio é um microempreendedor de 38 anos, casado e tem uma filha de 3 anos. Ele passou sua infância e adolescência sendo criado com cães e gatos e, por isso, tem Bóris, cachorro de pequeno porte que adotou para fazer parte da sua família e ser um companheiro para sua filha. Júlio sempre foi contra maus tratos e abandono animal. Ele disponibiliza um espaço na sua empresa para ações benéficas à causa, como cartazes de adoção e potes de ração e água para animais abandonados, além de ser parceiro de ONG's que lidam e lutam diariamente com a causa. Está sempre participando de eventos na tentativa de conscientizar o maior número de pessoas sobre a atual situação de vida dos animais.

O público-alvo secundário é “O Influenciador”, formado por homens e mulheres com idades entre 30 a 50 anos, de classe social média e alta, que possuem seus próprios negócios ou trabalham em algum ramo que relacionado com animais, de estimação ou não. A pessoa é bem visto(a) na sua comunidade e possui certo grau de influência, sendo sempre solicitado em situações de urgência referentes ao auxílio ou orientações quanto ao cuidado animal. Após a

definição dos públicos para criação da campanha, foram criadas *personas* para um maior entendimento e identificação destes mesmos públicos.

Gustavo tem 45 anos e é dono de um *petshop* na cidade Passo Fundo, sendo conhecido em seu bairro e arredores do município. Além de amar seu trabalho, ele possui outra paixão, que é ajudar animais em situações desfavoráveis, como abandono e maus tratos. Gustavo gosta de ajudar ONG's relacionadas à causa animal, seja com campanhas realizadas em seu *petshop* para arrecadação de alimentos ou ações que incentivem a adoção.

Bianca tem 32 anos, mora em Passo Fundo e possui uma loja de modas no centro da cidade. Ela ama os animais e sonha ter uma chácara para acolher animais em situação de abandono, pois, por morar em um apartamento, Bianca possui apenas uma cachorrinha de pequeno porte. Ela participa de ONG's e contribui sempre que possível. Acredita que pode ser mais participativa, mas, como possui pouca disponibilidade de tempo, ela oferece um espaço na sua loja para que as ONG's realizem caixinhas de doações e arrecadações de alimento, envolvendo seus clientes com a causa animal.

1.4 PESQUISA COM ESPECIALISTA E PÚBLICO PRÓXIMO

1.4.1 Entrevista em profundidade com especialista

Compreender o que envolve a causa animal, de um ponto de vista técnico, é essencial para a realização deste projeto. Por isso, a entrevista em profundidade realizada com uma médica veterinária traz informações precisas de uma profissional que atua no mercado local.

Para a médica veterinária entrevistada, uma causa animal diz respeito a tudo que envolve os animais, independente da sua espécie. Todos eles merecem respeito e extremamente importante entender seu *habitat*, pensando, assim no seu bem-estar. Sobre o trabalho desenvolvido pela Dóris, a especialista julga ser um trabalho fundamental, por ser focado no resgate e resolução de problemas de saúde dos animais. Ela ainda considera um trabalho referência para que mais pessoas se envolvam com a causa, não sobrecarregando apenas uma ONG ou protetor(a) independente.

1.4.2 Pesquisa com público próximo

Além da especialista, outras duas pessoas que atuam como parceiras da Galera Animal da Dóris também foram entrevistadas. Assim, a visão de quem convive e ajuda no trabalho desenvolvido pela Dóris pode subsidiar de forma clara e com argumentos emocionais, primeiramente no levantamento de dados e posteriormente na criação e desenvolvimento da campanha.

Elas conheceram o trabalho da Dóris por meio de terceiros e, conseqüentemente, decidiram ajudar tanto com os custos como no trabalho físico, como limpeza, alimentação, banho e entre outros, tudo de forma voluntária. Elas consideram a Dóris como uma protetora que se dedica ao cuidado dos animais puramente por amor e que, sem ela, muitos animais ainda estariam perdidos, abandonados e em situação de risco. Isso tem relação direta com a saúde pública, uma vez que eles podem vir a se tornar vetores de doenças para outros cães e, até mesmo, para o ser humano.

A estrutura física que abriga todos os animais, que não é própria, e a saúde da Dóris são os fatores que mais preocupam. Para elas, o espaço onde se abriga a maior parte dos cães atendidos (pedreira) é impróprio, sendo preciso um local que proporcione uma qualidade de vida melhor para os cães. Outra preocupação é com a própria Dóris, tendo em vista a sua idade, pois não sabem o que aconteceria com os animais quando ela não conseguir mais atendê-los. O foco em adoção responsável e em ajuda voluntária seriam os principais objetivos de comunicação do projeto.

1.5 PROJETO DO DIA DE AÇÃO

1.5.1 Objetivo

O Dia de Ação a ser realizado tem como objetivo principal sensibilizar um grupo de pessoas quanto à importância do trabalho realizado pela Dóris e, assim, fazer com que estas propaguem essa ideia. O sucesso desta ação vai resultar em novos voluntários disponíveis, em reconhecimento do trabalho já realizado e ainda, tão importante quanto, mostrar que todos podem, por meio de pequenas atitudes, ajudar e mudar a realidade de muitos cães abandonados.

1.5.2 Atividade

A referência para essa ação são ações desenvolvidas por programas de auditório na televisão, muitos chamados de “Um Dia de Princesa”. Porém, aqui a ação se chamará “Um Dia de Anjo”. A atividade consiste em levar um grupo de pessoas, simpatizantes com a causa animal, para passar uma tarde com os cães que estão no abrigo da Galera Animal. Contudo, eles só ficarão sabendo disso ao chegar lá. Eles serão vendados e levados de carro até a pedreira do bairro São Luiz Gonzaga, local onde há a maior concentração de cães da Galera Animal da Dóris. Lá, eles encontrarão aquela que, para centenas de cães, é considerada um anjo. Isso os levará a conhecer na prática o trabalho desenvolvido pela Dóris, mostrando que cada um dos participantes poderá ser um anjo na vida de inúmeros cães.

1.5.3 Recursos humanos e materiais

O primeiro passo é selecionar 5 participantes que simpatizem com a causa animal, mas que não conheçam a Galera Animal da Dóris. Após isso, eles serão convidados para participar de um projeto chamado “Um Dia de Anjo”. Não serão fornecidos detalhes sobre o que irá acontecer, apenas que é um projeto social que se encaixa no perfil pessoal do participante. Eles serão levados vendados, em carro dos participantes deste projeto experimental, até o local definido. Demais materiais a serem utilizados durante o Dia de Ação serão materiais de limpeza e higiene dos cães.

Durante a ação, serão disponibilizados alimentos para os participantes, algo simples, como bolachas, sanduíches e bolos, e bebidas, como água, suco e chá, como forma de agradecer e reconhecer o esforço, o interesse e a disponibilidade de todos que participam do Dia de Ação. Ao final do dia, serão entregues pequenos brindes como forma de lembrança da experiência.

1.5.4 Orçamento

Para custear essa ação, serão realizadas parcerias que subsidiem doação de material de limpeza. Já os custos de locomoção ficam a cargo do grupo que realiza este projeto experimental, uma vez que os participantes serão levados de carro pelos próprios. Outro ponto

importante é a presença e ajuda de um dos *petshops* parceiros da Dóris, auxiliando assim, com produtos de higiene e adereços, como enfeites e gravatas para os cães.

2. CONHECER O PÚBLICO-ALVO

2.1 DEFINIÇÃO DO MÉTODO DE PESQUISA

Para dar processo no desenvolvimento do projeto, foi necessário entender um pouco mais sobre o público. Sendo assim, foi desenvolvido um formulário com a finalidade de abordar uma quantidade de pessoas que praticam alguma determinada ação na causa animal e, também, pessoas que possuem familiaridade com a causa, com o objetivo de entender um pouco mais sobre o que este público pensa, para conseguir um melhor entendimento sobre o objetivo do projeto.

O método definido para a execução do formulário foi a realização de uma pesquisa de abordagem quantitativa, coletando as impressões, opiniões e pontos de vista do público pesquisado, com o intuito de se aprofundar melhor sobre o tema abordado e obter uma melhor informação sobre as motivações, ideias e as atitudes das pessoas que estão dentro dessa causa animal. A pesquisa seguiu uma amostragem não probabilística por conveniência. Optou-se pelo método pois foi identificado como o melhor engajamento com este público específico no momento da pesquisa, com a possibilidade de proporcionar uma ação futura com pessoas semelhantes que se enquadram nessas mesmas características.

É importante saber como esse público será abordado com as ações futuras do projeto, para que não haja erros de comunicação ou abordagens para possam prejudicar a comunicação. É crucial seus entendimentos e suas disponibilidades de participação, de modo que se sintam mais próximos com a causa. A aplicação da pesquisa permitirá a adoção de ações baseada no comportamento do público-alvo, possibilitando atrair os melhores resultados com as futuras ações de comunicação da Galera Animal da Dóris.

2.2 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

A pesquisa busca entender um pouco mais sobre o que o público pensa e quais são seus comportamentos em relação aos trabalhos de ONG's direcionadas à causa animal, como as mais lembradas e se auxiliam as mesmas de alguma forma, seja financeiramente ou através de trabalho voluntário. Para entender melhor a escolha do público, a realização da pesquisa quantitativa baseou-se em perguntas associadas às ações de protetores da causa animal, como a definição do grau de importância do trabalho e serviços dos mesmos. Além de mostrar se o

público é engajado com a causa animal, a pesquisa tem como objetivo descobrir o quanto as pessoas estão familiarizadas com a Galera Animal da Dóris e se estão dispostos a contribuir com o projeto.

2.3 COLETA DE DADOS

Após o desenvolvimento da primeira etapa do projeto, avançamos para a pesquisa com o público-alvo, definindo o melhor tipo de pesquisa a ser aplicada e desenvolvendo um questionário para o público definido no projeto. A pesquisa qualitativa foi realizada através de um questionário online, enviado para o público-alvo da campanha. Foi aplicada na cidade de Passo Fundo/RS, durante o período de 27 de abril de 2020 a 04 de maio de 2020. Foram obtidas um total de trinta e nove respostas.

O projeto buscou um perfil de público que atende todas as idades, gêneros e classes sociais que, de alguma forma, estejam envolvidos em alguma causa animal. Dentro dessas características, foram definidos os públicos em voluntários e os influenciadores. Os participantes do grupo enviaram os questionários para o público-alvo e, com um retorno de trinta e nove respostas, definiu-se a experiência da aplicação dos questionários como positiva. Em contrapartida, não foi possível encontrar um grande número de pessoas para aumentar o número de respostas da pesquisa.

2.4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

O *Top of Mind* dos participantes, quando o assunto é ONG's, mostra a preocupação com causas voltadas aos animais. As ONG's mais lembradas foram o Greenpeace, a ONG Amor de Passo Fundo, o CAPA, também de Passo Fundo e o ACAPA de Carazinho. Tanto o CAPA quanto o ACAPA realizam trabalhos semelhantes ao da Dóris, porém, contam com ajuda de custo das prefeituras das cidades. Outras organizações foram citadas, inclusive a Galera da Dóris, porém de maneira singular.

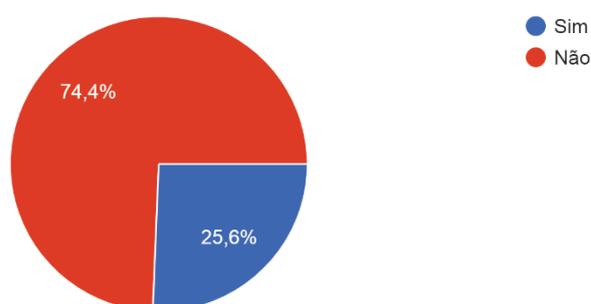
A unanimidade entre os participantes é o papel de uma ONG. Para eles, cuidar e oferecer auxílio aos mais necessitados é o principal objetivo deste tipo de organização. As ações de uma ONG ajudam a comunidade, garantem os direitos e a proteção da fauna e flora, suprem demandas que o estado não consegue atender e fazem tudo isso e ainda mais como gesto de

amor ao próximo. Eles enxergam as ONG's passar por muitas dificuldades, tanto financeiras como apoio moral. É um trabalho difícil e desgastante, porém, muito importante para cuidar daqueles que precisam. “O papel de uma ONG é proteger os interesses daqueles que tem pouca voz”. Dois terços dos participantes nunca participaram de algum tipo de ação em organizações não governamentais, conforme ilustrado na Figura 14.

Figura 14 – Pesquisa Quantitativa: participação em trabalhos voluntários

Você participa ou já participou de algum trabalho voluntário em alguma ONG?

39 respostas



Fonte: Resultados obtidos a partir da pesquisa quantitativa realizada (Abril/2020)

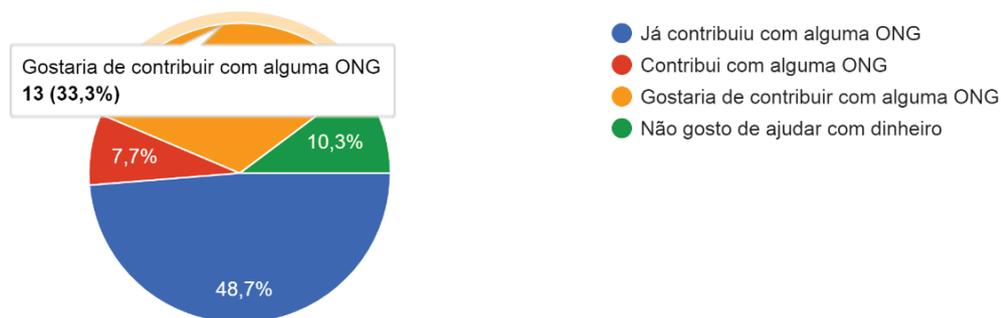
As pessoas que já participaram relatam que já realizaram trabalhos voluntários, conforme suas áreas profissionais, desde criação de identidade visual, banho, tosa e cuidados de saúde em animais, participação de vaquinhas para arrecadar dinheiro, além de doação de rações, materiais de limpeza, materiais para reciclagem, brinquedos e roupas. Doações singelas, mas que fizeram a diferença quando somadas. “Apesar de nem todo mundo poder ajudar, dá pra fazer algumas coisas por conta própria também, como alimentar *dogs* nas ruas e até mesmo adotar.”

De acordo com a Figura 15, aproximadamente metade dos pesquisados já contribuíram financeiramente com alguma ONG, e 33% deles gostariam de fazer algum tipo de contribuição. Dos que já contribuíram, quase 40% não realizam doações há um bom tempo. Outros 23% já doaram mensalmente, mas, atualmente, contribuem apenas com doações pontuais, de forma anual. Parece faltar um estímulo para essa ação de doar e participar, um argumento que funcione como ativação de uma vontade em *standby*.

Figura 15 – Pesquisa Quantitativa: contribuições financeiras

Financeiramente, você:

39 respostas



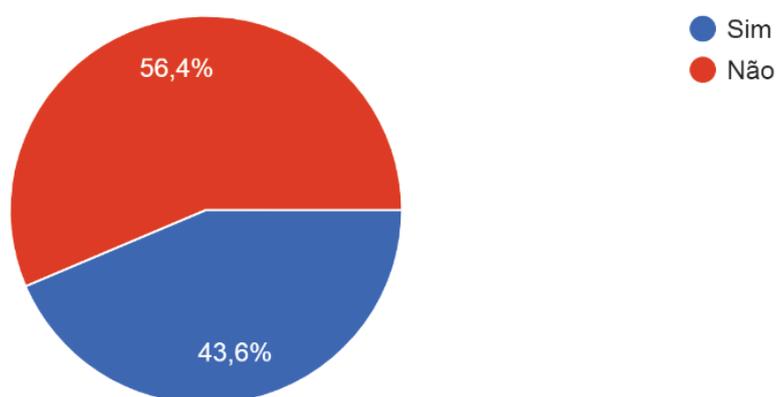
Fonte: Resultados obtidos a partir da pesquisa quantitativa realizada (Abril/2020)

Mais da metade das pessoas que participaram nunca ouviram falar no trabalho realizado pela Dóris (Figura 16), porém, após uma breve descrição do projeto, todos se solidarizaram. O trabalho voluntário da Dóris foi destacado como de extrema importância, pois atua em dois problemas: diretamente com o amparo e cuidado aos animais abandonados e desprotegidos e indiretamente no controle de zoonoses na cidade. Isso liga o projeto à saúde pública e reforça a importância do apoio de todos.

Figura 16 – Pesquisa Quantitativa: Galera Animal da Dóris e lembrança de marca

Você já conhece ou ouviu falar na Galera Animal da Dóris?

39 respostas



Fonte: Resultados obtidos a partir da pesquisa quantitativa realizada (Abril/2020)

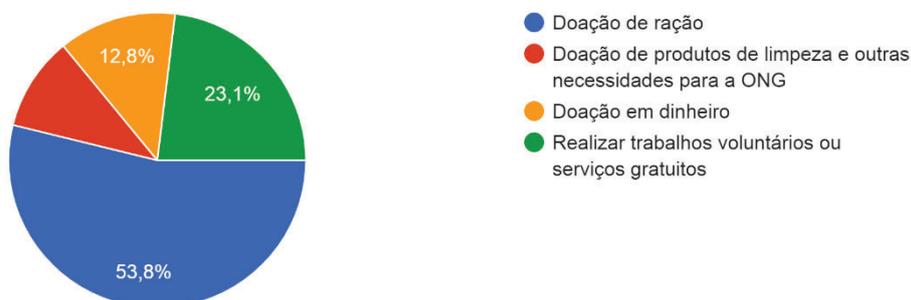
Dos entrevistados, 61,5% não sabem como ajudar a Galera Animal da Dóris. Faltam informações específicas, seja financeiramente ou voluntariado. Ao serem questionados de como seria a melhor forma de ajudar uma ONG de cuidado animal, os participantes destacaram a

ajuda nos custos, seja para despesas de clínicas veterinárias ou para a aquisição de ração, mas, também, ressaltaram a importância do voluntariado, conforme Figura 17 Segundo eles, há muitas maneiras de ajudar voluntariamente por meio de ações individuais, como colocar água e ração no portão de casa para cães comunitários da rua, oferecer um lar temporário ou buscar um lar para aqueles que estão precisando com maior urgência e, sempre que possível, entrar em contato com as ONG's para saber do que mais estão precisando para o momento.

Figura 17 – Pesquisa Quantitativa: contribuições Galera Animal da Dóris

Como você estaria disposto(a) a ajudar a Galera da Dóris?

39 respostas



Fonte: Resultados obtidos a partir da pesquisa quantitativa realizada (Abril/2020)

O apadrinhamento de cães também é uma opção válida para quando há espaço físico ou outras complicações que inviabilize a adoção. Quando perguntado como o participante estaria disposto a ajudar, a opção com maior escolha foi doação de ração, com 53%. A realização de trabalhos voluntários também ganhou destaque, com 23%. Já financeiramente, 36 pessoas responderam que a ajuda mensal que as elas poderiam oferecer é de até R\$ 50,00.

A análise das respostas obtidas no formulário mostra como o público considera importante o trabalho realizado por ONG's que exercem seus projetos com a causa animal. A maioria dos participantes reconhece a dificuldade e parecem dispostos a ajudar, porém, desconhecem como podem fazer isso de forma que possa se encaixar com suas possibilidades. A Dóris, durante a entrevista de *briefing*, comentou que a ajuda financeira nem sempre é a mais importante e isso está diretamente ligado a disposição do público-alvo da ONG.

Pensando nisso, um dos *insights* que surgiram durante essa análise é uma espécie de cartilha do voluntário, com informações diretas de como é possível ajudar, desde financeiramente, com os endereços e contatos das clínicas parceiras, como fisicamente, com ações que podem ir de um dia de voluntário na rota da Dóris até como oferecer cuidados para um cão que está vagando na rua. O apadrinhamento de cães, especialmente os mais velhos, é

outra ideia a ser explorada. Assim, pessoas que não podem adotar um cão, por questões de espaço e tempo, podem contribuir financeiramente com as despesas de um cão em específico, visitando-o quando possível. Vaquinhas *on-line* e cofrinhos do bem podem ajudar a levantar fundos também.

Uma pessoa que leva um cão no *pet shop* semanalmente pode ganhar um cofrinho para guardar aquelas moedas que ficam perdidas e sem rumo e no final do mês repassar esse mesmo cofrinho para o estabelecimento transformar em ração ou quitação de dívidas clínicas. A ideia de dividir os públicos-alvo e transformá-los em dois grupos, Os Voluntários e Os Influenciadores, pode ser uma ótima saída para criar um *storytelling* que aproxime esse grupo de pessoas da efetivação da ação. Assim, aquela vontade de ajudar, que está guardada no coração das pessoas, pode se tornar real e se transformar em ações individuais. São ideias que surgiram no processo de análise e que podem ganhar força e forma quando colocadas em um processo de *brainstorm*.

3. PLANEJAR A CAMPANHA

3.1 DIAGNÓSTICO INICIAL

Como já visto anteriormente, a Galera Animal da Dóris é uma ONG voltada à causa animal, visando proteção e cuidados em benefício dos animais que se encontram em situação de risco, vulnerabilidade, maus tratos e abandono. Seu trabalho está diretamente relacionado com a saúde pública, contribuindo para o controle de zoonoses, proliferação de doenças, controle da reprodução indesejada de animais.

As forças da Dóris resumem-se pela experiência de mais de 20 duas décadas, além do apoio de colaboradores e trabalho voluntariado. Aumentar seu reconhecimento e a possibilidade de atuar com pessoas engajadas na causa animal são as oportunidades da ONG. Entretanto, há algumas fraquezas que são visivelmente identificadas, como ser um trabalho independente, a falta de uma infraestrutura, escassez de transporte, fraca logística e a limitação em seus recursos financeiros. Além disso, a Dóris também sofre de ameaças externas que dificultam seu trabalho, como a má índole de tutores, local impróprio, falta de apoio público e grande reprodução indesejada de animais de rua, devido à falta de assistência médica. Informar a população em como ser um voluntário, tanto em processos físicos quanto em arrecadações, e despertar o interesse de jovens, adultos e idosos na Galera Animal da Dóris e na causa animal estão entre os objetivos específicos da ONG.

Sobre a melhor forma de ajudar uma ONG voltada à causa animal, os entrevistados acreditam ser através de doações financeiras e/ou ajuda de custo em clínicas veterinárias parceiras, de alimentos, materiais de limpeza e higiene, remédios, adoções, disponibilizando lar temporário e contribuindo com trabalho voluntário. Entretanto, mais da metade das pessoas entrevistadas (24 respostas) não sabem em como podem auxiliar a Dóris e seu projeto. Das 39 respostas conseguidas através do questionário, 21 pessoas estariam dispostas a ajudar a Galera Animal com doação de ração; 9 com trabalhos voluntários e/ou serviços gratuitos; 5 com doações financeiras; e 4 com doações de produtos de limpeza e de outras necessidades.

Com isso, destaca-se que o objetivo de comunicação do presente projeto é sensibilizar a comunidade sobre ideias e propósito da Galera Animal, e explicar como a Dóris pode ajudar e contribuir com a causa animal, já que o principal problema de comunicação da ONG é a falta de clareza de seu público voluntário sobre sua finalidade e os meios disponíveis para auxílio.

3.2 POSICIONAMENTO ATUAL DE COMUNICAÇÃO

A partir da análise de resultados do questionário de pesquisa aplicado, constatou-se que, das 39 pessoas respostas obtidas, apenas 17 pessoas possuem conhecimento e/ou familiaridade com a Dóris e seu trabalho. Esse fator pode estar relacionado com a falta de parceria entre a ONG e alguma agência/empresa de comunicação para sua divulgação. Após uma síntese sobre a Galera Animal da Dóris, explicando seu trabalho e seu papel na saúde pública da cidade de Passo Fundo, todos os entrevistados definem o trabalho da Galera Animal de extrema importância e necessidade, por agir em defesa do bem-estar animal, cuidando de cães em estado de vulnerabilidade, maus tratos e abandono.

Com isso, foi possível identificar o atual posicionamento da Galera Animal da Dóris, imagem e desafios a serem superados pela ONG, como seu aumento e visibilidade. Os resultados apresentam uma falta de clareza em relação ao seu trabalho e serviços que, como visto anteriormente, é justificado pela ausência de divulgação da ONG, como informações de contato, entendimento sobre como ajudar e quais suas principais necessidades. A partir disso, pode-se considerar negativa a imagem da ONG em relação ao seu público-alvo. Entretanto, de acordo com as respostas obtidas pelo questionário de pesquisa, a causa animal é bastante lembrada e apoiada quando perguntado sobre a causa social que mais necessita de auxílio por parte da população e órgãos públicos.

3.3 POSICIONAMENTO PRETENDIDO DE COMUNICAÇÃO

A ONG trabalha em defesa da saúde, bem-estar e qualidade de vida de animais abandonados, em situação de risco ou vulnerabilidade. A Dóris é uma pessoa que vive pelos animais, e sua dedicação e carinho por eles são exemplos para a sociedade. Com o diagnóstico realizado e os objetivos de comunicação definidos, o posicionamento que se pretende obter é mostrar a Galera Animal da Dóris como uma matilha, com o instinto de cuidado, amor e proteção. Não importa a situação, o instinto sempre irá falar mais alto.

3.4 VERBA DE CAMPANHA

Por ser um projeto que não recebe recursos financeiros de órgãos públicos e que não gera nenhum tipo de renda própria, foi observada a necessidade de fazer parcerias para que possa ser efetivado a campanha de comunicação da Galera Animal da Dóris. Algumas dessas parcerias seriam realizadas de forma estratégica com a elaboração na criação de materiais, como material impresso, fabricação de brindes e outros itens necessário para realização da campanha.

Será ressaltado para os futuros parceiros que o projeto Galera Animal da Dóris busca apenas promover uma vida melhor para os animais que estão sendo cuidados, e que sua ajuda será de grande importância para manter a continuidade da ONG.

3.5 ESTRATÉGIAS DE CAMPANHA

A Galera Animal da Dóris necessita de uma sensibilização da sociedade em relação à causa animal, principalmente do propósito da Dóris, além de trabalhos voluntários para dar continuidade com o projeto. Serão necessárias duas campanhas: uma de curto prazo, que irá auxiliar na arrecadação de recursos básicos; e outra de longo prazo, com o objetivo de aumentar o conhecimento da população sobre a existência da ONG, fortalecendo a lembrança de marca e contribuindo com o número de pessoas engajadas com a organização e com a causa.

Algumas das estratégias de comunicação que serão adotadas será o reforço de marca, para que a ONG e seu propósito sejam vistos e reconhecidos; uma campanha de voluntariado também foi definida, com o intuito de estimular a população a ajudar a Galera Animal e se engajar com a causa, contribuindo com a continuidade da ONG; por fim, uma campanha de incentivo de doações mensais, sejam elas financeiras, quitação de dívidas ou materiais e produtos de limpeza e higiene.

3.6 TÁTICAS E PLANO DE MÍDIA DE CAMPANHA

Para alcançar o objetivo da campanha de comunicação, as táticas adotadas para efetuar o plano de mídia conterão ações em marketing digital, iniciando pelo *redesign* da ONG, criação de *cards* e audiovisual para serem publicados em redes sociais e compartilhados pelas pessoas, apresentando e incentivando a causa animal. A produção audiovisual será de

caráter institucional com apelo emocional, onde o espectador se depara com imagens de cães abandonados cuidados pela Dóris e a escassez por eles vividos diariamente, seja de comida, água, segurança ou amor, além de apresentar as dificuldades enfrentadas pela ONG.

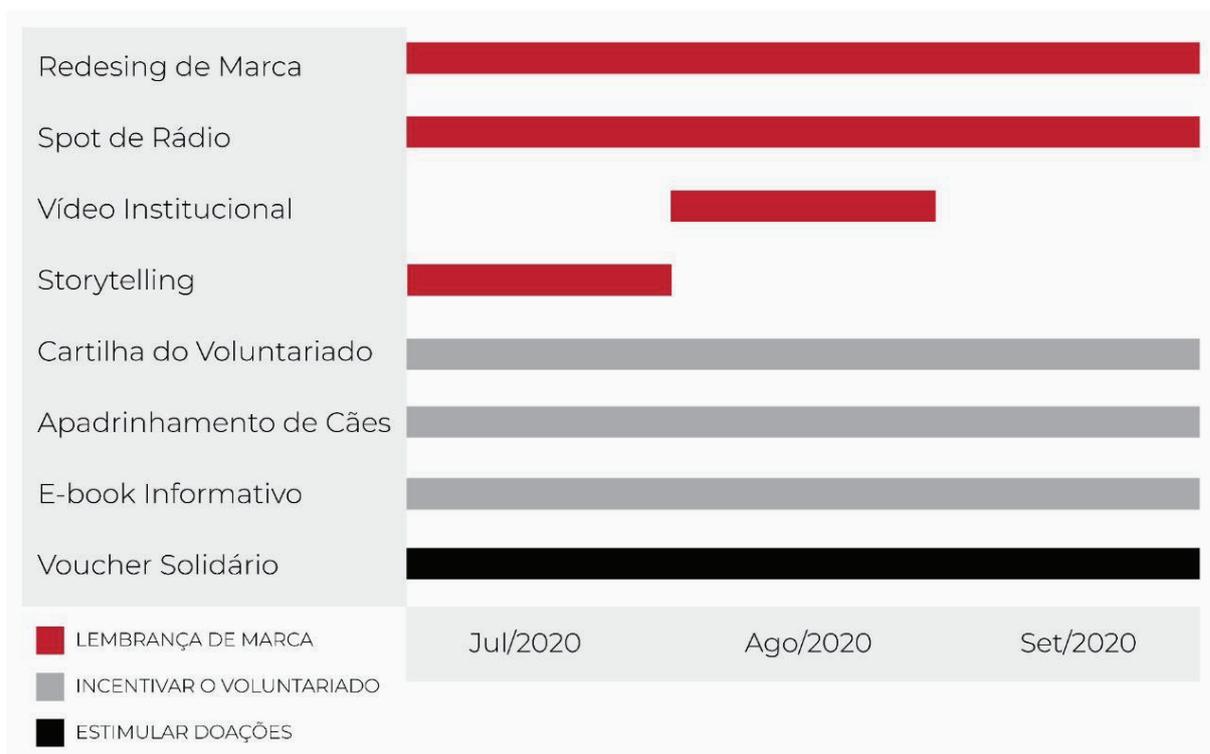
O plano de mídia incluirá publicações nas redes sociais Facebook e Instagram, onde serão criados modelos de *cards* para as postagens, com conteúdos informativos sobre a Galera Animal da Dóris e a causa animal. Será criado, também, uma cartilha do voluntário, onde as informações necessárias sobre a ONG serão expostas de maneira clara e objetiva, com diferentes formas de ajudar, seja por depósito, trabalho voluntário, adoções e apadrinhamento de cães. Na campanha de arrecadação, serão criados cartazes para serem colocados em pontos de coletas, informando que aquele estabelecimento aceita doação de rações. Para a produção dos cartazes, serão necessárias parcerias com empresas do ramo de impressão gráfica, tendo em vista que não existe verbas para a impressão dos mesmos.

Outra ação adotada é o apadrinhamento de cães, onde as pessoas que não dispõem de espaço ou tempo livre para ter um cão, podem ajudar mensalmente com qualquer valor, custo este que auxilia na manutenção do cuidado, tornando os animais seus “afilhados”. Além disso, a ação Voucher Solidário possibilita a doação de alimentos, onde a pessoa compra um pacote de ração em uma loja parceira da ONG e, na compra de nove pacotes, o décimo vai para a Galera Animal, como uma forma de estimular a contribuição e engajamento. O Trocã Solidário foi outra ação definida, que contará com a parceria de uma empresa de *fast food*, onde o valor quebrado das compras será convertido em doações à Galera Animal. Entretanto, não foi possível realizar o Trocã Solidário em função da pandemia que estamos vivendo, porém, futuramente, gostaríamos de colocar em prática.

3.7 CRONOGRAMA DA CAMPANHA

As informações presentes neste cronograma foram desenvolvidas com base nas táticas definidas. A tabela de cronograma consta quais ações serão aplicadas, juntamente com o período de criação da produção e o tempo que a ação será veiculada nos meios determinados. O projeto foi planejado para ser veiculado em um período de 4 meses (junho/2020 a setembro/2020), como consta na Figura 18.

Figura 18 – Cronograma da campanha



3.8 ORÇAMENTO DE CAMPANHA

Não haverá custos para as criações das peças gráficas e produção do audiovisual institucional. Os materiais usados durante esse período de campanha serão produzidos pelos acadêmicos que estão desenvolvendo este projeto.

4. CRIAR E PRODUZIR A CAMPANHA

4.1 TEMA DA CAMPANHA, LINHA CRIATIVA E APELOS BÁSICOS

A temática da campanha definida é emocional. O apelo da Galera Animal da Dóris tem por finalidade mexer com o sentimento do público-alvo, desta forma, o instigando na colaboração com a ONG de forma permanente. Essa busca é um desafio diário da Galera Animal da Dóris e a campanha busca de tal forma fazer com que o público venha a se engajar com a causa e, após ver as peças desenvolvidas pelo grupo, reconheçam a ONG e busquem colaborar com a causa animal.

4.2 MÉTODOS DE CRIAÇÃO

O *brainstorm*, ou chuva de ideias, é caracterizado pelo debate grupal voltado à solução de problemas, ou seja, é uma dinâmica que permite “pensar fora da caixa”, estimulando a geração e discussão de ideias. Desde o início, o entendimento do grupo para tomadas de decisões relacionadas à Galera Animal da Dóris foi através de *brainstorm*, o que tornou a realização do trabalho mais leve e em equipe. Na etapa da criação do projeto, não foi diferente. As soluções criativas se tornaram mais fáceis e, com a participação de todos, foi possível criar uma campanha que alcançasse os objetivos propostos e beneficiasse a Galera Animal da Dóris.

Inicialmente, em um tempo de 10 minutos, cada um escreveu ideias e argumentos para a campanha. Nessa primeira parte, esboços de *slogan*, textos, chamadas e visual começaram a tomar forma. Após isso, cada participante descreveu suas ideias e argumentos e, a partir daí, elas foram se adaptando em conjunto. Todo o processo durou aproximadamente 50 minutos, onde o slogan, a ideia central do *storytelling* e a mensagem que a campanha precisa passar foram definidos, norteados, assim, o processo de criação das peças.

4.3 O PERCURSO CRIATIVO

O percurso criativo teve início em um encontro no *Google Meet*¹ onde, através do

¹ Ferramenta disponibilizada pelo Google para videoconferências.

método de *brainstorm*, surgiram as ideias iniciais da campanha. Nesse encontro, definiu-se grande parte do que seria produzido para a campanha da Galera Animal da Dóris. Todos os integrantes do grupo trouxeram ideias para o desenvolvimento da campanha, tornando o encontro bastante conclusivo, já que as peças a serem desenvolvidas já haviam sido definidas. A criação de peças gráficas e os textos foram aperfeiçoados no decorrer das reuniões.

4.3.1 Redesign de Marca

A partir do diagnóstico do planejamento e estratégias definidas, um *redesign* de marca da Galera Animal da Dóris se fez necessária, com a criação de uma nova logo, conforme ilustrado na Figura 19. A nova mensagem da ONG que se pretende transmitir é de “seja a voz daqueles que não sabem falar”. Já o posicionamento que se deseja passar é a de um “projeto matilha, com instinto de proteger e muito amor para doar”. O slogan desenvolvido, “Nosso maior instinto é cuidar” descreve a relação da Dóris com todos os animais cuidados com muito amor por ela e pela ONG. Independente a situação, o instinto sempre virá em primeiro lugar.

Realizou-se um pré-teste da logo, com *feedbacks* bastante positivos. Através dele, foi possível criar uma identificação por parte das pessoas em relação ao cão da imagem, caracterizado como o biotipo dos vira-latas abandonados. A mão da logo foi relacionada à mão que doa e presta assistência ao animal, transmitindo a ideia de cuidado daqueles que realmente necessitam.

Figura 19 – Logo Inicial Galera Animal da Dóris



Entretanto, considerações sobre a logo também foram feitas no pré-teste, como a cor vibrante e em degradê do vermelho, considerada um pouco agressiva. O alinhamento entre as letras L e I foi avaliado como um ponto de exclamação, o que levou uma certa estranheza por parte das pessoas. Sugeriu-se, também, mudanças no cão, como um olhar mais fechado para se ter um apelo mais sentimental. Com isso, a logo da Galera Animal foi ajustada, conforme Figura 20.

Figura 20 – Logo Final Galera Animal da Dóris



O Manual de Identidade Visual anexado ao final do projeto permite a visualização das demais aplicações da logo, slogan e stencil.

4.4 PEÇA CONCEITO INICIAL E DEFESA/JUSTIFICATIVA

A peça tem o objetivo mostrar ao espectador a visão de um dos integrantes da matilha. O *storytelling* traz em sua locução a dúvida sobre quem está narrando, o cachorro que se encontra num estado adverso com dificuldades ou a Dóris, que enfrenta batalhas diárias para conseguir oferecer a ajuda necessária e favorecer um pouco a vida dos cachorros ignorados por uma boa parte da sociedade. O conceito inicial da peça era impactar as pessoas mostrando essas dificuldades vividas, para manter o projeto vivo e despertar os interesses para que outras pessoas possam se tornar apoiadores e ajudar de alguma maneira.

Ao mostrar paralelamente as experiências vividas pela Dóris e o sofrimento e necessidades dos cães abandonados, oferecemos ao espectador a chance de ser a ligação entre essas histórias, o cão que precisa de ajuda e a Dóris. O que os conectará é a ajuda de voluntários e doadores, afinal, o projeto precisa de auxílios para conseguir contribuir ainda mais aos animais. Para fortalecer essa matilha, os instintos de pessoas apaixonadas pelos animais falam mais alto.

Figura 21 – Roteiro Peça Conceito Inicial

<p>ALGUMAS PESSOAS ME PERGUNTAM COMO EU CHEGUEI ATÉ AQUI.</p>	 <small>PLANO DETALHE OLHO DE UMA PESSOA</small>	 <small>PLANO DETALHE DE UM CÃO</small>	 <small>PLANO FECHADO PÉS DE PESSOA CAMINHANDO</small>
<p>E ESSA É UMA RESPOSTA QUE EU NÃO TENHO.</p>	 <small>CÃO SOZINHO</small>	 <small>PESSOA DIRIGINDO NA ESTRADA</small>	
<p>ALIÁS, NÃO TER SEMPRE ESTEVE MUITO PRESENTE.</p>	 <small>CÃO COMENDO</small>	 <small>PLANO DETALHE CÃO TOMANDO ÁGUA</small>	
<p>MAS UMA COISA, EU AINDA POSSO TER.</p>	 <small>PESSOA CAMINHANDO</small>	 <small>CÃO FELIZ OLHANDO PARA A CÂMERA</small>	
<p>A SUA AJUDA.</p>	 <small>CÃO FELIZ OLHANDO PARA A CÂMERA</small>	 <small>PESSOA FAZENDO CARINHO EM UM CÃO (LOGO)</small>	
<p>GALERA ANIMAL DA DÓRIS, NOSSO MAIOR INSTINTO É CUIDAR.</p>	 <small>galera animal DA DÓRIS</small>	 <small>galera animal DA DÓRIS ajuda como ajudar www.galeraanimal.com</small>	

A peça conceito inicial pode ser visualizada a partir do Anexo H ao fim deste projeto.

4.5 PRÉ-TESTE DE CAMPANHA

Após a montagem do vídeo, onde utilizou-se cenas de banco de imagem que traduziam a mensagem da campanha, o mesmo foi enviado ao público-alvo para o pré-teste. No feedback, recebeu-se respostas positivas, relativas ao que havia sido proposto no vídeo. A mensagem estava clara: ajudar animais abandonados. Algumas pessoas destacaram a importância da Galera Animal da Dóris e como o vídeo traduz o que a ONG faz. A campanha levava até eles

um pedido de ajuda, todos se mostram sensibilizados com a causa e, após ver a campanha, gostariam de ajudar a Galera Animal da Dóris. Porém, para ajudar, é preciso saber como e, segundo pessoas que participaram do pré-teste, essa era uma informação que ainda faltava no vídeo.

Essas respostas contribuíram para que o grupo tivesse clareza que o material que estava sendo produzido geraria o impacto esperado e, assim, promoveria o engajamento do público com a ONG. Outro pré-teste realizado foi da logo da Galera Animal. Nela, o elemento principal traz uma mão e um cão. Isso foi percebido pelos participantes como o assistencialismo e a conexão entre os voluntários da ONG e os animais abandonados. Para um dos participantes, “o instinto dos homens é o abandono, o da ONG é cuidar”, o que reforça a mensagem que a campanha quer passar.

4.6 PEÇA CONCEITO FINAL

No vídeo institucional, ou seja, a peça conceito da campanha, definiu-se que as imagens captadas precisam ter um apelo emocional, além de uma locução feminina. A utilização de *slow motion* é um dos recursos para passar essa ideia. A trilha precisa ter essa mesma emoção, com um ponto de virada no momento em que a locução pede a ajuda do expectador. Além disso, no final do vídeo, foi incluso um caminho para que o público saiba como e onde podem ajudar a ONG. A peça conceito final pode ser visualizada a partir do Anexo I ao fim deste projeto.

4.7 PEÇAS DE CAMPANHA

Nas demais peças da campanha, o slogan “nosso maior instinto é cuidar” e a chamada “faça parte da nossa matilha” dão continuidade à mensagem. Um e-book informativo também está incluso, conforme ilustrado na Figura 22. Nele, o público encontrará, de maneira clara e objetiva, como ajudar a ONG, seja financeiramente ou com doação de ração e outros produtos, ou ainda, prestar assistência direta a um cão que esteja em situação de abandono. O E-book informativo ficará disponível na página oficial do Facebook da Galera Animal da Dóris e poderá ser compartilhada através do WhatsApp.

Figura 22 – E-book Informativo

galera animal DA DÓRIS
nosso maior instinto é cuidar

FAÇA PARTE DA NOSSA **MATILHA**

nosso maior instinto é cuidar

A DÓRIS
é uma protetora independente que abraça a causa há mais de 20 anos.

Ela cuida de aproximadamente **200 cães** em situações de risco, vulnerabilidade ou abandono, fazendo o possível e o impossível para lhes dar o mínimo de atenção, carinho, amor, cuidados, saúde e principalmente esperança.

ELES PRECISAM DA SUA AJUDA
A Galera Animal da Dóris não conta com apoio financeiro de órgãos ou políticas públicas.
Por isso, essa galera precisa da sua colaboração.

COMO AJUDAR
Você pode ajudar **doando ração** ou produtos de limpeza.
Faça sua doação em um dos **estabelecimentos comerciais identificados** com esse cartaz.

FAÇA PARTE DA NOSSA MATILHA
DEIXE AQUI A SUA DOAÇÃO DE **RAÇÃO**

galera animal

nosso maior instinto é cuidar

nosso maior instinto é cuidar

COMO AJUDAR
As **despesas mensais** com consultas, cirurgias e demais atendimentos veterinários são altas. Você pode contribuir financeiramente e ajudar a diminuir essa conta. As **clínicas veterinárias e petshops** também estão **identificados**.

FAÇA PARTE DA NOSSA MATILHA
SUA DOAÇÃO AJUDA A SALVAR MUITOS CÃES

galera animal

Se preferir, você também pode fazer um depósito diretamente na conta da Dóris.
Banco Banrisul
Agência: 0310
Conta: 35060365-06
Dóris Flores de Souza
CPF: 273.482.000-83

ADOTE UM FOCINHO
Há centenas de animais esperando por **um lar**. Mas lembre-se, essa é uma decisão que precisa ser pensada com carinho, afinal **adotar** um cão é uma grande **responsabilidade**.
Você também pode **apadrinhar** um cão da Galera Animal da Dóris, ajudando com **custos mensais** de um dos cães que a Dóris cuida.

PEQUENOS ATOS TAMBÉM SÃO IMPORTANTES.
Coloque **água e ração** em locais frescos para que **animais de rua** possam se alimentar.
Quando estiver **dirigindo**, fique **atento** aos cães soltos na via.

galera animal DA DÓRIS
nosso maior instinto é cuidar

galeraanimaldadoris

As imagens em tamanho real do e-book podem ser visualizadas a partir do Anexo E ao fim deste projeto.

Foram desenvolvidos, também, *outdoor* e *spot* de rádio como mídia de massa e *buttons* para identificação de voluntários, conforme Figuras 23 e 24 e o Quadro 2.

Figura 23 – Outdoor



Figura 24 – Buttons de Identificação



Quadro 2 – Roteiro Spot de Rádio 30”

TÉCNICA	LOCUÇÃO
Trilha emocional inspiracional.	<p>Voz Feminina:</p> <p>Algumas pessoas me perguntam como eu cheguei até aqui.//</p> <p>E essa é uma resposta que eu não tenho.//</p> <p>Aliás, não ter sempre esteve muito presente.//</p> <p>Mas uma coisa, eu ainda posso ter.</p> <p>Galera Animal da Dóris, nosso maior instinto é cuidar.</p>

O *spot* de rádio pode ser ouvido a partir do Anexo I ao fim deste projeto.

Para a campanha de arrecadação, foram criados cartazes para serem colocados em lojas parceiras, informando que o estabelecimento aceita doações que irão ajudar a suprir as necessidades da Galera Animal, conforme Figuras 25 e 26.

Figura 25 – Cartaz de Doações



SUA DOAÇÃO
AJUDA A SALVAR
MUITOS CÃES



nosso maior **instinto é cuidar**

Figura 26 – Cartaz de Rações



DEIXE AQUI
A SUA DOAÇÃO DE
RAÇÃO



 **galera
animal**
DA DÓRIS
nosso maior **instinto é cuidar**

Uma página de Facebook também foram desenvolvidos para trabalhar na visibilidade da ONG, ilustrada na Figura 27.

Figura 27 – Página de Facebook

Curtiu ▾ Seguindo ▾ Compartilhar ...

ver todos

Publicações

 **Galera Animal da Dóris** 30 de junho às 11:33 · 🌐

Viver em matilha é olhar com cuidado e acolher todos aqueles que fazem parte dela. É despertar os sentidos, oferecer proteção e receber cada gesto de volta com carinho e amor. Faça parte da nossa matilha, ajude essa galera.

somos uma **MATILHA** em todos **SENTIDOS**

 **galera animal**
DA DÓRIS

nosso maior **instinto é cuidar**

Para a página do Facebook, além do avatar e capa, foram desenvolvidas peças específicas para a rede social (Figura 28), com o objetivo de despertar a atenção das pessoas sobre a causa animal e incentivar o engajamento para que a Galera Animal da Dóris possa dar continuidade com seu trabalho.

Figura 28 – Peças Específicas para Facebook



nosso maior instinto é cuidar



nosso maior instinto é cuidar



nosso maior instinto é cuidar



nosso maior instinto é cuidar



somos uma
MATILHA
em todos
SENTIDOS



nosso maior instinto é cuidar



nosso maior instinto é cuidar

As imagens em tamanho real dos *facecards* podem ser visualizadas anexadas ao fim deste projeto.

5. RELATÓRIO DO PROJETO EXPERIMENTAL

Durante os cinco meses de execução do presente Projeto Experimental, tivemos o privilégio de conhecer o trabalho prestado pela Galera Animal da Dóris, bem como sua importância na vida de muitos cães abandonados pela cidade. A Dóris trabalha diariamente em favor da qualidade de vida e bem-estar dos animais e, junto com voluntários e amigos, ela consegue doar tempo e amor, apesar das dificuldades enfrentadas.

Logo no primeiro dia de aula, o grupo estava formado. Surpreendentemente, a escolha pela causa animal foi muito rápida, devido a nossa identificação. A Dóris já era conhecida entre um dos integrantes, o que facilitou o processo de decisão pela ONG. Nas aulas seguintes, a primeira etapa do projeto, referente à organização, já estava ganhando forma, com o compartilhamento de informações e discussão sobre quais seriam nossos próximos passos. Isso rendeu uma visita até a Dóris, onde foi possível conversar com ela, realizar o *briefing* e conhecer um pouco mais sobre sua história e evidenciar a importância dos seus cães para ela. Entretanto, afirmamos que realizar o Projeto Experimental não foi uma tarefa tão fácil.

Após um mês de aula, foi decretado o isolamento social devido a pandemia de Covid-19. Então, podemos considerar que o desenvolvimento do projeto é praticamente virtual. Com as medidas de distanciamento, nossas reuniões presenciais foram substituídas por videoconferências e a execução do Dia de Ação foi cancelada. Em contrapartida, nosso conhecimento adquirido ao longo desses anos de curso foram fundamentais para a construção do projeto. Através das reuniões online, percebemos que o grupo funcionava a partir do método *brainstorm* e, por isso, o andamento do trabalho aconteceu de forma rápida e descomplicada, com a discussão de ideias entre todos os integrantes.

O ponto forte de cada um também foi de extrema importância para a execução do projeto. Com o diagnóstico da Galera Animal já realizado, o planejamento de campanha, com estratégias, táticas e ações, começou a ganhar forma, e elementos iniciais fundamentais para a criação já estavam saindo do papel e indo para o pré-teste. Todas as nossas reuniões ocorrem de forma harmoniosa, onde todos os integrantes do grupo tiveram participação ativa na construção e realização do projeto. Em busca do melhor resultado, na última semana de aula, dois integrantes do grupo foram visitar a Dóris e seus cães para gravar o vídeo institucional, respeitando as devidas medidas de proteção. Lá, foram feitas cenas e fotos dos cães, com o intuito de mostrar a situação enfrentada por eles, mas que, apesar disso, foi possível observar a dedicação da Dóris e o amor que ela sente por seus cães.

Após cinco meses equilibrando o Projeto Experimental com a Monografia, o projeto chegou ao fim. O que podemos dizer é que, de início, iniciar o projeto assustava. Mas isso ficou no passado. Com a conclusão, nosso sentimento é de felicidade, não somente por estarmos encerrando esta etapa, mas por saber que todo nosso esforço de um semestre vai ajudar a Dóris e toda a galera que ela cuida.

Realizar um trabalho assim, de maneira virtual, possibilitou novas experiências e aprendizados, onde nossos erros e acertos serviram ainda mais para o nosso crescimento pessoal e profissional, além de descobrir a importância da nossa profissão para divulgação de causas sociais. Só de imaginar que podemos ajudar centenas de cães abandonados, nosso esforço é mais do que compensado. Não foi apenas um projeto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo desenvolver uma campanha de comunicação para a ONG Galera Animal da Dóris, localizada no município de Passo Fundo, Rio Grande do Sul. Através de uma conversa com a própria Dóris, foi possível analisar os principais obstáculos enfrentados por ela e descobrir qual seria o foco do projeto. Assim, visou-se a criação de uma campanha com o intuito de aumentar o número de voluntários da Galera Animal, para que a ONG consiga atender e suprir todas as necessidades e demandas. Além disso, outra campanha se fez necessária, a de doações, sejam elas financeiras, de alimentos ou quitação de dívidas, auxiliando nos custos e despesas da Dóris voltados ao cuidado dos animais abandonados.

O projeto foi realizado em três etapas. Inicialmente, foi realizado um briefing juntamente com a Dóris, para coleta de todas as informações necessárias para dar andamento ao trabalho. Aqui, foram diagnosticadas a escassez de comunicação da ONG e, conseqüentemente, sua falta de visibilidade e reconhecimento. Com isso, um planejamento de comunicação começou a ser elaborado, com propósitos que se encaixassem nos objetivos e necessidades da Dóris.

Após, a etapa do planejamento foi fundamental para a criação de estratégias e ações que correspondessem aos objetivos de comunicação. O posicionamento “Somos uma matilha, com instinto de cuidar e muito amor para doar” remete a imagem da Galera Animal em relação aos animais abandonados. O cuidado, amor e atenção que a ONG tem em relação a eles foram evidenciados, de modo que fizesse as pessoas se interessar e engajar com a causa animal e, principalmente, com a Dóris e seu trabalho.

A etapa de criação possibilitou tirar do papel as ideias do planejamento e realmente desenvolver uma campanha de comunicação sólida, sensibilizando a população com a causa, informando como elas podem ajudar, além de expor a rotina da Dóris e explicar mais sobre sua história. Campanhas de doações e aumento de voluntariado foram criadas para que a ONG aumentasse seu reconhecimento e, assim, poder dar continuidade ao projeto, sem perder a qualidade e o comprometimento dos serviços.

O Projeto Experimental de Publicidade e Propaganda proporcionou não só a realização de uma campanha de comunicação. Com ele, é possível contar uma história e contribuir com a causa animal, incentivando pessoas a exercer valores fundamentais de empatia, solidariedade, cuidado ao próximo e cidadania. A Galera Animal da Dóris possui um papel fundamental na sociedade, principalmente para os cães, que dependem de pessoas boas como a Dóris para conseguir viver uma vida com um pouco mais de carinho e felicidade.

REFERÊNCIAS

- ANDA. *Brasil tem 30 milhões de animais abandonados*. Disponível em: www.anda.jusbrasil.com.br/noticias/100681698/brasil-tem-30-milhoes-de-animais-abandonados. Acesso em: 07 de maio de 2020.
- ANDA. *ONG alerta para o aumento de abandono de animais durante pandemia*. Disponível em: www.catracalivre.com.br/cidadania/ong-alerta-para-aumento-de-abandono-de-animais-durante-pandemia/. Acesso em: 08 de maio de 2020.
- CORDEIRO, Vinícius. *A importância da conscientização da proteção animal*. Disponível em: www.pleno.news/opiniao/vinicius-cordeiro/a-importancia-da-conscientizacao-da-protecao-animal.html. Acesso em: 10 de maio de 2020.
- CULTURA MIX. *As dificuldades das ONGS de proteção a animais*. Disponível em: www.animais.culturamix.com/curiosidades/as-dificuldades-das-ongs-de-protecao-a-animais. Acesso em: 10 de maio de 2020.
- DIÁRIO DE SUZANO. *ONG ressalta a importância sobre causa animal*. Disponível em: www.diariodesuzano.com.br/cidades/ong-ressalta-importancia-sobre-causa-animal/50597/. Acesso em: 10 de maio de 2020.
- G1. *Professora cuida de mais de 150 cães de rua no RS; saiba como ajudar*. Disponível em: www.g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2013/10/professora-cuida-de-mais-de-150-caes-de-rua-no-rs-saiba-como-ajudar.html. Acesso em: 07 de maio de 2020.
- G1. *Nº de animais abandonados ou vítimas de maus tratos aumenta em Salvador após pandemia da Covid-19*. Disponível em: www.g1.globo.com/ba/bahia/noticia/2020/04/25/no-de-animais-abandonados-ou-vitimas-de-maus-tratos-aumenta-em-salvador-apos-pandemia-da-covid-19.ghtml. Acesso em: 10 de maio de 2020.
- O NACIONAL. *Mais de 40 mil animais em situação de abandono*. Disponível em: www.onacional.com.br/cidade,2/2019/01/05/sem-titulo,88658. Acesso em: 10 de maio de 2020.
- ROCHA, Hugo. *O que é Brainstorming, para que serve, como fazer e exemplos*. Disponível em: www.klickpages.com.br/blog/o-que-e-brainstorming/. Acesso em: 14 de junho de 2020.
- TUBALDINI, Ricardo. *ONG de animais*. Disponível em: www.cachorrogato.com.br/cachorros/ong-animais/. Acesso em: 08 de maio de 2020.
- UVB. *A importância da conscientização da proteção animal*. Disponível em: www.uvbbrasil.com.br/2015/?p=15922. Acesso em: 10 de maio de 2020.

APÊNDICES E ANEXOS

Anexo A – Entrevista com o especialista

Juliana Vieira, 34 anos, Médica Veterinária.

O QUE É CAUSA ANIMAL PARA VOCÊ?

Causa animal, para mim, é tudo que diz respeito aos animais, independente da sua espécie.

QUAIS AS CARACTERÍSTICAS DE UM TRABALHO DESENVOLVIDO PARA UMA CAUSA ANIMAL?

Em primeiro lugar, respeito. Entender o local onde esse animal vive, tentar seguir isso mais próximo possível, pensando sempre no seu bem-estar.

QUAIS OS TERMOS TÉCNICOS DOS SERVIÇOS PRESTADOS UMA CAUSA ANIMAL?

Variam muito de acordo com a espécie, mas, no geral, seria ecossistema em que o animal vive.

QUAL A IMPORTÂNCIA DO TRABALHO DA DÓRIS PARA A CAUSA?

É importante, pois ela consegue resgatar os animais e, graças a parcerias que ela tem com clínicas, consegue resolver os problemas de saúde que eles enfrentam e em alguns casos, infelizmente não a maioria, conseguir a adoção responsável desses animais.

NA SUA OPINIÃO, COMO PRECISA SER COMUNICADO PARA A POPULAÇÃO UM TRABALHO COMO O DA DÓRIS?

Como um exemplo para que mais pessoas possam seguir o que ela faz. Se encontrar um animal na rua, ajudar, fazer alguma coisa por ele, não só tirar uma foto e publicar, incentivar a adoção de vira-latas e seguir ou tentar fazer o que ela faz, não deixando uma pessoa apenas responsável por esses animais.

Anexo B – Entrevista com público próximo

Fernanda Rizzoto, 36 anos, Esteticista de Animais

COMO FOI O SEU PRIMEIRO CONTATO COM O TRABALHO DA DÓRIS?

Conheci a Dóris há uns 8 anos por meio de uma amiga que havia adotado uma cachorrinha dela. Depois disso, pude fazer um dos trechos da rota que ela faz.

QUAL A IMPORTÂNCIA DO TRABALHO DESENVOLVIDO POR ELA?

Eu acho o trabalho dela muito importante, pois ela se dedica a cuidar desses animais puramente por amor, não tem nenhum interesse financeiro, a não ser o amor e carinho com os animais. Talvez, se não fosse a Dóris cuidar deles, eles não estariam mais aqui (vivos) ou teriam ainda mais animais abandonados nas ruas.

QUAL O ENVOLVIMENTO QUE VOCÊ TEM COM A CAUSA ANIMAL E COM O PROJETO DA DÓRIS?

Eu costumo ajudar a causa animal sempre que consigo, ajudando protetores independentes além da Dóris. Como eu tenho um banho e tosa, eu ofereço meus serviços a preço de custo, principalmente para a Dóris. Produtos como ração, antipulgas, vermífugo e entre outros eu também consigo a preço de custo. Pessoas que adotam cães dela eu também faço descontos em serviços e produtos. Já ajudei ela financeiramente e também já auxiliei na rota que ela faz algumas vezes.

O QUE PRECISA MUDAR NO TRABALHO DELA, SE FOR PRECISO?

Acho que o que mais precisaria mudar e o que ela mais gostaria de mudar, pelo que conversei com ela um tempo atrás, é a estrutura onde os animais se encontram. Há muito o que fazer lá para que eles tenham uma vida melhor. Também a colaboração das pessoas. Eu vejo muitos resistentes a ajudar, não deixam colocar casinhas ou alimento em frente às casas dos que ela cuida nas ruas e locais específicos. Já vi muitas pessoas resistentes, que não querem que faça isso. Outra coisa é a divulgação dos animais. Alguns animais estão lá desde que ela resgatou, faz anos que estão lá sem ganhar um lar. Seria interessante uma maneira dela divulgar isso e que realmente as pessoas fossem mais abertas a adotar um animal de rua. Isso iria facilitar bastante o trabalho dela.

QUAL A TUA PERCEPÇÃO SOBRE A COMUNICAÇÃO DO TRABALHO DA DÓRIS?

A principal forma de comunicação é o Facebook, é onde ela posta os animais que tem no trecho, os que ela encontra, pedidos de ajuda financeira para alguns animais que foram internados. Essas informações circulam através dos compartilhamentos.

Vanessa Jenesko, 37 anos, Analista de Gestão de Pessoas

COMO FOI O SEU PRIMEIRO CONTATO COM O TRABALHO DA DÓRIS?

Meu contato com a Dóris foi em função de uma colega minha de trabalho. Eu sou natural de Erechim, fazem uns 11 anos que moro em Passo Fundo e essa minha amiga falou que teria interesse em ajudar a Dóris, indo no local. Eu tinha mais conhecimento do CAPA, mas como o final de semana era o único horário que a gente teria para fazer esse trabalho voluntário, o CAPA não abria. Então, ela descobriu a Dóris e foi ela quem me apresentou. Eu a ajudo nessa parte de ir lá, limpar, dar água, ver os cachorros e ajudar para dar banho. Foi assim que eu conheci ela.

QUAL A IMPORTÂNCIA DO TRABALHO DESENVOLVIDO POR ELA?

Ela tem um trabalho muito importante, da retirada dos animais com a comunidade, porque são animais que não vão estar na rua. Outra coisa é a castração nas cadelas que ela resgata. Todas passam por castração, isso é uma forma consciente de não haver proliferação de animais. Dessa forma, querendo ou não, a gente mexe com a saúde pública, pois quantos animais a mais estariam nas ruas, mesmo a gente trabalhando só um pouquinho com isso, infestados de carrapatos, sarnas e pulgas. Isso é uma cena comum de ver nos bairros onde a gente vai. Então, o trabalho dela ajuda a causa animal e a comunidade.

QUAL O ENVOLVIMENTO QUE VOCÊ TEM COM A CAUSA ANIMAL E COM O PROJETO DA DÓRIS?

Em função de eu conhecer a Dóris, eu já gostava de animais, só que me envolvi muito mais. Quando eu tinha um número menor de animais, eu tinha só cinco e auxiliava mais em castrações e em doações de ração. Hoje em dia, estou com um número bem maior, o dobro, melhor dizendo, de animais, e isso acabou reduzindo um pouco a verba que eu ajudava a castrar animais de rua. Mas, com o projeto da Dóris, eu já retirei alguns do local que ela tem, ajudei fazer doação, outros eu mesma adotei e ainda auxilio hoje indo lá, na limpeza, troca de água, levar animais para a clínica quando ela não consegue se deslocar. Sempre no verão a gente faz

uma ação em massa, em vários dias, para banho e tosa em alguns animais mais peludos que sofrem com o calor.

O QUE PRECISA UM DAR NO TRABALHO DELA, SE FOR PRECISO?

Eu não vejo que algo tenha que mudar. O que eu me preocupo é que a Doris hoje já é uma pessoa de uma certa idade, a saúde dela não é mais a mesma de quando eu a conheci há 10 anos atrás. Então eu me preocupo com ela, ela diz que vai tentar não resgatar mais animais, mas a gente sabe que acaba resgatando sempre que eles precisam de auxílio ou em uma situação de emergência. Então, o número de animais monitorados por ela não diminuiu. A gente sabe que ela não é eterna, como qualquer outra pessoa. Há outras protetoras que tem uma demanda grande de animais, mas nenhuma com tantos como a Dóris, com espaços monitorados e um local específico. Eu penso um dia que, se ela não estiver mais aqui, quem irá assumir isso? Eu acho que alguma ação em conjunto para tentar um lar definitivo para alguns animais que estão lá, por que o dia em que ela não estiver mais presente, quem irá se responsabilizar por eles?

QUAL A TUA PERCEPÇÃO SOBRE A COMUNICAÇÃO DO TRABALHO DA DÓRIS?

Eu vejo muito na questão de não maltratar os animais, não somente em bater ou machucar, mas de não ser um cachorro de fundo de quintal, que fique preso, acorrentado, muitas vezes sem água. Eles precisam de uma adoção consciente e responsável, não é porque é de rua que eu não preciso cuidar. Precisa haver responsabilidade como doadora e como adotante. Sabemos que é muito fácil adotar um animal, mas não ter responsabilidade sobre ele. Quem trabalha nessa causa animal sabe que não é do dia para a noite que ele se adapta a um novo ambiente, então, o trabalho dela mostra que tem a parte do resgate, da doação, do tempo de adaptação e que uma adoção é até o fim da vida do bichinho. Não é porque é natal ou Dia das Crianças que vou dar um bichinho para o meu filho, mas mostrar que ele é um ser vivo, que depende da gente, de ser alimentado e cuidados. Isso que a Dóris tenta demonstrar, que uma adoção requer responsabilidade e se não for adotar, não se pode maltratar um animal.

Anexo C – Pesquisa quantitativa com o público-alvo

Olá, essa é uma pesquisa acadêmica, sem fins lucrativos e sua participação será muito importante. Muito obrigado pela participação.

1 - Quando se fala em ONG(Organização não Governamental), qual a primeira que lhe vem em mente? (resposta curta)

2 - Na sua visão, qual o papel de uma ONG? (resposta longa)

3 - Você participa ou participou de algum trabalho voluntário em alguma ONG? (múltipla escolha)

Sim (se a resposta for sim, passa para a pergunta 3.1)

Não (se a resposta for não, passa para a pergunta 4)

3.1 – Conte-nos um pouco mais, qual é (foi) a ONG que você participa(ou)? Como é ou foi sua participação?

(resposta longa)

4 - Financeiramente, você: (múltipla escolha)

Já contribuiu com alguma ONG

Contribui com alguma ONG

Gostaria de contribuir com alguma ONG

Não gosto de ajudar com dinheiro

5 – Em Passo Fundo, qual ONG ou causa social você acredita que mais precise de ajuda?

(resposta curta)

6 – Como você vê o trabalho de ONGs de causa animal? (resposta longa)

7 – Você já conhece ou ouviu falar na Galera Animal da Dóris? (múltipla escolha)

Sim (se a resposta for sim, passa para a pergunta 7.1)

Não (se a resposta for não, passa para a próxima seção com a pergunta 8)

7.1 – Como você conheceu o trabalho da Dóris?

7.2 – Qual a importância do trabalho realizado pela Dóris? (segue para a pergunta 9)

A Dóris é uma protetora independente. Atualmente ela cuida de, aproximadamente, 180 cães abandonados, espalhados em diferentes locais da cidade. Além de cuidar e alimentar esses cães, um trajeto diário que dura aproximadamente 3h, ela ainda acaba encontrando no caminho surpresas indesejadas, tendo que lidar com situações de abandono, maus-tratos e atropelamentos de animais. (apresentação do Dóris, para quem não conhece)

8 – Para você, qual a importância e/ou necessidade de um trabalho voluntário como esse?

9 – Você sabe como as pessoas podem ajudar a Dóris? (múltipla escolha)

Sim

Não

10 – Em sua opinião, qual a melhor forma de ajudar uma ONG de cuidado animal? (resposta longa)

11 – Você estaria disposto a ajudar a Dóris? (múltipla escolha)

Sim

Não

12 – Como você ajudaria? (múltipla escolha)

Financeiramente

Doação de ração

Apadrinhamento de um cão

Com serviços

outra maneira _____

13 – Financeiramente, quanto você estaria disposto a ajudar mensalmente? (múltipla escolha)

Até R\$ 50,00

Até R\$ 100,00

Até R\$ 200,00

Acima de R\$ 200,00

14 – Qual a sua idade? (múltipla escolha)

Menos de 20 anos

- Entre 20 e 30 anos
- Entre 30 e 40 anos
- Acima de 40 anos

15 – Qual sua profissão/ocupação? (resposta curta)

16 – Você possui algum animal de estimação? Qual ou quais? (resposta curta)

Anexo D – Manual de Identidade Visual

Figura 29 – Logo Galera Animal da Dóris Vertical



Figura 30 – Logo P&B



Figura 31 – Aplicações Slogan

nosso maior
instinto
é cuidar

nosso maior
instinto é cuidar

nosso maior **instinto é cuidar**

Figura 32 – Stencil

faça parte da nossa
MATILHA

nosso maior
INSTINTO
é cuidar

Anexo E – E-book Informativo

Arquivo digital PDF salvo no Google Drive.

Anexo F – Facecards

Figura 33 – Facecard 1



nosso maior **instinto é cuidar**

Figura 34 – Facecard 2



nosso maior **instinto é cuidar**

Figura 35 – Facecard 3



nosso maior **instinto é cuidar**

Figura 36 – Facecard 4



**galera
animal**
DA DÓRIS

nosso maior **instinto é cuidar**

Figura 37 – Facecard 5



somos uma
MATILHA
em todos
SENTIDOS



nosso maior **instinto é cuidar**

Figura 38 – Facecard 6



nosso maior **instinto é cuidar**

Anexo G – Diário do Projeto Experimental

Arquivo digital salvo no Google Drive.

Anexo H – Peça Conceito Inicial

Arquivo digital salvo no Google Drive.

Anexo I – Vídeo Institucional

Arquivo digital salvo no Google Drive.

Anexo J – Spot de Rádio

Arquivo digital salvo no Google Drive.