



Assessoria de Comunicação para a Associação dos Amigos e Protetores dos Animais - AAPA¹

Fábio Fernandes²

Ângela Martins³

Angélica Wendland⁴

Monica Flores⁵

Marcela Guimarães e Silva⁶

Universidade de Cruz Alta – UNICRUZ, RS

Resumo

Este *paper* foi estruturado com o intuito de descrever o processo de Assessoria na área de Relações Públicas e Comunicação para a Associação dos Amigos e Protetores dos Animais (AAPA), entidade sem fins lucrativos que se orienta na proteção, assistência e defesa dos animais, abandonados ou não, na cidade de Cruz Alta, Rio Grande do Sul. Este trabalho foi desenvolvido pelos acadêmicos do 6º Período de relações públicas da Universidade de Cruz Alta, como forma de avaliação estruturada e acompanhada na disciplina de Comunicação e Responsabilidade Social.

Palavras-chave: Responsabilidade Social; Relacionamento; Planejamento Estratégico; Conscientização.

1. Introdução

Assessoria de Relações Públicas para a Associação dos Amigos e Protetores dos Animais foi realizado por nove acadêmicos de relações públicas e um acadêmico de jornalismo do curso de comunicação social da UNICRUZ, sob a orientação da professora Marcela Guimarães e Silva, na disciplina de Comunicação e Responsabilidade Social. A estruturação deste trabalho foi utilizada como avaliação final da disciplina, sendo

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom, na categoria IV Relações Públicas, modalidade F, Projeto de Assessoria de Comunicação para o Terceiro Setor, representante da Região Sul.

² Aluno líder e acadêmico do 7º Período de Relações Públicas da Universidade de Cruz Alta: fabiowtga@hotmail.com: Os demais alunos que participaram do presente trabalho são: Aniele dos Santos, Luciane Alves, Janaina da Maia, Aline Goularte, Patricia Fensterseifer, (Relações Públicas) e Luana Elicker (Jornalismo).

³ Acadêmica do 7º período de Relações Públicas, UNICRUZ: ammartins20@hotmail.com

⁴ Acadêmica do 7º período de Relações Públicas, UNICRUZ: angelica_tw@hotmail.com

⁵ Acadêmica do 7º período de Relações Públicas, UNICRUZ: moni086@yahoo.com.br

⁶ Orientadora do trabalho. Professora Mestre do Curso de Comunicação Social da UNICRUZ: rpmarcela@gmail.com



organizado e desenvolvido durante todo o semestre, com maior intensidade nas ações práticas entre setembro a dezembro de 2009, aliado a um intensivo embasamento teórico sobre responsabilidade social, desenvolvimento do terceiro setor e os benefícios das ações de comunicação, em especial as relações públicas para sua efetivação nas empresas e ou na sociedade. O desafio então foi orientar as atividades propostas pela disciplina, podendo ser executada de maneira prática em alguma instituição do município, público, privado ou organização não-governamental, para serem implantadas as técnicas aprendidas. Optou-se então pela Associação dos Amigos e Protetores dos Animais, por se tratar de uma pequena associação formada por voluntários que prezam pela vida dos animais no município de Cruz Alta, organização esta com grandes dificuldades, principalmente tratando-se de relacionamentos com seus públicos de interesse e obtenção de parcerias e recursos para desenvolverem suas atividades.

A Associação dos Amigos e Protetores dos Animais de Cruz Alta (AAPA) nasceu da iniciativa de um grupo de amigos, preocupados com o significativo aumento de animais abandonados, assim como os registros absurdos de maus tratos aos animais, domésticos e silvestres. Estas práticas, aliadas ao descaso do poder público e da própria comunidade, foram o estopim para sua fundação, ocorrida em 20 de setembro de 2003. Os integrantes que já realizavam atividades de assistência e proteção de animais abandonados em Cruz Alta se uniram para mudar a realidade do local. Sua primeira mobilização partiu de manifestações contra a elaboração de um serviço de extermínio de animais abandonados, que ao invés de recolher, tratar e disponibilizar os animais para adoção ou acolhe-los em um espaço digno e com infra-estrutura adequada para sua sobrevivência, daria fim a vida de dezenas de animais inocentes.

Atualmente a AAPA possui 30 membros voluntários, que compõem a diretoria da associação, atendem aos animais, assim como acompanhamento e acolhimento dos mesmos. A AAPA possui duas casas de passagem para abrigar os animais recolhidos e em tratamento, disponibilizadas e mantidas por parceiros e colaboradores da entidade, abrigando mais de 150 animais, entre cães e gatos, principais alvos de abandono e maus tratos. Estes animais permanecem nestes ambientes até estarem totalmente recuperados, e reabilitados para convívio doméstico, recebendo tratamento médico-veterinário, estético entre outros. Restabelecidos, os animais são encaminhados para adoção ou lares provisórios, que muitas vezes acabam se tornando permanentes.



Definida a entidade que receberia o auxílio, foram organizadas pesquisas junto à entidade, conhecendo sua infra-estrutura, membros diretivos, colaboradores e parceiros, para assim poder ser formulado um diagnóstico institucional, a fim de planejar a organização da assessoria com base em técnicas de relações públicas orientadas para a comunicação com o terceiro setor. As informações obtidas na diagnose da AAPA foram segmentadas e deram vida ao *corpus* do estudo e planejamento da assessoria, sua conclusão efetivou-se na apresentação aos responsáveis pela entidade, com sua aprovação, encaminhou-se a fase de execução das propostas e implantação das mudanças, com total apoio dos membros da AAPA.

2. Objetivos

2.1 Objetivo Geral

Oferecer suporte organizacional para AAPA, aliado aos processos de comunicação, reestruturando e desenvolvendo a entidade e suas atividades.

2.2 Objetivos Específicos

→ Reorganizar a estrutura administrativa da AAPA, oferecendo subsídios para melhoramentos nas áreas de comunicação, financeiro, político e social.

→ Desenvolver o relacionamento da AAPA com seus públicos de interesse.

→ Construir junto à entidade novas estratégias para a conscientização da sociedade quanto ao direito dos animais e os deveres da população para com os mesmos, e dos sérios problemas que os animais em estado de abandono parcial ou total representam à saúde pública.

→ Buscar novas parcerias com o poder público, privado e comunidade em geral, na conquista de melhoramentos nos serviços já oferecidos pela AAPA e também à obtenção de novos, incentivando também a busca por novos voluntários.

3. Justificativa

Durante o processo de escolha da entidade a qual seria submetida a trabalhos eficazes de relações públicas e responsabilidade social, observou-se a falta de investimentos e negligência por parte de toda a sociedade para um assunto muito comentado, mas com



pouca eficácia de ações de preservação, atendimento e legislações mais atentas aos direitos dos animais. Atentos a essas deficiências, que também ocorrem em Cruz Alta, visto que existe uma entidade conhecida, mas pouco explorada, que preza pela conscientização social para uma realidade cruel, com alto índice de animais abandonados e soltos nas ruas, que acaba por trazer transtornos à população que pouco contribui para diminuição destes, e de modo mais importante o maltrato destes animais com escoriações, mutilações e extermínio, por pura diversão, buscando solução ou até mesmo por ignorância cultural e humana, resolvemos por contribuir com a AAPA, na tentativa de mudar ou pelo menos minimizar as diversas atividades desumanas para uma classe que não sabe se defender e que possui poucos para falarem em seus nomes.

4. Métodos e Técnicas Utilizadas

Assessoria de Relações Públicas para a Associação dos Amigos e Protetores dos Animais tornou-se possível seguindo as respectivas orientações:

1 – Referencial Teórico e discussões sobre os conceitos base para a construção de ações de responsabilidade social nas organizações, aliada a conceitos de filantropia, marketing social e o papel das relações públicas como agente mobilizador das transformações organizacionais, e neste caso do segmento social. Este período (agosto de 2009) compreendeu também os critérios para a seleção do objeto de estudo da disciplina, e a escolha propriamente dita da entidade que receberia o processo de assessoria de relações públicas.

2 – Estudos de campo com pesquisas e análises da estrutura da AAPA, seus dirigentes e colaboradores, além dos serviços oferecidos e conhecimento dos animais que recebem seus serviços, assim como as atividades desenvolvidas junto à comunidade, resultaram no diagnóstico institucional (primeira quinzena de setembro). A construção do planejamento da Assessoria ocorreu na segunda quinzena de setembro, com encontros periódicos entre os responsáveis pela ação, e participação efetiva dos diretores da AAPA, que conheceram todas as propostas e também o que fora diagnosticado em uma apresentação no dia 25 de setembro, resultando na efetividade da implantação da Assessoria para a entidade.

3 – Em outubro deram-se seqüência a execução das propostas do planejamento global da Assessoria, observando as constantes mudanças sociais no período, com participação efetiva de todos os envolvidos no processo, reestruturando toda entidade,



interna e externamente, com foco no bem estar dos animais e na conscientização da sociedade.

4 – Avaliação de todo o processo, alocando todos os relatórios construídos desde a diagnose até a execução das atividades, resultando em um relatório final com todas as informações da assessoria, que fora entregue à Vice-Reitoria de Ensino, a Coordenação do Curso de Comunicação Social, e também à AAPA.

5. Descrição do Produto ou Processo

A Assessoria de Relações Públicas para a AAPA constitui-se de ações internas e externas, deste modo atendendo as necessidades administrativas, de comunicação e de conscientização social, o que compreende todos os objetivos do planejamento global da assessoria. Para sua realização os acadêmicos foram divididos em grupos, responsáveis pela execução das ações para cada necessidade acima citada.

As necessidades da AAPA foram alocadas da seguinte maneira para a efetivação das ações correspondentes:

1 - Organização Administrativa e Social

Esta fase é desenvolvida a fim de reestruturar a organização interna da AAPA, alocando seus recursos humanos e materiais. A entidade não possuía estrutura administrativa definida, o que desencadeava problemas de relacionamento e distribuição de serviços, sobrecarga de funções, má distribuição de recursos, resultados negativos para as ações desenvolvidas e vida curta de voluntários e parceiros da AAPA em função do desgaste físico e emocional.

Desenvolveram-se a redistribuição de cargos e funções, normas mais claras para a formação de equipes diretivas, com base em normas e políticas de relacionamento e desenvolvimento de funções juridicamente organizadas, além da apreciação de sua missão, visão e valores.

Os membros efetivos da AAPA, assim como seus principais colaboradores participaram de diversos treinamentos oferecidos pelos acadêmicos, no intuito de aperfeiçoar suas atividades e melhorar o funcionamento da entidade. Os principais temas abordados foram: Gestão Administrativa e de Pessoas; Desenvolvimento de Organizações Filantrópicas e não-governamentais; Relacionamento com Públicos de Interesse.



2 - Comunicação Organizacional

Esta fase se fundamentou nas diversas perspectivas da comunicação organizacional e das relações públicas, elementos fundamentais usados na elaboração do planejamento global desta assessoria, objetivando a formação de uma imagem mais sólida junto à comunidade, através de políticas de comunicação bem definidas.

Junto aos membros e principais colaboradores da AAPA, elaboraram-se normas para a transmissão de informações, construção de diálogos e relacionamentos com seus públicos de interesse, o que resultou em uma postura organizacional adotada por todos. Foram desenvolvidas ações de valorização e motivação para seus membros e colaboradores, renovando assim, diariamente, os sentidos para suas ações.

Foram prescritos encontros periódicos entre o grupo para conversarem sobre as atividades da entidade, dificuldades encontradas, fragilidades físicas e emocionais ocasionadas pela execução do trabalho, fatores positivos e principalmente a troca de experiências. O serviço social resulta em grandes desgastes físicos e psicológicos, assim como a diminuição sistêmica de voluntários e parceiros neste segmento, estas reuniões informais (comunicação dirigida aproximativa oral) oferecem suporte para a realização das atividades, sempre ressaltando a existência de um grupo, com maior respaldo, e na premissa que juntos somos mais fortes.

A comunicação externa iniciou-se com o melhoramento dos elementos que compunham a identidade visual da AAPA. Aperfeiçoou-se a marca AAPA, normatizando sua aplicação em documentos, peças gráficas, entre outras. Desenvolveu-se uma pauta de notícias e informações a serem veiculadas na mídia local, a qual a AAPA tem diversas parcerias, observando elementos de sazonalidade, acontecimentos com grande valor jornalístico, realizações e conquistas da entidade, assim como firmamentos de parcerias. Estes elementos norteiam a manutenção da imagem da entidade, sem desgastar seu nome e respeitando os valores da noticiabilidade.

Foi proposta a criação de materiais que contemplam a comunicação dirigida aproximativa escrita para atender a públicos mais segmentados, como as comunidades com maiores problemas de maus tratos e abandono de animais, assim como saúde e higiene pessoal e ambiental, pessoas que utilizam animais para subsidiarem alguma atividade profissional (carroceiros, peões entre outros), empresas públicas e privadas, escolas e universidades. Estas peças prezaram pela conscientização da população, orientando e dando suporte para a melhoria de sua qualidade de vida e de seus animais, assim como a utilização dos mesmos da maneira mais humana possível quando se trata de carroceiros e peões.



Elaboraram-se duas campanhas de relações públicas, a fim de contemplar anseios antigos da entidade, buscando a conscientização e apoio para a AAPA, utilizando técnicas e conceitos de comunicação organizacional. São eles:

■ Programa: **Conscientização é Tudo!**

Este programa teve como objetivo principal conscientizar as pessoas sobre os direitos dos animais, os benefícios de políticas de controle de procriação e saúde do animal, assistência para animais abandonados, organização de grupos de fiscalização e orientação dentro das comunidades assistidas pela AAPA. O programa “Conscientização é tudo” para ser efetivado, utiliza-se de quatro campanhas de relações públicas:

→ Campanha: **Não seja um Proprietário, seja um Protetor**, realizado através de publicações na mídia local, aliado à palestras em escolas e universidades de Cruz Alta, com o objetivo de apresentar as pessoas os direitos dos animais, seus sentimentos e necessidades. As pessoas precisam entender que os animais não são objetos que hoje “eu consumo e amanhã descarto”, mas sim seres vivos, que precisam de proteção, carinho e uma vida digna, assim como os seres humanos.

→ Campanha: **Saúde e Bem Estar dos Animais**, apresenta os problemas e doenças desencadeadas por animais em estado de abandono parcial ou total, como a cinomose, parvovirose, raiva canina, infestação de pulgas e carrapatos, proliferação de sarna entre outros. Esta campanha também efetiva trabalhos educativos, acerca das noções básicas de higiene e limpeza às famílias, as quais devem cultivar em seus lares, mostrando-lhes e fazendo-as perceber que através da higiene pessoal e doméstica é possível evitar doenças comuns que atingem principalmente as crianças e, estando o ambiente limpo e higienizado, seus animais de estimação também estarão protegidos de doenças que comumente ocorrem por residirem em ambientes desprovidos de adequada limpeza. Esta campanha é divulgada junto às comunidades assistidas pela AAPA, e com veiculações de informações nas mídias locais.

→ Campanha: **Esterilizar para Não Matar**, inserido no projeto **Vida**, idealizado pela médica veterinária Marlene Nascimento, esta campanha auxilia na divulgação de informações para a conscientização das pessoas sobre a importância da castração de seus animais, seu principal objetivo é esterilizar animais que integram as famílias baixa renda, animais de rua, ou de pessoas que têm uma superpopulação de cães e/ou gatos. Sua eficácia e caracterizada através de encontros com as comunidades com maior incidência do



problema, utilizando os veículos de comunicação da cidade e encontros com líderes comunitários e responsáveis pela saúde pública.

→ Campanha: **Carroceiro Legal**, este tipo de atividade já é desenvolvida em diversas regiões do Brasil, e preza pela conscientização dos carroceiros para o bem estar e valorização de seus equinos, como membro de sua família, principalmente por ser ele um dos principais provedores de sua subsistência. A AAPA, em um primeiro momento, realiza encontros com carroceiros de Cruz Alta para averiguação da situação destes animais, e o encaminhamento do mesmo para atendimento especializado caso necessário. Alguns receberam tratamentos para enfermidades simples, vermifugação e vacinação. Seus “proprietários” ainda receberam informações que orienta o bem-estar do animal, o que resulta também em saúde e bem estar para sua família.

Há a perspectiva de desenvolver esta ação em parceria com o poder público, criando um departamento responsável por fiscalizar e registrar estas carroças e seus animais, a fim de acabar com os abusos a estes equinos e também melhorar sua segurança no transporte e trânsito.

■ Programa: **Precisamos de sua Ajuda.**

Este programa busca subsídios para a sobrevivência da AAPA, suas atividades e principalmente quanto ao destino de centenas de animais alojados nas casas de passagem da entidade. Para isso elaboraram-se três campanhas de relações públicas a fim de obter resultados mais eficazes em curto prazo.

→ Campanha: **Deposite aqui suas Notinhas**, realizado na Universidade de Cruz Alta, esta campanha tem por objetivo arrecadar notas fiscais, que dentro do programa A Nota é Minha do governo do Rio Grande do Sul, disponibiliza premiações aos participantes de acordo com sua arrecadação. Para sua efetivação foram distribuídos pontos de arrecadação nos Centros de Ensino da Unicruz, além de entregar materiais informativos aos acadêmicos, informando sobre a AAPA e a campanha. Os resultados com esta ação foram muito positivos, desencadeando uma parceria efetiva entre a AAPA e a Reitoria da universidade, o que tornou a Unicruz como um dos principais focos de arrecadação de notas à AAPA no município.

→ Campanha: **Seja você um Amigo e Protetor dos Animais**, busca através de publicações midiáticas, e encontros com o setor privado, público e agremiações, angariar novos voluntários e também subsídios como: ração, medicamentos, produtos de higiene e limpeza, entre outros. Isto é possível graças a materiais informativos, entregues



pessoalmente ou via digital (ações de marketing viral⁷), além da confecção de um audiovisual apresentando a AAPA e suas atividades, um dos grandes responsáveis pelas novas parcerias da entidade. A Assessoria desenvolveu, junto à construção da identidade visual da AAPA, materiais personalizados para serem comercializados, divulgando a entidade e obtendo recursos financeiros, subsidiando assim suas ações. As peças: Camisetas, lenços, canecas, agendas, bonés, canetas e chaveiros, integram a proposta de criação de uma grife da AAPA, o que está sob avaliação, com previsão de realização no segundo semestre de 2010, sob a coordenação e efetivação da diretoria da entidade.

→ Campanha: **Adotar e tudo de bom. Abrace essa Causa!** Uma das principais ações da AAPA, esta campanha reforça a conscientização da população para a importância da adoção. Intensificou-se a realização de feiras e encontros destinados a criar espaços propícios a adoção destes animais acolhidos pela AAPA. Entre as diversas ações, podem-se caracterizar as visitas nas escolas, veiculação de matérias referente ao assunto, participação de eventos municipais e regionais, como feiras e exposições, além de movimentações em espaços estratégicos da cidade. Esta fase da assessoria foi responsável pela adoção de mais de 80 cachorros e gatos, entre novembro e dezembro de 2009. É importante ressaltar a participação do curso de medicina veterinária, na realização destas feiras e atendimentos a estes animais, através do hospital Veterinário da Unicruz.

Considerações Finais

O desenvolvimento das atividades descritas foi segmentado de acordo com as necessidades apresentada pela AAPA, através da diagnose institucional. Essas informações nortearam a criação das estratégias e plano de ação. A assessoria executada durante todo o segundo semestre de 2009, possibilitou a efetivação das campanhas realizadas na época, sendo estruturadas e coordenadas pela entidade e com apoio de entidades e membros da comunidade. Atualmente a AAPA dispõe de uma voluntária, lotada na Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente de Cruz Alta, que realiza a mediação entre a entidade e o poder público, proporcionando a abertura de novas parcerias, através da legitimidade de suas ações. A Universidade de Cruz Alta, o Hospital Veterinário da UNICRUZ, a Rede de Supermercados Linassi, a Cruz Alto Veículos, além de vários profissionais liberais, e *Pet Shops* da cidade, efetivaram também seu apoio a AAPA, doando seu tempo, seus serviços e subsídios materiais e financeiros.

⁷ Referem-se a técnicas de marketing que tentam explorar redes sociais virtuais pré-existentes para produzir aumentos exponenciais em conhecimento de marca, com processos similares à extensão de uma epidemia.



Estes parceiros caracterizam a importância da abertura da entidade, através dos processos de comunicação desenvolvidos, como um dos principais motivos para sua efetivação. Consideram esta mudança no comportamento organizacional da AAPA, ponto fundamental para a apresentação da entidade junto à comunidade, legitimando sua existência e idoneidade nas ações desenvolvidas, assim como também as ações que a mesma desenvolve. No passado a comunidade cruz-altense desconhecia a AAPA, ou não acreditava na mesma, no entanto, nos últimos meses conheceram melhor e verificaram os inúmeros feitos da AAPA e sua importância para Cruz Alta.

Estes elementos, junto à realização de todo esse processo descrito, possibilita afirmar que a realização desta assessoria de relações públicas para a AAPA, foi à responsável por apresentar uma realidade peculiar, que afeta diretamente a toda a sociedade, e que por pura falta de consciência é negligenciada por ela. Este trabalho proporcionou inúmeras experiências profissionais, que a academia não oferece aos estudantes, e que, no entanto só foi possível graças à ementa criada para a disciplina de Comunicação e Responsabilidade Social, que, após muito estudo e empenho de seu responsável, previu a realização de algo similar, representando aos acadêmicos envolvidos no processo, muita satisfação na obtenção de conhecimento teórico/prático e na verificação de resultados positivos, demonstrando a importância desta ação para a mudança de um segmento e seu desenvolvimento.

Ressalta-se, portanto, a necessidade de políticas mais eficazes de responsabilidade social, e não somente nas instâncias empresariais e governamentais, mas para cada ser humano, para que de fato nossa sociedade seja mais justa e digna, para que todos vivam em comunhão com a natureza, os animais e com o próprio homem.

Referências

KOTLER, Philip. **Marketing para Organizações que não visam o Lucro**. São Paulo: Editora Atlas, 1989.

KUNSCH, Waldemar; KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Relações Públicas Comunitárias: A comunicação numa perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. São Caetano do Sul, SP: Editora Difusão 2008.