

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE LETRAS E ARTES
Comunicação Visual Design

NÃO ME TORNE + UM

CAMPANHA DE CONSCIENTIZAÇÃO ACERCA
DO ABANDONO DE ANIMAIS

CAROLINA COUTO RIFF GANDUR
Orientadora: Nair de Paula Soares

2018

RIO DE JANEIRO

AGRADECIMENTOS

Neste momento de conclusão, após 5 anos, não seria correto não agradecer a todos que me ajudaram a chegar até aqui. Estudar numa Universidade Federal é um divisor de águas e apesar de todos os desafios, eu não poderia ser mais grata a esta instituição por tudo que ela me proporcionou.

Gostaria de agradecer primeiramente ao Abrigo João Rosa, figura essencial na confecção deste projeto e à seus voluntários, que me receberam de braços abertos e apoiaram desde o princípio meu projeto, permitindo minha entrada, participação e registro dos diversos momentos de ternura e luta que passam em todos os seus dias. Agradeço também à Rosana e ao Projeto IndefeSOS, que se dispuseram a conversar comigo, analisar minhas peças gráficas e me ceder informações e declarações primordiais para o conteúdo do projeto.

Aos amigos de publicidade, Pedro Esteves, Eduardo Futterleib e Daniel Soares, por suas consultorias, sugestões e avaliações de cada peça e de seu conteúdo, contribuindo com os conhecimentos que me faltavam dentro da área e me incentivando a seguir com o projeto.

Aos meus amigos de caminhada, que compartilharam comigo muitos momentos de diversão e muitos outros de trabalho, dividindo dores, madrugadas, risadas e alegrias. Em especial agradeço a Denise Cardoso por toda sua paciência, por ser sempre um incentivo e transmitir serenidade, à Renan Salotto, pela gentileza e generosidade de estar sempre pronto para ajudar, à Thais Cantelmo e Lorraine Cabral, por suas palavras de conforto e amizade, sempre ditas em boa hora e aos amigos que vieram comigo até aqui. Meu sincero agradecimento a estas pessoas que me fizeram crescer, me ajudaram nos piores momentos e dividiram comigo a experiência desta graduação.

Não posso deixar de agradecer também às amigas Rafaela Figueiredo, por ser a ponte de conexão com o Abrigo, me apresentando ao mesmo e auxiliando em todo o processo de comunicação que iniciou este projeto, sempre solícita. E a Fernanda Fernandes, amiga de infância que suportou todas as minhas insistentes perguntas, aguentou minhas reclamações e dúvidas, fazendo de todo o possível para ajudar, me cedendo seu computador e sua casa inclusive quando passei pelos piores dos problemas.

À pessoa que durante todo esse processo se tornou um forte pilar, cuidando de mim mesmo quando estava longe, acompanhando as vitórias e as pequenas derrotas envolvidas em todo este processo, me apoiando e sendo uma dose extra de fé e confiança quando a minha própria faltava, meu grande amigo e namorado, Ariel Nessi. Um agradecimento também à Rosane Reichelt, que com seu conhecimento e influencia no ramo veterinário, apoiou o projeto e auxiliou nos momentos de dúvida.

Agradeço muito à minha orientadora, a professora Nair de Paula Soares que me aceitou como sua orientanda no meio de uma grande confusão, abraçando meu projeto e me guiando por este um ano com extrema competência, perfeccionismo e seriedade, sendo também incrivelmente gentil e compreensiva em todos os momentos sombrios pelos quais passei durante o processo deste Trabalho de Conclusão de Curso. Este projeto não seria o mesmo sem ela.

E por fim, porém não menos importante, agradeço imensamente aos meus pais, que me botaram neste mundo e mesmo com todas as dificuldades enfrentadas nunca permitiram que me faltassem os sonhos. Agradeço à minha mãe, Katia Regina, que por tantas noites viradas me acompanhou com palavras de incentivo e ajuda, me ensinando a não desistir, que comemorou comigo cada nova vitória e ao meu pai, Ricardo Riff, que não está presente em corpo mas estará para sempre em meu coração, me dando força como sempre fez desde o início desta faculdade, me ensinando lições valiosas sobre a vida. Ambos que com força, amor e serenidade me trouxeram até aqui, me apoiando e construindo tudo que eu sou.

RESUMO

Este trabalho consiste no desenvolvimento de peças gráficas para uma campanha de conscientização acerca dos malefícios criados pelo abandono de animais domésticos, tendo enfoque no bem-estar do animal e discorrendo sobre os problemas criados para toda a sociedade. O objetivo é provocar uma reflexão acerca do tema, dando-lhe visibilidade, e educar a população visando, a longo prazo, diminuir o número de animais nas ruas.

Na prática, o projeto pretende utilizar ferramentas do design como fotografia, tipografia e enquadramento para criar peças que apresentem impacto e sejam capazes de comover e chamar atenção para um problema tão negligenciado no território brasileiro, promovendo uma conscientização coletiva sobre o mesmo.

Palavras-chave: animais, abandono, design, campanha, conscientização.

ABSTRACT

This is a work that consists in the development of graphic pieces for a campaign to raise awareness about domestic animal abandonment and its consequences. The pieces focus on the welfare of those animals and talk about all the environment and society issues created by the act of abandoning. The objective is to provoke a reflexion on this particular theme, making it more visible and teaching people to decrease the number of animals in the streets as time passes by.

In practice, this project intents to use design and its tools such as photography, typography and image editing to create shocking and beautiful pieces that are able to touch and impress, drawing attention to this serious problem neglected in Brazil's territory.

Keywords: animals, abandonment, design, campaign, awareness.

INTRODUÇÃO	09
CONTEXTUALIZAÇÃO	11
1.1 Causas da Superpopulação	11
1.2 Consequências do Abandono	11
1.2.1 O Bem Estar Animal	12
1.2.2 Questões Ambientais e Sanitárias	13
1.2.3 Questões Econômicas e Sociais	14
1.3 A Questão no Brasil	15
1.3.1 Em números	15
1.3.2 Legislação Brasileira	15
1.3.3 Medidas Tomadas	16
1.4 Estágios do Abandono	17
1.5 Questionário de Pesquisa	18
DESENVOLVIMENTO	21
2.1 Por que conscientizar?	21
2.2 Fundamentação	22
2.2.1 Design Social	22
2.2.2 Campanhas	25
2.2.3 Justificativa	36
CAMPANHA: NÃO ME TORNE MAIS UM	37
3.1 Naming e Conceito	37
3.2 Veiculação	38
3.3 Peças	38
ESCOLHAS GRÁFICAS	39
4.1 Fotografias	39
4.2 Cores	44
4.3 Tipografias	44

PROJETO	46
5.1 Cartazes	46
5.1.1 Primeiros Testes	46
5.1.2 Não me torne + um	49
5.1.3 Versões Finais	53
5.2 Flyers	57
5.3 Folders	60
5.4 Página de Apoio à Campanha	63
5.5 Mobiliário Urbano	64
CONSIDERAÇÕES FINAIS	66
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	67

INTRODUÇÃO

Aos 6 anos de idade ganhei de meus pais meu primeiro cachorro, uma pequena bola de pelos preta que alegrou meus dias pelos quinze anos em que viveu, dando seu último suspiro em meus braços, numa madrugada que marcou minha vida. Aos 22, ainda marcada por todo o amor e pela dor da perda adotei, por iniciativa própria, uma cachorrinha de pouco mais de um ano de olhos tristes e assustados que me obrigaria a reaprender tudo que eu sabia sobre o trato daqueles animais.

Desde os primórdios, os seres humanos se relacionam com os mais diversos animais existentes em seu habitat, usufruindo dos recursos advindos dos mesmos como carne, pele e pelugem e outros recursos extraídos dos mesmos. Com os avanços da tecnologia e da própria espécie humana, os animais foram inseridos no contexto do trabalho e até mesmo do transporte, ganhando importância no cotidiano das sociedades em seu desenvolvimento. Atualmente os animais estão no ambiente doméstico, inseridos em nossas vidas como integrantes e partes significativas das mesmas, aos quais dirigimos nosso afeto e nossa preocupação em uma convivência que agrega benefícios físicos, sociais e psicológico a ambas as partes.

Cães e gatos, por exemplo, convivem com os seres humanos há pelo menos dez e quatro mil anos, respectivamente e estão cada vez mais presentes nas residências e famílias brasileiras chegando ao ponto de, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2013, ter números superiores aos de crianças em lares brasileiros.

Entretanto, ter um desses animais em casa é algo que demanda esforço e comprometimento, pois além de suas necessidades fisiológicas estes apresentam necessidades psicológicas e podem ter comportamentos que não foram levados em conta no momento da adoção ou da compra, o que os torna incômodos para os donos desavisados que não levaram em conta a série de responsabilidades e problemáticas (Comportamento, reprodução, manutenção) que acompanham a vida desses animais. Essas questões, aliadas a outras questões logísticas, financeiras e psicológicas geram o abandono desses animais, um problema social grave que apresenta implicações não somente para os animais, como para todo o ambiente no quais estes estão inseridos, gerando problemas econômicos e sanitários (Ocasionalmente principalmente pela superpopulação destes animais).

Quando adotei meu segundo cachorro, pude ter contato direto com as sequelas deixadas no bem-estar do animal, podendo ter uma dimensão real do abismo que é deixado pelo abandono e de quanto trabalho é necessário para recuperar o psicológico do animal outrora desprezado.

Os animais que são encontrados na rua, muito provavelmente já tiveram uma casa, mas acabaram sendo abandonados sozinhos (estima-se que de 10 animais abandonados, pelo menos 8 já tiveram um lar) e passam a ter que lutar para sobreviver podendo ser resgatados por abrigo, novamente adotados, recolhidos e encaminhados para eutanásia (Em alguns países como EUA existe a prática) ou fadados a se adaptarem à vida nas ruas. Para o agrave da situação, muitos dos animais abandonados não foram castrados por seus antigos donos e acabam se reproduzindo, gerando uma superpopulação de animais nas ruas que devido às péssimas condições; acabam se tornando vetores de doenças, ocasionando acidentes de trânsito e até mesmo atacando seres humanos.

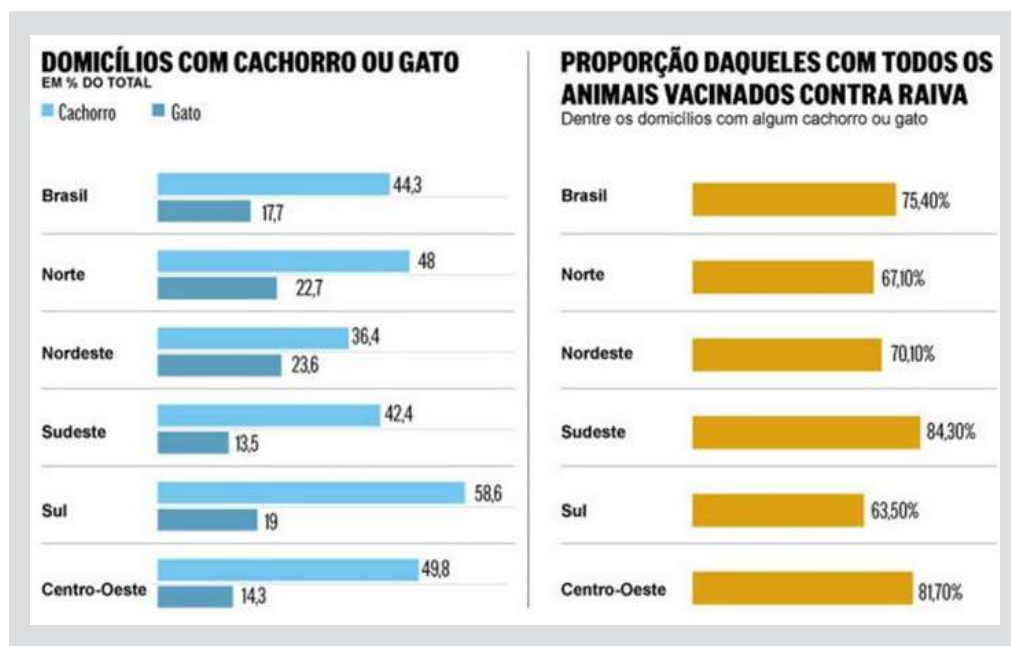
Como designer, acredito que temos em nossas mãos uma ferramenta de comunicação que é poderosa e transformadora, que pode e deve ser usada para o benefício da sociedade e para tratar de questões importantes para a mesma. Tendo isto em mente e inspirada por todo meu envolvimento pessoal com a causa, o que inclui o acompanhamento das dificuldades de abrigos e das mazelas que atingem os animais abandonados, optei por desenvolver um projeto gráfico que consiste na criação de uma série de peças gráficas que trabalhem na conscientização acerca dos malefícios do abandono de animais.

Portanto, o objetivo deste projeto é informar e alertar a população acerca de todos os problemas que podem ser acarretados pelo abandono de um único animal, tratando dos aspectos que concernem o próprio bem como a presença deste mesmo nas ruas e em outros ambientes insalubres.

"Domicílios com cachorro ou gato" - O Globo

Disponível em <<https://glo.bo/2tJSqQD-do-ibge-16325739>>

Acesso em 27 de Abril de 2017 às 15h40



1 CONTEXTUALIZAÇÃO

1.1 CAUSAS DA SUPERPOPULAÇÃO

Em uma estimativa, existem 200 milhões de animais abandonados em todo mundo. Um número alarmante, explicado por uma conjunção de fatores relacionados a falta de responsabilidade e de consciência que muitas vezes acompanha o processo de compra/adoção de animais (Como a que é feita por impulso, por exemplo).

Existem diversas “justificativas” para o abandono. O trabalho despendido na manutenção dos mesmos (Animais precisam de convívio, geralmente demandam atenção, precisam se exercitar e salvo alguns casos não fazem sua própria higiene), os gastos com alimentação, remédios e idas ao veterinário, o comprometimento com aquele animal e os eventuais comportamentos não esperados são alguns deles, que podem ser considerados problemáticos pelos donos.

Também estão listados em motivos da rejeição de animais o tamanho dos mesmos (quando este cresce mais do que esperado), a dificuldade no transporte (em período de férias ou até mesmo em mudanças) e problemas de saúde de seus donos, que terminam deixando estes cães na rua.

Nas ruas, os animais que estão em condições de se reproduzir (que não foram castrados enquanto tinham um lar) acabam gerando novo animais, em um ciclo que só faz o número destes mesmos aumentar, uma vez que o crescimento populacional destes animais é maior do que as taxas de controle (feitas através de ação de castração, recolhimento e eutanásia dos animais), o que faz o número destes mesmos aumentar de forma indiscriminada e quase sem controle.

1.2 CONSEQUÊNCIAS DO ABANDONO

O abandono de animais é frequente no Brasil e em todo mundo tendo consequências cada vez mais catastróficas do ponto de vista de saúde pública (Animais sem controle nenhum são agentes de transmissão das zoonoses), social, ecológico (estes animais soltos nas ruas sem restrição tem um grande impacto ambiental), econômico (são necessárias ações de controle populacional, gastos com o próprio recolhimento desses animais e até mesmo a manutenção dos acidentes causados por estes) e para o bem estar do próprio animal, que passa por um grande trauma no ato e após quando por muitas vezes não encontra condições adequadas para viver.

1.2.1 O BEM-ESTAR ANIMAL

Ao adotar um animal, os donos deste mesmo devem saber que além das necessidades básicas, este vai precisar de condições básicas para interagir e desenvolver os comportamentos que são de sua espécie (ALVES A.J.S. et al, 2013), o que muitas vezes não ocorre.

Desavisados, muitos donos não pesquisam sobre seus animais de estimação e quando estes apresentam problemas comportamentais não previstos não sabem como lidar com isso e tomam a decisão de abandonar o animal ou encaminhá-lo para eutanásia.

Este animal, muitas vezes não é assistido e sobrevive da forma que pode, alimentando-se de restos de comida contaminados (totalmente inadequados para a alimentação e insuficientes), transitando por áreas insalubres em busca de água e abrigo (o que aumenta a chance da contração de doenças), sendo alvo muitas vezes da brutalidade e crueldade humana e causando acidentes. Apesar de existirem situações em que os animais nas ruas estão em bom estado e são de certa forma cuidados, o que ocorre com mais frequência é o oposto, em um cenário no qual estes não tem a menor condição de saúde física e mental, estando ainda expostos a possíveis maus tratos. (ALVES A.J.S. et al, 2013)



"Animal doente e abandonado, resgatado por voluntários"

Disponível em <<http://www.nossafm963.com/fotos/foto/id:28;crueldade-voluntrias-resgatam-co-doente-e-abandonado.html>>

Acesso em 30 de Abril de 2017 às 16h54

E ainda quando é assistido, o animal ainda assim não tem todas suas necessidades atendidas, uma vez que muitos dos abrigos existentes carecem de infraestrutura e recursos além do fato de não suprirem a necessidade do animal de se relacionar com os seres humanos, o que pode torná-lo menos apto a ser novamente um animal de estimação (LIMA, A.F.M & LUNA, S. P.L, 2012).

A gravidade dos impactos no bem-estar desse animal também aumenta quando este é "re-abandonado" após ser adotado (da rua ou de um abrigo), o que afeta seu psicológico de forma profunda, prejudicando sua readaptação e convívio com outros animais e com humanos. Muitos animais que são devolvidos se recusam até mesmo a comer, o que muitas vezes também acontece no primeiro abandono.



"Animal após segundo abandono" - Abrigo João Rosa

Disponível em <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2241118912779952&set=a.1406733749551810.1073741832.100006455952523&type=3>>

Acesso em 30 de Abril de 2017 às 16h30

1.2.2 QUESTÕES AMBIENTAIS E SANITÁRIAS

Outras facetas desastrosas do abandono, que englobam também o ambiente e a sociedade, se encontram no fato de que animais abandonados são transmissores de zoonoses, provocam acidentes (Agressões de à pessoas e a outros animais, por exemplo) e acabam poluindo o ambiente (que envolve não somente os dejetos desses animais, englobando outros aspectos como a poluição sonora).

O aumento da população de animais não castrados, somados à ineficiência nos programas de controle e na ausência de condições para a vivência destes mesmos faz com que contraíam doenças acabem transmitindo estas mesmas para os humanos e para outros animais sejam domésticos ou abandonados, seja por mordedura, arranhões (Como ocorre no caso da Raiva Animal) ou por meio de seus dejetos, que ficam espalhados pelo ambiente e que também são contaminados.

Em todo o mundo, dezenas de milhares de pessoas morrem vítimas de zoonoses como a raiva (que tem evolução aguda e apresenta um alto grau de letalidade) e segundo a Organização Mundial de Saúde o cão (Doméstico ou de rua) é o responsável por 99% dos casos de raiva humana e por 92% dos tratamentos pós-exposição sendo portanto o maior agente transmissor da doença (Todo ano, 15 milhões de pessoas recebem o tratamento pós ataque/mordedura).

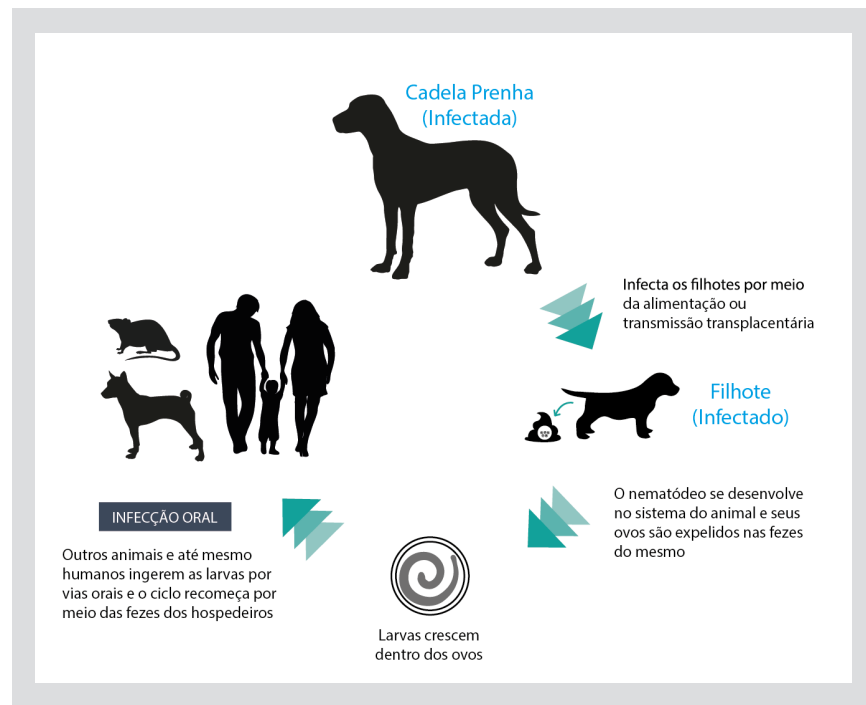
Outras doenças como a ancilostomose e toxocaríase também podem ser transmitidas pelos dejetos dos cães, que poluem o solo e podem fazer com que os ovos destes vermes se alojem em áreas públicas, apresentando risco para as pessoas que as frequentam. Ainda falando de zoonoses, a leptospirose e a leishmaniose tem os animais de rua (Principalmente cães) como seus principais vetores de transmissão.

Os animais de rua inclusive podem vir a preda animais da fauna típica do local aonde são deixados e em algumas áreas rurais, por exemplo, podem vir até mesmo a preda o gado e prejudicar assim seus criadores.

Soltos nas ruas, eles também são responsáveis por acidentes de trânsito (perigosos para os motoristas e para os animais que muitas vezes acabam morrendo depois de serem atingidos) e por eventuais ataques feitos a seres humanos que podem apresentar sequelas graves e até mesmo levar ao óbito.

Soltos nas ruas, eles também são responsáveis por acidentes de trânsito (perigosos para os motoristas e para os animais que muitas vezes acabam morrendo depois de serem atingidos) e por eventuais ataques feitos a seres humanos que podem apresentar sequelas graves e até mesmo levar ao óbito.

Ciclo infeccioso da *Toxocara Canis* (Conhecida como lombriga)



1.2.3 QUESTÕES ECONÔMICAS E SOCIAIS

Além dos fatores apresentados, uma questão que costuma ser pouco explorada e em linhas gerais não costuma ter visibilidade é a econômica, uma vez que todo o ciclo destrutivo que permeia o abandono gera altos custos para os cofres públicos e para o cidadão. Nos Estados Unidos, por exemplo, estima-se que pelo menos 500 milhões de dólares são gastos com o controle de animais (FRANK, Joshua, 2013), isso sem mencionar os custos medicinais gerados por mordeduras e possíveis tratamentos para zoonoses. No Brasil, em 2002, 424.020 pessoas foram agredidas por animais e desse número 237.731 receberam tratamento preventivo para raiva, o que gera um custo de 17 milhões de reais (LIMA, A.F.M & LUNA, S. P.L, 2012).

Outro gasto é o dos voluntários e colaboradores de instituições não governamentais, que sobrevivem de doações e financiamentos coletivos, que despendem muito dinheiro na intenção de ajudar a causa e cuidar dos animais abandonados que são abrigados. Similarmente, protetores que trabalham sozinhos e fazem de suas residências um local para cuidar dos animais tem muitos gastos.

1.3 A QUESTÃO NO BRASIL

1.3.1 EM NÚMEROS

Atualmente estima-se segundo uma pesquisa da OMS que existam cerca de 30 milhões de animais abandonados em solos brasileiros, dentre os quais 20 milhões seriam cachorros (66,7% do total) e 10 milhões seriam gatos (33,3%). No caso das grandes cidades, existem 5 cachorros para cada habitante e desse número aproximadamente 10% estão abandonados, número que não difere muito das cidades do anterior.

Em São Paulo, por exemplo, aproximadamente 25 mil cães e gatos são recolhidos anualmente pelo controle de Zoonoses, mas apenas 1200 (número aproximado) conseguem um novo lar, o que faz com que os outros continuem na mesma situação ou até mesmo sejam sacrificados.

E o número tende a crescer ainda mais próximo do final do ano. Segundo a ONG Arca Brasil o abandono aumenta 70% no final do ano com relação aos outros meses devido as férias, viagens e mudanças onde muitas vezes ao não ter com quem deixar o animal o dono acabando largando-o nas ruas

1.3.2 LEGISLAÇÃO BRASILEIRA

A “Declaração dos Direitos dos Animais” é um documento elaborado pela ONU para a Educação, a Ciência e a Cultura que trata sobre as várias questões que envolvem a salvaguarda dos animais e seu bem-estar, apresentando diversos artigos que discorrem sobre os direitos dos animais e deveres do homem para com os mesmos, dentre os quais

Art. 3º a. Nenhum animal será submetido a maus-tratos e a atos cruéis.

Art. 6º b. O abandono de um animal é um ato cruel e degradante.

Art. 14º b. Os direitos dos animais devem ser defendidos por leis, como os direitos dos homens.

A condenação por maus tratos a animais é algo previsto por lei, conforme consta na Lei Federal 9.605 de 1998, que classifica o abusar, os maltratar, mutilar e ferir animais domésticos, silvestres, nativos ou exóticos crime passível de sanções penais que variam de três meses a um ano (Em caso de morte do animal esta é aumentada) junto a multa. Sendo os maus tratos definidos como qualquer ação que implique em crueldade tais como: ausência de alimentação, tortura, abandono, utilização em experiências entre outros.

Entretanto, ainda que existam penas as aplicações das mesmas são falhas e muitas vezes inexistentes devido ao fato dos culpados pelo abandono serem raramente pegos no ato, mesmo que seja feita a denúncia.

1.3.3 MEDIDAS TOMADAS

Em instâncias governamentais, o Brasil apresenta em todos seus estados os chamados Centro de Zoonoses, que são as instituições responsáveis por garantir o bem-estar dos animais que estão nas ruas. Popularmente conhecidos como “carrocinhas” estes agem no controle de zoonoses e na prevenção de epidemias, fazendo também o recolhimento de animais que por alguma razão ofereçam algum risco (Animais agressivos ou territoriais por exemplo). Entretanto, devido a superpopulação de animais de rua estes centros muitas vezes sacrificam seus animais por meio de eutanásia, quando estes não são adotados ou apresentam estágios avançados de doenças o que apesar de parecer efetivo é na verdade extremamente ineficaz.

Alguns municípios como no Rio de Janeiro e em São Paulo também apresentam unidades de castração gratuita, que tem como pretensão atuar no problema da reprodução desenfreada desses animais. Iniciativas e leis municipais também estão incluídas nessas medidas, variando de local para local. Em Campinas, por exemplo existe o Departamento de Proteção e Bem Estar Animal, que é responsável por propor políticas públicas para lidar com a questão destes animais.

Algumas instituições privadas como Pet Shops e lojas especializadas em artigos para animais também se mostram engajadas na causa e fazem campanhas de incentivo à adoção responsável e costumam direcionar uma parte de seus lucros para abrigos e outras instituições não governamentais. Três bons exemplos são a Pedigree, Zee Dog e a Whiskas.

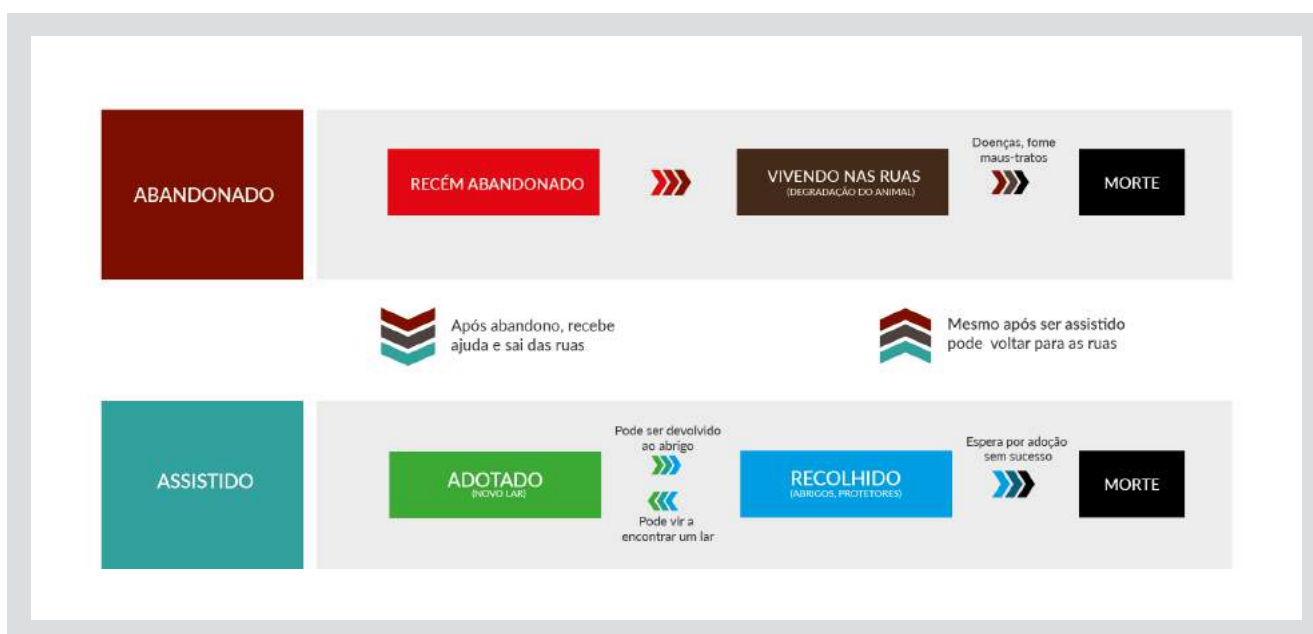
A primeira é uma marca de ração de renome e em todo mundo faz campanhas incentivando a adoção de animais, destinando parte de seus lucros para abrigos e ONGs, como é o caso da campanha “Adotar é tudo de bom”. A segunda é uma empresa especializada na produção de coleiras diferenciadas para cães e gatos que além de atuar de forma similar à Pedigree também costuma fazer parcerias com outras marcas para desenvolver produtos cujo lucro é 100% destinado aos animais abandonados. Já a Whiskas, marca famosa de rações e outros petiscos para gatos, por sua vez, foca em suas campanhas comerciais a relação entre humanos e seus animais, buscando emocionar ao tocar na questão dos laços criados e no benefício que os humanos tem ao se relacionarem com animais.

O outro auxílio advém também das organizações não governamentais e dos protetores de animais que recolhem animais abandonados (às vezes os animais são deixados nas portas desses estabelecimentos), fazendo um trabalho de assistência que depende de doações externas e muitas vezes não consegue abarcar todo o contingente desses seres que vivem nas ruas. Atualmente, muitos abrigos enfrentam a superlotação e a constante falta de recursos, lutando para conseguirem assistir todos seus animais. Existem diversas organizações deste tipo no Brasil, sendo uma das mais famosas a SUIPA, localizada no Rio de Janeiro.

1.4 ESTÁGIOS DO ABANDONO

O abandono, assim como muitos problemas, apresenta um ciclo de acontecimentos, que podem culminar com a morte do animal, com seu recolhimento (Ainda que muitos morram em abrigos) ou com sua adoção para um lar. A degradação do psicológico e do físico do animal ocorre tanto nas ruas quanto nos abrigos, aonde costumam esperar muitas vezes até a morte por uma adoção responsável que costuma não acontecer (Quanto mais velho o bicho, mais difícil a adoção) e configura outro problema pois mesmo após ser adotado este ainda corre o risco de ser devolvido ao abrigo ou as ruas.

Nas ruas este animal pode vir a ficar faminto e contrair doenças, também sendo possível o desenvolvimento de um comportamento agressivo que se torna perigoso para todos ao seu redor. Eventualmente, após algum tempo, este animal será recolhido e sofrerá eutanásia, será adotado ou terminará morrendo de alguns dos males que lhe assolam.



Ciclo de acontecimentos do abandono de animais.

1.5 QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

Visando um melhor entendimento da relação das pessoas com seus animais, do posicionamento das mesmas quanto a questão do abandono e das soluções que poderiam ser mais efetivas do ponto de vista do locutor, foi feito um questionário online com perguntas sobre os três temas que recebeu 494 respostas, revelando padrões que reafirmaram aspectos pesquisados e serviram ainda mais de base para decisões quanto ao projeto gráfico.

Além de tudo, as respostas trouxeram constatações inusitadas, como por exemplo, o repúdio ao ato de compra (que mesmo quando realizado tendia a ser justificado) que apesar de muitas vezes financiar criadouros de animais as vezes tem uma conotação positiva de auxiliar um animal.

VOCÊ TEM ANIMAIS ? *

Sim

Não

QUANTOS ANIMAIS VOCÊ POSSUI ? *

1

2 ou 3

4 ou mais

VOCÊ POSSUI ANIMAIS COMPRADOS/ADOTADOS ? *

Sim, comprados

Sim, adotados

Não

PORQUE VOCÊ OPTOU PELA COMPRA ? *

Animais comprados são mais bonitos

Porque queria um animal com pedigree

Procurava uma estética/comportamento específico (Procurava uma raça específica)

Eles são mais saudáveis

Um conhecido me aconselhou a comprar

Me apaixonei por um cachorro que vi

PORQUE VOCÊ OPTOU PELA ADOÇÃO ? *

Queria dar um lar a um animal abandonado

Me apaixonei por um animal que vi

Não concordo com a política de criação/compra de animais

Não queria ou não tinha dinheiro para gastar

Não me importo com aparência ou raça

Eles são mais saudáveis

ANTES DE COMPRAR/ADOTAR VOCÊ PESQUISOU SOBRE COMO É TER UM ANIMAL ? *

Sim, claro ! Pesquisei tudo que precisava saber

Sim. Pesquisei um pouco

Conversei com algumas pessoas que tinham animais similares

Ganhei o meu animal, então não pesquisei

Não pesquisei

VOCÊ SE SURPREENDEU COM O TRABALHO QUE O ANIMAL PODE DAR ? *

Sim, não imaginei que fosse cansar tanto

Não, na verdade eu já imaginava

E OS GASTOS, VOCÊ JÁ TINHA CALCULADO ? *

Não!

Tinha feito uma estimativa, mas acaba passando

Sim, pesquisei muito a respeito

Sim, pesquisei

VOCÊ ABANDONARIA SEU ANIMAL ? *

Não.

Se tivesse que me mudar, talvez

Se ele enchesse demais a minha paciência, talvez

Sim, abandonaria

O QUE VOCÊ FARIA SE VISSE UM ANIMAL SENDO ABANDONADO NA RUA ? *

Ligaria para polícia

Pegaria e tentaria encontrar um dono

Tentaria encontrar um abrigo para o animal

Chamaria alguma ONG protetora dos animais

Não faria nada.

O que você pensa de abandonar um animal ? *

Acho um absurdo.

Às vezes não dá para cuidar, então é melhor dar para um abrigo

Se você cansar pode sempre dar o animal para alguém

Não tenho uma opinião formada, difícil de julgar

Não vejo problemas em abandonar

PARA VOCÊ, QUAL A MELHOR FORMA DE DIVULGAR INFORMAÇÕES SOBRE ANIMAIS, ABANDONOS E ADOÇÃO ? *

Redes Sociais

Folhetos Informativos

Cartazes

Folders

Outros (Campo para sugestão)

COMO VOCÊ RESOLVERIA O PROBLEMA DOS ANIMAIS DE RUA ? *

Fazendo eutanásia em animais de rua

Criando novos abrigos para todos os animais abandonados

Tornando as punições mais rígidas

Ensinando as pessoas sobre os malefícios do abandono

Estimulando a adoção por meio de políticas de facilitação de da adoção responsável

Castrando os animais

Aumentando os impostos sobre animais comprados

PESQUISA DE OPINIÃO SOBRE A QUESTÃO DO ABANDONO DE ANIMAIS

494 Respostas

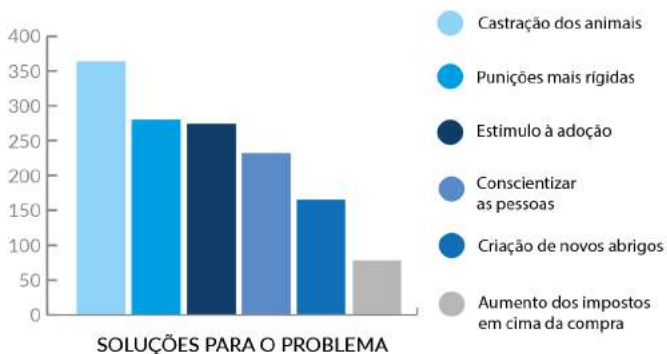
INFORMAÇÃO



MOTIVOS PARA COMPRA/ADOÇÃO



DIVULGAÇÃO/AÇÃO



2 DESENVOLVIMENTO

2.1 PORQUE CONSCIENTIZAR?

Reduzir o abandono de animais é um desafio público e cultural de solução de longo prazo, que necessita de um olhar atento de toda sociedade (ALVES, A.J.S et al, 2013). Práticas como o sacrifício dos animais abandonados que são recolhidos nas ruas além de ineficazes (uma vez que não dão conta de controlar toda a população de bichos) são custosas e consideradas cruéis. A própria OMS considera a remoção e o abate formas incompetentes de lidar com a situação e aponta a educação do futuro dono acerca da adoção responsável e das catástrofes ocasionadas pelo abandono como uma solução efetiva a longo prazo (aliada à castração dos animais domésticos em geral).

Screenshot de Video da Campanha "Quando a gente gosta é claro que cuida". - CRMV-SP

Cachorro bebendo água do esgoto

Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=3BWKUkYbIOY>>

Acesso em 2 de Maio de 2017 às 15h28



Essas considerações fazem imenso sentido, uma vez que nós estamos estritamente ligados ao bem-estar do animal e somos diretamente afetados pelos efeitos desses animais vivendo nas ruas e estudos apontam que a conscientização deve agir até mesmo desencorajando futuros donos a terem animais se eles não estão devidamente preparados para arcar com toda a carga de responsabilidade do ato. Em publicações da Associação Mundial de Veterinária(WVA) e da Sociedade Mundial de Proteção dos Animais (WSPA) a educação e a conscientização da população também aparecem (Junto a medidas estimuladoras de adoção e restritivas com relação à compra) como medida chave na erradicação dos animais de rua e do abandono.

Em países com estratégias que tiveram sucesso como a Holanda, por exemplo, conscientizar se tornou um dos pilares que rege a solução do problema, sendo fundamental na prevenção de novos abandonos por conta de novos donos, o que torna possível que outras políticas de controle e adoção sejam realmente efetivas no que concerne a retirada desses pets das ruas. Por fim, grande parte das campanhas feitas em prol de animais domésticos discorre mais sobre a adoção dos mesmos, tendo uma parcela pequena direcionada a informar sobre os infortúnios gerados pelo ato de abandonar animais.

2.2 FUNDAMENTAÇÃO

2.2.1 DESIGN SOCIAL

O conceito de Design Social é bastante amplo e discutido, mas ele é por definição empático e consciente social e economicamente. O designer tem como objetivo geral a resolução de problemas e o design no campo social o de trazer melhorias na qualidade de vida do ser humano com seus projetos.

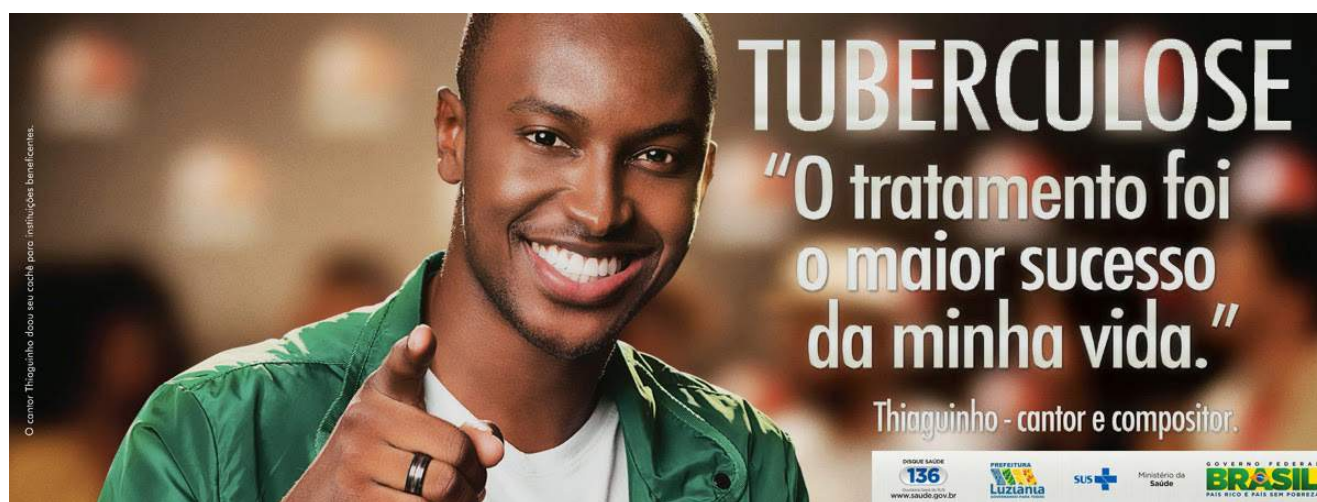
Em 1971, Victor Papanek, famoso designer ecológico e social trouxe com seu polêmico livro *Design For the Real World*, uma vertente que se opõe ao consumismo desenfreado do mercado e propõe um direcionamento alternativo para o design, que também é defendendo por outros autores. Em 1993, Nigel Whiteley, defende que o design é uma manifestação social, política e econômica de uma sociedade, apresentando, portanto, uma relação muito íntima com esta mesma. Whiteley também classifica o designer comprometido com causas sociais como audaz e corajoso, disposto a defender questões culturais e sociais mais “nobres” que as do consumismo típico do mercado (CUNHA LIMA, Edna; MARTINS, Bianca, 2011).

No Brasil, o design social está presente em várias campanhas voltadas para a população que são, em sua maioria, ações da secretaria de saúde informativas ou que divulgam períodos importantes como os da vacinação infantil, da vacinação contra gripe em idosos e os informativos sobre as etapas do tratamento contra a tuberculose a continuidade do

Campanha de conscientização acerca da Tuberculose - Governo Brasileiro

Disponível em <http://vigepismspicui.pb.blogspot.com.br/2015_03_01_archive.html>

Acesso em 2 de Maio de 2017 às 18h05



Portanto, o presente projeto, está comprometido com a ideia do design social, uma vez que visa em sua totalidade, ainda que tenha bastante enfoque no bem-estar dos animais abandonados, uma melhoria na vida em sociedade, informando e educando as pessoas sobre um problema real, com a intenção de iniciar um processo de engajamento que possa contribuir a longo prazo para a resolução desse problema.

UM MOSQUITO NÃO É MAIS FORTE QUE UM PAÍS INTEIRO.

Participação voluntária da atriz Camila Pitanga (Embaixadora Nacional da ONU Mulheres Brasil).

MOBILIZE SUA FAMÍLIA E ELIMINE A ÁGUA PARADA.

#ZIKAZERO

DISQUE SAÚDE 136 www.saude.gov.br

GOVERNO FEDERAL BRASIL PÁTRIA EDUCADORA

Campanha de conscientização acerca da Zika - Governo Brasileiro

Disponível em < <http://www.onumulheres.org.br/noticias/no-dia-mundial-da-saude-onu-e-governo-brasileiro-intensificam-acoes-sobre-direitos-das-mulheres-em-resposta-ao-virus-zika/> >

Acesso em 2 de Maio de 2017 às 18h05



Campanha de Divulgação
da vacina contra paralisia
infantil - Governo Brasileiro

Campanha que apresenta
inclusive um mascote, para
que possa se comunicar com
o público-alvo.

Disponível em < [http://
smsdc-cms-clementinofraga.
blogspot.com.br/2011/08/
segunda-dose-da-vacina-
contraparalisia.html](http://smsdc-cms-clementinofraga.blogspot.com.br/2011/08/segunda-dose-da-vacina-contraparalisia.html)>

Acesso em 2 de Maio de
2017 às 18h33

2.2.1 CAMPANHAS

No cenário atual, existem diversas campanhas pró-animais, que defendem as mais diversas causas, abrangendo desde a questão dos animais criados para o abate na indústria alimentícia até adoção responsável e a caça esportiva de animais em alguns locais. Entretanto, a grande maioria das campanhas costuma ter seu foco na adoção responsável, falando pouco sobre o abandono e dos problemas que surgem a partir do mesmo.

— “Adotar é tudo de bom” Pedigree – 2007

Campanha surgida nos Estados Unidos, desenvolvida pela Pedigree desde 2007, que consiste na doação de parte dos lucros obtidos com as rações vendidas para ONGs que cuidam de animais resgatados e estão sempre precisando e ajuda de custos e de recursos. A campanha também apresenta uma série de peças gráficas que visam incentivar a adoção e falar sobre o drama dos cães abandonados em abrigos, também fazendo uso de ações secundárias que fazem parte da campanha como um todo.

Outra empresa que costuma dar apoio à ONGs é a Zee Dog, empresa de artigos para pet que tem parcerias com outras empresas para destinar uma parte dos lucros com seus acessórios e artigos à ONGs que precisam de mantimentos.



Um dos anúncios da campanha

Disponível em < <http://fabioloiola.blogspot.com.br/2011/05/pedigree-adotar-e-tudo-de-bom.html> >

Acesso em 15 de Julho de 2017 às 16h24

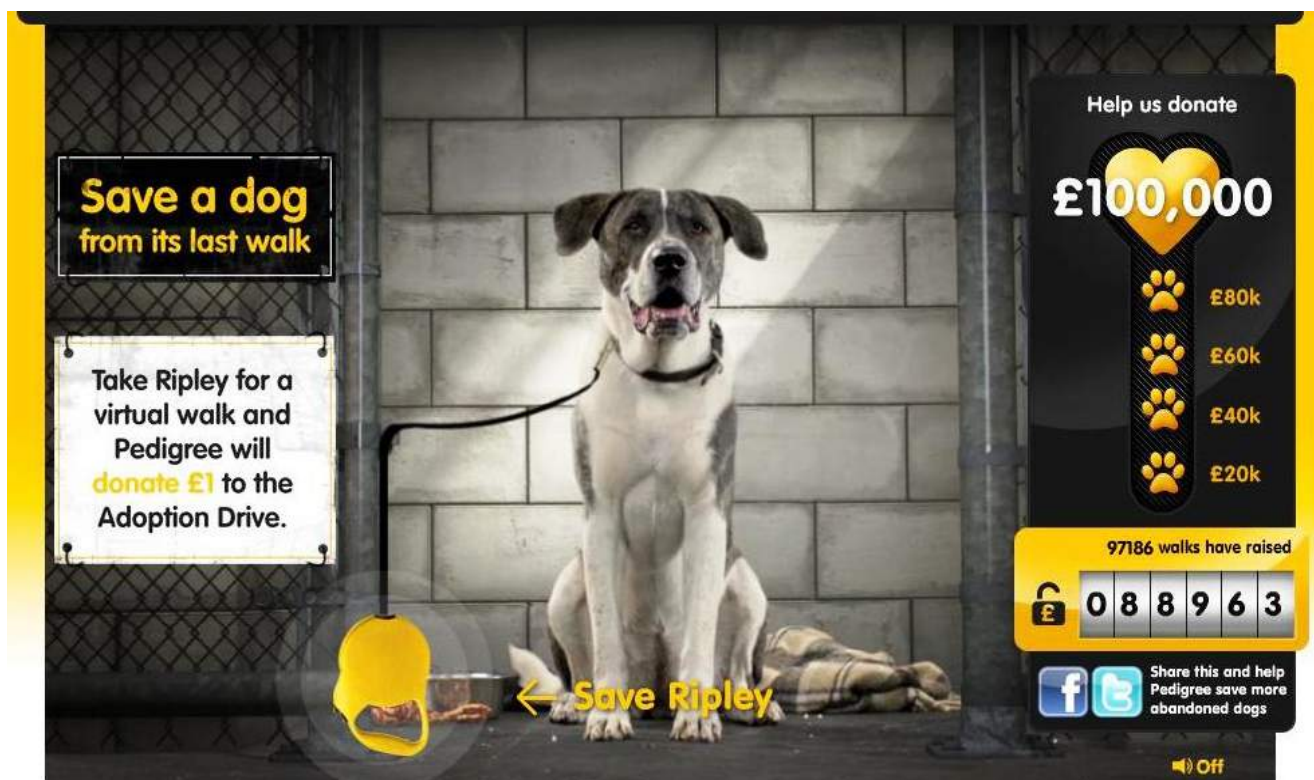


Wallpapers da campanha
"Adotar é tudo de bom".

Disponível em < <http://fswallpapers.blogspot.com.br/2012/07/adotar-e-tudo-de-bom-pedigree.html> >

Acesso em 15 de Julho de
2017 às 18h05





Peça gráfica da campanha "Adotar é tudo de bom". Nela, o usuário podia levar o cachorro em questão para "passear" via web e quanto mais ele andasse com o cachorro, mais era arrecadado para adoção.

Ação feita no Reino Unido

Disponível em <<http://creativity-online.com/work/pedigree-adoption-drive-2011-the-worlds-first-ever-virtual-dog-walk/24875>>

Acesso em 15 de Julho de 2017 às 18h05

Screen saver da campanha utilizado para incitar a adoção de animais. O usuário baixa o aplicativo disponível e tem imagens de cães disponíveis para adoção passando em seu computador.

Disponíveis em <<http://www.vitaminauff.com.br/2014/pedigree-por-uma-bom-causa/>>

Acesso em 15 de Julho de 2017 às 17h31

SCREEN AND
DOG
SAVER

Pedigree

Faça o seu download aqui

MAC

PC

Um Screen Saver que ajuda a salvar a tela do seu computador e milhares de cachorros abandonados.

O Screen and Dog Saver é um descanso de tela virtual que mostra vídeos randômicos de cachorros para adoção. Caso deseje adotar algum, basta ligar para o telefone que aparece no vídeo e informar o nome do cachorro.

Curtir Compartilhar

PEDIGREE
Adotar é tudo de bom

Campanha no Tinder, Social Tees – 2014

Realizada na cidade de Nova Iorque a campanha da organização Social Tees, que ajuda animais abandonados a encontrarem um novo lar, inseria no Tinder (famoso aplicativo para encontros) animais como se fossem pessoas, fazendo com que aparecessem nas opções de usuários do aplicativo, despertando atenção e podendo até mesmo encontrar um lar para aquele animal. A ideia, apesar de ter gerado reclamações por uma parte das pessoas que utilizavam o app teve seu sucesso, pois em 24 horas mais de mil cãezinhos haviam sido marcados como “Match!” (Expressão utilizada quando ambas as partes se acham interessantes o suficiente para terem um encontro que pode resultar em algo mais caso seja da vontade de ambos).

A mesma estratégia também foi adotada no Brasil, através de um aplicativo próprio para isso chamado MatchDog, que funciona da mesma forma que o Tinder, porém apresenta apenas animais a serem adotados em seu banco de dados.

Similarmente, a iniciativa chamada de “Catiorro Go!” feita pela prefeitura de Esteio, RS se utiliza de um aplicativo muito famoso que é febre mundial chamado Pokémon Go para, assim como no jogo, convidar as pessoas a “Saírem nas ruas e pegarem seus cãezinhos abandonados”, uma boa estratégia de marketing que se aproveita da força de um jogo antigo para promover uma causa.



Exemplo da inserção de aplicativos para auxiliar a adoção de animais, utilizando o Tinder e criando aplicativos próprios para adoção.

Disponíveis em <<http://www.b9.com.br/50840/advertising/caezinhos-abandonados-ganham-perfis-tinder-para-arranjar-um-lar/>>

Acesso em 9 de Julho de 2017 às 20h13



Campanha "Catiore Go!"
feita pela prefeitura de Esteio
no RS que usa a fama do jogo
Pokémon Go a seu favor

Disponíveis em <<http://www.esteio.rs.gov.br/catiore/>>

Acesso em 9 de Julho de
2017 às 20h13



"#PareDeAbandonar" Pet Anjo - 2017

Realizada pela loja Pet Anjo, visa conscientizar a população acerca do abandono, tendo como peça principal um vídeo que mostra da visão do animal os temores de ser abandonado e ser exposto a maus tratos, fome, medo e outros. O vídeo em questão pode ser compartilhado nas redes sociais e na página que promove a campanha existem links para auxiliar com doações, se voluntariar e adotar um animal.



Screenshot do
vídeo da campanha
#PareDeAbandonar da Pet
Anjo

Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=-ATMJyM5r5Y&t=7s>>

Acesso em 1 de Julho de
2017 às 19h56

“Quando a gente ama é claro que cuida” CRMV-SP – 2017

Desenvolvida pelo Conselho Regional de Medicina de São Paulo em 2017, a campanha utiliza a música “Sozinho”, popularmente conhecida por todo o Brasil para criar uma campanha que é transmitida através de veículos diferentes, composta de um vídeo difundido nas redes sociais e de peças gráficas, como panfletos e folhetos educativos, informativas que utilizam ilustrações para dar informações sobre a forma correta de tratar animais e indicações básicas para donos e para futuros donos. Tais peças foram distribuídas em linhas de metrô, ônibus e nos terminais, além de serem doados à escolas e ONGs.



Peça gráfica (panfleto) da campanha do CRMV-SP, lançadas em conjunto com um vídeo.

Disponível em <<http://bompracachorro.blogfolha.uol.com.br/2017/02/04/quando-a-gente-gosta-e-claro-que-a-gente-cuida-diz-campanha-sobre-posse-responsavel/>>

Acesso em 9 de Julho de 2017 às 19h36



Peça gráfica (panfleto) da campanha do CRMV-SP, lançadas em conjunto com um vídeo.

Disponível em <<http://bompracachorro.blogfolha.uol.com.br/2017/02/04/quando-a-gente-gosta-e-claro-que-a-gente-cuida-diz-campanha-sobre-posse-responsavel/>>

Acesso em 9 de Julho de 2017 às 19h36

“Animais Valiosos”, NBS e Associação Quatro Patinhas – 2015

Ação realizada pela agência NBS para a ONG Associação Quatro Patinhas, localizada no Rio de Janeiro, que consistia em trocar os animais que estão à venda em petshops por animais que estão à espera de adoção nos abrigos, uma vez que a população continua dispendendo muito dinheiro para comprar cães mesmo que existam milhares deles em abrigos aguardando. A campanha tinha como slogan “Melhor que comprar uma vida, é salvar uma” e colocou câmera nos petshops nos quais a ação foi realizada



Screenshot do vídeo da campanha Animais valiosos

Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=n-OnbIXKIXQ>>

Acesso em 1 de Julho de 2017 às 17h42

Outras Campanhas

O Estado de São Paulo (Em parceria com algumas ONGs) também é responsável por algumas outras campanhas como por exemplo a campanha feita em 2013 chamada “Amigos para Sempre” que distribuía panfletos em lugares comuns como estações de metrô, ônibus e terminais, utilizava cartazes e painéis em áreas movimentadas e contava com um vídeo que podia ser compartilhado nas redes sociais.

Em São Paulo, em 2017 a prefeitura da cidade também lançou a campanha “Gente boa adota mais um” material produzido em cima da controvérsia gerada pelas peças gráficas de responsabilidade no trânsito veiculadas pelo governo federal. A campanha feita em São Paulo era veiculada em redes sociais e incentivava as pessoas a adotarem animais que estão no CCZ da cidade.

O Debea (Departamento do Bem Estar Animal) e a Fundação Televisão Educativa de Jundiaí também lançaram uma campanha chamada “Faça um focinho feliz”, incentivando a adoção de animais e pedindo ajuda às pessoas.

QUEM
RESGATA
ANIMAIS NA
RUA PODE
ADOTAR



GENTE BOA
ADOTA MAIS UM
ADOTE NO CCZ



Campanha feita pela
prefeitura de São Paulo,
aproveitando o material
polêmico divulgado pelo
Governo Federal.

Disponível em <[https://
twitter.com/prefsp/
status/8166822
18240245760](https://twitter.com/prefsp/status/816682218240245760)>

Acesso em 10 de Julho de
2017 às 21h27

Foto e arte: Liz Guimarães / Modelo: Pepo / Orelhas: Afrânio Moutinho



**Eles fazem
de tudo
para passar a Páscoa
na sua casa!
Adote.**

www.vira-lata.net
Não temos abrigo

Pelo Direito
dos Animais



VIRA-LATA

Campanhas da ONG Vira-
Lata.net feitas nas redes
sociais.

Enviadas por Email por
representantes da ONG

Acesso em 10 de Julho de
2017 às 21h27

Foto e arte : Liz Guimarães/ Modelo: Yuki/ Orelhas: Afrânio Moutinho



**Nesta Páscoa
NÃO COMPRE
Gato
NEM
Lebre
ADOTE.**

**Coelhos, assim como gatos,
exigem cuidados
além do período
da Páscoa.
Informe-se!**

Pelo Direito
dos Animais



VIRA-LATA



Campanhas da ONG Vira-Lata.net feitas nas redes sociais.

Enviadas por E-mail por representantes da ONG

Acesso em 10 de Julho de 2017 às 21h27

2.2.3 JUSTIFICATIVA

Todas essas campanhas têm em comum a temática e suas intenções de promoverem o bem estar animal. O enfoque, entretanto, está praticamente todo depositado no ato da adoção e sendo assim, pouca coisa é dita sobre o abandono e as implicações devastadoras na vida do animal que, mesmo após estar assistido, continua tendo de lutar para sobreviver e superar o grande trauma que é deixado.

Outro ponto observado é que, em sua maioria, essas campanhas apesar de apresentarem cuidados com suas informações, algumas vezes carecem de valores estéticos e subutilizam recursos como figura e fundo, espaçamento e tipografia, perdendo impacto, visibilidade e se tornando menos atrativas, o que prejudica sua intenção.

Tendo isso em vista, o presente projeto, portanto, tem como intenção focar no ato do abandono, buscando conscientizar a população em geral sobre as implicações para o animal, para o ambiente e para a própria população (O que o torna diferente dos citados anteriormente devido ao recorte em sua temática) utilizando das ferramentas do design para criar peças interessantes e impactantes que agradem esteticamente, aumentando o alcance da mensagem a ser passada.

3 CAMPANHA : NÃO ME TORNE MAIS UM

Após o processo de pesquisa extenso, que leva em consideração: conversas com representantes de abrigos, investigação em cima de campanhas já feitas e opiniões da população em geral, concluiu-se que seria necessária uma abordagem ampla para que um maior público fosse atingido, visto que o próprio tema do abandono de animais é recebido de maneiras diferentes pelas pessoas.

O formato de campanha surgiu, portanto, como uma opção para contemplar tal diversidade e criar peças que se comuniquem com interlocutores com níveis de entendimento diferentes sobre o tema, atingindo tanto aqueles que já tem conhecimento sobre o mesmo (em geral pessoas que lidam com animais ou tem contato com os mesmos) quando os que desconhecem ou não compreendem a gravidade do mesmo.

3.1 NAMING E CONCEITO

A palavra “abandono” exprime, segundo o dicionário os significados de afastamento, falta de amparo e assistência, de sair sem intenção de retornar, sendo muito utilizada no naming de outras campanhas que falem do abandono animal.

Uma vez que uma das intenções deste projeto é chamar atenção por ser algo diferente dos demais optou-se por um nome que traduzisse a ideia do abandono sem, no entanto, utilizar a palavra diretamente. Utilizando a informação sobre os números alarmantes de abandonos no Brasil, cada vez mais crescentes, desenvolveu-se a expressão “Não me torne mais um”, que trabalha a ideia de apelo, que pode inclusive ser visto como feito do ponto de vista do animal, que pede à pessoa que está diante daquela peça para que não lhe transforme em mais um a ser adicionado às estatísticas de cães sem um lar.

O tom imperativo também visa convencer e dissuadir antigas ideias atreladas a vida canina (como por exemplo as que existem orfanatos para cães). O nome, aliado aos outros atributos de cada peça trabalham principalmente na conscientização, objetivo número um de todo o projeto.

3.2 VEICULAÇÃO

Atualmente, boa parte das campanhas que contemplam a temática do abandono se concentram em redes sociais, tanto pela facilidade do alcance quanto pela ausência de maiores custos.

De fato, as redes sociais são veículos de informação que tem enorme influência e que estão muito inseridas no cotidiano moderno, o que aumenta o alcance e a disseminação de informações nas mesmas. Entretanto, as redes sociais também apresentam uma quantidade de informações exacerbadas e muitas vezes o conteúdo produzido nas mesmas acaba se perdendo em meio a tantos outros.

Tendo em vista tal limitação do conteúdo disseminado virtualmente e considerando o alcance pretendido pela campanha, que visa se comunicar também com interlocutores que não estejam familiarizados com a causa dos animais, optou-se então pela utilização de materiais impressos, veiculados em regiões de grande circulação de pessoas (Pontos de ônibus, estações de metrô, feiras de adoção, praças, terminais, etc) com um website como suporte secundário, fornecendo mais informações sobre a campanha em si para aqueles que estiverem interessados.

Métodos mais tradicionais também atingem a parcela da população que não tem contato ou acesso maior a internet, tornando o projeto mais acessível e capaz de abranger um contingente maior.

3.3 PEÇAS

A presente campanha também pretende informar, além de chamar atenção, sobre a situação precária dos abrigos existentes e todos os problemas gerados por um simples abandono, conscientizando a população. Por este motivo optou-se pela utilização de peças de formatos variados, compatíveis com a quantidade de informação a ser exposta nos mesmos.

Trabalhou-se com 3 cartazes em formatos adaptados aos mobiliários urbanos ou em A3, 3 flyers em formato menor (adicionar o formato aqui), peças de formato menor com textos rápidos que introduzem de forma simples aspectos do problema que costumam despercebidos e 2 folders com 3 dobras, que trazem informações mais detalhadas e recomendações para os interessados em ajudar.

Todas as 8 peças trabalham imagem e informação com a intenção de dinamizar a leitura e captar o interlocutor para que o mesmo não ignore a questão que lhe foi apresentada.

4 ESCOLHAS GRÁFICAS

Para este projeto, escolheu-se a integração entre tipografia e fotografia como linguagem, utilizando tanto formatos maiores quanto formatos menores para peças mais informativas.

4.1 FOTOGRAFIAS

Recurso imagético de grande peso dentro deste projeto, as fotografias foram produzidas no interior de um abrigo localizado na cidade do Rio de Janeiro chamado **Abrigo João Rosa**, com acompanhamento dos voluntários, durante dois domingos quase inteiros aonde se observou a rotina de mutirão para o banho dos cães, em um contato direto com a realidade e as dificuldades do local que devido ao grande contingente de cães e suas diferentes limitações e temperamentos se vê obrigado a criar um esquema especial para tais eventos, contando com voluntários recorrentes e outros de primeira viagem.

As fotos foram feitas em dois momentos distintos: No momento do banho e dos ensaios fotográficos feitos dentro do abrigo com a intenção de cativar para fomentar a adoção, aonde os animais estão soltos e podem caminhar e brincar como se estivessem em um lar aonde dispõe de espaço para tal e no momento em que estão em seus canis (povoados em sua maioria por mais de dois animais), momento no qual é comum que pulem nas portas buscando um pouco de carinho (Apesar de serem bem cuidados, um abrigo jamais dará ao animal o suporte que um lar é capaz de prover).

Foi realizado um processo de seleção a fim de filtrar as mais de 800 fotos tiradas, e ao final foram selecionadas 100 fotos passíveis nas peças da campanha. Dentro deste universo mais limitado escolheu-se as representantes do segundo momento para os cartazes e para as capas dos flyers e folders enquanto as fotos do primeiro momento foram mais utilizadas no interior dos materiais informativos.



Cães no mutirão de banho do
Abrigo João Rosa

Fotos tirada no dia 10 de
Setembro de 2017

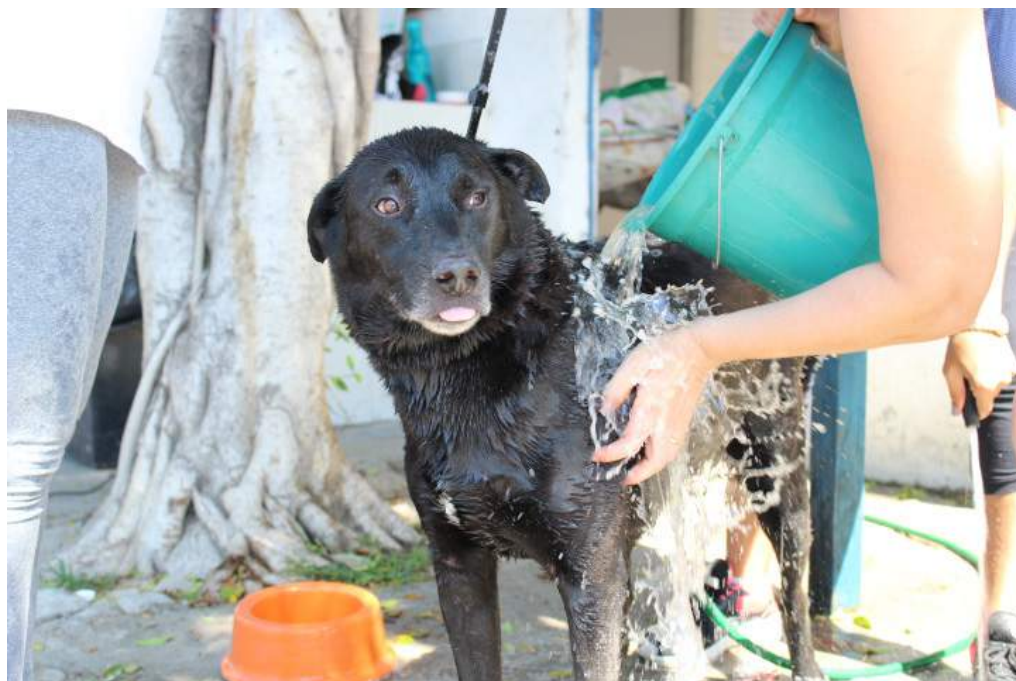




Em dias de mutirão, os cães são retirados dos seus canis, em turnos, para serem tosados, escovados, e banhados. Em seguida caminham um pouco, para que possam se divertir e secar.

Em alguns casos, uma foto do animal é tirada para ser postada no Facebook, local aonde o abrigo fomenta constantemente a adoção.

Fotos tiradas nos dias 10 e 17 de setembro de 2017





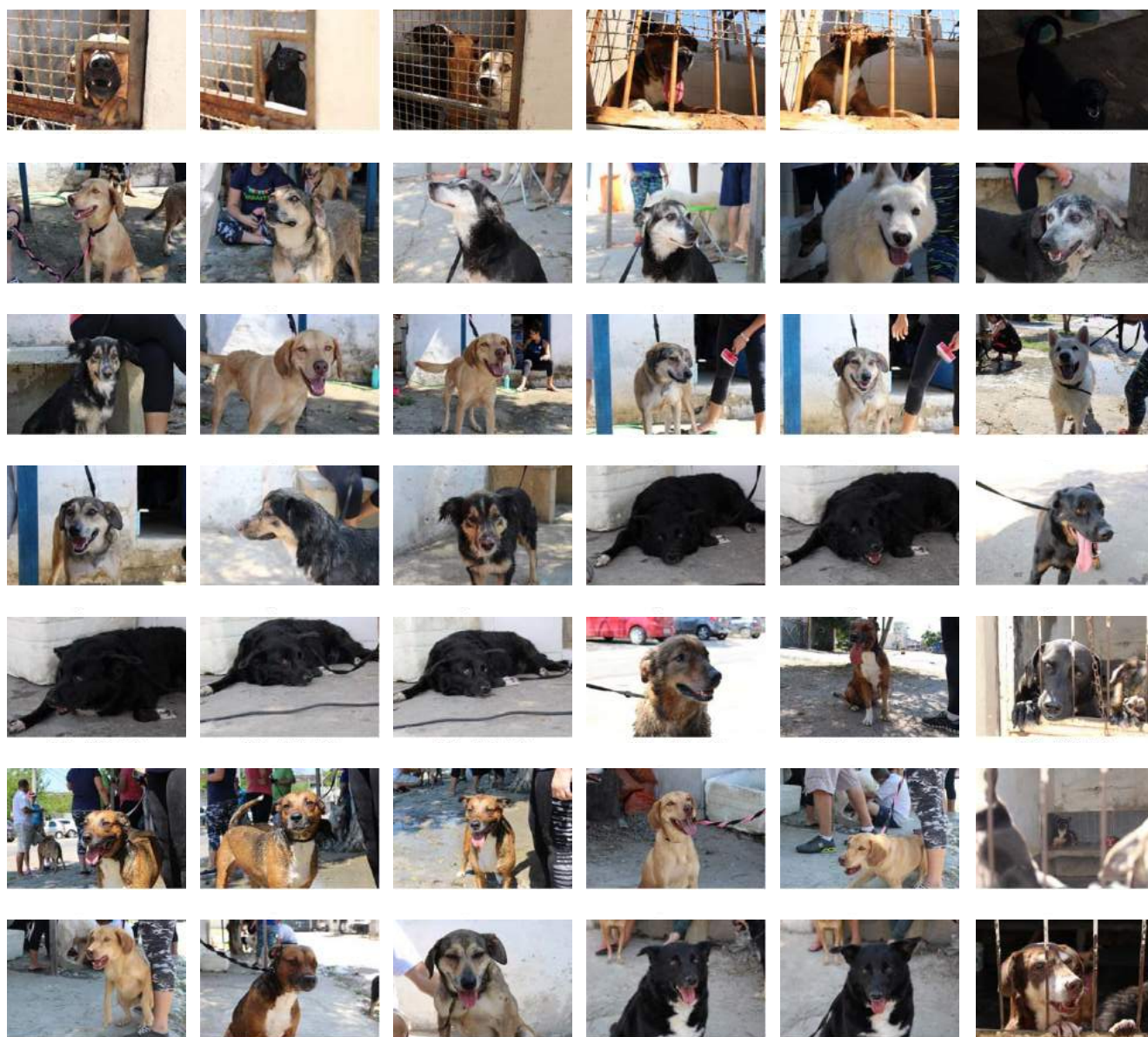
Em abrigos, os cães costumam dividir seus canis com pelo menos 2 animais e sempre que percebem algum movimento vão para a frente dos mesmos, em busca de carinho e atenção.

Fotos tiradas nos dias 10 e 17 de setembro de 2017



Depois de dois dias inteiros em contato com os animais do abrigo e os voluntários enquanto produziam-se as fotos, um total de 701 fotos foi obtido. As fotos retratavam os diferentes momentos daquele evento, os animais em seus canis ansiosos por atenção, os cães em seu momento de banho e em seu momento de descanso, nos quais um voluntário fica responsável pelos mesmos. O terceiro momento ocorre também devido ao fato de ser necessário que os cachorros sequem antes de serem devolvidos às suas moradias, para evitar possíveis problemas de pele como fungos e outras doenças.

Destas 701 imagens, 100 foram selecionadas para serem utilizadas nas peças gráficas pois, uma vez que estávamos lidando com animais boa parte das fotos não atendia à necessidade do projeto.



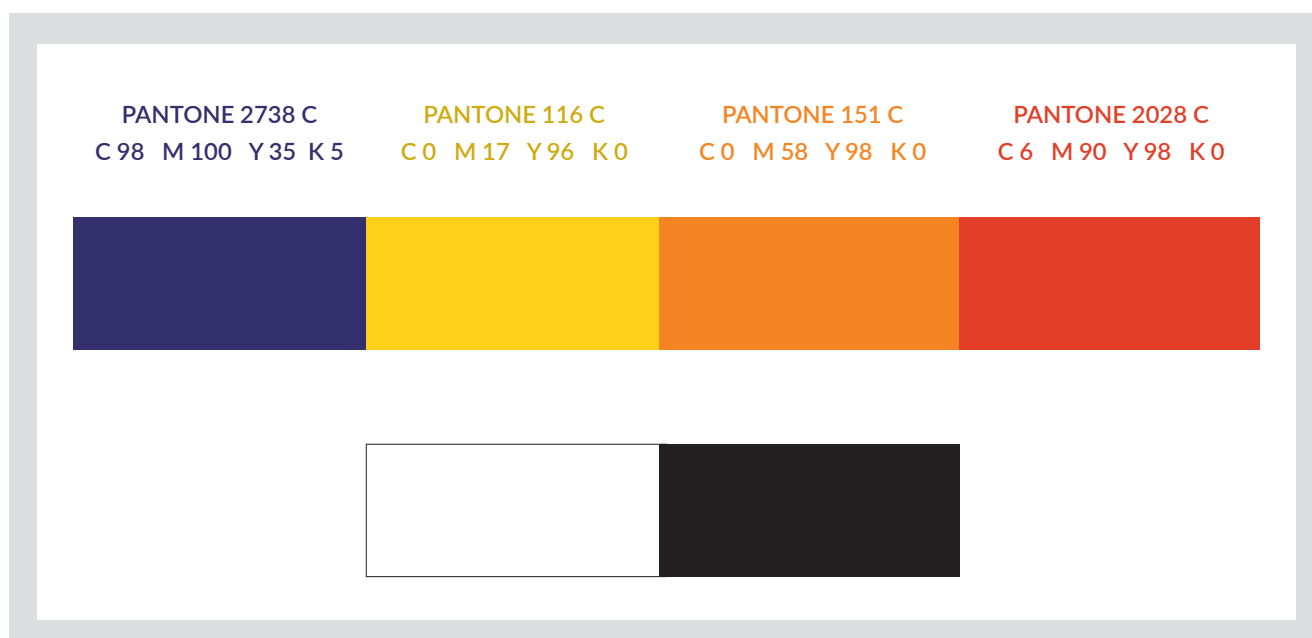
Algumas das fotos que foram selecionadas após uma triagem inicial.

4.2 CORES

O recurso fotográfico realiza uma aproximação do espectador com a realidade do problema e trás tons de veracidade, apelando junto ao impacto sentimental de cada imagem. Uma vez que este é um recurso muito utilizado pela maioria das campanhas, trabalhá-las da forma tradicional acabaria aproximando demais o projeto de outros já existentes, perdendo impacto e chamando menos atenção.

Por tal razão, o caminho escolhido para as fotografias foi trabalhar as mesmas codificando-as por meio de duotones que se alteram entre as peças, sempre utilizando um tom mais escuro e um tom mais saturado, criando um visual diferenciado que capta mais atenção.

As cores criam uma escala de progressão por meio de sua mudança de matiz, criando um sistema de cartazes que visa comunicar a evolução de uma situação que se torna cada vez pior. A escolha das cores amarelo, laranja e vermelho se deu devido ao fato de serem cores que comumente representam atenção, alerta, problema ou risco.



Paleta de cores do projeto.

4.3 TIPOGRAFIA

Já a tipografia, foi utilizada para comunicar a mensagem de forma clara, trabalhando em conjunto com as imagens escolhidas para fazer o diálogo com aquele que se vê diante de cada uma das peças.

Para tal, foram empregadas as fontes Montserrat e Surfing Capital, tanto para a composição do arranjo tipográfico principal quanto para o texto corrido encontrado no interior das peças e na mensagem de apoio existente em algumas das peças.

A fonte Montserrat foi escolhida por ser uma fonte não-serifada simples e limpa, facilitando a leitura e a Surfing Capital por seu traçado diferenciado que gera contraste quando contraposto à anterior, gerando dinâmica dentro do arranjo tipográfico e criando interesse.

Montserrat

a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
. : , ; ' " (! ?) + - * / =

SURFING CAPITAL

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z

. ! ? —

5 PROJETO

5.1 CARTAZES

Materiais principais da campanha, os cartazes são as peças de maior impacto e de maior formato, que serão veiculadas em locais de grande circulação de pessoas, podendo ser aplicados em mobiliários urbanos ou disponíveis em formato A3 impressos.

Compostos pela integração entre fotografias codificadas em cores arranjos tipográficos, são as peças com maior apelo visual, trazendo mensagens de apoio que são singulares a cada um deles e um link da página da campanha, promovendo assim sua divulgação.

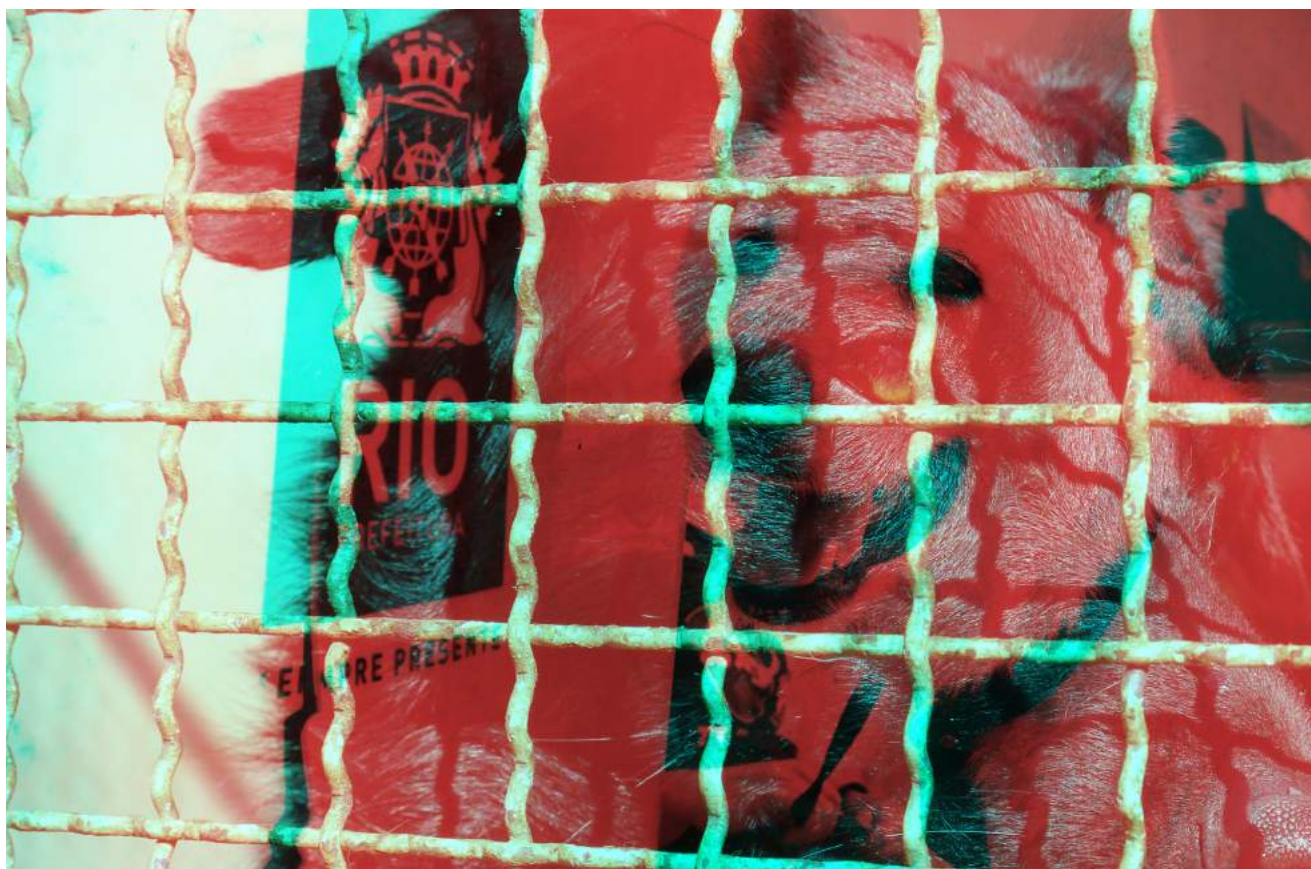
Primeiras peças a serem desenvolvidas, apresentaram um processo longo de evolução, passando por várias versões diferentes, tanto nas fotos selecionadas quanto no uso das cores. Inicialmente o número de cartazes era 5 com duotones diferentes, número que foi reduzido para 3 para criar uma maior coesão para a campanha.

O arranjo tipográfico e a forma como se apresenta também sofreram diversas alterações principalmente em seu tamanho e suas relações de hierarquia que foram trabalhadas para que na versão final todas as palavras do Naming da campanha apresentassem o mesmo peso e uma boa legibilidade.

5.1.1 PRIMEIROS TESTES

Inicialmente, a parte imagética do cartaz seria trabalhada por meio da sobreposição de fotos pertencentes à momentos diferentes (Um animal em seu canil e outro solto, por exemplo), utilizando o contraste entre os dois animais para impactar e sensibilizar por meio da dicotomia do cão animado por estar solto com o cão ansioso e muitas vezes triste de estar recluso a um espaço tão pequeno. Teste de interferência nas fotos também foram feitos.

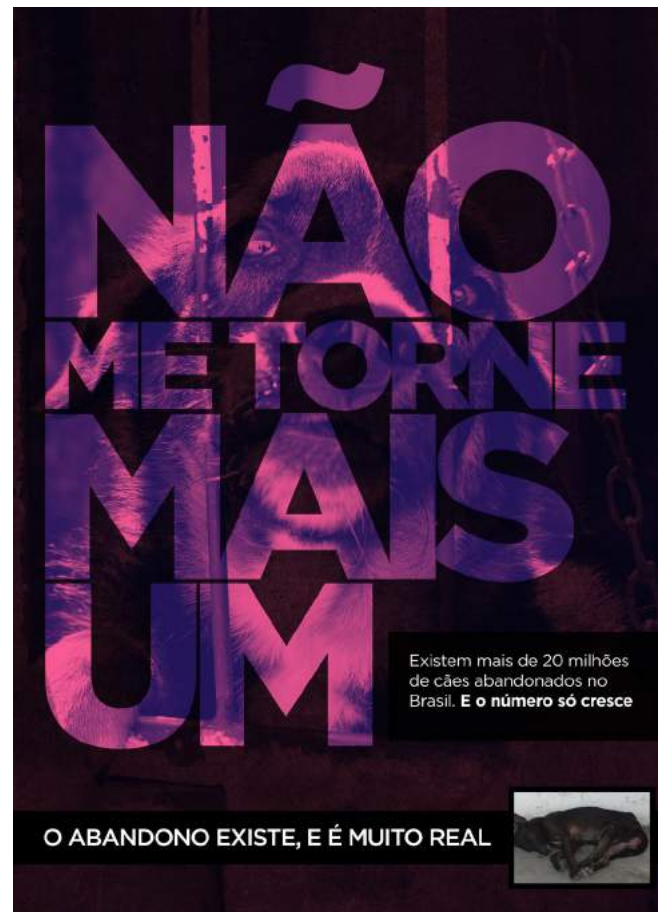
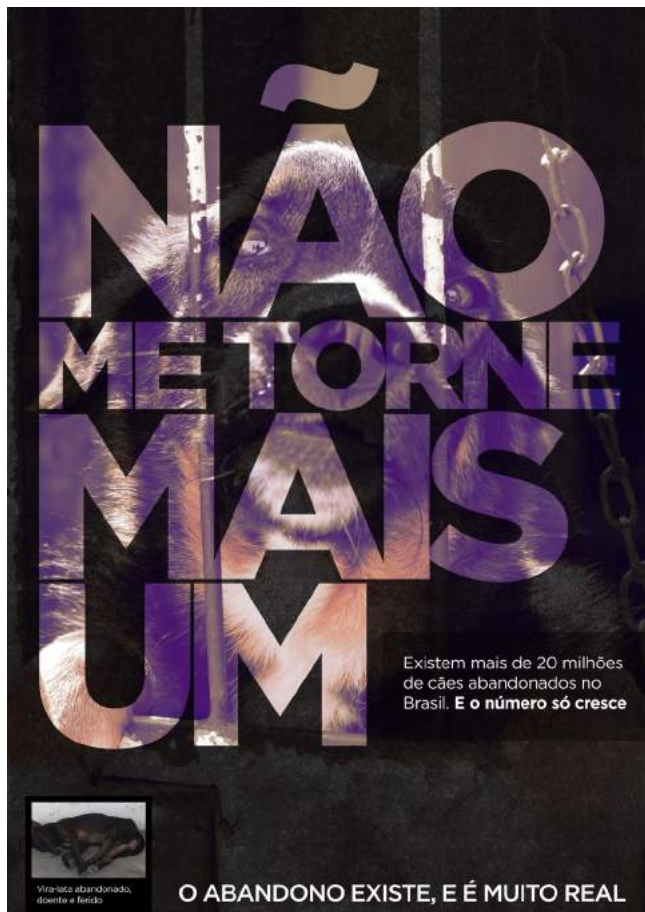
Os primeiros testes já apresentavam uma inclinação pelas cores mais saturadas e vibrantes, em uma manifestação da escolha de fugir das fotos tradicionais dos animais debilitados e/ou doentes.



Primeiros testes de
aplicações possíveis para as
fotografias.

Entretanto, a complexidade representada pela figura dos cães em cada uma das fotos gerava um produto confuso após a sobreposição, sem a capacidade de comunicar o que se pretendia. Devido a este fato, optou-se pela utilização de uma imagem apenas, que seria então codificada por meio de um duotone de cores saturadas, uma mais escura e outra mais vibrante e luminosa.

O nome da campanha e sua chamada principal apareceria em total destaque, sobrepondo-se a imagem, gerando uma ilusão de que aquele animal está “preso” e refém da mesma, tal como a expressão “Não me torne mais um” sugere.



Segundo e terceiro testes, utilizando apenas uma imagem e colocando a chamada principal como destaque máximo.

5.1.2 NÃO ME TORNE + UM

Mesmo com a alteração na sobreposição de fotos, a integração entre fotografia, cor e tipografia continuava criando um conjunto confuso, no qual o todo da peça não era compreendido sem que uma das áreas (Fosse a foto ou as mensagens passadas) tivessem seu entendimento comprometido.

Tal impasse revelou a necessidade de uma reorganização do arranjo tipográfico, para que este pudesse dar espaço às fotografias, que acabavam ficando em segundo plano quando, dentro da hierarquia, apresentavam a mesma importância que os outros elementos. Em um novo teste, o arranjo tipográfico foi quebrado e dividido em dois blocos e a inserção de uma fonte diferenciada foi feita.

A nova organização também veio acompanhada de uma mudança na chamada, aonde a palavra “mais” foi substituída pelo símbolo matemático de adição “+”, criando um novo elemento que desperta interesse e se relaciona com as noções de quantia exploradas nas frases de apoio de cada peça gráfica.



Teste feito com o novo arranjo tipográfico, quebrando a chamada em dois blocos pequenos.

As palavras agora estavam distribuídas em blocos pretos semitransparentes que se sobrepunham a partes da imagem sem no entanto, encobrir seus pontos de maior impacto (As feições dos animais e as grades, elementos que geram sensibilização).

A partir desta primeira solução satisfatória, cinco cartazes foram produzidos, trazendo textos de apoio, duotones e fotografias diferentes.

Posteriormente, versões com a adição do website também foram produzidas.



Os primeiros duotones utilizavam azul, magenta, laranja, amarelo e vermelho.

Os cartazes também traziam chamadas de apoio diferente, que informavam sobre os números preocupantes do abandono



Exemplo de versão que
contava com um link para
o website que oferece
apoio à campanha

Após uma série de estudos feitos em cima dos cartazes, foi concluído que com as novas alterações, a tipografia acabara perdendo seu destaque e passava por vezes despercebidas, não sendo notada de imediato, o que constituía um problema, uma vez que os cartazes seriam veiculados em áreas de grande circulação de pessoas. Eles precisavam, portanto, passar a mensagem de forma clara e rápida, comunicando o conteúdo objetivamente por meio de imagem e tipografia.

Optou-se pela utilização da cor branca e pela diminuição da transparência dos blocos nos quais a tipografia estava inserida, visando tornar a compreensão do cartaz mais imediata. Nesta nova versão também foram incluídos os logos das instituições que ofereceram apoio à campanha, prática que pode ser observada em muitas outras campanhas.



Versão do cartaz com os blocos em branco, facilitando a leitura sem perder o impacto gerado pelo arranjo tipográfico.

5.1.3 VERSÕES FINAIS

Uma última triagem dos cartaz levou a conclusão de que duas das cinco cores presentes nos duotones estavam prejudicando a unidade da campanha, a cor ciano e a magenta. A primeira devido à sua discrepância com as outras matizes, que acabava por separar o cartaz dos demais e a segunda por sua proximidade com o vermelho, que poderia ocasionar eventuais confusões entre cartazes diferentes, acabando com o efeito progressivo da campanha. Ante tais conclusões, as duas foram excluídas e o número de cartazes reduzido, ocorrendo uma reorganização das fotos que haviam sido utilizadas anteriormente.

As transparências e proporções dos blocos brancos foram reajustadas de forma que não fosse conferido peso maior para nenhum dos dois dentro da hierarquia estabelecida. A expressão “Me torne” também teve sua sombra calibrada para que estivesse legível e entendível. O símbolo de “+” sofreu uma leve diminuição para evitar erros na leitura.



NÃO ME TORNE

+UM

A cada ano, aproximadamente
2,7 milhões de animais
morrem por não ter um lar.

Mais informações em www.naometornemaisum.com.br

Apoio:





NÃO ME TORNE

+UM

De cada 10 animais que foram
abandonados, estima-se que
8 já tiveram um lar.

Mais informações em www.naometornemaisum.com.br

Apoio:





NÃO ME TORNE

+UM

A cada 10 cães abandonados,
apenas 1 volta a encontrar
um lar permanente e amoroso.

Mais informações em www.naometornemaisum.com.br

Apoio:



5.2 FLYERS

Materiais secundários da campanha, utilizam a mesma estrutura de duotones dos cartazes em suas capas, adaptadas para o formato de 10cmX15cm. No verso, trazem mais informações sobre a questão do abandono, utilizando o esquema de cores ditado por cada dupla de cores. Cada um dos três flyers em um tema específico.

O primeiro fala sobre as responsabilidades que estão inseridas no ato de adoção/compra, trazendo informações inclusive sobre gastos. O segundo explora a realidade dos abrigos, seus gastos e a quantidade de espaço que ainda é necessária para abrigar todos os cães que foram abandonados. E o terceiro sobre os perigos aos quais os animais estão expostos quando são abandonados na rua.

NÃO ME TORNE +UM

De cada 10 animais que foram abandonados na rua 8 já tiveram uma casa

Adio
RIO PRETOSA
CIVIL

Leve uma cópia da Lei 9605/98 quando for fazer a denúncia. Algumas autoridades sequer sabem de sua existência

ANIMAIS SÃO RESPONSABILIDADES

Pesquise sobre os cuidados e os custos antes de ter certeza que você pode assumir a guarda de um. Não se esqueça também que filhotes crescem e que animais vivem em média 15 anos com uma família.

GASTO MÉDIO DE UM ABRIGO (450 ANIMAIS)

RAÇÃO	SAÚDE
R\$ 144,67	R\$ 60,59

O ABANDONO É UM CRIME, DENUNCIE!

A denúncia pode ser feita em qualquer delegacia. Se sentir alguma dificuldade procure a Delegacia de Meio Ambiente (DPMA). Se o abandono se der numa rodovia, anote o número da placa e a hora.

Mais informações em www.naometornemaisum.com.br

Primeiro flyer, que fala sobre a responsabilidade de adotar ou comprar um animal



NÃO ME TORNE

+UM

A cada 10 cães abandonados
apenas 1 volta a encontrar
um lar permanente

Apoio





Leve uma cópia da
Lei 9605/98 quando
for fazer a denúncia.
Algumas autoridades
sequer sabem de
sua existência

NÃO HÁ MAIS COMO ABRIGAR

Seriam necessários aproximadamente **20 mil campos de futebol** para abrigar todos os animais abandonados no Brasil. Os abrigos existentes estão superlotados e poucos animais são adotados, morrendo a espera de um novo lar.

GASTO MÉDIO DE UM ABRIGO (450 ANIMAIS)

 <p>RAÇÃO</p> <p>R\$ 9.117,00</p>	 <p>SAÚDE</p> <p>R\$ 6.408,00</p>
--	--

O ABANDONO É UM CRIME, DENUNCIE!

A denúncia pode ser feita em qualquer delegacia. Se sentir alguma dificuldade procure a Delegacia de Meio Ambiente (DPMA). Se o abandono se der numa rodovia, anote o número da placa e a hora.

Mais informações em www.naometornemaisum.com.br

Segundo flyer, que expõe a situação dos abrigos



NÃO ME TORNE

+UM

Existem 20 milhões de cães abandonados no Brasil e o número só tende a crescer.

Apoio




Leve uma cópia da Lei 9605/98 quando for fazer a denúncia. Algumas autoridades sequer sabem de sua existência

DEIXAR ANIMAIS NA RUA É UMA CRUELDADE

Nas ruas, os animais estão expostos a acidentes de trânsito, doenças e até mesmo **maus tratos e violência**. Se vir um animal na rua procure protetores e tente ajudá-lo, pois você pode salvar sua vida.

ZOONOSES QUE AFETAM OS CÃES NAS RUAS

Raiva	Leptospirose
Micose	Toxoplasmose
Giardíase	Ancilostomose

O ABANDONO É UM CRIME, DENUNCIE!

Sua denúncia pode ser feita em qualquer delegacia. Se sentir alguma dificuldade procure a Delegacia de Meio Ambiente (DPMA). Se o abandono se der numa rodovia, anote o número da placa e a hora.

Mais informações em www.naometornemaisum.com.br

Terceiro flyer, que trás uma abordagem mais sentimental, falando da crueldade que o abandono configura

5.3 FOLDERS

São as peças que apresentam o maior número de informações sobre o abandono, abordando a questão de forma mais específica e direta. Também utilizam os duotones encontrados nos cartazes e nos flyers e tem formato aberto de 26,8x22cm, contendo três dobras.

Apresentam a campanha e suas intenções, com conteúdos diferentes em sua parte interna. Um dos folders se aprofunda nos números e estatísticas do abandono, falando sobre acidentes resultantes de animais na pista e sobre as implicações do abandono na saúde pública enquanto o outro é um passo a passo resumido de como proceder ao encontrar um animal abandonado, convidando os interlocutores à serem solidários e ajudarem sempre que puderem.



Capa do Primeiro Folder



Verso do Segundo Folder,
segue o mesmo sistema
utilizado no primeiro.



Parte interna dos dois Folders: Um falando sobre as implicações do abandono e outro sobre como ajudar um animal abandonado.

5.4 PÁGINA DE APOIO À CAMPANHA

Website cujo link é divulgado em todas as 8 peças da campanha. Fornece informações sobre ONGs que resgatam animais, sobre as formas de ajudas estas organizações e outros animais abandonados e como entrar em contato com tais instituições, trazendo telefones, links para redes sociais e e-mails.

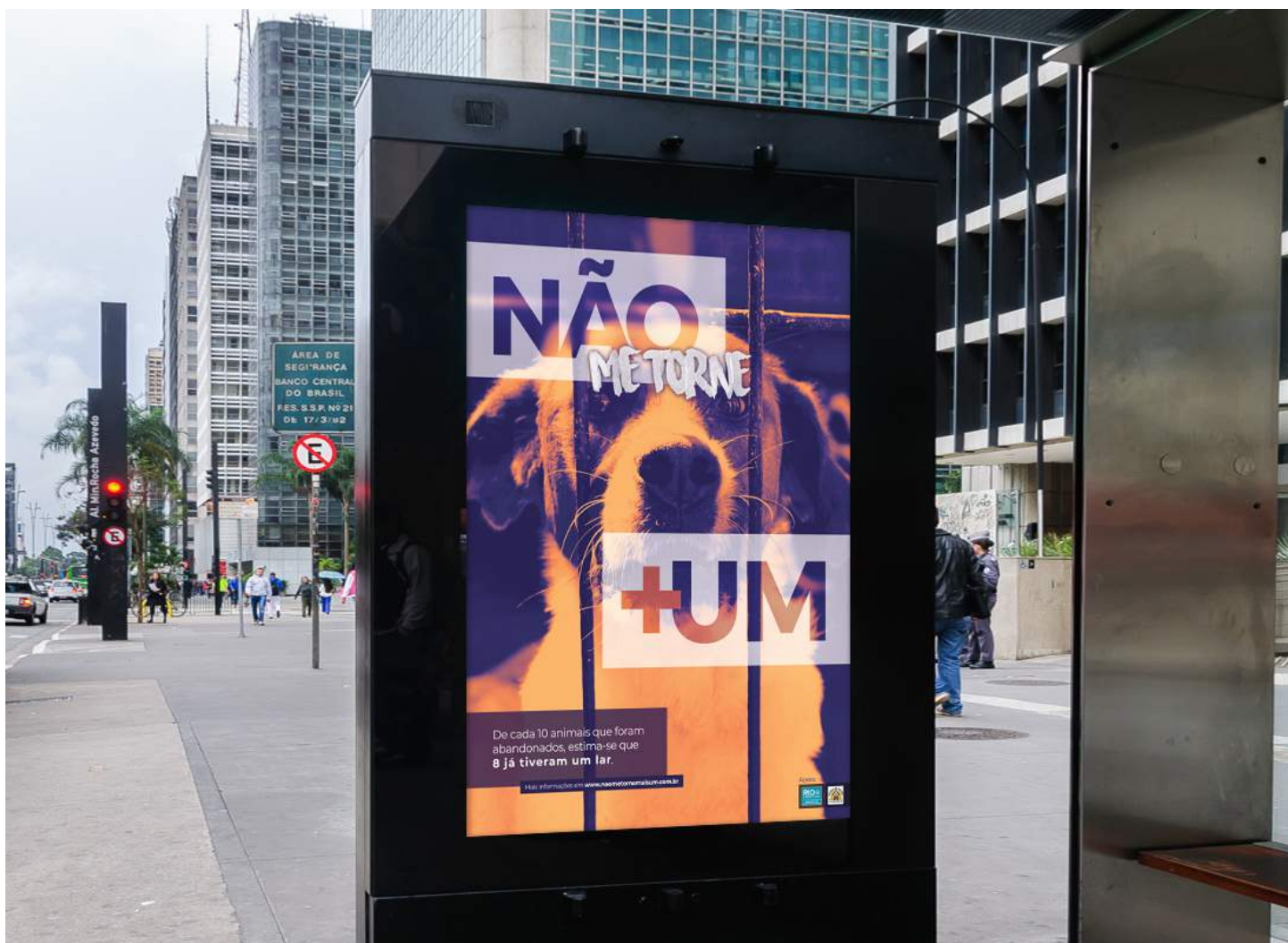


Simulação da página

5.5 MOBILIÁRIO URBANO

Conforme descrito anteriormente, os cartazes também poderiam ser aplicados em peças de mobiliários urbanos, devido ao fato destas serem uma grande ferramenta de divulgação da campanha e aumentarem o alcance da mesma, uma vez que se localizam em locais de grande circulação de pessoas como estações de metrô, pontos de ônibus, praças e vias expressas.

Com a divulgação, o interesse pela campanha e por sua reflexão pode ser despertado e através do link disponível nos cartazes os possíveis receptores da mensagem passada pela peça gráfica terão acesso a mais forma de ajudar e difundir ainda mais a campanha gerando maior conscientização coletiva.



Simulação da aplicação do cartaz em pontos de ônibus.

Simulação da aplicação do
cartaz em estações de metrô,
que assim como os pontos
de ônibus, são locais de alta
circulação de pessoas.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

A caminhada rumo à erradicação do abandono ainda é muitíssimo longa no Brasil, pois além das nossas leis serem ineficientes no que tange a punição do crime do abandono e maus tratos, a população ainda está muito aquém de entender completamente as consequências de um ato de abandono isolado e a importância de uma adoção de um animal que vive em um abrigo.

Foi somente no desenvolvimento deste projeto que tive real contato com a situação dos abandonos e com as dificuldades enfrentadas pelos abrigos, que não recebem ajuda nenhuma do governo, tornando indispensável que façamos algo por nós mesmos para mudar esta situação. Me aprofundar nos problemas gerados na sociedade e nas mazelas enfrentadas pelos animais foi de suma importância e consolidou ainda mais a minha posição e meus ideais de utilizar o Design Gráfico para tais causas, para fomentar o debate e auxiliar na conscientização.

Acredito que este projeto é de grande importância e gostaria que fosse amplamente difundido, comentado e analisado, podendo inspirar outras campanhas sobre o tema que atuem na causa e estejam ligadas também à causa da adoção.

E finalmente, espero ser capaz de atingir as pessoas, de chamar a atenção e provocar a reflexão para que comecemos a caminhar na direção da erradicação deste problema social, junto a outros países que já estão mais avançados nesta jurisdição.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES A.J.S. et al; *Abandono de cães na América Latina: revisão de literatura*. São Paulo: Revista de Educação Continuada em Medicina Veterinária e Zootecnia do CRMV-SP, 2013

CUNHA LIMA, Edna; MARTINS, Bianca. *Design Social e Design Thinking: trajetórias convergentes*, 2011. Disponível em < https://www.researchgate.net/publication/273204707_Design_Social_e_Design_Thinking_trajetorias_convergentes > Acesso em 27 de Junho de 2017

FRANK, Joshua. *A Interactive Model of Human and Companion Animal Dynamics: The Ecology and Economics of Dog Overpopulation and the Human Costs of Addressing the Problem*. Human Ecology: An Interdisciplinary Journal . Feb2004, Vol. 32 Issue 1, p107-130. 23p, 2004

INTERNATIONAL COMPANION ANIMAL MANAGEMENT COALITION. *Humane Dog Population Management Guidance*, 2007. Disponível em <<http://www.ifaw.org/sites/default/files/Dog%20Pop%20Management.pdf>> Acesso em 16 de Maio de 2017.

LIMA, A.F; LUNA, S. P. L. *Algumas causas e consequências da superpopulação canina e felina: acaso ou descaso?*. São Paulo: Conselho Regional de Medicina Veterinária, v. 10, n. 1 (2012), p. 32–38, 2012.

SOUZA, Karollyna Lagares de; PIGNATA, Maria Izabel Barnez. *Abandono e maus tratos contra animais: aspectos sociais, ambientais e legais*, 2014. Disponível em < <https://www.cepae.ufg.br/up/80/o/TCEM2014-Biologia-KarollynaLagaresSouza.pdf?1454678050> > Acesso em 15 de Julho de 2017.

SPINELLI, Patrícia Kiss; PINHEIRO, Olympio José. *Abordagens do uso da fotografia no design gráfico: séculos XX e XXI*. Revista D.: Design, Educação, Sociedade e Sustentabilidade, Porto Alegre, v. 8 n.1, 5-26, 2016.

WORLD VETERINARY ASSOCIATION. *WVA Fact Sheet*, 2016. Disponível em < http://www.worldvet.org/uploads/news/docs/fact_sheet_on_unowned_dogs-nov24-2016.pdf > Acesso em 14 de Maio de 2017.

SITES

JusBrasil - Brasil tem 30 milhões de animais abandonados - Disponível em < <https://anda.jusbrasil.com.br/noticias/100681698/brasil-tem-30-milhoes-de-animais-abandonados> > Acesso em: 30 de Abril de 2017

La Bio Guia - Conoce la ciudad argentina que baja los impuestos a quienes adoptan perros callejeros - Disponível em < <http://www.labioguia.com/notas/conoce-la-ciudad-argentina-que-baja-los-impuestos-a-quienes-adoptan-perros-callejeros> > Acesso em: 30 de Abril de 2017

Agora Mato Grosso - O número de animais abandonados cresce 70% no fim do ano - Disponível em < <https://www.agoramt.com.br/2011/12/o-numero-de-animais-abandonados-cresce-70-no-fim-do-ano/> > Acesso em: 30 de Abril de 2017

Cachorro Gato - Abandono de cães já ultrapassa 20 milhões no Brasil - Disponível em < <http://www.cachorrogato.com.br/noticias/abandono-caes/> > Acesso em: 1 de Maio de 2017

Época - 3 comportamentos péssimos que levam ao abandono de animais, medidos pelo Ibope - Disponível em < <http://epoca.globo.com/vida/noticia/2016/06/3-comportamentos-pessimos-que-levam-ao-abandono-de-animais-segundo-o-ibope.html> > Acesso em: 1 de Maio de 2017

Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998 - *Lei de Crimes Ambientais*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9605.htm> Acessado em: 1 de Maio de 2017

Declaração Universal dos Direitos dos Animais. Disponível em: <<http://portal.cfmv.gov.br/portal/uploads/direitos.pdf>> Acessado em: 1 de Maio de 2017.

CRMV - *Saúde Única: Associação Mundial de Veterinária alerta para as consequências do abandono*. Disponível em: <<http://portal.cfmv.gov.br/portal/noticia/index/id/4978/secao/6>> Acessado em: 14 de Maio de 2017

Portal Nosso Mundo - *Abandono de animais – A dura realidade da vida nas ruas*. Disponível em: <<http://www.portalnossomundo.com/site/mais/artigos/abandono.html>> Acessado em: 14 de Maio de 2017.

**NÃO
ME TORNE
+UM**

**CAMPANHA DE
CONSCIENTIZAÇÃO
SOBRE O ABANDONO
DE ANIMAIS DOMÉSTICOS**

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Carolina Couto Riff Gandur
Orientação: Nair de Paula Soares



realidade brasileira

Existem **30 milhões de animais** abandonados em todo o Brasil.

20 milhões são cachorros.

Existem leis que punem o abandono e os maus-tratos à animais

Porém, o número de animais abandonados nas ruas e nas portas de abrigos **continua aumentando** cada vez mais,



falta de consciência coletiva sobre o tema

introdução

Existem 30 milhões de animais abandonados em todo o Brasil.

Existem muitos centros de resgate.

Existem leis que punem abandono e os maus tratos a animais.

Porém, o número de animais abandonados nas ruas e nas portas de abrigos **continua aumentando** cada vez mais,

falta de consciência coletiva sobre o tema

ausência de empatia
pelo animal

Existem 30 milhões de animais abandonados
em todo o Brasil.

Existem leis que punem abandono e os
maus tratos a animais.

Porém, o número de animais abandonados
nas ruas e nas portas de abrigos **continua
aumentando** cada vez mais,

falta de consciência coletiva sobre o tema

ausência de empatia
pelo animal

Existem 30 milhões de animais abandonados
em todo o Brasil.

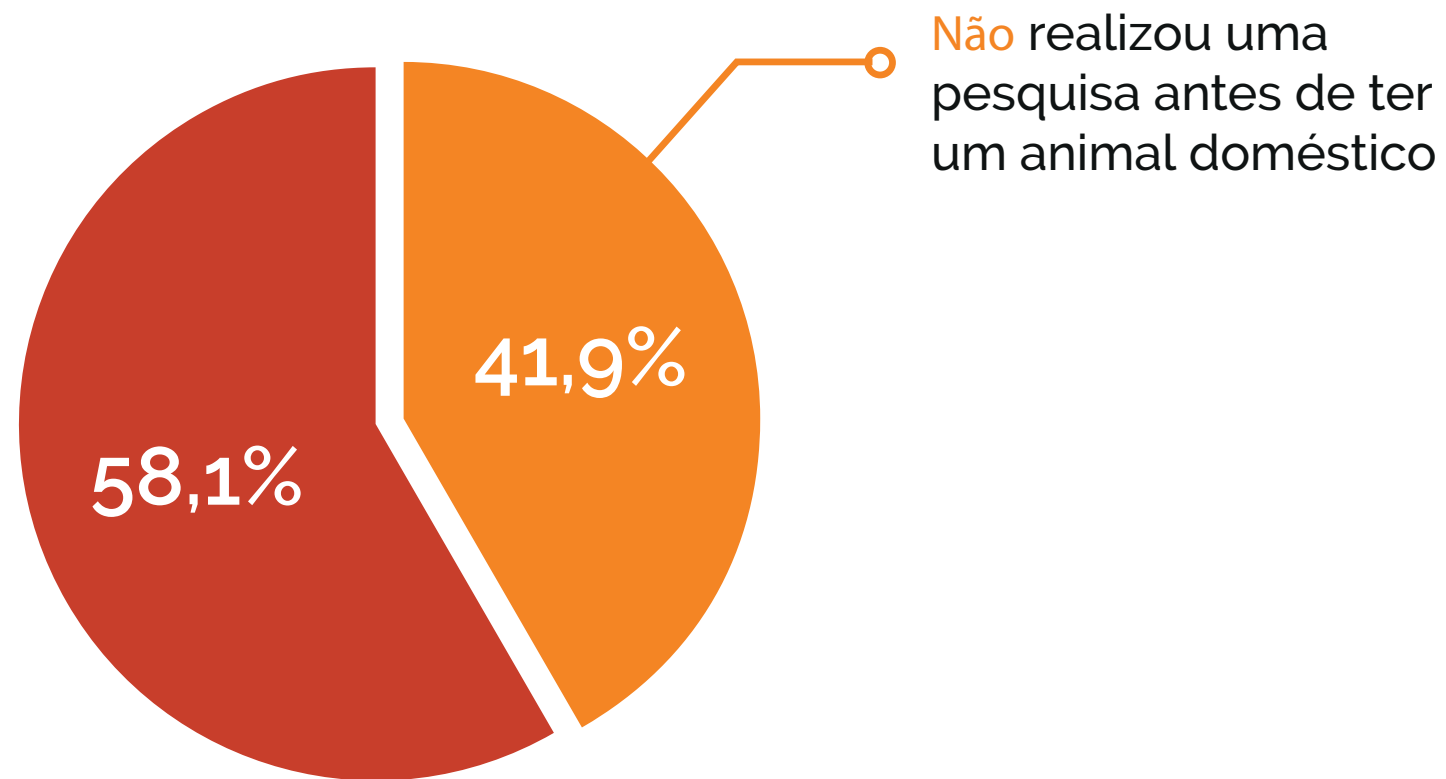
Existem leis que punem abandono e os
maus tratos a animais.

Porém, o número de animais abandonados
nas ruas e nas portas de abrigos **continua**
aumentando cada vez mais,

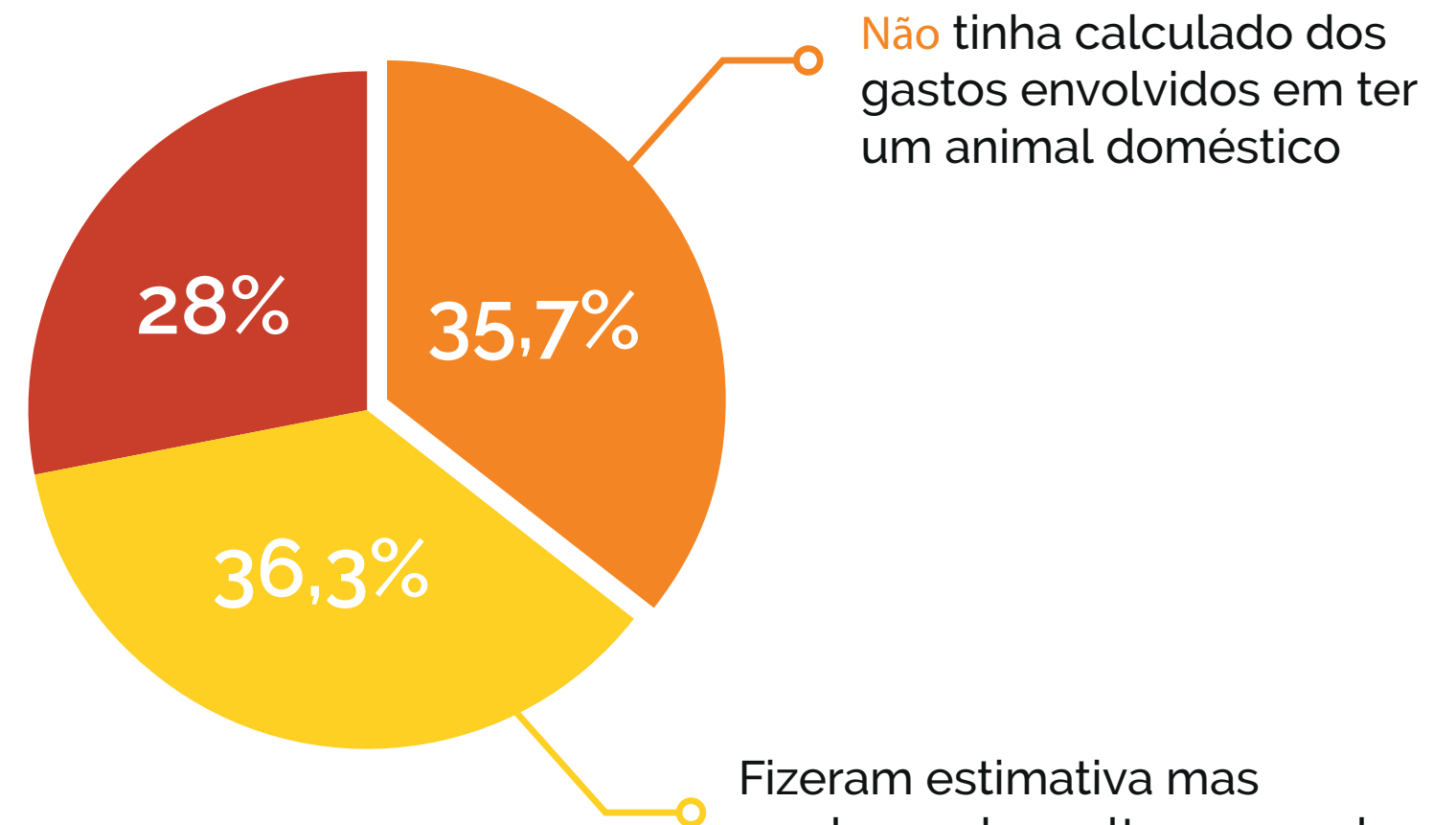
ausência de conhecimento
sobre a gravidade da questão

busca por informações

pesquisa realizada com 400 pessoas via formulário



CUIDADOS GERAIS

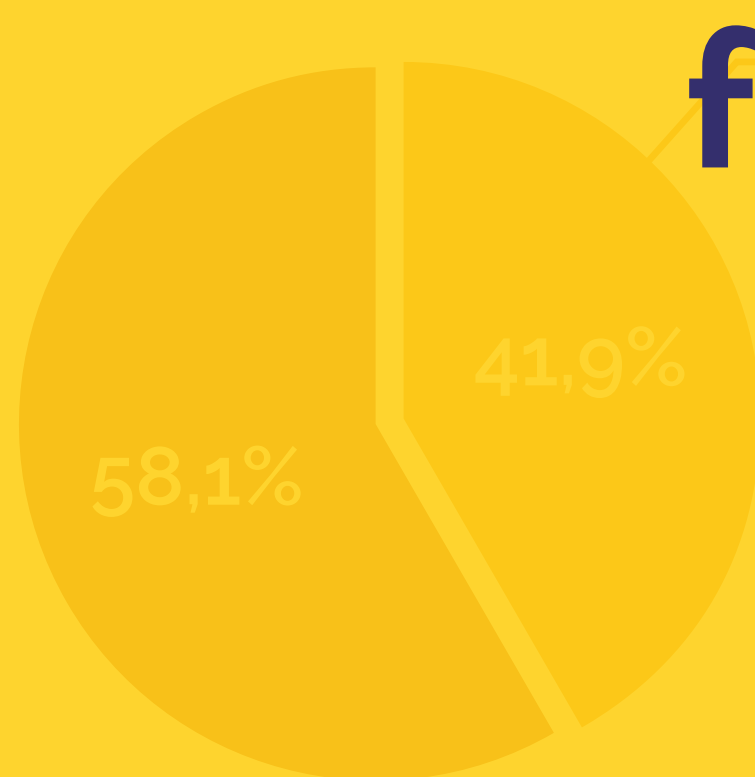


GASTOS

busca por informações

pesquisa realizada com 400 pessoas via formulário

falta de informação



CUIDADOS GERAIS



GASTOS

Não tinha calculado dos gastos envolvidos em ter um animal doméstico

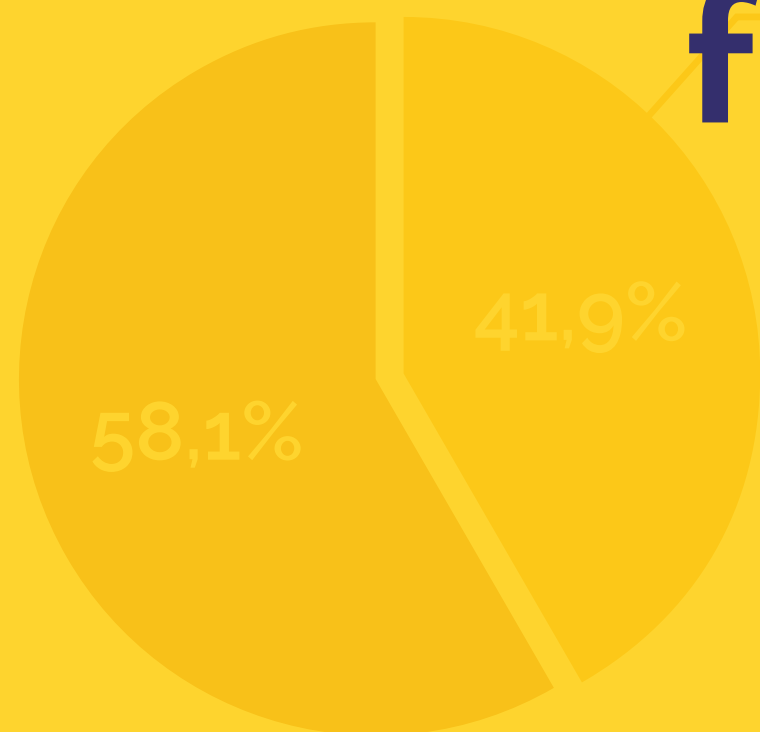
Fizeram estimativa mas o valor acabou ultrapassando o calculado

busca por informações

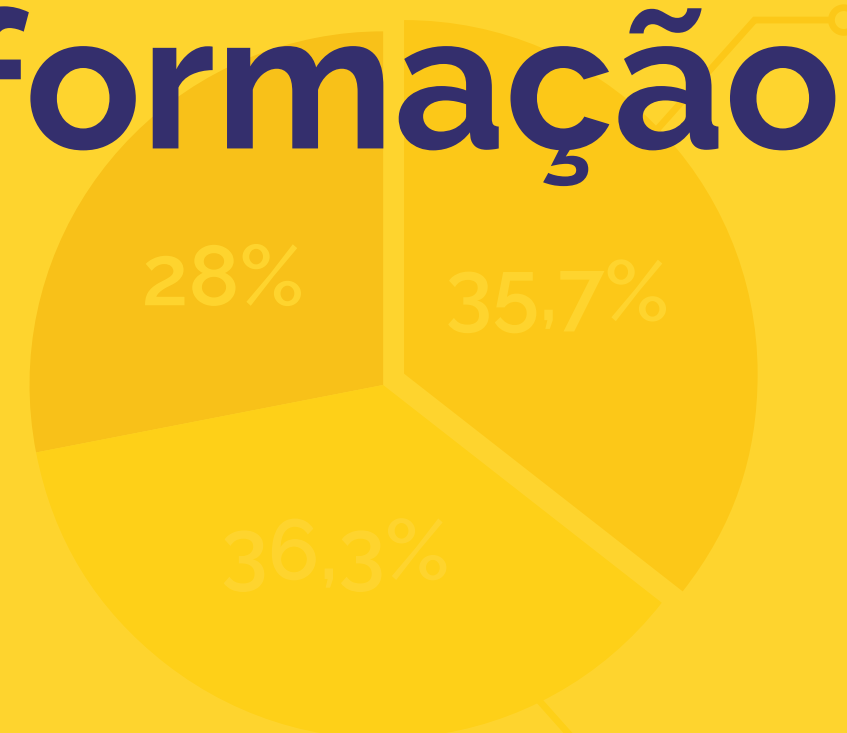
pesquisa realizada com 400 pessoas via formulário

impacto no bem-estar
do animal

falta de informação



CUIDADOS GERAIS



GASTOS

Não tinha calculado dos
gastos envolvidos em ter
um animal doméstico

Fizeram estimativa mas
o valor acabou ultrapassando
o calculado

busca por informações

pesquisa realizada com 400 pessoas via formulário

impacto no bem-estar
do animal

falta de informação

impacto no ambiente e nos
seres que vivem no mesmo

CUIDADOS GERAIS

GASTOS

Não tinha calculado dos
gastos envolvidos em ter
um animal doméstico

Fizeram estimativa mas
o valor acabou ultrapassando
o calculado

busca por informações

pesquisa realizada com 400 pessoas via formulário

impacto no bem-estar
do animal

falta de informação

impacto no ambiente e nos
seres que nele vivem

impacto na economia
e na sociedade

CUIDADOS GERAIS

GASTOS

Não tinha calculado dos
gastos envolvidos em ter
um animal doméstico

Fizeram estimativa mas
o valor acabou ultrapassando
o calculado

qual a solução?

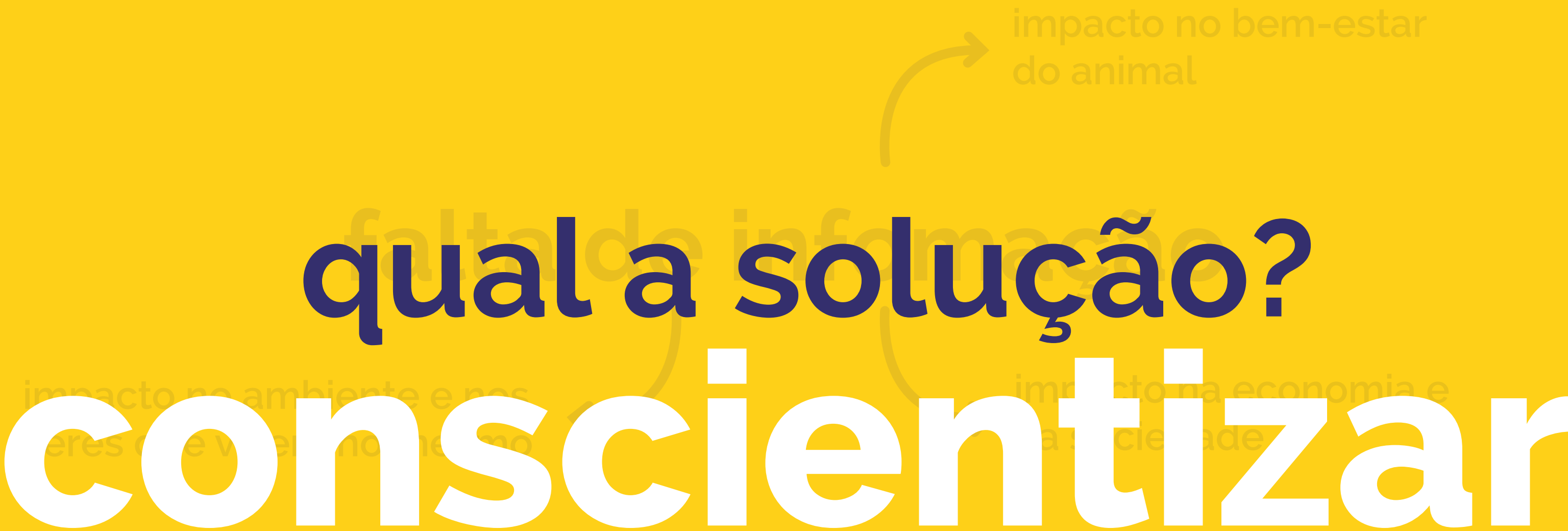
impacto no bem-estar
do animal

impacto no ambiente e nos
seres que vivem no mesmo

impacto na economia e
na sociedade

qual a solução?

conscientizar



outras campanhas

Poucas campanhas falam sobre o abandono de animais, **sendo focadas em sua maioria** no ato da adoção.

A mídia utilizada por estas campanhas normalmente são **vídeos compartilhados por meio de redes sociais.**



todo
cachorro
merece um
lar feliz

Tobi já encontrou um lar feliz.



Seja responsável ao se decidir por um animal. NUNCA NÃO ABANDONE!

Cada raça apresenta características próprias quanto ao porte, comportamento, custo de manutenção e dispersão de pelos pela casa. Considere estes fatores antes da escolha.

**"QUANDO A GENTE GOSTA...
...É CLARO QUE A GENTE CUIDA!"**

Mudança de endereço, viagem, férias ou a chegada de um bebê, nada justifica o abandono de um pet.

Quando seu pet ficar velhinho, vai demandar mais atenção, cuidados e visitas ao médico-veterinário. Organize-se, este é o momento em que ele mais vai precisar de você.

A adoção é um ato cidadão porque dá a um animal abandonado um lar e alivia seu sofrimento. Procure um médico-veterinário para constatar o estado de saúde do seu novo animal.

Os animais têm sentimentos, precisam de atenção, carinho e cuidados.

Leve sempre seu animal de estimação ao médico-veterinário.

Informe-se sobre a espécie mais adequada ao seu estilo de vida.



1 Pessoas procuram pessoas

2 Cachorros procuram pessoas

3

Match Dög

Foto e arte: Liz Guimarães / Modelo: Pepo / Orelhas: Afrânio Moutinho

Eles fazem de tudo para passar a Páscoa na sua casa! Adote.

www.vira-lata.net
Não temos abrigo

Pelo Direito dos Animais

ViRA-LATA

catorio GO

Temos que pegar!

QUEM RESGATA ANIMAIS NA RUA PODE ADOTAR

GENTE BOA ADOTA MAIS UM

ADOTE NO CCZ

SUS

PREFEITURA DE SÃO PAULO

Seja responsável ao se decidir por um animal. Não são 30 minutos!

Cada raça apresenta características próprias quanto ao porte, comportamento, custo de manutenção e dispersão de pelos pela casa. Considere estas coisas antes da escolha.

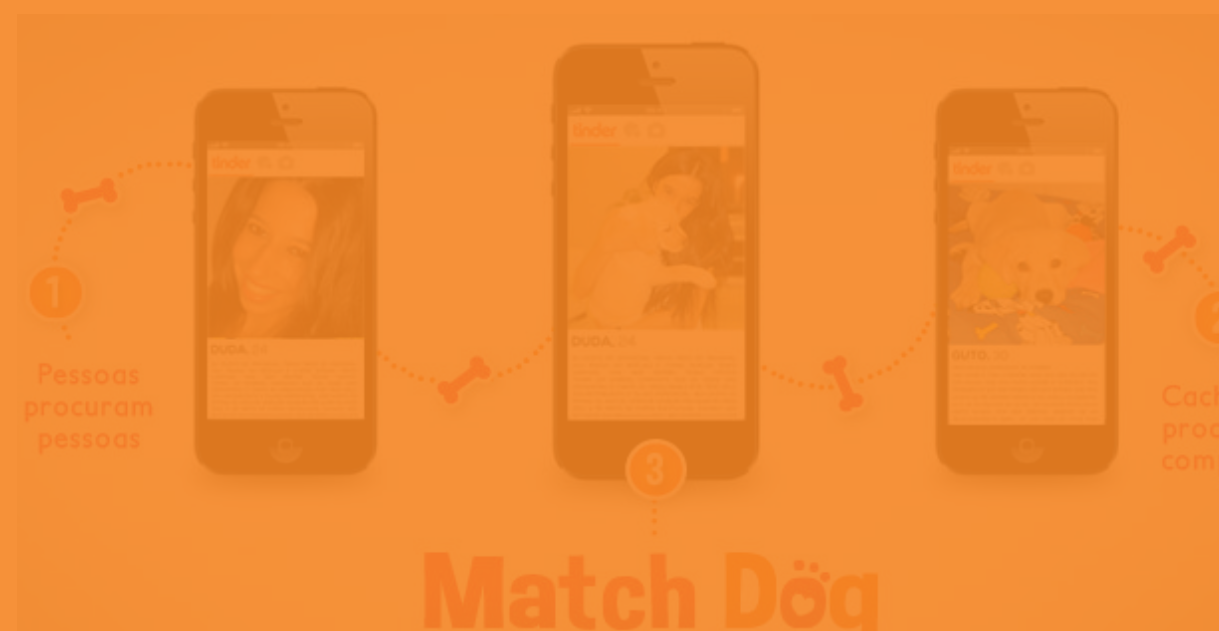
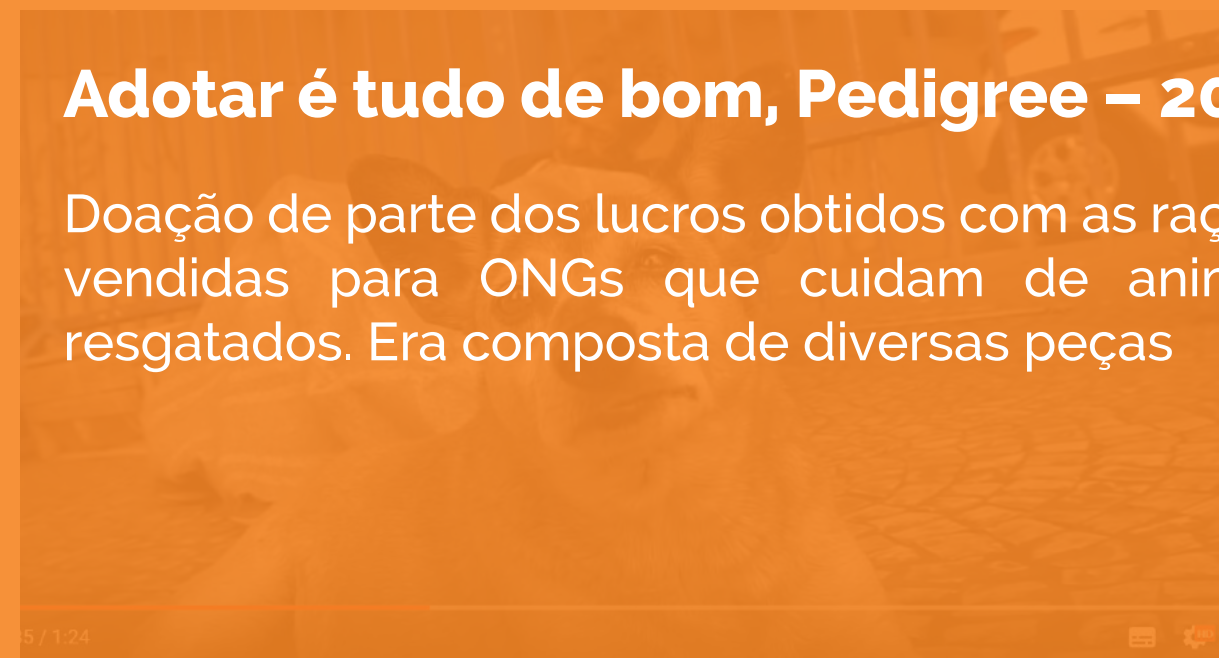
Quando seu pet ficar velho, vai demandar mais atenção, cuidados e visitas ao médico-veterinário. Organize-se, este é o momento em que ele mais vai precisar de você.

Adotar é um ato cidadão porque dá a um animal abandonado um lar e oferece seu sofrimento. Busque um médico-veterinário para consultar o estado de saúde do seu novo animal.

Os animais têm sentimentos, precisam de atenção, carinho e cuidados.

Use sempre seu animal de estimação ao médico-veterinário.

Informe-se sobre a espécie mais adequada ao seu estilo de vida.



Eles fazem de tudo para passar a Páscoa na sua casa! Adote.

www.vira-lata.net
Não temos abrigo

Pelo Direito dos Animais

ViRA-LATA

Projeto e arte: Liz Guimarães / Instituto Nippon / Instituto Mamãe Papão

QUEM RESGATA ANIMAIS NA RUA PODE ADOTAR

GENTE BOA ADOTA MAIS UM

ADOTE NO CCZ

SUS

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO

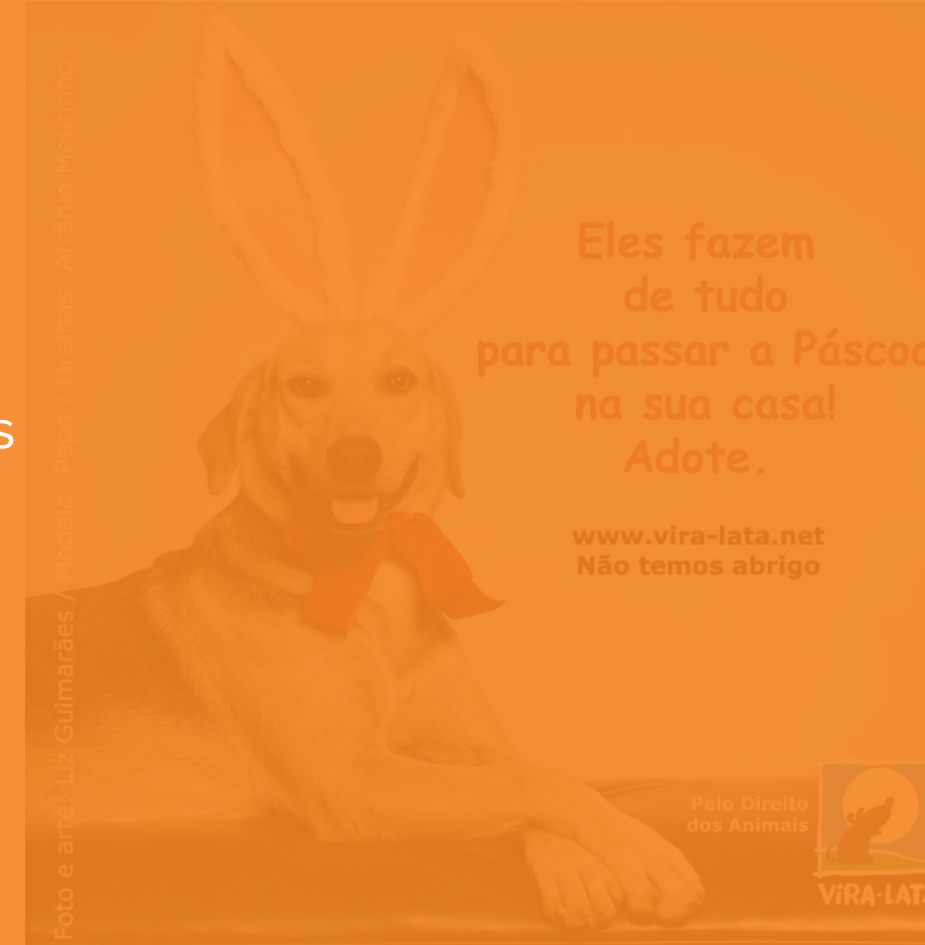


Quando a gente ama é claro que cuida, CRMV-SP – 2017

Utiliza a música "Sozinho", e é transmitida através de veículos diferentes, composta de um vídeo difundido nas redes sociais e de peças gráficas, como panfletos e folhetos educativos

Campanha feita pela prefeitura de São Paulo

Aproveitando-se do material polêmico divulgado pelo governo federal, o governo de São Paulo faz sua própria versão promovendo a adoção



Campanhas que utilizam redes sociais

Principais veículos da maioria das ONGs, que utilizam redes como Facebook para pedir ajuda, divulgar eventos, animais etc



Campanhas que utilizam aplicativos

Brincando com a popularidade de aplicativos como Tinder e Pokémon Go, algumas campanhas promovem a adoção de forma inusitada



Seja responsável ao se decidir por um animal. Não faça do animal um brinquedo.

Cada raça apresenta características próprias quanto ao porte, comportamento, custo de manutenção e dispersão de pelos pela casa. Considere estas coisas antes da escolha.

**"QUANDO A GENTE GOSTA...
...É CLARO QUE A GENTE CUIDA!"**

Mudanças de endereço, viagens, férias ou a chegada de um bebê não significa o abandono de um pet.

Quando seu pet ficar velho, vai demandar mais atenção, cuidados e visitas ao médico-veterinário. Organize-se, este é o momento em que ele mais vai precisar de você.

Quando é um alto cidadão porque dá a um animal abandonado um lar e alivia seu sofrimento. Busque um médico-veterinário para consultar o estado de saúde do seu novo animal.

Os animais têm sentimentos, precisam de atenção, carinho e cuidados.

Use sempre seu animal de estimação ao médico-veterinário.

Informe-se sobre a espécie mais adequada ao seu estilo de vida.

cationero

Temos que pegar!

As few goes by, my chances will only decrease. Please, help me find a home.

Pedigree



Match Dög

1 Pessoas procuram pessoas

2 Cache procura comp

3

Eles fazem de tudo para passar a Páscoa na sua casa! Adote.

www.vira-lata.net
Não temos abrigo

Pelo Direito dos Animais

ViRA-LATA

#PareDeAbandonar, Pet Anjo – 2017

Tem como peça principal um vídeo que mostra da visão do animal os temores de ser abandonado e ser exposto a maus tratos, fome, medo e outros.

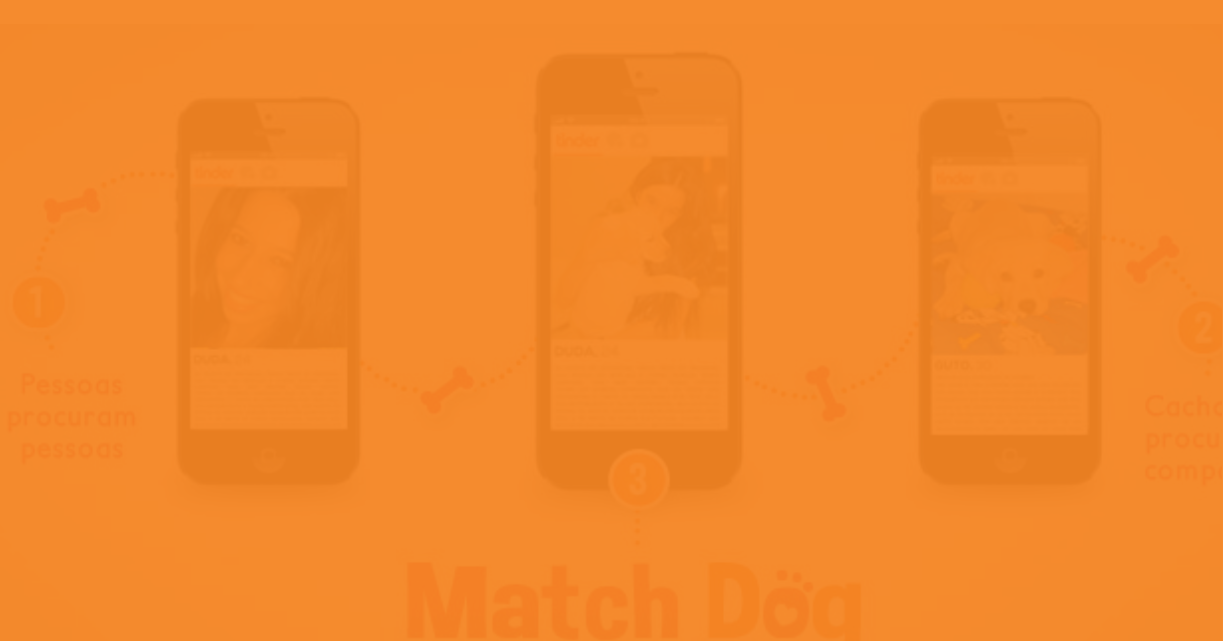
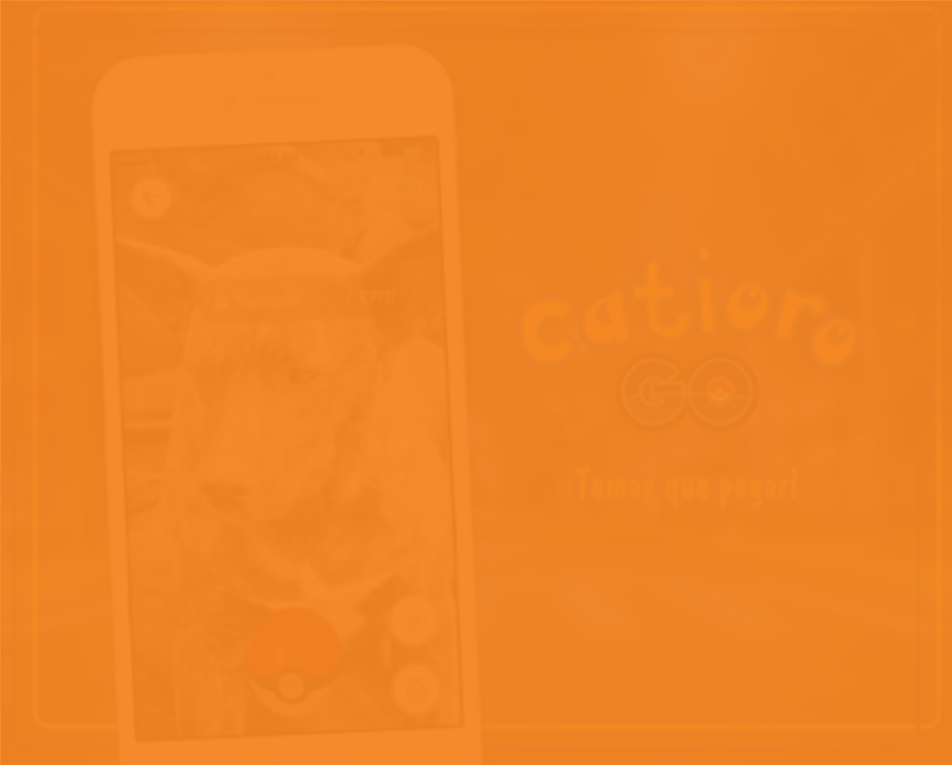
QUEM ABANDONA ANIMAIS NA RUA PODE ADOTAR

GENTE BOA ADOTA MAIS UM

ADOTE NO CCZ

SUS

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO



desafio

criar um material impresso de fácil absorção e distribuição que seja atrativo para a população em geral

diferenciar-se de outras campanhas através de soluções gráficas singulares integradas a textos de apelo direto ao não abandono de cães

campanha

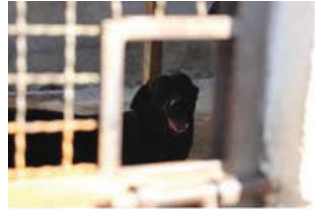
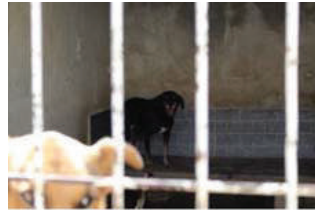
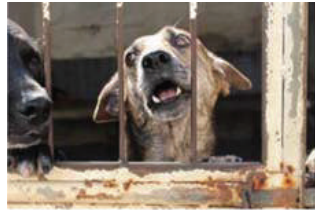
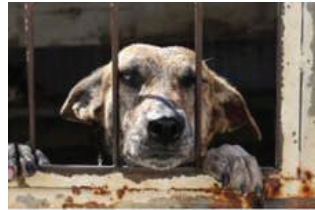
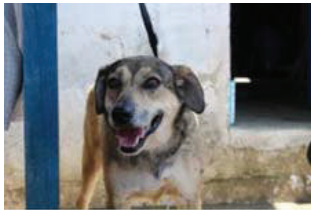
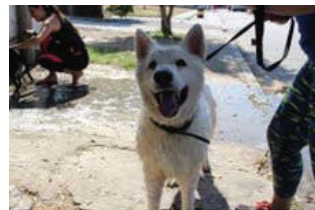
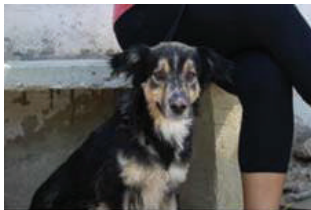
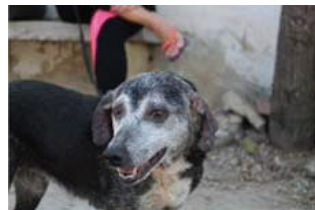
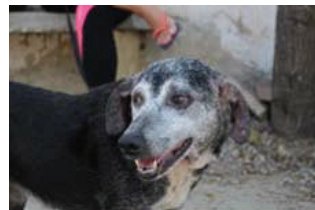
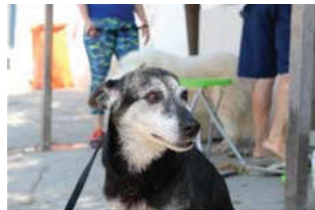
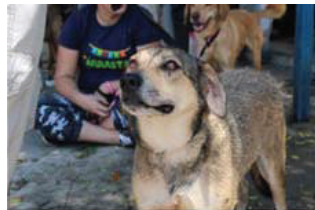
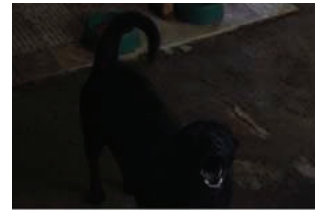
Composta de 3 veículos impressos, em um total de **8 peças: 3 Cartazes; 3 Flyers e 2 Folders.**

Distribuição: ponto de ônibus, estações de metrô, feiras de adoções, petshops e locais de elevada circulação de pessoas.

recursos imagéticos

Codificados por duotones aplicados sobre fotos de **cães atrás de grades com enquadramento em close.**

Esse recurso também foi utilizado no interior das outras peças gráficas.



C: 98
M: 100
Y: 35
K: 5

C: 0
M: 17
Y: 96
K: 0

C: 0
M: 58
Y: 98
K: 0

C: 6
M: 90
Y: 98
K: 0

recursos cromáticos

Cada cartaz apresenta duas cores:

Uma mais escura e outra mais luminosa,
que cria o contraste no duotone.

As cores criam uma escala de progressão
que junto ao texto de apoio configuram
um sistema de cartazes



Cartaz 1



Cartaz 2



Cartaz 3

famílias tipográficas

Combinação de famílias diferentes para criar arranjo tipográfico.

Chamadas e textos de apoio

Montserrat

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890.,:; ‘ “ (!?) +-*/=

Chamadas

SURFING CAPITAL

ABCDEFGHIJKLMNO

PQRSTUVWXYZ

. — ! ? —

apoios

Parceiros hipotéticos da campanha

Ocupam uma pequena área nos cartazes, flyers e folders.

Apoios desta campanha

- Prefeitura do Rio
- Abrigo João Rosa

cartazes

Principais materiais da campanha

Fazem uso de textos de apoio para passar mensagens contrárias ao abandono de animais

Formato: Poderão ser produzidos em formatos adaptados aos displays de mobiliário ou A3

Locais de aplicação: ponto de ônibus, estações de metrô, feiras de adoções, petshops, locais de vacinação pública e principalmente locais de elevada circulação de pessoas.



NÃO
METORNE

+UM

A cada ano, aproximadamente
2,7 milhões de animais
morrem por não ter um lar.

Mais informações em www.naometornemaisum.com.br

Apoia:





NÃO ME TORNE

+TUM

De cada 10 animais que foram
abandonados, estima-se que
8 já tiveram um lar.

Mais informações em www.naometornemaisum.com.br

Apoio:





NÃO ME TORNE

+TUM

A cada 10 cães abandonados,
apenas 1 volta a encontrar
um lar permanente e amoroso.

Mais informações em www.naometornemaisum.com.br

Apoio:



flyers

Utilizam as mesmas fotos dos cartazes

Trazem mais informações sobre a questão, focando em um tema específico a cada flyer

Material que explica de forma rápida o panorama geral.

Formato: 10x15cm

NÃO ME TORNE

+UM

De cada 10 animais que
foram abandonados na rua
8 já tiveram uma casa.

Apoio



Leve uma cópia da
Lei 9605/98 quando
for fazer a denúncia.
Algumas autoridades
sequer sabem de
sua existência

ANIMAIS SÃO RESPONSABILIDADES

Pesquise sobre os cuidados e os custos antes de ter
certeza que você pode assumir a guarda de um. Não se
esqueça também que filhotes crescem e que animais
vivem em média 15 anos com uma família.

GASTO MÉDIO DE UM ABRIGO (450 ANIMAIS)



RAÇÃO

R\$ 144,67



SAÚDE

R\$ 60,59

O ABANDONO É UM CRIME, **DENUNCIE!**

A denúncia pode ser feita em qualquer delegacia. Se
sentir alguma dificuldade procure a Delegacia de Meio
Ambiente (DPMA). **Se o abandono se der numa rodovia,**
anote o número da placa e a hora.

Mais informações em www.naometornemaisum.com.br

NÃO ME TORNE

+UM

A cada 10 cães abandonados
apenas **1 volta a encontrar**
um lar permanente.

Apoio



Leve uma cópia da
Lei 9605/98 quando
for fazer a denúncia.
Algumas autoridades
sequer sabem de
sua existência

NÃO HÁ MAIS COMO ABRIGAR

Seriam necessários aproximadamente **20 mil campos de futebol** para abrigar todos os animais abandonados no Brasil. Os abrigos existentes estão superlotados e poucos animais são adotados, morrendo a espera de um novo lar.

GASTO MÉDIO DE UM ABRIGO (450 ANIMAIS)



RAÇÃO

R\$ 9.117,00



SAÚDE

R\$ 6.408,00

O ABANDONO É UM CRIME, **DENUNCIE!**

A denúncia pode ser feita em qualquer delegacia. Se sentir alguma dificuldade procure a Delegacia de Meio Ambiente (DPMA). **Se o abandono se der numa rodovia, anote o número da placa e a hora.**

Mais informações em www.naometornemaisum.com.br

NÃO ME TORNE

+UM

Existem 20 milhões de cães abandonados no Brasil e o número só cresce.

Apoio

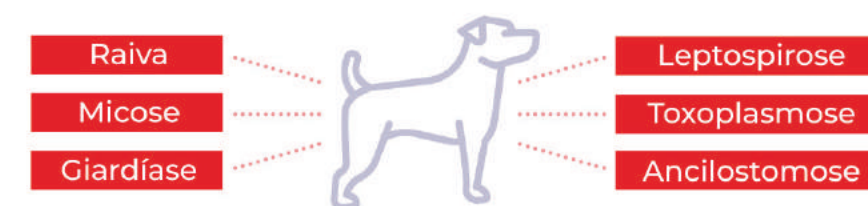


Leve uma cópia da Lei 9605/98 quando for fazer a denúncia. Algumas autoridades sequer sabem de sua existência

DEIXAR ANIMAIS NA RUA É UMA CRUELDADE

Nas ruas, os animais estão expostos à acidentes de trânsito, doenças e até mesmo **maus tratos e violência**. Se vir um animal na rua procure protetores e tente ajudá-lo, pois você pode salvar sua vida.

ZOONOSES QUE AFETAM OS CÃES NAS RUAS



O ABANDONO É UM CRIME, DENUNCIE!

Sua denúncia pode ser feita em qualquer delegacia. Se sentir alguma dificuldade procure a Delegacia de Meio Ambiente (DPMA). Se o abandono se der numa rodovia, anote o número da placa e a hora.

Mais informações em www.naometornemaisum.com.br

folders

Utilizam as mesmas fotos dos cartazes

Material **mais completo** em termos de informação, abordando a questão de forma mais específica.

Instrui acerca das **consequências do abandono** e do que deve ser feito para ajudar cães abandonados.

Formato aberto: 26,8cmx22cm

Formato fechado: 9cmx22cm

NÃO ME TORNE +UM

É uma campanha de conscientização **sem fins lucrativos** que tem como objetivo fomentar a discussão sobre a gravidade do abandono de animais de estimação e educar as pessoas acerca dos variados problemas que se originam em um ato que parece tão simples.

A campanha também aparece com a intenção de incentivar as denúncias de maus-tratos e abandonos, apresentando as implicações práticas do ato.

“Todo abrigo é triste.

A maioria dos animais fica esperando o dono que **nunca aparece”**

“Muitos morrem em depressão.

O animal perde sua história, seu nome”

Voluntária do Projeto IndefeSOS

...

Apoio



Mais informações em
www.naometornemaisum.com.br

NÃO ME TORNE

+UM

VOCÊ SABIA QUE ABANDONAR ANIMAIS É UM CRIME?

A **Lei 9605/98 (Lei de Crimes Ambientais)** prevê os maus-tratos à animais como crime passível de punição (**3 meses à 1 ano + multa**) que pode ser denunciado em qualquer delegacia. O abandono de um animal em propriedade alheia ou logradouros públicos também é considerado crime.

É interessante levar uma cópia do número e do artigo específico da lei pois muitas autoridades não **sabem da existência** dela.

15 dias à 6 meses
de pena para abandono



Cães esperando por adoção no **Abrigo João Rosa** que atualmente auxilia cerca de 300 animais com muitas dificuldades

VETORES INVOLUNTÁRIOS

É comum que um animal abandonado na rua acabe se contaminando com doenças devido as condições insalubres de vida que enfrenta. Isso os torna possíveis transmissores das mesmas.

Somente em 2002, o gasto com vacinas preventivas contra a raiva alcançou o valor de **17 milhões de reais** e o número de animais abandonados apenas aumentou desde então.

Doenças comuns em cães abandonados

Raiva	Leptospirose
Micose	Toxoplasmose
Giardíase	Ancilostomose

ACIDENTES NAS ESTRADAS

No Brasil, todo ano 475 milhões de animais silvestres são atropelados por ano. Animais abandonados nas ruas acabam atravessando da mesma forma desavisada e podem provocar graves acidentes.

Um animal abandonado e assustado pode ter uma reação imprevisível e acabar fazendo parte de uma tragédia.



75 acidentes graves
a cada 100 animais atropelados

CONSCIENTIZE-SE!

Adotar ou comprar um animal não deve ser considerado algo trivial, pois eles requerem cuidados e geram gastos com sua manutenção (alimentação, veterinário, etc).

Os animais também apresentam características típicas como porte (Tamanho), comportamento e dispersão de pelos que devem ser colocados na ponta do lápis antes do ato de adoção ou compra.

Lembre-se, um **animal é uma vida e uma grande responsabilidade** que precisa ser levada em consideração, eles sofrem, sentem saudade e precisam de carinho então não adote/compre por impulso se ele não se adequa ao seu estilo de vida.



NÃO ME TORNE +UM

É uma campanha de conscientização **sem fins lucrativos** que tem como objetivo fomentar a discussão sobre a gravidade do abandono de animais de estimação e educar as pessoas acerca dos variados problemas que se originam em um ato que parece tão simples.

A campanha também aparece com a intenção de incentivar as denúncias de maus-tratos e abandonos, apresentando as implicações práticas do ato.

“Todo abrigo é triste.

A maioria dos animais fica esperando o dono que **nunca aparece”**

“Muitos morrem em depressão.

O animal perde sua história, seu nome”

Voluntária do Projeto IndefeSOS

...

Apoio



Mais informações em
www.naometornemaisum.com.br



ENCONTREI UM ANIMAL NA RUA. O QUE FAZER?

Muitas vezes não sabemos o que fazer ao encontrar um animal na rua. Abaixo segue um passo-a-passo que pode ser útil se você quiser ajudar.

1 Se não puder ajudar, **dê um pouco de água e comida para o animal.** Ele pode estar faminto e desidratado então você pode salvar sua vida. **Você também pode ligar para um protetor para conseguir ajuda.**

2 Tome cuidado ao se aproximar. Devido à abusos passados muitos animais podem ser violentos. Tente levar alguma comida para que o animal venha até você com mais facilidade mas precisa de paciência para persistir até que isso ocorra.

3 Leve-o ao veterinário. Para o transporte, leve uma caixa de transporte (se possuir uma) e garanta que terá uma carona. **Cheque a saúde do animal.** Vacine-o, vermifugue-o e faça a castração.

4 Veja se ele não está perdido. Alguns animais se assustam, o que faz com que fujam e se percam de seus donos. Cheque com vizinhos e conhecidos se alguém deu falta daquele animal. **Talvez você encontre seu dono**

5 Para ajudar com os custos como hospedagem, tratamento e ração, tente conseguir ajuda com amigos e parentes. **Abrigos estão suprerlotados e não vão ter como recebê-lo**

6 Entre em contato com abrigos Apesar de não poderem receber os animais, muitos abrigos auxiliam na divulgação da adoção responsável desse mesmo, ajudando com a visibilidade.

7 Faça uma “campanha de adoção” Utilize suas mídias sociais como aliadas. **Tire fotos do animal** e fale sobre seu comportamento, idade, sexo e porte. Fale um pouco sobre a história do animalzinho e peça para pessoas mais próximas compartilharem.

8 Procure feiras de adoção. A maioria das feiras de adoção só aceita animais Esterilizados, Vacinados e Vermifugados. Se o seu bichinho está dentro dessas regras, procure saber onde as feirinhas são realizadas e entre em contato diretamente com o organizador da feira.

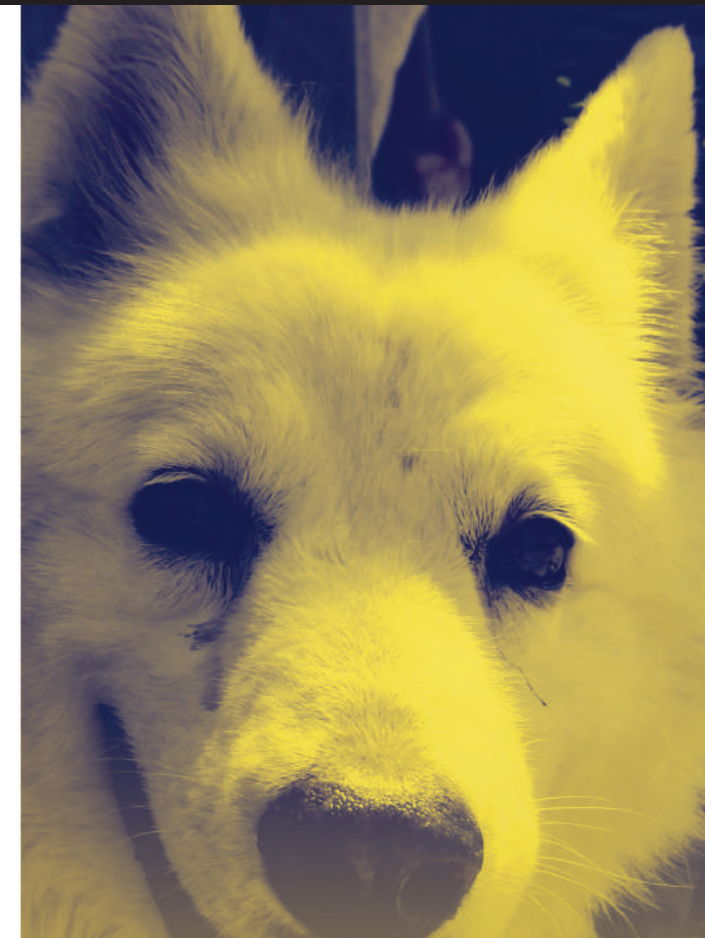
TELEFONES ÚTEIS



SUIPA - (21) 3297-8777

ABRIGO JOÃO ROSA - (21) 3567-8897

DELEGACIA DE PROTEÇÃO O MEIO AMBIENTE
(21) 2457-8985



CONSCIENTIZE-SE!

Em um abrigo lotado, o animal perde a liberdade, adocece rapidamente, principalmente por doenças virais fatais e se torna mais um em um ambiente com muitos. Perde o seu nome, a sua história e a sua vida. **Existem muitos animais aguardando pela adoção.** Comprar animais é, muitas vezes, sinônimo de fomentar práticas cruéis e desumanas de canis clandestinos.

NÃO COMPRE ANIMAIS, ADOTE!

Animais sem uma raça definida tendem a ser mais resistentes que cães de raça e terem menos problemas de saúde. Adotando você também está salvando a vida de um animal que vive em um abrigo ou até mesmo nas ruas.

NÃO ME TORNE +TUM

De cada 10 animais que foram abandonados, estima-se que 8 já tiveram um lar.

Mais informações em www.naometornemaisum.com.br

Apóio
RIO
GOV. DO RJ

ÁREA DE
SEGURANÇA
BANCO CENTRAL
DO BRASIL
RES. S.S.P. Nº 21
DE 17/3/92



Al. Min. Rocha Azevedo

NÃO
ME TORNE

+UM

A cada 10 cães abandonados,
apenas 1 volta a encontrar um
lar permanente e amoroso.

Saiba como ajudar em www.naometornemaisum.com.br

Apoio:





**NÃO HÁ MAIS
COMO ABRIGAR**

Seriam necessários aproximadamente **20 mil campos de futebol** para abrigar todos os animais abandonados no Brasil. Os abrigos existentes estão superlotados e poucos animais são adotados, morrendo a espera de um novo lar.

GASTO MÉDIO DE UM ABRIGO (450 ANIMAIS)

RAÇÃO
R\$ 9.117,00



SAÚDE
R\$ 6.408,00



O ABANDONO É UM CRIME, DENUNCIE!

A denúncia pode ser feita em qualquer delegacia. Se sentir alguma dificuldade procure a Delegacia de Meio Ambiente (DPMA). **Se o abandono se der numa rodovia, anote o número da placa e a hora.**

Mais informações em www.naometornemaisum.com.br

**NÃO
METORNE**



FUM

Apoio





página

Página de apoio à campanha

Fornece mais informações sobre a campanha, sobre ONGs que resgatam animais e sobre as formas de ajudar essas organizações e animais abandonados.

Apresenta uma aba específica destinada à adoção, divulgando animais que estejam a procura de um lar

NÃO ME TORNE +UM

“Não me torne + um” é uma campanha de conscientização que tem como objetivo discutir sobre a gravidade do abandono de animais de estimação e educar as pessoas acerca dos variados problemas que se originam em função deste mesmo.

SAIBA COMO AJUDAR



CAMPANHA

COMO AJUDAR

FAQ

ADOTE

obrigada!