



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

ADELE AUDISIO

***SITE INSTITUCIONAL PARA O GATIL IRMÃ FRANCISCA:
AÇÃO DE COMUNICAÇÃO PELO LOBBYING DA CAUSA ANIMAL***

Salvador
2016.1

ADELE AUDISIO

***SITE INSTITUCIONAL PARA O GATIL IRMÃ FRANCISCA:
AÇÃO DE COMUNICAÇÃO PELO LOBBYING DA CAUSA ANIMAL***

Memorial do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia como requisito parcial para obtenção de grau de bacharela em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura.

Orientadora: Profa. Juliana Freire Gutmann

Salvador
2016.1

“Em meu pensamento, a vida de um animal não é menos importante que a vida de um ser humano.”

(Mahatma Gandhi)

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso consiste na construção do *site* institucional do Gatil Irmã Francisca, como estratégia comunicacional de amplificação da sua visibilidade pública a fim de aumentar o número de doações essenciais para manter o abrigo funcionando, o número de adoções responsáveis e, acima de tudo, sensibilizar a opinião pública e o poder público em relação à causa animal. O *site* é dividido em oito páginas e cada uma delas foi pensada para descrever da forma mais clara o funcionamento da Organização. O *site* é acompanhado deste Memorial, no qual são apresentados dados sobre O Gatil, os pressupostos teóricos que nortearam o projeto, a pesquisa, tanto do ponto de vista bibliográfico quanto com relação a produtos similares, bem como a memória do processo de elaboração do *site* e o detalhamento das características do produto comunicacional executado.

Palavras-chave: Lobbying. *Site* institucional. Proteção animal. Gatos.

ABSTRACT

This end of program's project consists of the creation of the online website for the Institutional do Gatil Irma Francisca, in which we use as communication strategy for the enlargement of it's public visibility in order to increase the donation's number which are indispensable so we can keep the shelter moving. The amount of the donations and, above all things, we are willing to emotionally reach the public opinion and the public corporations related with animals. The website presents eight pages and each one of those was elaborated in order to clearly describe the organization. Along the website it is possible to find this petition, where you can find all the details regarding the Gatil, the theories that led the project as well as the research where either bibliographic or inspiration from similar products, just like the process's memory of the elaboration of the website and the meticulous characteristics of the communicational product elaborated.

Keywords: Lobbying. Institutional site. Animal protection. Cats.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	SOBRE O GATIL IRMÃ FRANCISCA	12
2.1	ONG E O SENTIDO DE ORGANIZAÇÃO	12
2.2	O PROCESSO DE FUNDAÇÃO DA ONG GATIL IRMÃ FRANCISCA	13
2.3	IRMÃ FRANCISCA	14
2.4	FUNDAÇÃO DO GATIL IRMÃ FRANCISCA DO GRUPO DE VOLUNTÁRIOS	15
2.5	AÇÕES	16
2.5.1	Ações virtuais	16
2.5.2	Ações presenciais	16
2.6	OBJETIVOS E DESAFIOS DO GRUPO	17
3	ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS E A CAUSA ANIMAL: LOBBYING E AMBIÊNCIAS DIGITAIS	19
3.1	<i>LOBBYING</i>	19
3.1.1	O Gatil Irmã Francisca: os lobistas da Irmã Francisca	21
3.1.2	Exemplo de ação de <i>Lobby</i> em prol do Gatil Irmã Francisca: um relato pessoal	23
3.3	PROTEÇÃO ANIMAL E INTERNET: O CASO LOCAL	25
3.3.1	Simulando uma busca para quem pesquisa métodos gratuitos de castração, através do google	26
3.3.2	Simulando uma pesquisa sobre ongs de proteção animal em salvador	27
3.4	<i>SITE</i> INSTITUCIONAL COMO INSTRUMENTO DE VISIBILIDADE PÚBLICA	29
4	<i>SITE</i> DO GATIL IRMÃ FRANCISCA: DESCRIÇÃO DO PRODUTO E PROCESSOS DE PRODUÇÃO	32
4.1	DIAGNÓSTICO DA COMUNICAÇÃO NA ORGANIZAÇÃO	32
4.1.1	<i>Stakeholders</i>	32
4.1.2	Redes sociais: uso do Instagram e Facebook	32
4.1.3	Comunicação interna via WhatsApp	33

4.1.4	Ausência de um website	34
4.2	ANÁLISE DE SIMILARES	34
4.2.1	Critério para escolha dos similares	35
4.2.2	Critério para avaliação dos similares	25
4.2.3	Analisando o <i>site</i> da ong adote um gatinho	35
4.2.3.1	Sobre	36
4.2.3.2	Design	36
4.2.3.3	Conteúdo	37
4.2.3.4	Acessibilidade	37
4.2.4	Analisando o <i>site</i> da Associação Brasileira Protetora dos Animais – Bahia	38
4.2.4.1	Sobre	38
4.2.4.2	<i>Design</i>	39
4.2.4.3	Conteúdo	39
4.2.4.4	Acessibilidade	39
4.3	ELABORAÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL	40
4.4	ESTRUTURA DO <i>SITE</i> E DOMÍNIO	43
4.4.1	Início	44
4.4.2	Seção “a ong”	44
4.4.3	Seção “quero ajudar”	45
4.4.4	Seção “quero adotar”	46
4.4.5	Seção “parceiros”	46
4.4.6	Seção “prestação de contas”	47
4.4.7	Seção “perguntas frequentes”	47
4.4.8	Seção “contato”	48
4.4.9	Gestor de conteúdo para administradores	48
4.5	PRODUÇÃO DE CONTEÚDO	48
4.6	PRODUÇÃO FOTOGRÁFICA	49
4.6.1	A chamada	49
4.6.2	Objetivos do grupo de voluntários fotógrafos	50
4.7	VÍDEO INSTITUCIONAL	50
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
	REFERÊNCIAS	53

1 INTRODUÇÃO

O Gatil Irmã Francisca é um dos abrigos para gatos mais precários e carentes de Salvador. Fundado no começo dos anos 1990 por Irmã Francisca, atualmente com 87 anos, é totalmente sustentado por doações de pessoas sensíveis à causa dos animais abandonados e por um grupo de cerca 15 voluntários que promove feiras quinzenais, onde os gatos do abrigo podem ser adotados e os visitantes podem comprar lanches e roupas de brechó.

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) consiste no planejamento e execução do *site* da Organização¹, com dados sobre seu funcionamento, histórico, modos de contribuição e conteúdo informativo em forma de texto, vídeo e fotografias. Para a elaboração do *site*, foi construída a identidade visual do Gatil, além de uma pesquisa sobre seu histórico e análise de produtos similares. Foram produzidas fotografias do trabalho da instituição, dos seus voluntários e um vídeo institucional de apresentação da ONG. O *site* tem por objetivo reunir as principais informações sobre a organização e sensibilizar a opinião pública e o poder público em relação à causa animal.

O *site* institucional do Gatil Irmã Francisca é acompanhado deste memorial, no qual relato a história e modo de funcionamento do Gatil, o processo de transformação da entidade em ONG, o trabalho voluntário e a atuação feita nas redes sociais. Também discuto pressupostos teóricos do trabalho de comunicação institucional com foco no conceito de *lobbying*, apresento articulações entre causa animal e estratégias comunicacionais na internet e as marcas do *site* institucional no âmbito da comunicação organizacional. Por fim, relato as etapas do processo de construção desse produto, que incluiu análise de *sites* similares, elaboração da identidade visual, estrutura, domínio, produção de conteúdo escrito, fotográfico e audiovisual, bem como as características do *site* elaborado.

A consequência da negligência da castração em gatos e cachorros é a superpopulação das duas espécies e o elevado número de abandonos em portas de abrigos, como o Gatil Irmã Francisca. Em média, 10 gatos por semana são

¹www.gatilirmafrancisca.com.br.

abandonados no local, tornando o espaço inadequado para o número de animais que lá são abrigados, além de aumentar as despesas e as dificuldades para mantê-los.

Este Trabalho de Conclusão de Curso, além de me possibilitar o cumprimento de uma exigência acadêmica, faz parte de uma série de atividades que venho desenvolvendo, enquanto voluntária, em prol do Gatil Irmã Francisca, e que pretendo continuar enquanto o abrigo não estiver em condições melhores. Os benefícios que esse processo poderá trazer para mim são notáveis, mas não se comparam ao tamanho do benefício que trará para os animais que sobrevivem no Gatil Irmã Francisca e dependem da sensibilização dos seres humanos. Pretende-se, a partir dessa estratégia de comunicação – o *site* institucional –, traçar ações para chamar atenção da sociedade sobre a responsabilidade que tem em relação aos animais que vivem nas ruas, vítimas de abandono e das consequências da não esterilização dos mesmos.

Podemos afirmar que imagens de gatos e informações sobre o trabalho da ONG podem provocar a atenção das pessoas, fato que comprovamos nas redes sociais cotidianamente. O que espero do meu projeto é que a visibilidade dada aos gatos que vivem no Gatil Irmã Francisca provoque a adesão do público à causa. É importante destacar que o projeto é fruto do meu envolvimento pessoal com a causa, mas também do esforço de pensar, como estudante do curso de Comunicação com habilitação em Produção Cultural, estratégias comunicacionais eficazes para a entidade. Por isso, tive a intenção, neste memorial, de expor todo o percurso de pesquisa de modo articulado à experiência como voluntária da ONG.

A elaboração do anteprojeto deste Trabalho, em 2015.1, coincide com o início do meu trabalho voluntário na ONG, e todo o processo de execução do projeto foi feito de modo articulado às ações voluntárias nas quais estive envolvida no Gatil. Nesse período, estive à frente do trabalho de planejamento e gestão das redes sociais da entidade, na formalização da ONG, que antes atuava apenas enquanto “grupo de voluntários” e produção dos eventos da entidade (mutirões de medicação, castração, feiras de adoção etc.). Parte desse trabalho inspirou a elaboração do *site* e, por isso, é também apresentando ao longo deste Memorial.

Queria deixar claro que este trabalho não acabou. O meu produto é um presente para o Gatil Irmã Francisca que eu e o programador Caio Jhonny da Silva Pereira produzimos. Desenvolvendo o produto, nos apaixonamos ainda mais pela Organização e nos voluntariamos para continuar responsáveis pela gestão do *website*, além de continuar as atividades que já desenvolvíamos como voluntários no abrigo.

2 Sobre o Gatil Irmã Francisca

As próximas seções contêm a conceptualização do termo “ONG” que contextualizará a fundação da organização Gatil Irmã Francisca e a sua história.

2.1 ONG E O SENTIDO DE ORGANIZAÇÃO

Para compreender a natureza da Associação Gatil Irmã Francisca, é importante entender, inicialmente, o sentido de Organização no campo da Comunicação. A partir de James Taylor (apud GUTMANN, 2015), podemos compreender organização enquanto um tecido de comunicação, uma rede de relacionamentos entre diversos, distintos e por vezes conflitantes grupos que se articulam em prol da construção de determinados sentidos. A comunicação está na organização, assim como a organização está na comunicação (TAYLOR apud SILVA, 2016), o que reforça o argumento de que essas suas instâncias são interdependentes. Uma organização, nessa perspectiva, pode ser vista como uma rede de sujeitos e interações entre sujeitos e seus contextos, que se articula em prol da construção de determinados sentidos; é através da comunicação e da conversação traduzidas em diversos textos que a organização se constitui (GUTMANN, 2015).

Nessa perspectiva, uma Organização Não Governamental pode ser pensada enquanto um grupo social organizado, de modo formal ou autônomo, que se reúne em prol de interesses comuns. Tem como elemento de distinção o fato de ser sem fins lucrativos e, normalmente, se voltar para ações sociais no campo das políticas públicas. No Brasil, três figuras jurídicas correspondentes no novo Código Civil Brasileiro compõem o terceiro setor: associações, fundações e organizações religiosas. ONG, conforme Veiga e Rech (2001), é mais um nome para definir uma associação sem fins lucrativos. Portanto, neste memorial, os termos “ONG” e “Associação” serão tratados como sinônimos.

A Associação Gatil Irmã Francisca é de natureza civil e sem fins lucrativos, pois tem como objetivo servir desinteressadamente à coletividade (VEIGA; RECH, 2001). Apesar de não visar o lucro e não remunerar nenhum associado, voluntário ou dirigente, pratica ações comerciais para sustentar o abrigo de gatos que ela

representa e defende. Esses tipos de associação têm registro em cartório e por praticarem ações comerciais são reguladas pelas leis comerciais como toda sociedade mercantil. Devido à aplicação total dos tributos para o bem público, a associação sem fins lucrativos é isenta à tributação (VEIGA; RECH, 2001).

2.2. O PROCESSO DE FUNDAÇÃO DA ONG GATIL IRMÃ FRANCISCA

A Associação Gatil Irmã Francisca é uma ONG desde 8 de julho de 2016, graças ao empenho de alguns voluntários que acreditam no trabalho do grupo em defesa dos animais que sobrevivem no abrigo Gatil Irmã Francisca. Participei da fundação da Associação, estou hoje como vice-presidente e posso garantir que o processo de formalização de uma ONG é complexo e demorado se optar por executar as etapas de todo o processo através de favores prestados por pessoas que tenham sensibilidade pela causa do grupo.

O primeiro e mais longo passo foi redigir um estatuto que compreendesse as obrigações e princípios do grupo. Para isso, baseei-me em um modelo disponibilizado por um Manual Jurídico de Proteção Animal que recebi de presente de uma amiga. O modelo foi adaptado à realidade das nossas causas em reunião com os voluntários e foi nessa ocasião também que elegemos uma Diretoria composta por um presidente, uma vice-presidente, uma secretária, um tesoureiro, um conselheiro fiscal e uma suplente. O evento foi documentado por uma ata. Em seguida, foi enviado para a advogada da Associação Brasileira de Proteção Animal da Bahia (ABPA/BA). Essa revisão demorou mais de um mês, mas foi essencial para passar para o segundo passo.

Após a revisão do estatuto, procuramos ajuda de um contador que tivesse experiência com fundação de ONGs e encontramos um em uma reunião promovida pela Secretaria de Desenvolvimento Urbano da Prefeitura, que reunia algumas associações e ONGs, em março de 2016. O contador nos ajudou voluntariamente a complementar a documentação necessária para dar entrada no pedido de formalização do grupo enquanto Associação.

Atualmente, a ONG está cadastrada no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) da República Federativa do Brasil com o nome de Associação Gatil Irmã

Francisca. Esse cadastro, que nos proporcionou um CNPJ, possibilitou um grande número de vantagens, como a parceria direta com algumas distribuidoras de ração e a liberação de um número maior de guias de castração pelo Centro de Controle de Zoonoses da Bahia (CCZ/BA).

2.3 IRMÃ FRANCISCA

Maria Nelsa Bezerra da Silva, conhecida como Irmã Francisca, nasceu no Ceará, em 1929, em um pequeno vilarejo no interior do estado do Ceará. Desde então, já vivenciou muitas mudanças e aventuras que a tornaram uma mulher forte, sensível e sábia. Por ter nascido em uma família muito pobre, saiu de casa aos seis anos de idade para morar com uma família que tinha lhe prometido alfabetizá-la, mas acabou sendo escravizada por anos por essa família até conseguir fugir para a capital cearense. Em Fortaleza, correu atrás do seu maior sonho: alfabetizar-se. Já passava dos 14 anos e precisava se sustentar e, após insistir bastante, conseguiu trocar uma bolsa de estudo em um colégio interno por prestar serviços de limpeza no mesmo. No colégio interno, estudou até os 18 anos e, além de alcançar seu sonho de aprender a ler e escrever, aprendeu a tocar piano e desenvolveu interesse pela teologia. Em 1950, muda-se para o Convento da Nossa Senhora da Piedade, em Salvador, a convite de um padre, e torna-se uma freira de clausura. Por 20 anos, Irmã Francisca viveu em clausura nesse Convento, sem ter qualquer acesso à vida paralela durante o período em que permaneceu lá.

Irmã Francisca conta que um chamado divino, em sonho, a levou a solicitar aos superiores do convento para abandonar a clausura e dedicar o resto da sua vida a ajudar animais e pessoas necessitadas e em estado de extrema pobreza. Após a solicitação ser avaliada e aceita pelo convento, a Irmã saiu da vida de clausura para lecionar música em uma escola no Centro de Salvador, residindo à época em um pequeno apartamento na rua Paraíso, no bairro da Barroquinha. Lecionou nessa escola até o seu fechamento e, após isso, quando já passava dos 60 anos de idade, começou a dedicar todo o seu tempo e forças para ajudar animais de rua e moradores de rua que sobreviviam no bairro em que mora até hoje, a Barroquinha. Com o passar dos anos, chegou a abrigar mais de 20 animais no apartamento em que mora, mas devido às consequências das dimensões reduzidas do mesmo, viu-se obrigada a procurar por outra alternativa para abrigar animais machucados

precisando de acompanhamento médico. Foi nesse momento que construiu, com suas economias, um pequeno abrigo em um terreno baldio no terminal de ônibus da Barroquinha. Desde então, a Irmã Francisca dedica todos os seus dias à vida dos 300 animais que lá sobrevivem. Todos os dias, levanta-se cedo para alimentar e medicar os que ficam no seu pequeno apartamento e, logo em seguida, desce para cuidar das centenas de gatos abrigados, vítimas de abandono.

2.4 FUNDAÇÃO DO GATIL IRMÃ FRANCISCA DO GRUPO DE VOLUNTÁRIOS

Como mencionado acima, o abrigo foi construído aos poucos pela Irmã Francisca, com o objetivo de abrigar animais que vivem nas ruas do bairro Barroquinha, em Salvador. Inicialmente, abrigava em média 30 gatos. Com o passar dos anos, o número de abandonos de gatos no local aumentou notavelmente e de maneira desproporcional aos fundos econômicos que sustentam o Gatil.

Devido à sua localização, o Gatil foi descoberto 10 anos após ser construído, por um grupo de gateiras (amantes de gatos) que logo começaram a ajudar a Irmã Francisca a cuidar das centenas de gatos buscando doações para conseguir garantir, pelo menos, a ração mensal do abrigo.

Em 2014, uma das voluntárias que ajudava Irmã Francisca criou a página no Facebook e o perfil no Instagram, com o objetivo de aumentar a visibilidade do abrigo e atingir outros possíveis doadores. Nesse período, o grupo de voluntários ainda não estava completamente organizado, mas já organizava as feiras de adoção.

O Gatil Irmã Francisca atualmente conta a ajuda de um grupo formado por 17 voluntários. O grupo é dividido em setores estruturados visando a organização ideal para as ações que sustentam as despesas do Gatil Irmã Francisca e outras responsabilidades, como a busca por parcerias e ajuda nas atividades diárias no abrigo.

2.5 AÇÕES

As ações que sustentam as despesas mensais do Gatil Irmã Francisca são virtuais e presenciais.

2.5.1 Ações virtuais

São as estratégias aplicadas nas redes sociais para arrecadar doações. Duas voluntárias são responsáveis por alimentar a página no Facebook e o perfil no Instagram do Gatil Irmã Francisca. Uma delas é criadora das peças gráficas e a outra organiza os conteúdos das postagens. Juntas, elaboraram um cronograma que visa aproximar os seguidores das redes à realidade lastimável do abrigo e, assim, sensibilizá-los para doar qualquer valor para a conta em que são organizados os fundos que sustentam o Gatil Irmã Francisca.

2.5.2 Ações presenciais

A tradicional feira de adoção que acontece quinzenalmente na Praça do Campo Grande (Salvador) é a principal ação presencial que o grupo exerce para arrecadar fundos para as despesas fixas do abrigo. Durante a feirinha de adoção, os voluntários se dividem em quatro grupos:

- a. Grupo responsável pelas adoções: três voluntários são responsáveis pela escolha prévia dos gatos que participam das feiras, por entrevistar os interessados na adoção e aprovar ou recusar a efetivação da mesma. Estes três também são responsáveis pelo preenchimento do termo de adoção e apenas as suas assinaturas validam esse termo de compromisso. A orientação e acompanhamento pós-adoção também são incumbências desses três voluntários;
- b. Grupo responsável pelo brechó de roupas e acessórios usados: composto por três voluntários, é responsável pela curadoria das doações de roupas e acessórios doados. As peças doadas, após serem selecionadas, são apreçadas pelos voluntários. Durante a feira, o grupo é responsável pela venda dos itens do brechó;
- c. Grupo do Chicafé: é formado por três pessoas que, durante a feira, comercializam lanches e café para os visitantes. O grupo é também

responsável pela busca de empresas que possam se tornar parceiras. A parceria é uma troca da divulgação da marca da empresa nas redes sociais do Gatil Irmã Francisca, pela doação de um produto que possa ser vendido durante a feira;

- d. Grupo da logística: dois voluntários são responsáveis pela logística que torna a feira algo concreto e organizado. Além do transporte da estrutura (toldo, mesas, gaiolas, araras e caixas que contém os produtos), são eles que buscam os gatos previamente separados por um integrante do grupo de adoções no abrigo e os transportam até o Campo Grande. Durante a feira, ficam à disposição para dar suporte aos outros grupos.

2.6 OBJETIVOS E DESAFIOS DO GRUPO

Arcar com as despesas fixas do abrigo, que são, a saber:

- a. Compra de ração: esse é o item mais caro do orçamento mensal, pois são necessários R\$ 2.000,00 para comprar 350 kg de ração seca para alimentar os cerca de 300 gatos;
- b. Compra de medicamentos: existem alguns medicamentos que são comprados mensalmente e que sempre devem estar presentes no abrigo. Materiais para medicar como algodão, gazes e esparadrapos também são itens que não podem faltar. O abrigo recebe gatos abandonados quase sempre doentes e existem doenças que estão erradicadas no ambiente e que são tratadas ciclicamente;
- c. Atendimento veterinário: os animais que não melhoram com os cuidados oferecidos pelos voluntários devem ser encaminhados para atendimento médico. Apesar de existir uma parceria que proporciona descontos com uma clínica veterinária localizada nas proximidades do abrigo, os custos para cobrir esse item às vezes são divulgados nas redes sociais através de campanhas;
- d. Compra de produtos de limpeza: apesar de não haver piso no abrigo, produtos de limpeza são utilizados diariamente para limpar as caixas de areia, os instrumentos utilizados para trabalho manual e os recipientes para ração e água;

- e. Pagamento do salário dos dois funcionários fixos: dois funcionários não são suficientes para cuidar da limpeza e dos cuidados que os cerca de 300 animais necessitam, mas correspondem ao segundo item mais caro do orçamento mensal. Cerca de R\$ 1.300,00;
- f. Eventuais despesas emergenciais: demandas que podem surgir ao longo do mês, como a compra de um remédio específico.

Buscar parcerias: é necessário para diminuir o orçamento mensal e aumentar a visibilidade da ONG para conseguir novas parcerias. Geralmente, as empresas-alvo para a realização de uma parceria são clínicas veterinárias, casas de ração e *petshops*.

Buscar adoção para os gatos que vivem no Gatil Irmã Francisca: considerando que todo voluntário do grupo acredita que nenhum animal merece viver até o fim da sua vida no abrigo, fazemos o possível para conseguir adoção responsável para todos os gatos abandonados no abrigo.

Castrar os gatos do Gatil Irmã Francisca: é objetivo principal do grupo conseguir castrar todos os gatos que sobrevivem no abrigo. Infelizmente, a média de abandonos não permite que seja cumprido.

Melhorar a estrutura do abrigo: o Gatil Irmã Francisca é considerado um dos abrigos mais carentes da capital baiana. Sua estrutura está longe de ser apropriada para abrigar animais, muito menos o número que atualmente mora no local. Desde a fundação, a estrutura vem sendo melhorada todo mês, visando a segurança dos animais em primeiro lugar.

Promover conscientização a respeito das consequências do ato do abandono: todos os voluntários do Gatil Irmã Francisca são orientados a promover conscientização do público que os reconhece como tal. As redes sociais também são utilizadas para promover a conscientização a respeito das consequências do ato do abandono e falar sobre os benefícios da castração.

3 ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS E A CAUSA ANIMAL: LOBBYING E AMBIÊNCIAS DIGITAIS

Nas subseções seguintes, além de conceituar a prática do lobbyin, explicarei como esse tipo de atuação foi adotada pela ONG Gatil Irmã Francisca.

3.1 LOBBYING

Grosso modo, podemos afirmar que fazer *lobby*, ou *lobbying*, é praticar ações com a intenção de influenciar favoravelmente uma parte interessada (CÂMARA, 2011). O termo é oriundo da língua inglesa e, originalmente, indica a sala de entrada de edifícios que, com o passar dos anos, se tornou um verbo e hoje se refere ao exercício de representantes de interesses, os lobistas. Esses indivíduos ficavam na sala de entrada dos prédios, aguardando a passagem de políticos para apresentar suas demandas (PRALON; OLIVEIRA,2011).

Castillo (2011) define os lobistas como agentes representantes profissionais dos grupos que se dedicam a intervir sobre os governantes ou sobre pessoas designadas para tomar decisões que afetem os interesses grupais. Ainda segundo o mesmo autor, os lobistas disponibilizam seus conhecimentos para aqueles grupos que não podem realizar a influência de forma direta.

Advocacy é um termo também muito usado para referir-se a ações de pressão em prol de alguma causa e, segundo Câmara, é mais usado para práticas de Organizações Não Governamentais e *lobbying* no âmbito das políticas representativas – legislativo (CÂMARA, 2014). Muitas vezes, *lobbying* e *advocacy* são usados como sinônimos, pois apesar de atuarem em campos diferentes, dialogam muito entre si (CÂMARA, 2014). Apesar dessas distinções, este trabalho utilizará o termo *lobby* ou *lobbying* para se referir às práticas de pressão em prol de mudanças de políticas públicas, seja através da relação mais direta com os parlamentares, seja através de práticas comunicacionais, conforme Pralon e Oliveira(2011).

De acordo com Castillo (2011), fazer *lobby* é uma prática de relações públicas quando entendido enquanto forma de comunicação. Para começar uma ação lobista, é fundamental definir os objetivos de forma clara.Em seguida, devem-se selecionar

as temáticas que serão objeto de monitoramento, análise e intervenção. Executadas os primeiros dois passos, é necessário identificar os campos e os sujeitos sobre os quais se pretende exercer influência e selecionar as técnicas mais oportunas. Finaliza-se o processo analisando e avaliando o resultado atingido.

Nesse sentido, as práticas de *lobby* aproximam-se consideravelmente das práticas de comunicação organizacional a partir do momento que são utilizadas para estabelecer relacionamento com os públicos, com o objetivo de atingir as metas da organização, ter controle sobre ele e conseguir seu apoio (FRANÇA; FERRARI, 2011).

A Organização Gatil Irmã Francisca pratica *lobby* quando se apropria de recursos como leis para reivindicar seus direitos enquanto a Associação de Proteção Animal pratica *lobby* quando utiliza os recursos comunicacionais para estabelecer e manter uma relação afável com seus públicos estratégicos (voluntários, protetores, sensíveis à causa, investidores, governo, sociedade civil). Assim, apesar desse trabalho ser um produto comunicacional, foi importante também contextualizar neste memorial parte do processo de institucionalização do Gatil Irmã Francisca enquanto ONG. O *site* institucional elaborado, portanto, é aqui compreendido como ação de *lobby*: um produto comunicacional específico pensado como estratégia de visibilidade e pressão.

Assim como o *site*, as redes sociais utilizadas pelo Gatil Irmã Francisca também atuam como estratégia de pressão. Nessas ambiências virtuais são divulgadas informações com os objetivos de:

[...] conseguir que a organização seja avaliada 'justamente' pelos agentes de mercado; desenvolver instrumentos para fidelizar investidores; estabelecer o processo para a divulgação oportuna de informações relevantes aos acionistas; ser responsável pelos relatórios financeiros exigidos pelos acionistas, assim como pelas agências reguladoras, pelo governo e pelo mercado de valores; criar mecanismos para obter *feedback* dos agentes de mercado; desenvolver e alimentar os relacionamentos com a comunidade de investidores, oferecendo informações técnicas relevantes sobre a situação da organização. (FRANÇA; FERRARI, 2011, p. 95, grifo dos autores)

Ainda conforme França e Ferrari (2011), o *lobby* da comunicação é válido para estabelecer relacionamentos firmes com os *stakeholders* e preservar essa relação permanentemente contribui para mantê-los atentos aos objetivos da organização. O *lobby*, se lícito, pode favorecer o sistema político como um todo e pode contribuir diretamente para a satisfação do interesse público se relacionado às grandes causas, como a corrupção, desenvolvimento sustentável e também a causa animal, além de fortalecer o sentimento de pertença por cooperar para legitimar a própria comunidade e seu poder público (PRALON; OLIVEIRA, 2011).

3.1.1 O Gatil Irmã Francisca: os lobistas da Irmã Francisca

Começo este tópico pela conclusão, afirmando que, após estudar a prática do *lobby* para escrever este memorial, orientada pela professora Juliana Gutmann, podemos definir os voluntários que atuam para a Organização Gatil Irmã Francisca como os lobistas da Irmã Francisca e dos animais que ela abriga há décadas.

Até alguns anos atrás, a Irmã Francisca trabalhava sozinha em prol dos animais que vivem no abrigo que ela fundou. Desde o final de 2014, quando por acaso uma protetora de animais de rua descobriu o abrigo improvisado onde a Irmã Francisca cuidava de centenas de gatos com apenas a ajuda de alguns ajudantes sem muitas iniciativas, o trabalho da Irmã Francisca foi adotado por um grupo proativo e empenhado em conquistar melhorias para os gatos que lá sobrevivem.

Segundo o Código Penal, Decreto Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940, art. 164, é crime “Introduzir ou deixar animais em propriedade alheia, sem consentimento de quem de direito, desde que o fato resulte prejuízo: Pena – detenção, de quinze dias a seis meses, ou multa” (BRASIL, 1940). Se essa lei fosse realmente respeitada e a pena fosse realmente aplicada, existiria um mínimo de fiscalização realizada por oficiais de segurança pública na porta de todos os abrigos de animais de Salvador que, diante do descaso do governo, são obrigados a não divulgar seu endereço para tentar evitar os abandonos quase que diários, com os quais todas as associações têm que lidar.

Pressupondo que todos os animais que estão no abrigo do Gatil Irmã Francisca são vítimas de abandono e da consequência da não esterilização de outros gatos, podemos afirmar que estes não são de responsabilidade da Irmã Francisca nem do grupo, mas da sociedade como um todo. O abrigo existe para cuidar das consequências da irresponsabilidade da sociedade em relação aos seus animais de estimação.

Estimei, acompanhando o grupo por mais de um ano atuando como voluntária diretamente no abrigo e nas feirinhas que sustentam o abrigo, que 95% dos gatos que estão hoje no Gatil Irmã Francisca são abandonados diretamente na porta do mesmo. Pessoas comuns, de todas as idades e classes sociais, descartam gatos quase diariamente na porta do abrigo. Obviamente, 50% dos filhotes morrem na primeira semana de estadia no local, devido às consequências da superpopulação que não permitem um controle digno da proliferação de doenças contagiosas e letais como a Peritonite Infecciosa Felina (PIF), rinotraqueite e micoplasmose felina (doença da pulga).

As consequências do abandono não se limitam ao sofrimento do animal que, por si só, já é motivo suficiente para mobilização, mas são um problema para a saúde pública da sociedade, pois podem transmitir doenças que adquirem na rua para outros animais e até para o ser humano. A solução para diminuir a população de animais de rua e, conseqüentemente, dos abrigos é a esterilização (castração) para controlar a reprodução.

De acordo com uma matéria da *Tribuna da Bahia*, de agosto de 2015, mais de 100 mil animais vivem nas ruas de Salvador (LIMA, 2015). Mesmo que alguém alimente alguns deles e ofereça água, são animais que passam por riscos como maus tratos e acidentes todos os dias. Em paralelo a essa realidade, existem criatórios de cachorros e gatos considerados “de raça” e comercializados por preços absurdos. E se existem é porque há um público que sustenta esse mercado e que prefere “comprar” um animal doméstico a abrigar um que está realmente precisando ser acolhido.

Diante do panorama atual, os objetivos da ONG Gatil Irmã Francisca enquanto lobista dos animais que sobrevivem no abrigo que leva o mesmo nome e em defesa dos animais, vítimas de abandono e que sobrevivem em abrigos e nas ruas de Salvador, são sensibilizar e educar, através do seu *site* institucional e da atuação em redes sociais, do contato com o público durante as feiras de adoção e no cotidiano de todo voluntário que representa a Organização.

3.1.2 Exemplo de ação de *lobby* em prol do Gatil Irmã Francisca: um relato pessoal

Em setembro de 2015, criei um abaixo-assinado na plataforma change.org para pedir a liberação do terreno em que foi construída a estrutura improvisada do abrigo do Gatil Irmã Francisca para continuar uma obra de melhoria para os animais. Alguns meses da criação do abaixo-assinado, mais precisamente em maio de 2015, diante do possível desabamento do barraco de madeira, os voluntários juntaram-se para arrecadar fundos em prol de uma obra mais firme e segura para amparar os animais. Em agosto de 2015, eu já era voluntária fixa no abrigo e, durante uma tarde em que eu estava medicando alguns gatos feridos e enquanto os pedreiros na obra, um representante da Secretaria Municipal de Urbanismo (Sucom) ordenou parar a obra sob ameaça de destruição da construção já encaminhada. Perante essa situação, perguntei imediatamente ao funcionário público que representava a Sucom o que deveríamos fazer, então, para abrigar os animais que são vítimas de abandono e maus tratos que lá estavam naquele momento e a resposta que obtive demonstrou o evidente descaso que os órgãos públicos têm em relação aos animais carecidos. Não foi proposta nenhuma solução, o representante da Sucom disse que o que importava era que a construção não poderia continuar e que os gatos não eram de responsabilidade do órgão.

Após conversar com o resto do grupo de voluntários, chegamos à conclusão de que fazer um abaixo-assinado seria uma forma de pressão rápida e eficiente para levar para as reuniões que conseguimos na Sucom e na Secretaria da Fazenda. Após três dias da criação do abaixo-assinado, já tínhamos conseguido mais de 3000 assinaturas. Atualmente, o abaixo assinado tem 4150 assinaturas e ainda está em aberto. Levamos o resultado para as duas instâncias e conseguimos apoio das duas.

A Sucom reconheceu o problema que enfrentávamos com o antigo barraco e prometeu não derrubar a obra que já tínhamos começado, além de liberar a reforma do barraco, em parte. Na Secretaria da Fazenda um responsável nos orientou detalhadamente como prosseguir para conseguir a liberação do terreno enquanto Organização Não Governamental de Proteção Animal (na época ainda éramos apenas um grupo de protetores não regulamentados) e continuar a obra.

Além do abaixo-assinado, construímos estratégias de visibilidade dessa ação na internet, divulgando o *link* para acesso à petição na página do Gatil Irmã Francisca e nos grupos de proteção animal regionais e nacionais na rede social Facebook.

Abaixo, apresento o *print* do abaixo-assinado que serviu como produto de pressão, ou seja, como estratégia de *lobby*. A imagem que acompanha o texto do abaixo-assinado também é de minha autoria.

Figura 1– Print do abaixo assinado

The screenshot shows a Change.org petition page. At the top, the Change.org logo and navigation links are visible. The main heading is "Libere o terreno para continuar a obra para os gatos do Gatil Irmã Francisca". Below the heading is a photo of a cat sitting on a wooden crate. The text of the petition describes the situation: "Mais de 200 gatos vivem em um terreno da prefeitura em Salvador e uma Senhora de quase 80 anos alimenta e cuida desses animais indefesos e vítimas de abandono e maus tratos com a ajuda de alguns voluntários. Um grupo de protetores estava quase realizando o sonho da Irmã Francisca, garantir um lar mais seguro para os gatos, iniciando uma obra que garantirá um teto para eles. A obra está quase terminada mas a Secretaria Municipal de Urbanismo de Salvador (SUCOM) está querendo derrubar o que já foi feito e parar a obra. O problema é que, além de bloquearem a obra, não apresentaram nenhuma solução para os mais de 200 animais que são, na verdade, RESPONSABILIDADE DE TODOS!". The page shows a progress bar for 4,152 signatures, a "Fazer abaixo-assinado" button, and a list of supporters with their comments. The first comment is from "Francisca Figueira" and the second is from "FABRÍCIA SOUZA".

Fonte: Change. org. (<https://www.change.org/p/assine- agora-pela-liberaçã o-do-terreno-para-os-gato>).

3.3 PROTEÇÃO ANIMAL E INTERNET: O CASO LOCAL

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mais da metade da população brasileira, em 2016, tem acesso à internet. De acordo com essa informação, podemos concluir que um indivíduo que deseje buscar informações sobre qualquer que seja o tema, com muita probabilidade optará pelo caminho da internet (SIMÕES, 2016).

Um relatório de uma pesquisa realizada pela agência de marketing social We Are Social de 2015, e divulgado pelo site do E Commerce Brasil, aponta que o nosso país é o terceiro mundialmente que mais passa tempo na internet, ficando atrás apenas das Filipinas e da Tailândia (PESQUISA..., 2015).

No Google, desde abril de 2015, os *sites* que possuem a opção de ser *mobile*, ou seja, compatíveis com *smartphones*, têm preferência nos resultados de busca. Essa informação é divulgada pelo Blog Central para Webmasters do Google. O blogueiro Gabriel Ribeiro (2015), do *site* Techtudo, divulgou o dado publicado pela consultoria Forrester Research sobre a restrição do Google para *sites* que utilizaram o recurso Flash da Adobe na estrutura (*banners* com animação), que não possuem *design* responsivo e que não oferecem *links* fáceis de serem clicados: cerca de 38% dos 177 milhões de *sites* da internet não estão de acordo com a nova especificação do motor de buscas. Sendo o Google o meio mais utilizado mundialmente para fazer pesquisas, esse dado altera consideravelmente os padrões de melhor modo para programar um *site*.

3.3.1 SIMULANDO UMA BUSCA PARA QUEM PESQUISA MÉTODOS GRATUITOS DE CASTRAÇÃO, ATRAVÉS DO GOOGLE

Simulando uma pesquisa no Google com as palavras-chave “castrar animal gratuitamente salvador”, a primeira opção que aparece é o *site* do Bahia Patinhas, blog de anúncio de adoções independentes, que em três linhas indica ligar para dois números que orientariam sobre castração gratuita em Salvador, mas que não são acessíveis via telefone celular.

A segunda alternativa é o *site* do Castramóvel², iniciativa da vereadora do Partido Verde Ana Rita Tavares, que realiza o serviço de esterilização gratuita para gatos e cachorros com idade acima de seis meses, cujos responsáveis possuam cartão do Sistema Único de Saúde (SUS), porém sua última atualização foi feita em 21 de agosto de 2015. O Castramóvel é uma ideia eficiente que, além de oferecer castração gratuita para qualquer animal cujo responsável tenha cartão do SUS, é localizada em um veículo móvel que se desloca entre os bairros populares de Salvador mensalmente. Mas o *site* do Castramóvel, além de não estar atualizado, não é responsivo (adapta-se a qualquer tamanho de tela).

²<https://castramovelnet.wordpress.com/>.

A terceira sugestão indicada pela busca é o *site* do Centro de Referência em Castração Animal³ (Cercan), iniciativa e anexo da clínica veterinária particular Vida Animal, localizada no bairro de Amaralina, em Salvador. O *site* é atualizado, responsivo e os textos são facilmente compreensíveis e resumidos. O Cercan elenca as opções gratuitas de castração para pessoas comuns e para protetores.

3.3.2 Simulando uma pesquisa sobre ONGs de proteção animal em Salvador

Uma segunda simulação de busca foi feita no Google com o termo “ONG de proteção animal Salvador”, com a intenção de solicitar intervenção de proteção ou para quem procura um *pet* para adotar. Um dos primeiros a aparecer é o projeto de protetores independentes Sotero Bichanos⁴ e a Associação União de Proteção Animal Salvador⁵ (UPAS), que são as iniciativas da capital baiana que realizam intervenções de proteção animal.

O projeto tem como objetivo reduzir a população de animais de rua, por isso atua mediante o método Captura/Esterilização/Devolução (CED) de gatos por acreditarem que a castração é a maneira mais eficaz de evitar o nascimento e o sofrimento de filhotes felinos nas ruas. É possível solicitar a intervenção do trabalho voluntário através de denúncias pela página do Facebook do projeto. Infelizmente, não existe ainda um *site* que exponha as informações sobre o projeto de forma organizada e acessível. O Facebook não seria a opção mais adequada para apresentação de qualquer empresa e programa, já que é uma rede social.

A UPAS não possui um abrigo para animais, mas é formado por um grupo de voluntários que oferece lar temporário para animais resgatados das ruas de Salvador. A organização tem página no Facebook e *site*, porém o mesmo encontrava-se fora do ar no dia da pesquisa. Entrei em contato com um dos voluntários da associação (que também é voluntário do Gatil Irmã Francisca) e relatei o problema de acesso. Fernando Pereira, o voluntário com o qual entrei em

³<http://www.cercan.com.br/>.

⁴ <https://www.facebook.com/soterobichanos/?fref=ts>.

⁵<http://www.abpabahia.org.br/>.

contato, informou-me que o *site* estava fora do ar há dois dias, mas que já estavam procurando soluções para a falha.

Em seguida, encontramos na busca o Centro de Controle de Zoonoses (CCZ), que é um órgão da Prefeitura Municipal que tem por objetivos garantir o bem-estar da população animal do município. Lamentavelmente, o CCZ de Salvador não tem sequer uma representação na internet. Não há nenhum *site* perfil nas redes sociais que facilite o acesso às informações sobre as obrigações que devem ser cobradas por qualquer cidadão ao responsável pelo Centro.

No *site* www.cachorrogato.com.br, no qual o blogueiro Fábio Toyota escreve sobre os Centros de Zoonoses e disponibiliza informações detalhadas sobre todas as atividades e deveres do órgão municipal.

[...]

- **Inspeções zoonosológicas:** programadas com base nas solicitações da população e de diferentes órgãos públicos, as vistorias zoonosológicas tem o objetivo de averiguar os problemas trazidos pela população animal presente em determinado município. Visando impedir que o contato entre animais e humanos possa gerar riscos e doenças, tais inspeções também verificam denúncias de maus-tratos a animais, alojamento impróprio de pets e falta de higiene, entre outros. Solicitações referentes ao incômodo de vizinhanças pelo barulho excessivo de animais e em relação à infestação de animais sinantrópicos também são atendidas pelos Centros de Controle de Zoonoses, que tem o poder de intimar, notificar e até multar responsáveis de acordo com o caso.

- **Controle de animais sinantrópicos e peçonhentos:** tida como uma das responsabilidades mais importantes dos centros, o controle de animais sinantrópicos e peçonhentos age para impedir a propagação das muitas zoonoses que podem ser transmitidas por este grupo de animais – onde se encaixam ratos, baratas, pombos, moscas, mosquitos, cobras, morcegos, pulgas, aranhas e escorpiões, entre outros.

- **Vacinação antirrábica:** direcionadas para cães e gatos, a vacinação impede que a raiva seja contraída pelos animais, ajudando a controlar esta perigosa doença que, felizmente, já é quase erradicada no País.

- **Castração:** também voltado para a população de cães e gatos dos municípios específicos, o projeto de castração impede a geração de uma superpopulação de animais – evitando problemas que ocorrem em função do grande número de animais, como o abandono deles e a propagação de doenças das mais variadas.

- **Recolhimento de animais:** é aqui onde a atuação das famosas “carrocinhas” ocorrem, recolhendo animais abandonados das ruas, evitando acidentes (provocados, na maior parte das vezes, por animais que permanecem em pistas de estradas) e a propagação de doenças. Determinados municípios recolhem tipos e portes específicos de animais; no entanto, neste grupo pode haver desde cachorros até cavalos e bois.

- **Controle de dengue:** neste tipo de projeto, são identificados os locais com uma propensão maior para o surgimento do mosquito transmissor (que são visitados quinzenalmente para avaliação) e são feitas visitas a casas de moradores, com o objetivo de averiguar a presença de condições para o desenvolvimento do problema e eliminar possíveis criadouros. Além disso,

esse tipo de ação também atua na propagação de informações sobre o controle do mosquito *Aedes aegypti*, fornecendo dados sobre que tipo de conduta seguir para evitar a proliferação da dengue.

-Verificação de reclamações: o Centro de Controle de Zoonoses é responsável por verificar todo tipo de reclamação que tenha relação direta com animais, buscando alternativas para solucionar problemas no município.

-Acompanhamento de acidentes por maus-tratos: é dever do centro acompanhar o desenrolar de todo tipo de acidente ou denúncia de maus-tratos aos animais.

-Monitoramento de Zoonoses: o monitoramento das doenças consideradas zoonoses é feito constantemente para que o controle de tais problemas seja possível e executado com eficiência.

-Educação: a atuação dos centros de zoonose busca informar a população sobre as principais doenças, métodos de prevenção e tratamento – além de, em muitos casos, contar com cursos e treinamentos especiais para quem deseja saber mais, ou mesmo, atuar nesse segmento preventivo da saúde.

[...] (TOYOTA, [201-], grifo do autor).

Durante todo o tempo em que atuo como voluntária na ONG Gatil Irmã Francisca, tive a oportunidade de me aproximar da rede de protetores de animais de Salvador e pude deduzir que, na capital baiana, há, pelo menos, cinco ONGs atuantes na área de proteção animal que não recebem nenhum tipo de ajuda do Governo (como o próprio nome diz). São elas: Associação Brasileira de Proteção Animal/BA (ABPA), União de Proteção Animal de Salvador (UPAS), Programa Célula Mãe, Instituto Arca de Noé, Instituto Patruska Barreiro etc.

Além dessas, há centenas de chamados “protetores”, que são pessoas físicas que se dedicam à causa animal de modo independente, nas próprias moradias. Apesar disso, há mais de 100 mil animais morando nas ruas da capital baiana, vulneráveis a maus tratos e acidentes. Se o CCZ realmente atuasse de forma concreta, certamente não seria necessária a atuação de todas as organizações e protetores independentes. Admito que não é tão simples assim, mas é inegável o fato de que a ausência do órgão na internet certamente não facilita o acesso aos necessitados.

3.4 *SITE* INSTITUCIONAL COMO INSTRUMENTO DE VISIBILIDADE PÚBLICA

A escolha por elaborar um *site* institucional para a Associação Gatil Irmã Francisca foi baseada na convicção de que este é um profícuo espaço de visibilidade e de gestão de informações sobre uma organização que independe do filtro das mídias tradicionais (BARICHELLO; STASIAK, 2008). A internet, nesse sentido, promove a possibilidade de extensão da atuação de uma instituição, de construção

independente e autônoma do conceito e imagem de uma organização e dos modos de se relacionar com seus públicos estratégicos. Ou seja: é uma ambiência profícua para o que Kusch identifica enquanto “comunicação institucional”.

Kunsch (2014) afirma que a comunicação institucional é a dimensão da comunicação organizacional voltada para difusão das políticas, missão, objetivos, valores de uma instituição, além de tratadas práticas de relacionamento com os públicos, a estratégias de construção de visibilidade pública e reputação. Deve ser encarada de modo articulado à comunicação mercadológica, cujo foco é a divulgação publicitária de produtos e serviços ligados ao *marketing* de negócios, e comunicação interna e administrativas, voltada para as interações entre gestores e colaboradores de uma organização.

Kunsch (2014) avança afirmando que, no contexto atual, a comunicação institucional tem o ambiente digital como um importante local de atuação para disputar visibilidade, fortalecer sua marca e modos de interação com o público. Nessa perspectiva, o *site* institucional que elaboramos para o Gatil Irmã Francisca é um produto para Organização que visa principalmente aproximar a ONG do seu público. As tecnologias da informação e da comunicação revolucionam a sociedade e seu modo de vida desde a sua implementação (KUNSCH, 2014) e o acompanhamento desses meios é dever de uma organização que busca uma comunicação efetiva com os públicos que a sustentam. Segundo Castells (2003, p. 287):

A internet é o coração de um novo paradigma sociotécnico, que constitui na realidade a base material de nossas vidas e de nossas formas de relação, de trabalho e de comunicação. O que a internet faz é processar a virtualidade e transformá-la em nossa realidade, constituindo a sociedade em rede, que é a sociedade em que vivemos.

Na obra *Relações Públicas: teorias, contextos e relacionamentos* (2009), os autores metaforizam os processos da comunicação organizacional. Na infância da organização, ela utilizaria a propaganda; na adolescência, a assessoria de

imprensa; e na maturidade, a cidadania corporativa (GRUNIG; FERRARI; FRANÇA, 2009). Para a Associação Gatil Irmã Francisca, o processo não foi nessa ordem. Primeiro, a organização teve que lidar com a imprensa que divulgava erroneamente o abrigo como “O paraíso dos gatos”, incentivando os abandonos no local. Em seguida, começou-se o processo de cidadania corporativa, que foi o momento em que o grupo que fundou a organização elaborou um estatuto e definiu seu papel enquanto associação de proteção animal e suas responsabilidades para com a sociedade. O passo seguinte foi investir em comunicação e visibilidade pública. A criação de um *site* faz parte dessa etapa, do momento em que a Associação investe em visibilidade com foco na gestão de sua imagem e reputação enquanto ONG.

Conforme Stasiack e Barichello (2008), o *site* institucional seria a porta de entrada da organização nas ambiências digitais. É o meio pelo qual a organização apresenta sua identidade para o público. As autoras subdividem a história do uso do *site* institucional pelas organizações em três fases. De 1995 até 1999, os *sites* das empresas eram compostos por poucos elementos que resumiam e estruturavam as informações sobre a organização em questão. Não havia hábito de atualização do conteúdo, nem proposta de interação com o público. O conteúdo tinha ênfase na linguagem impressa e era, geralmente, transposto de documentos da instituição.

De 2001 a 2005, houve avanços na estrutura dos *sites* que acompanharam o desenvolvimento tecnológico. Nessa fase, começaram a ser utilizadas estratégias de aproximação com o público através de *links* para críticas e sugestões e atualizações periódicas. Além do conteúdo impresso, os *sites* passam a investir em imagens gráficas e fotográficas.

Na última fase, que começou a partir de 2008, foram integrados aos *sites* e portais os recursos de áudio e vídeo, o uso de hipertextos e linguagens e conteúdo diferenciados para cada público. Os *sites*, desde então, tornaram-se ferramenta essencial de toda organização. A criação de *hotsites*, ou *sites* para produtos específicos e temporários, faz parte dessa última fase também.

4. SITE DO GATIL IRMÃ FRANCISCA: DESCRIÇÃO DO PRODUTO E PROCESSOS DE PRODUÇÃO

A seguir, serão apresentados os processos de análise executados para a idealização do produto e a descrição de cada seção do *site* www.gatilirmafrancisca.com.br.

4.1 DIAGNÓSTICO DA COMUNICAÇÃO NA ORGANIZAÇÃO

No dia em que conheci o abrigo e suas dificuldades, no final de junho de 2015, procurei uma forma de ser útil utilizando o conhecimento que venho adquirindo na Universidade ao longo da graduação. Comecei a analisar a linguagem e produtos utilizados para me comunicar com a parte interessada nas redes sociais e constatei, sem muito esforço, graves falhas.

4.1.1 Stakeholders

Os *stakeholders* ou públicos estratégicos do Gatil Irmã Francisca são pessoas sensíveis à “causa animal”, ou seja, a favor da adoção, do incentivo à castração e preocupadas com os maus-tratos de animais vítimas de abandono. Também são *stakeholders* da Organização pessoas que estimam animais, iniciativas privadas que possam atuar como parceiras da causa e representantes públicos com poderes políticos que podem ser explorados para ajudar o abrigo a se manter e melhorar, uma vez que os animais que lá sobrevivem são consequência do descontrole da população de animais que vivem nas ruas da cidade de Salvador. De um modo mais amplo, o poder público constitui público estratégico central para a ONG, uma vez que o trabalho da instituição visa, em última instância, estimular a constituição de políticas públicas voltadas para os animais errantes, que deveriam ser de responsabilidade do Estado. Nessa perspectiva, a imprensa também atuaria como um público de interesse do Gatil, por atuar como importante esfera de visibilidade de assuntos de interesse público.

4.1.2 Redes sociais: uso do Instagram e Facebook

As redes sociais atuam como estratégia central de visibilidade e promoção da causa defendida pela ONG. Para divulgação das campanhas para doação e feiras de adoção, são utilizados, desde a fundação do grupo, uma página no Facebook e um perfil no Instagram.

Todas as peças gráficas e o planejamento das postagens eram elaborados por uma voluntária que conheceu a Organização através das redes sociais (que até então eram raramente utilizadas) e que se dispôs a gerenciá-las, mesmo não conhecendo diretamente o abrigo nem os voluntários. O resultado dessa gestão foi prejudicial para o objetivo do abrigo, uma vez que acabou omitindo as verdadeiras dificuldades do mesmo, que somente quem frequenta o local poderia descrever fielmente.

Após meses de trabalho voluntário no abrigo e nas feiras de adoção, experiência que me permitiu analisar e desenvolver conhecimento sobre o Gatil, pude propor mudanças no que se refere às estratégias de atuação nas redes sociais. Sugeri um planejamento de gestão das redes sociais com o objetivo de aproximar o público da realidade lastimável dos animais que sobrevivem no abrigo. Desde 2015, as postagens nas redes sociais do Gatil Irmã Francisca têm como principal objetivo publicizar as enormes dificuldades que são enfrentadas diariamente no abrigo para sustentar os animais abandonados no local, além de divulgar dicas e informações sobre como cuidar de um gato para leigos.

Esse novo planejamento tem gerado resultados positivos, dado que o número de seguidores vem aumentando consideravelmente desde a implementação, assim como o número de doações e adoções. Em junho de 2015 tínhamos cerca de 1800 seguidores no Facebook, hoje temos mais de 4600.

4.1.3 Comunicação interna via WhatsApp

A comunicação interna do grupo de voluntários do Gatil Irmã Francisca é outro componente que tem sido foco do meu trabalho como voluntária. O instrumento mais utilizado pela organização, para a comunicação entre seus colaboradores, é o WhatsApp. Antes, voluntários avulsos e fixos eram misturados em um grande grupo no aplicativo para *smartphone* para troca de mensagens instantâneas. A mistura dos dois tipos de voluntários acarretava discussões extensas toda vez que algum

assunto era posto em questão. Após meses de desgaste, acabamos decidindo que o primeiro grupo criado continuaria existindo apenas para divulgação geral e que os voluntários fixos e realmente comprometidos discutiriam os problemas e decisões em um grupo privado, no qual só entrariam mais voluntários após se tornarem efetivos.

Atualmente, o grupo oficial reúne 17 pessoas apaixonados pelos animais do Gatil e que dedicam seu tempo livre à busca por melhorias para eles.

4.1.4 Ausência de um *website*

É importante que uma organização tenha as suas principais informações reunidas em um *website*, ambiência de visibilidade pública da instituição, dispositivo usado para apresentar a identidade da organização, seu propósito e área de atuação. A Organização Gatil Irmã Francisca não tinha um *website*, o que me levou a escolher esse objeto como produto deste Trabalho de Conclusão de Curso. O *website* começou a ser criado junto com a elaboração deste projeto, ainda em 2015, por mim e com apoio técnico de um programador, também voluntário da Organização. Para a criação dele, seguimos alguns passos que serão explicados detalhadamente nos próximos tópicos. Começamos analisando similares, ou seja, *sites* de outras instituições com o mesmo objetivo do Gatil Irmã Francisca. Sucessivamente, elaboramos uma nova identidade visual para a associação a fim de, em seguida, desenhar e montar a estrutura preenchida por conteúdos que elaborei baseando-me na primeira análise e em outros textos. Complementamos ainda com um produto audiovisual que apresentasse melhor o abrigo para os *stakeholders*. É importante destacar que, durante o processo de feitura deste produto, também estive envolvida em diversas outras atividades que, de modo integrado, relacionam-se ao *site*: o planejamento de atuação nas redes sociais, registros fotográficos da feira de adoção, participação no processo de transformação do Gatil em ONG ocorrido em 2016 etc.

4.2 ANÁLISE DE SIMILARES

A etapa de análise de similares foi fundamental para desenhar e programar o produto. O critério para escolha e avaliação, assim como a ponderação de dois similares, compõe essa seção.

4.2.1 Critério para escolha dos similares

Os similares foram escolhidos com base nas semelhanças de objetivos e princípios de entidades que atuam pela causa da proteção animal enquanto Organizações Não Governamentais. Tanto a Adote um Gatinho (AUG) quanto a Associação Brasileira Protetora dos Animais – Bahia (ABPA/BA) desenvolvem um trabalho de proteção animal, a primeira em São Paulo (capital) e a segunda também em Salvador.

Além disso, essas duas fontes foram escolhidas por serem referência no campo em que atuam. Tanto a ABPA/BA quanto a AUG protegem animais vítimas de abandono e maus-tratos há mais de dez anos e mantêm, desde o começo, uma presença na *web* sempre atualizada e estável. Seria perda de tempo analisar instituições igualmente importantes e referenciais, mas representadas na internet por *websites* com falhas óbvias.

4.2.2 Critério para avaliação dos similares

Entendendo que não existe “uma” forma correta de montar um *website* para ONG de proteção animal, o método para avaliar os similares em questão foi fundamentado no “Bom senso à usabilidade na Web”, parâmetro proposto pelo autor Steve Krug (2008). A escolha do *design*, o conteúdo e a acessibilidade foram os três pontos básicos para analisar a qualidade dos dois *websites*.

4.2.3 Analisando o site da ONG Adote um Gatinho

O primeiro site escolhido para a análise de similares foi o da ONG Adote um Gatinho. A seguir, o diagnóstico.

Figura 2 – Home page do site da ONG Adote um Gatinho



Fonte: Adote um Gatinho (<http://www.adoteumgatinho.com.br/>).

4.2.3.1 Sobre

A apresentação da Organização, disponível no *site*, começa assim:

O Adote um Gatinho surgiu em janeiro de 2003, sem querer, quando as fundadoras Susan Yamamoto e Juliana Bussab se voluntariaram para ajudar alguns gatos de um parque, em São Paulo, e se conheceram. Elas perceberam que tinham algo que as unia: a vontade sem fim de ajudar os animais abandonados [...] (QUEM..., [201-]).

4.2.3.2 Design

É claro o contraste entre a logomarca da Organização e o *site*, com formas mais atuais e dinâmicas. Talvez, por medo de arriscar perder a popularidade que a logomarca original já tinha conquistado, os responsáveis pela comunicação da Organização tenham optado por não modernizá-la (Figura2). Não acredito que tenha sido a melhor escolha, ainda mais por manter uma logomarca sem nomenclatura.

A apresentação dos membros da ONG poderia ser menos monótona e mais atrativa para aproximar mais o leitor da Organização e provocar vontade de se tornar um voluntário também.

O fluxograma da ONG, apesar de muito bem desenhado, é estático e de difícil leitura. Ao invés de ser uma imagem, poderia ser composta por *links* com acesso à explicação de cada componente do fluxograma.

4.2.3.3 Conteúdo

Todos os textos que compõem o conteúdo do *site* da AUG são bem escritos, claros e completos. Assim, as temáticas abordadas, a exemplo do texto sobre como resgatar um gato na rua e os boletins mensais que são enviados via *mailing*, são o destaque do *site*. O problema é que são longos e não há uso de ilustrações. A forma de apresentação do conteúdo é pouco apropriada para leitura na internet e tem o modelo impresso como referência. Para acompanhar o uso que o público faz do que encontram na internet, os textos precisam ser pensados para pessoas com pressa e com objetivos precisos, portanto, breves e diretos. No *site*, há um vídeo institucional de apresentação da entidade, ponto que considero positivo, porém longo – cerca de oito minutos, com problemas técnicos no áudio e com depoimentos também longos.

Existe uma prática recorrente nos *sites* de ONGs de proteção animal: na seção de “Adoção”, os animais são apresentados como se fossem “produtos à venda”. A AUG faz ainda pior: disponibiliza a opção de escolher o nível de características como “sociável”, “brincalhão” e “carinhoso” para chegar ao gato “perfeito” para adoção. Gatos “especiais”, ou seja, portadores de alguma deficiência, são separados de gatos “normais”, não portadores de deficiência física.

Baseado na experiência que venho adquirindo há um ano como voluntária no Gatil Irmã Francisca, posso tranquilamente declarar que as dificuldades e facilidade para incluir no lar um gato “especial” são as mesmas para incluir um gato “normal”. Gatos se adaptam muito rapidamente à amputação de um membro ou a retirada de globo ocular (casos mais comuns de deficiência física entre os gatos caracterizados como especiais no *site* da AUG) e não precisam ser considerados “especiais” por esses traumas. Isso apenas afasta possíveis adotantes.

4.2.3.4 Acessibilidade

Na página inicial há pouca clareza na forma de acesso ao conteúdo do *site*. A escolha pelo menu resumido no rodapé e no canto direito ocultado atrás da palavra minúscula “Menu” deixa o leitor confuso e perdido. Ainda dentro das próprias páginas do menu encontrei falhas cruciais, como o não funcionamento do campo de busca, a falta de um formulário direto e a lista exaustiva e mal organizada da

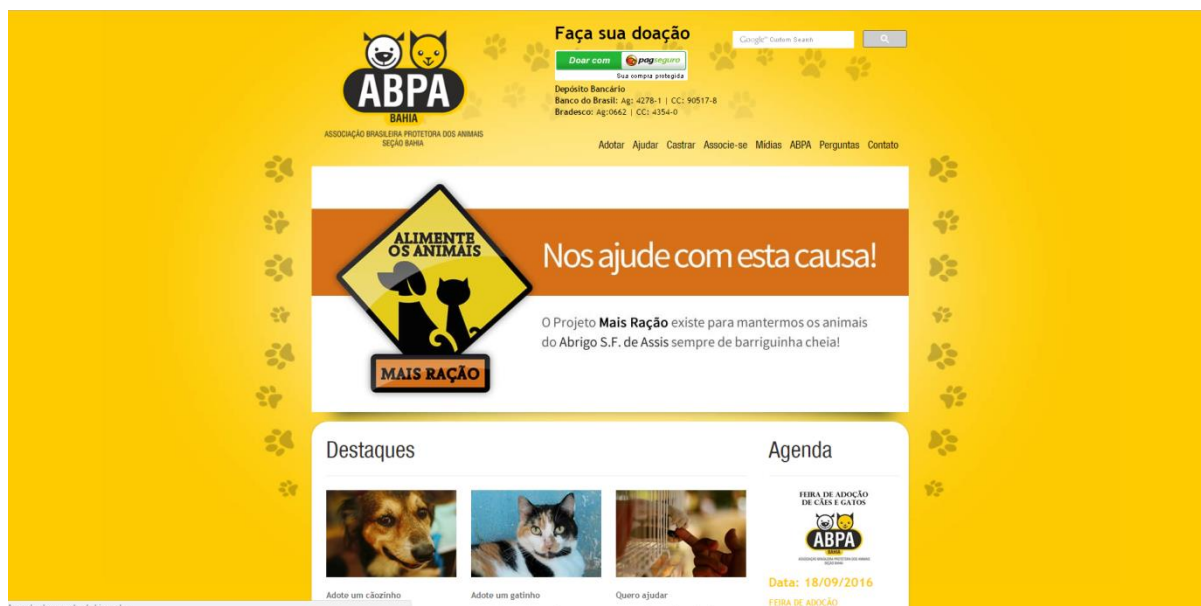
prestação de contas. O ponto positivo da acessibilidade do *site* que merece ser destacado é o fato de ser projeto em formato responsivo, ou seja, que se adapta a qualquer tamanho de tela.

Detectei problemas na acessibilidade logo na segunda vez que acessei o *site*: não consegui reencontrar conteúdos que tinha achado anteriormente. São tantas informações disponibilizadas que o menu não dá conta de remeter a cada uma delas de forma clara e direta. O fluxograma, por exemplo, está dentro de submenus, o que dificulta o acesso.

4.2.4 Analisando o *site* da Associação Brasileira Protetora dos Animais – Bahia

O segundo *site* escolhido para a análise de similares foi o da ONG Associação Brasileira Protetora de Animais. A seguir, segue o diagnóstico.

Figura 3 – Tela principal do *site* da Associação Brasileira Protetora dos Animais



Fonte: Associação Brasileira Protetora dos Animal
(<http://www.abpabahia.org.br/abpa/>).

4.2.4.1 Sobre

A ABPA/BA apresenta-se com esse trecho no próprio *site*:

A Associação Brasileira Protetora dos Animais – seção Bahia (ABPA-BA) é uma entidade sem fins lucrativos, fundada em 1939, sendo uma das pioneiras na proteção animal na Bahia.

A ABPA-BA desenvolve papel fundamental na promoção do bem-estar e proteção dos animais no Estado da Bahia. A Instituição é mantenedora do Abrigo São Francisco de Assis, que abriga cerca de 400 animais resgatados das ruas de Salvador, vítimas de maus tratos e abandono e que hoje se encontram para adoção. [...] (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA PROTETORA DOS ANIMAIS, [201-])

4.2.4.2 Design

O *layout* do *site* da instituição é a parte mais precária. As fontes escolhidas têm tamanho muito reduzido e as cores prioritárias (preto e amarelo) são extremamente contrastantes e dificultam a leitura do conteúdo.

4.2.4.3 Conteúdo

Se a AUG pecou na forma de apresentação do conteúdo exposto de forma longa e cansativa, o conteúdo do *site* da ABPA/BA exagerou na síntese das informações disponibilizadas nos textos das seções do *site*. Concordo que os textos devem ser breves para não entediar o leitor, mas mesmo condensados, a linguagem utilizada precisa persuadir o leitor.

Apesar dos textos superficiais, destaco que os programas de incentivo à ajuda são bem pensados, interessantes e convidativos.

4.2.4.4 Acessibilidade

Apesar de o *site* por completo ser bastante defasado, a acessibilidade no *site* para a doações diretas *on-line* foi bem pensada. A utilização da plataforma PagSeguro torna ainda mais direto o acesso ao meio para doações.

O *site* não é responsivo, ou seja, não se adapta a tamanhos de telas diferentes. Isso compromete a acessibilidade e leitura em *smartphones* e *tablets*.

4.3 ELABORAÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL

Ao começar a desenhar a estrutura do *website* para o Gatil Irmã Francisca, constatamos que a logomarca que estava em vigor traria complicações não só para o desenvolvimento do *site* como um todo, como também para aplicação em qualquer peça gráfica. Diante disso, elaboramos uma nova logomarca aperfeiçoando o mesmo símbolo e utilizando o mesmo logotipo, ou seja, mantendo parte do padrão gráfico da anterior, já utilizada pela ONG nas redes sociais e suas campanhas.

Figura 4 – Logomarca da organização Gatil Irmã Francisca antes e depois da atualização.



Fonte: elaborada pela autora.

A redução de cores de duas para uma (monocromática) proporcionou facilidade para adaptação para qualquer superfície e diferentes peças gráficas. Mudamos também a fonte do logotipo de serifada para cursiva, pois acreditamos ser mais atual e esteticamente mais agradável.

- Versão vertical



- Versão horizontal



- Versão em negativo



- Aplicação sobre fundo colorido



- Aplicação sobre fundo de imagem



- Padrão tipográfico

Grand Hotel

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789@#&?![]{}",;:.

Aller

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789@#&?![]{}",;:.

4.4 ESTRUTURA DO SITE E DOMÍNIO

O *site* foi desenvolvido pelo programador Caio Jhonny da Silva Pereira e idealizado por mim. Desenvolver um *site* é um processo que passa pelas etapas de criação de *layout*, programação (desenvolvimento do código) e testes. Demoramos cerca de uma semana para idealizar o *layout*, em seguida, ele foi montado e programado em cerca de cinco dias e os testes e ajustes duraram cerca de uma semana.

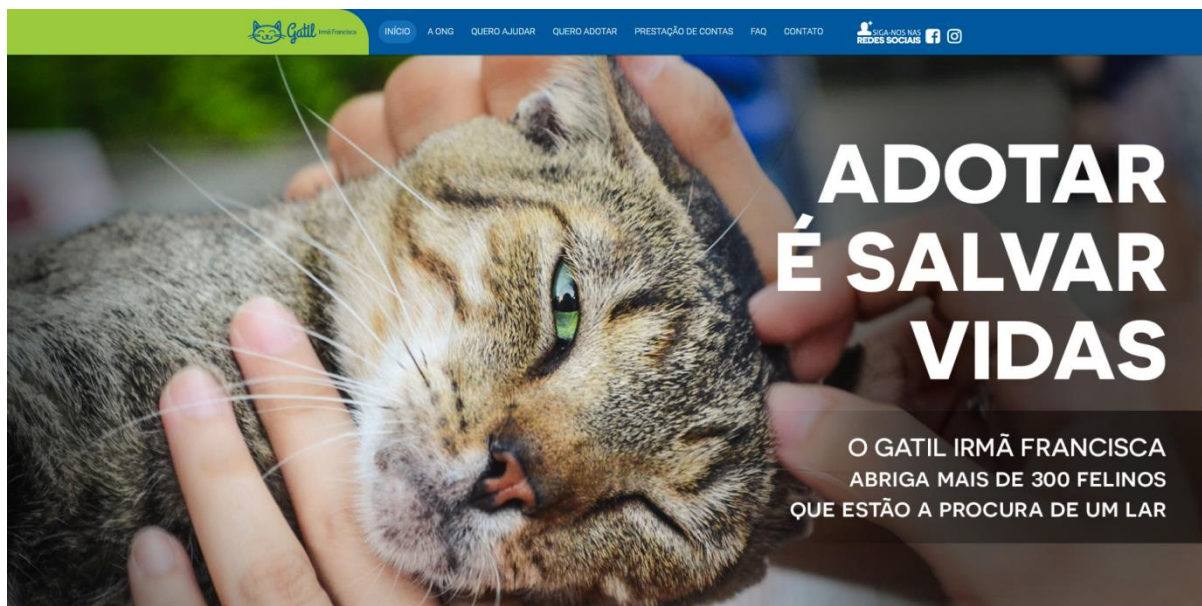
A seguir, descreverei detalhadamente o processo de criação e montagem de cada página.

O *site* é composto por uma barra de navegação fixa no topo e um rodapé. Na barra de navegação é exibido o menu por extenso com *links* para as páginas que compõem o *site*. Essa barra é fixa para acompanhar a rolagem durante a navegação, sempre disponível para orientar o visitante. Um resumo descritivo sobre a Organização, um menu secundário e os *links* para as redes sociais (Facebook e Instagram) compõem o rodapé do *site*.

4.4.1 Início

A página inicial do *site* é composta por *banners* rotatórios que se intercalam com os destaques sobre a Organização, que podem ser atualizados pelo gestor de conteúdo.

Figura 5 – Tela principal do Gatil Irmã Francisca



Fonte: Gatil Irmã Francisca (<http://gatilirmafrancisca.com.br/>).

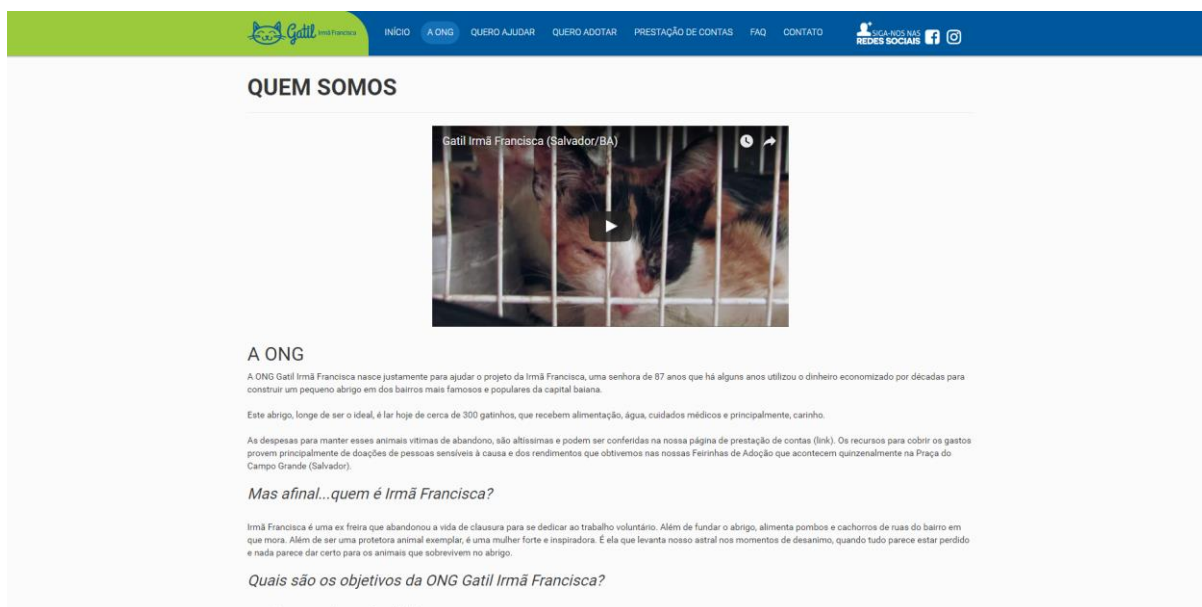
4.4.2 Seção “A ONG”

Na página chamada “A ONG” colocamos, além de um resumo sobre a Organização e seu histórico desde a fundação, uma pequena apresentação acompanhada de fotos de cada voluntário fixo do Gatil Irmã Francisca.

A estrutura de apresentação dos voluntários foi inspirada na utilizada no *siteda* empresa de vestuário Euzaria (www.euzaria.com.br). Acredito que a imagem dos voluntários aproxima o visitante da equipe e pode funcionar como estratégia de engajamento de novos voluntários, além de ser uma ação de comunicação interna, de reconhecimento e de visibilidade do voluntário.

Também compõe a página o vídeo institucional da ONG.

Figura 6 – Print da página do site “A ONG”

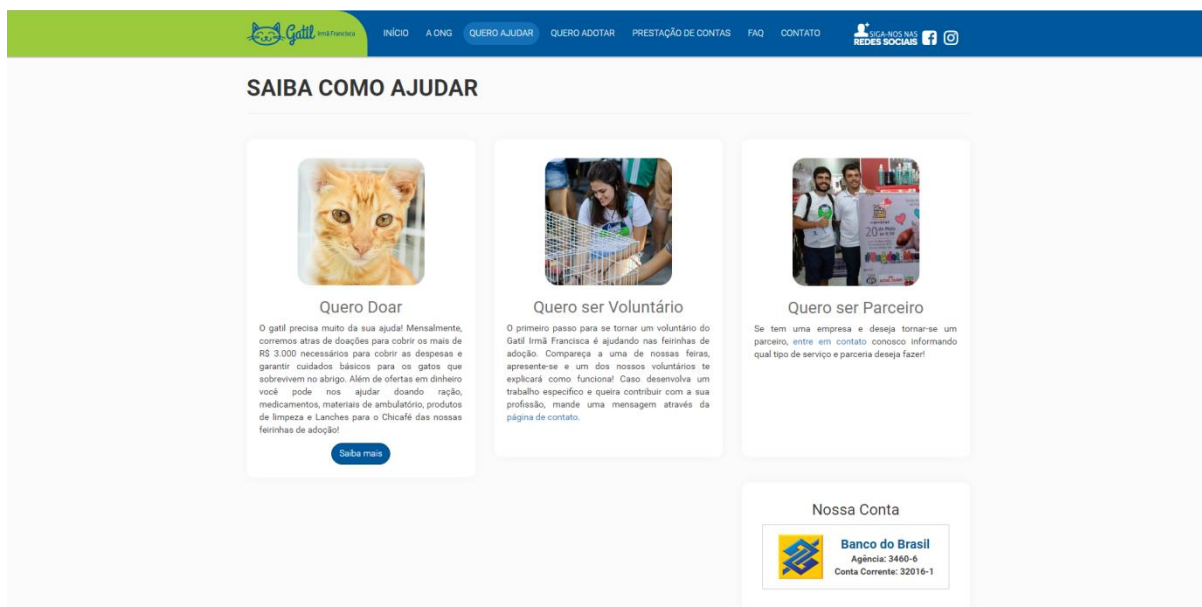


Fonte: Gatil Irmã Francisca (<http://gatilirmafrancisca.com.br/>).

4.4.3 Seção “Quero ajudar”

Existem três formas básicas para ajudar o Gatil Irmã Francisca e cada uma delas é resumida nessa página: doando, sendo um voluntário ou sendo um parceiro. As informações sobre as formas de ajuda são ilustradas por imagens do Gatil.

Figura 7 –Print da página do site “Quero Ajudar”



Fonte: Gatil Irmã Francisca (<http://gatilirmafrancisca.com.br/>).

4.4.4 Seção “Quero adotar”

Adotar é salvar vidas e é essa a ideia que tentamos transmitir nessa página. Existem algum pré-requisito para efetivar uma adoção e é aqui que essas informações são expostas. A foto que aparece nessa página foi devidamente autorizada para divulgação. A adotante assinou um termo de responsabilidade que autorizava o uso da imagem do ato da adoção para a Associação Gatil Irmã Francisca.

Figura 8 –Print da página do site “Quero Adotar”



Fonte: Gatil Irmã Francisca (<http://gatilirmafrancisca.com.br/>).

4.4.5 Seção “Parceiros”

As logomarcas com os links de cada empresa parceira do Gatil Irmã Francisca são exibidas em todas as páginas do site. Entendemos que esses parceiros também fazem parte do público estratégico da organização. Por isso, dar visibilidade a essas organizações no site é uma forma de consolidar e publicizar as parcerias e fazer do site da ONG, também, uma vitrine para as organizações que apoiam a causa animal.

Figura 9 – Print da página do site “Parceiros”.



Fonte: Gatil Irmã Francisca (<http://gatilirmafrancisca.com.br/>).

4.4.6 Seção “Prestação de contas”

Apesar de realizarmos feiras quinzenais, que são uma pequena fonte de lucro para ajudar nas despesas do abrigo, a grande parte do recurso que sustenta o Gatil Irmã Francisca provém de doações. Diante disso, achamos correto e transparente exibir a translação de dinheiro, mensalmente, de forma pública.

Figura 10 – Print da página do site “Prestação de Contas”

Receita	Tipo	Data	Valor	Anexo	Observação
Doação - CADU - 2014/04/01	Receita	12/02/2014	R\$ 50,00		
Doação - CADU - 2014/04/01	Receita	12/02/2014	R\$ 50,00		
Doação - Receitas	Receita	12/02/2014	R\$ 1.000,00		Doação entregue pelo Sr. B. Silva

Fonte: Gatil Irmã Francisca (<http://gatilirmafrancisca.com.br/>).

4.4.7 Seção “Perguntas frequentes”

Muitas pessoas mandam e-mails quase diariamente apresentando questões muito parecidas sobre o trabalho do Gatil e sobre a causa animal. Para viabilizar o trabalho de atendimento ao público e facilitar o acesso a essas informações, elaboramos uma página com respostas para perguntas frequentes.

FAQ é a sigla em inglês de Frequently Asked Questions, que significa “perguntas feitas frequentemente”.

Figura 11 –Print da página do site “FAQ”

PERGUNTAS FREQUENTES

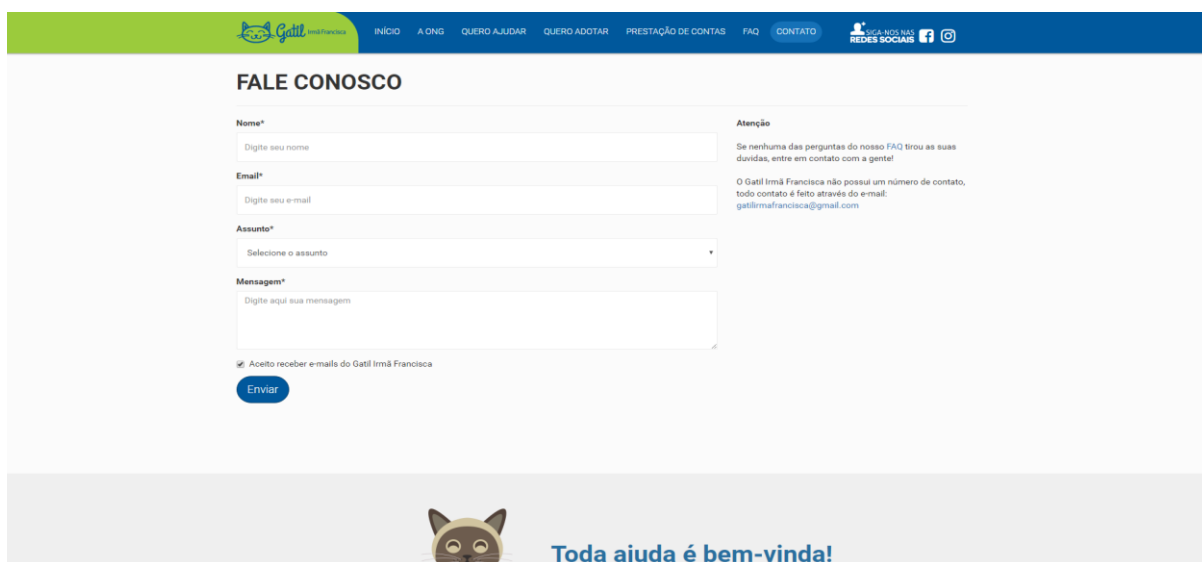
- Q que eu preciso para adotar? Paga alguma coisa?
Para adotar um gatinho do Gatil Irmã Francisca, é necessário que seu lar esteja preparado para recebê-lo. Precisamos que o adotante possa garantir que o animal não tenha acesso à rua e viva em um ambiente seguro livre de perigos. Além disso, somente pessoas maiores de 18 anos poderão se responsabilizar pela adoção. Não há taxa de adoção.
- Vocês aceitam gatos?
- Como posso ser um voluntário?
- Onde fica o gatil?
- Encontrei um gato na rua. O que posso fazer para ajudá-lo?
- Por que alguns gatos tem a ponta de uma das orelhas cortada?

Fonte: Gatil Irmã Francisca (<http://gatilirmafrancisca.com.br/>).

4.4.8 Seção “Contato”

Para facilitar o contato com o Gatil Irmã Francisca, elaboramos um formulário fácil e prático de ser preenchido. O assunto do e-mail também pode ser escolhido para simplificar a comunicação. Os temas foram escolhidos baseados nos e-mails que recebemos até o desenvolvimento do *site*, podendo ser atualizado de acordo com a demanda.

Figura 12 – Print da página do site “Contato”



O formulário de contato do site "Gatil Irmã Francisca" apresenta o seguinte layout:

- Nome***: Campo de texto com o placeholder "Digite seu nome".
- Email***: Campo de texto com o placeholder "Digite seu e-mail".
- Assunto***: Menu suspenso com o placeholder "Selecione o assunto".
- Mensagem***: Área de texto com o placeholder "Digite aqui sua mensagem".
- Atenção**: Texto informativo: "Se nenhuma das perguntas do nosso FAQ tirou as suas dúvidas, entre em contato com a gente! O Gatil Irmã Francisca não possui um número de contato, todo contato é feito através do e-mail: gatilirmafrancisca@gmail.com".
- Aceito receber e-mails do Gatil Irmã Francisca.
- Botão **Enviar**.

Na base da página, há uma imagem de uma gata e o slogan "Toda ajuda é bem-vinda!".

Fonte: Gatil Irmã Francisca (<http://gatilirmafrancisca.com.br/>).

4.4.9 Gestor de conteúdo para administradores

O gestor é a área administrativa do *site*, na qual é possível editar todo o conteúdo textual e fotos do mesmo. As únicas pessoas que têm acesso ao gestor são os voluntários que administram o *site*. Lá também é possível inserir, editar e remover usuários do gestor. Planejei o *site* para que possa ser continuado por qualquer voluntário que venha me substituir no futuro e o gestor também respeita essa ideia, posto que sua usabilidade fosse simples e clara.

4.5 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

Com base no conteúdo da análise de similares e apropriando-me da mesma linguagem que utilizamos nas redes sociais do Gatil Irmã Francisca, pois acredito

que o público seja o mesmo, elaborei textos simples e diretos para descrever e completar cada parte do *site*.

4.6 PRODUÇÃO FOTOGRÁFICA E CRIAÇÃO DO GRUPO DE VOLUNTÁRIOS FOTÓGRAFOS

As fotos que aparecem no *website* do Gatil Irmã Francisca foram produzidas por um grupo de voluntários que fundei e gerencio desde o começo.

4.6.1 A chamada

No dia 7 de julho de 2016, com a colaboração da voluntária Sissi Novaes, do grupo que ajuda o Gatil Irmã Francisca, lancei essa chamada para captar voluntários que nos ajudassem na produção fotográfica para as redes sociais e para o *website*.

Figura 13 – Print do post no facebook para a chamada de voluntários fotógrafos.



Fonte: Gatil Irmã Francisca
(<https://www.facebook.com/gatilirmafrancisca/photos/a.1512290909046365.1073741829.1495368840738572/1755131408095646/?type=3&theater>).

Muitas pessoas se voluntariaram e acabei optando por criar um grupo no aplicativo WhatsApp para me comunicar com todos coletivamente.

4.6.2 Objetivos do grupo de voluntários fotógrafos

O principal objetivo do grupo é comunicar as pautas referentes ao Gatil Irmã Francisca que precisam ter cobertura fotográfica. Além das feirinhas quinzenais, existem pautas ocasionais que divulgo no grupo e que são cobertas pela primeira pessoa que se voluntariar, sempre acompanhados por mim.

Com exceção da pauta fixa das feirinhas de adoção, as demandas para os voluntários fotógrafos variam bastante de acordo com o cotidiano do abrigo. Nas quartas-feiras, dia em que visito o Gatil regularmente, tento escalar um dos voluntários fotógrafos para me acompanhar. Caso nenhum tenha disponibilidade, listo os problemas ou vitórias do abrigo que poderiam se tornar um *post* nas redes sociais e divulgo as pautas no grupo do WhatsApp dos fotógrafos voluntários.

4.7 VÍDEO INSTITUCIONAL

- **Objetivo**

Com o objetivo de informar sobre o trabalho da ONG, além de aproximar e comover a parte interessada na realidade do Gatil Irmã Francisca, produzi um produto, em linguagem audiovisual, para retratar a vida e as condições dos animais que sobrevivem no abrigo. Esse vídeo, como mencionado anteriormente, é apresentado na seção “A ONG” do *site*.

- **Pré-produção**

Durante a etapa da pré-produção, criei um pequeno roteiro para nortear as gravações. Nele, elenquei as imagens que considero tocantes e que melhor transmitem os apuros e dificuldades no abrigo. Além disso, escrevi algumas frases para complementar as imagens que guiam durante a gravação.

- **Produção e pós-produção**

As imagens foram gravadas no abrigo com uma câmera Canon Powershot SX40.

Na pós-produção, as imagens gravadas foram montadas e editadas a partir do roteiro criado na fase da pré-produção. Nessa etapa, escolhi uma trilha sonora que contribuísse para o objetivo do produto. As imagens gravadas foram editadas pelo programador do *site* Caio Jhonny da Silva Pereira, com o programa Final Cut Pro.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sou voluntária no Gatil Irmã Francisca há mais de um ano e poder dedicar também esse tempo à elaboração de um produto para ajudar a melhorar a triste realidade que aflige o abrigo me ajudou a esclarecer o caminho que pretendo seguir no campo da Comunicação. O meu contato com a ONG coincide com a elaboração do anteprojeto deste TCC, em 2015.1. Durante os semestres 2015.2 e 2016.1, a execução da pesquisa e do produto foi realizada de modo articulado ao meu trabalho enquanto voluntária. Isso explica porque, neste Memorial, também são relatadas outras ações por mim realizadas no âmbito do Gatil Irmã Francisca que, sem dúvida, ajudaram a amadurecer o olhar sobre o objeto.

O Gatil Irmã Francisca é um dos abrigos mais carentes de Salvador e eu não poderia ter escolhido outra instituição para destinar a ocasião preciosa que foi poder mergulhar por meses em um produto, orientada por uma professora competente que me acompanhou com atenção durante todo o processo. Acredito de verdade que o *site* que projetei e elaborei com dedicação, tendo o suporte técnico do programador Caio Pereira, proporcionou maior organização e clareza na presença virtual da ONG, além de assegurar seriedade e independência na divulgação de informações sobre a mesma.

Os valores e princípios, além dos deveres enquanto associação de conscientização da proteção animal foram inspiradores para desenvolver todas as partes do meu produto final, tanto na parte textual quanto estrutural. Além disso, os referenciais teóricos orientados pela professora Juliana Gutmann me nortearam durante a contextualização e elaboração do memorial que acompanha o produto final.

Concluo este trabalho e com ele finalizo um percurso de quatro anos de graduação em Produção Cultural, mas é com ele também que começo um novo caminho de dedicação à causa animal que muito me toca e sensibiliza.

REFERÊNCIAS

AJUDAR os usuários a encontrar páginas compatíveis com dispositivos móveis. *Blog Central para Webmasters*. [S.l.], 18 nov. 2014. Disponível em: <<http://googlewebmaster-pt.blogspot.com.br/2014/11/como-ajudar-os-usuarios-a-encontrar-paginas-compativeis-com-dispositivos-moveis.html>>. Acesso em: 30 jul. 2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA PROTETORA DOS ANIMAIS. *ABPA*. Salvador, [201-]. Disponível em: <<http://www.abpabahia.org.br/abpa/>>. Acesso em: 14 jul. 2016.

AUDISIO, A. Libere o terreno para continuar a obra para os gatos do Gatil Irmã Francisca. *Change.org*. Salvador, 2015. Disponível em: <<https://www.change.org/p/assine-agora-pela-libera%C3%A7%C3%A3o-do-terreno-para-os-gatos>>. Acesso em: 29 jul. 2016.

BARICHELO, E.; STASIAK, D. WebRP: as estratégias de comunicação de cada tempo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31., 2008, Natal. *Anais...* Natal: Intercom, 2008. p. 1-15.

BRASIL. Decreto-lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940. Código Penal. *Diário Oficial da União*, Rio de Janeiro, 31 dez. 1940. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/topicos/10618135/artigo-164-do-decreto-lei-n-2848-de-07-de-dezembro-de-1940>>. Acesso em: 22 ago. 2016

CÂMARA, C. Advocacy e lobbying. *Revista Eletrônica Portas*, [S.l.], v.4, n. 4, p. 5-9, jun. 2014.

CASTELLS, M. *A galáxia da internet*: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Tradução de Maria Luiz X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CASTILLO, A. Novos cenários de participação política: análise das estratégias de comunicação dos grupos de pressão (lobbies). *Revista Organicom*, São Paulo, ano 8, n. 14, p. 64-86, 2011.

CONCEIÇÃO, T. S. S. *Marcas, modas e redes sociais*: uma análise de conteúdo da atuação da Farm e seus seguidores no Instagram. 2016. 85 f. Trabalho Conclusão

de Curso (Especialização) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016.

GATIL IRMÃ FRANCISCA. Salvador. [201-]. Disponível em:<<http://gatilirmafrancisca.com.br/>>. Acesso em: 19 jul. 2016.

GRUNIG, J. E.; FERRARI, M. A.; FRANÇA, F. . Relações públicas: teorias, contextos e relacionamentos. São Caetano do Sul: Difusão, 2009. Resenha de: MARCONDES, M. M.N. Os eixos administrativo, mercadológico e político das relações publicas. *Revista Organicom*, São Paulo, n. 10-11, p. 250-253, 2009.

GUTMANN, J. F. Sobre performance e historicidade: uma abordagem estética e cultural da MTV Brasil. *Revista e-compos*, Brasília, DF, v.18, n. 2, maio/ago. 2015. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/1175/835>> Acesso em: 29 ago. 2016.

FRANÇA, F. FERRARI, M. A. Pode a comunicação organizacional ser considerada uma atividade de lobby. *Revista Organicom*, São Paulo, v. 8, n. 14, p. 87-104, 2011.

FORMIGA SOBRINHO, A. B. O lobby como estratégia criativa de oposição. *Revista Organicom*, São Paulo, ano 8, n. 14, p. 105-117, 2011.

KRUG, S. *Não me faça pensar: uma abordagem de bom senso à usabilidade na Web*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2008.

KUNSCH, M. Comunicação Organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual. *Revista Matrizes*, São Paulo, v. 85, n.2, jul./dez. 2014. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/90446/93218>>. Acesso em: 19 set. 2016.

LIMA, R. Salvador tem mais de 100 mil cães morando nas ruas. *Tribuna da Bahia*, Salvador, 27 ago 2015. Disponível em: <<http://www.tribunadabahia.com.br/2015/08/27/salvador-tem-mais-de-100-mil-caes-vivendo-nas-ruas>>. Acesso em: 29 jul. 2016.

LUBISCO, N. M. L.; VIEIRA, S. C. *Manual de estilo acadêmico: trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses*. 5. ed. Salvador : EDUFBA, 2013.

(O) MOVIMENTO. *Euzaria*, Salvador, c2016. Disponível em: <<http://www.euzaria.com.br/euzaria/>>. Acesso em: 5 jul 2016.

MULLER, R.; PEREIRA, M. Abandonados à própria sorte: um webdocumentario sobre proteção animal em Salvador. 2012. 59 f. Memorial do Projeto Experimental(Bacharel em Comunicação)– Faculdade Social da Bahia, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012.

PESQUISA mostra dados da internet no Brasil em 2015. *E Commerce Brasil*. [S.l.], 20 fev. 2015. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/pesquisa-mostra-dados-da-internet-no-brasil-em-2015/>>. Acesso em: 30 jul. 2016.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO. Terceiro setor: uma breve abordagem. Rio de Janeiro, [20--]. Disponível em: <http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/18272/18272_3.PDF>. Acesso em: 18 ago. 2016.

PRALON, W. OLIVEIRA, C. Lobby: instrumento democrático de representação de interesses? *Revista Organicom*, São Paulo, ano 8, n.14, p. 118-128, 2011

QUEM somos. *Adote um Gatinho*. [São Paulo], [201-]. Disponível em: <<http://www.adoteumgatinho.com.br/>>. Acesso em: 15 jul. 2016

RIBEIRO, G. Google muda sistema de buscas; um em cada três sites não é 'mobile'. *TechTudo*, [S.l.], 22 abr 2015. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/04/google-altera-resultados-das-buscas-no-celular-entenda-o-que-muda.html>>. Acesso em: 30 jul. 2016.

SIMÕES, H. Internet chega pela 1ª vez a mais de 50% das casas no Brasil, mostra IBGE. *G1*, [Rio de Janeiro], 6 abr. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/04/internet-chega-pela-1-vez-mais-de-50-das-casas-no-brasil-mostra-ibge.html>>. Acesso em: 30 jul. 2016.

TOYOTA, F. Centros de Zoonoses: você sabe como funciona? *CachorroGato*, [S.l.], [201-]. Disponível em: <<http://www.cachorroGato.com.br/cachorros/centro-zoonoses/>>. Acesso em: 30 jul 2016

VEIGA, S. M.; RECH, D. *Associações: como constituir sociedades sem fins lucrativos* Rio de Janeiro: DP&A, 2001.