

## PROJETO ADOÇÃO ANIMAL IFC: INCENTIVANDO A PRÁTICA DA ADOÇÃO DE CÃES E GATOS ABANDONADOS - RESULTADOS PRELIMINARES

**ALBERTO G. EVANGELISTA<sup>1\*</sup>, ANNA C. R. SANTOS<sup>1</sup>, ISABELLE C. THOMSEN<sup>1</sup>, SARAH L. GARCIA<sup>1</sup>, GABRIEL S. PACHECO<sup>2</sup>, KARINE N. BORTOLI<sup>2</sup>, RAQUEL RYBANDT<sup>2</sup>, ERICA P. MARSON<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Acadêmicos, Técnicos Administrativos e Docente do Instituto Federal Catarinense – IFC – Câmpus Araquari/SC – ag.evangelista@live.com

**ÁREA:** ( ) Pesquisa; ( X ) Extensão

**NÍVEL:** ( ) Ensino médio; ( X ) Superior

### RESUMO

O abandono de cães e gatos nas ruas é um problema ainda muito comum no Brasil e algumas estratégias dentro de programas de controle populacional vêm sendo adotadas para minimizar essa situação. O Projeto Adoção Animal IFC foi pensado com o intuito de conscientizar a população para a guarda responsável, incentivando a prática da adoção de animais que foram um dia maltratados e/ou abandonados por seus donos nas ruas, por meio da criação de duas páginas nas redes sociais (Facebook® e Blogger®) que serviram como meio de divulgação. Em parceria com uma instituição de proteção animal, informações pessoais, condições de saúde clínica e fotos dos animais aptos à adoção foram disponibilizadas *on-line*, permitindo que os interessados pela causa animal participassem também do processo de divulgação, de modo a alcançar possíveis tutores nas redes sociais do projeto. Até o momento dos 25 animais publicados nas páginas, 21 foram adotados, totalizando 84% de adoções apenas vinculado às mídias sociais. Além disso, a divulgação *online* de uma Feira de Adoção que atingiu o alcance de 23.837 pessoas durante o período de veiculação dos anúncios do evento, foi suficiente para incentivar a população a conhecer a realidade do local onde os animais encontram-se abrigados, promovendo o contato com os mesmos, o que resultou na adoção de oito cães, sendo cinco adultos e três filhotes. O Projeto Adoção Animal IFC, por meio das mídias sociais, aliado a outras estratégias físicas de divulgação impulsionou a busca por tutores responsáveis interessados na adoção de animais abandonados, melhorando a qualidade de vida de todos os envolvidos.

**Palavras-chave:** Guarda responsável; Controle populacional; Adoção *on-line*; Mídias sociais.

### INTRODUÇÃO

O abandono de cães e gatos tem aumentado a população de animais em situação de rua tornando-se um grande desafio à saúde pública e ao bem-estar dos animais por causar agressões, poluição ambiental, transmissão de zoonoses, entre outros. De acordo com GARCIA (2014), os animais hoje em situação de rua provavelmente nasceram ou tiveram um lar, mas acabaram sendo abandonados por seus próprios donos por questões culturais, socioeconômicas e religiosas. Desse modo, diversas estratégias de controle populacional vêm sendo adotadas, tais como, controle reprodutivo, educação para a guarda responsável e incentivo à adoção, entre outras (GARCIA, 2014). Entretanto, LIMA & LUNA (2012) afirmam que as medidas tomadas para conter esse crescimento desgovernado ainda são ineficazes,

uma vez que o crescimento populacional é maior que as taxas de controle. Segundo NETA et al. (2014), as ONGs voltadas para a proteção animal desempenham um papel importante nos programas de controle populacional. Para BACHTOLD (2015) (comunicação pessoal), fundadora de uma ONG, a instituição possui uma realidade difícil de ser contornada: entram mais animais em relação aos que saem, ou seja, há mais abandono do que adoções efetivas destacando ainda falta de conscientização da população que continua a praticar o abandono. Foi buscando minimizar esse quadro que o Projeto Adoção Animal IFC se fundamentou ao ampliar a divulgação dos animais abandonados que vivem atualmente em locais temporários empregando as mídias sociais, entre outros recursos físicos. Embora sejam escassas publicações científicas que se utilizaram de recursos na *web* para incentivar a adoção de animais, a campanha "Adotar é tudo bom" executada pela marca Pedigree®, que empregou a internet como principal meio de divulgação, promoveu a adoção de 43 mil cães segundo dados publicados em seu site oficial (PEDIGREE®, 2015). CAMARGO et al. (2014), por sua vez, relataram 38,8% de adoções de animais usando as mesmas redes sociais aqui trabalhadas, destacando que emprego destas ferramentas concomitantemente à divulgação física pode impulsionar ainda mais os resultados de adoções. Considerando o abandono crescente de animais e a superpopulação em situação de rua ou em abrigos temporários, aliada à pouca disponibilidade de publicações similares a este trabalho, o Projeto Adoção Animal IFC, teve, como objetivos, promover a inserção dos acadêmicos desta instituição na comunidade de modo a conscientizar a população para a guarda responsável e incentivar a adoção de cães e gatos abandonados, empregando a tecnologia das mídias sociais, como Facebook® e Blogger®, como um recurso inovador e criativo, entre outros meios de divulgação física.

### MATERIAL E MÉTODOS

O presente trabalho foi desenvolvido em parceria com a ONG Abrigo Animal, sediada em Joinville/SC que possui, atualmente, centenas de cães e gatos. Fundada em 2001 e contando com o apoio de muitos parceiros, executa um papel em prol da saúde pública da população joinvilense, disponibilizando um abrigo temporário para animais que foram um dia maltratados e/ou abandonados por seus donos nas ruas. Possui atendimento Médico Veterinário para executar vacinações, desverminações e castrações realizando várias iniciativas para promover a adoção dos animais. A execução do projeto obedeceu à duas fases, que ocorreram de forma concomitante, à medida que os animais foram liberados para a adoção. Na primeira etapa, fez-se um levantamento dos animais saudáveis clinicamente que estariam aptos à adoção, tendo sido os mesmos previamente identificados em seus respectivos canis em mutirão conduzido pela equipe e voluntários. Na segunda etapa, fotos e os históricos pessoais desses animais (informações sobre a origem e características comportamentais) e condições da saúde clínica, incluindo aqueles que necessitam de cuidados mais específicos, independente do sexo, idade, composição racial, tamanho e pelagem foram divulgados nas redes sociais Facebook® e Blogger®, nos endereços [www.facebook.com/AdocaoAnimalIFC](http://www.facebook.com/AdocaoAnimalIFC) e [www.adocaoanimal-ifc.blogspot.com.br](http://www.adocaoanimal-ifc.blogspot.com.br), respectivamente, sendo que cada um dos animais teve uma postagem. As páginas supracitadas foram originalmente criadas por CAMARGO et al. (2014), passando por mudanças importantes de *layout* e de estruturação, inclusive recebendo a denominação única de Projeto Adoção Animal IFC com um novo logo. Paralelamente à divulgação nas redes sociais, a equipe organizou a 1ª Feira do Projeto Adoção Animal IFC no Abrigo Animal. A Feira, aberta ao público, envolveu visitas guiadas ao local, distribuição de *flyers* e apresentação de cartaz e *banner* informativos, orientações para

conscientização da população quanto à guarda responsável e aplicação de questionário com os visitantes para conhecer um pouco mais do seu perfil e estabelecer contato futuro. O projeto, de caráter extensionista, tratou-se de um estudo descritivo que empregou, para a sua avaliação, critérios como o alcance total das publicações nas mídias sociais, o engajamento com os anúncios postados e o número de acesso às publicações. Foram computados o total de adoções de animais vinculados às mídias sociais e durante as ações físicas específicas organizadas ao longo do trabalho, bem como a receptividade das metas aqui estipuladas por pessoas interessadas na causa animal.

### RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em um período de quatro meses, de maio a setembro de 2015, foram feitas postagens nas mídias sociais do Projeto Adoção Animal IFC, sendo divulgados 25 animais, entre cães e gatos, provenientes do Abrigo Animal e também de protetores independentes, somando-se individualmente 10 e 15 animais, respectivamente. Destes, 21 foram adotados, o que representa 84% dos animais anunciados em novos lares. CAMARGO *et al.* (2014) por sua vez, empregando as mesmas ferramentas de divulgação nas mídias sociais, obteve um total de 38,8% de adoções, destacando a necessidade da realização de ações físicas para incentivar a adoção e melhorar esses índices. Essa afirmação pôde ser ratificada com os resultados obtidos na 1ª Feira no Abrigo Animal, evento amplamente divulgado nas mídias sociais. Esta ação *online* gerou, em um período de nove dias, um alcance total de 23.837 usuários únicos, ou seja, pessoas que visitaram diretamente a página ou mesmo viram os *posts* indiretamente em sua página de atualizações no Facebook®, conforme mostra a Figura 1, retirado da *fanpage* Adoção Animal IFC.



Figura 1 - Alcance da *fanpage* do Projeto Adoção Animal, de 15 a 24 de setembro de 2015.

O anúncio da Feira não somente recebeu uma expressiva quantidade de visitas na página como também gerou intensa movimentação de pessoas interessadas visitando o Abrigo no dia do evento, permitindo que os visitantes pudessem conhecer um pouco mais sobre a realidade do local e tivessem um contato físico direto com os animais ali abrigados. Ainda, a Feira propiciou que equipe do projeto exercitasse o papel de conscientização da população para a guarda responsável, disponibilizando informações mais claras sobre os animais disponíveis à adoção, elucidando muitas dúvidas, o que fez toda a diferença na tomada de decisão das famílias pelo ato da adoção, o que culminou em oito adoções, sendo cinco cães adultos e três filhotes durante um único dia de evento. CAMARGO (2014) (comunicação

peçoal) realizando uma "Feirinha" similar obteve 12 adoções de um total de 13 cães disponibilizados, entretanto todos os animais que foram adotados eram filhotes.

Com relação aos resultados alcançados no Blog do Projeto Adoção Animal IFC, o número de acessos registrados foi expressivamente menor comparado ao Facebook®, não chegando a 200 usuários no mesmo período considerado. Nota-se, portanto, que a forma com que esta ferramenta vem sendo utilizada não é a ideal, o que denota a necessidade de uma reestruturação no Blog, para que ele efetivamente cumpra com sua função informativa e tenha maior relevância para o trabalho.

### CONCLUSÃO

O uso das mídias sociais são uma importante ferramenta na divulgação de animais disponíveis à adoção, atuando também como estratégia educativa na conscientização da população para a guarda responsável. Estes meios não dispensam ações físicas específicas que viabilizam o contato físico e visual entre as pessoas e os animais, mostrando a realidade daqueles que estão à espera de um lar, em muitos casos, há muito tempo. Ambas as estratégias possibilitam que não somente muitos animais abandonados encontrem seus tutores definitivos como também trazem à tona a realidade atual do expressivo número animais em situação de rua, vítimas do abandono. Ao promover a divulgação desses animais, o Projeto Adoção Animal IFC exerce seu papel social na comunidade, contribuindo para melhorar a qualidade de vida dos animais em benefício da saúde pública.

### AGRADECIMENTOS

À todos aqueles que contribuíram de forma muito especial e significativa: a equipe responsável pelo Abrigo Animal de Joinville/SC, os acadêmicos colaboradores voluntários, a Médica Veterinária Dra. Kyola S. Camargo, os patrocinadores que apoiaram a Feira de Adoção e, em especial, a todas as pessoas que impulsionaram as publicações nas redes sociais.

### REFERÊNCIAS

- CAMARGO, K. S.; ROCHA, R. B.; FREITAS, A. S. R.; et al. Criação de um blog destinado a adoção de cães e gatos provenientes do centro de bem-estar animal do município de São Francisco do Sul. **Revista de Extensão Tecnológica do Instituto Federal Catarinense**, ano 1, número 1, p. 13-18, 2014.
- GARCIA, R. C. M. Normas e políticas públicas para controle populacional de cães e gatos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIOÉTICA E BEM-ESTAR ANIMAL, 3., 2014, Curitiba: **Anais...**Curitiba: UFPR/LABEA, 2014. p. 149.
- LIMA A. F. M.; LUNA S. P. L. Algumas causas e consequências da superpopulação canina e felina: acaso ou descaso? **Revista de Educação Continuada em Medicina Veterinária e Zootecnia do CRMV-SP / Journal of Continuing Education in Animal Science of CRMV-SP**. São Paulo: Conselho Regional de Medicina Veterinária, v. 10, n. 1, p. 32–38, 2012.
- NETA, B. F. S.; LEITE, J. M. B.; SOUZA, F. S.; et al. Ação de uma Organização Não Governamental de proteção animal na cidade de Manaus, Amazonas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIOÉTICA E BEM-ESTAR ANIMAL, 3., 2014, Curitiba: **Anais...**Curitiba: UFPR/LABEA, 2014. p. 197.
- PEDIGREE®. **Sobre o programa**. Disponível em: <https://experimentario.com.br/adocaopedigree/>. Acesso em: 15 set. 2015.