



UNISUL

UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA

CLAUDIANY WAGNER SCHUTZ

**WEBSÉRIE: CASTRAÇÃO ANIMAL COMO INCENTIVO AO CONTROLE
POPULACIONAL DE CÃES E GATOS**

Informação para realização do procedimento por meio do projeto Ecopet

PALHOÇA

2018

CLAUDIANY WAGNER SCHUTZ

**WEBSÉRIE: CASTRAÇÃO ANIMAL COMO INCENTIVO AO CONTROLE
POPULACIONAL DE CÃES E GATOS**

Informação para realização do procedimento por meio do projeto Ecopet

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Jornalismo da Universidade do Sul de Santa
Catarina como requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof.^a Daniela Germann. Ms.

PALHOÇA

2018

1 INTRODUÇÃO

A superpopulação de animais de rua é um problema presente em todo lugar. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), no Brasil existem mais de trinta milhões de animais abandonados, sendo vinte milhões de cães e dez milhões de gatos. Por essa razão a castração é uma possibilidade efetiva e um primeiro passo no controle populacional de animais em situação precária ou de abandono.

A proposta aqui apresentada tem por objetivo ampliar o conhecimento e fornecer informação sobre a importância da castração animal, assim como gerar maior visibilidade a um projeto que luta pela causa, o projeto Ecopet. O programa social tem como finalidade ajudar cães e gatos através de arrecadação de tampinhas plásticas. O valor obtido na venda desse material é revertido em castração de animais em situação de abandono ou pertencentes a famílias carentes nas regiões da Grande Florianópolis. Além disso, o programa também possui uma vertente ambiental, auxiliando na conscientização da coleta de resíduos recicláveis, as tampinhas.

Com o intuito de despertar o interesse das pessoas para a temática, além de trazer maior visibilidade ao Projeto, foi produzida uma *websérie* com pequenos vídeos. Essa divulgação tem o objetivo de fortalecer e gerar informação para a causa, propagando à comunidade a importância e as possibilidades proporcionadas em decorrência da castração.

Tendo em vista que atualmente gerar conteúdo no ambiente digital é uma forma de comunicação eficiente e direta, pretende-se divulgar essa série de vídeos nas mídias sociais do próprio Projeto Ecopet. Além das ações *online*, os audiovisuais serão disponibilizados aos voluntários e em pontos de coleta das tampinhas como estímulo à divulgação do material no ambiente *offline*, promovendo a propagação dos vídeos nas duas circunstâncias.

Convém destacar que o interesse pelo estudo deu-se por meio da identificação que disponho com a causa - castração animal - e a afinidade que possuo com os animais. É importante ressaltar que a escolha do tema é também decorrente pelo conhecimento do Projeto Ecopet, do qual faço parte desde o início de 2018, como doadora dos resíduos recicláveis.

1.1 CASTRAÇÃO ANIMAL

Diariamente, dezenas de cães e gatos são sacrificados e milhares vivem em situação de rua. Esses que vivem na rua causam e sofrem acidentes, multiplicam-se, transmitem doenças, entre muitos outros problemas. De acordo com o estudo retrospectivo da esterilização em animais “[...] a castração animal tem sido descrita como a principal intervenção de controle populacional de cães e gatos nos municípios, pois atua diretamente na taxa de natalidade animal” (CARVALHO, 2007, p.46). O método é uma das formas mais eficazes para o controle populacional.

A castração surge como alternativa eficiente e de baixo custo para a contenção de novos animais em situação de abandono. Segundo a DIBEA, Diretoria de Bem-Estar Animal, não existem levantamentos oficiais que possam contabilizar a quantidade de animais de rua, mas estima-se que somente em Florianópolis exista uma população de 15 mil cães e gatos abandonados, portanto, sem cuidados básicos e possivelmente sem controle de saúde. Devido a esse número excessivo de animais é que se pretende gerar informação sobre a importância da castração animal.

1.2 PROJETO ECOPET

O Projeto Ecopet é uma entidade sem fins lucrativos e sem sede própria. Foi fundado em 2017 por iniciativa de duas atuais voluntárias, Natália Carvalho e sua colega Isis Santiago. Ambas se inspiraram em um projeto existente em Caxias do Sul-RS terra natal de Natália. O projeto no qual foi inspirado é intitulado “Engenharia Solidária” e opera de forma distinta, pois o dinheiro vindo da arrecadação dos resíduos

recicláveis é revertido em castração, medicamentos e cirurgias, uma vez que o Ecopet destina a verba arrecadada exclusivamente para a castração animal.

Cada castração custa em média noventa reais, dessa forma, para que seja arrecadado o valor se faz necessária a coleta de cerca de 120 quilos de tampinhas. Essa quantidade de plástico é equivalente a um carro cheio até o carona, sem nenhum passageiro dentro. As tampas podem ser de tipos e tamanhos variados e não apenas as de garrafa pet, que são mais populares. O programa arrecada resíduos de plástico como tampas de shampoo, leite, amaciante, sabão líquido, embalagens de remédios etc.

A definição do animal que será beneficiado com a castração ocorre através de um sistema de listas, e para se inscrever nessas listagens existem critérios adotados. Os animais em situação de rua têm prioridade, principalmente as fêmeas e, geralmente, ficam em um lar temporário até sua recuperação e adoção. Essas listagens são administradas por voluntárias do Projeto, no qual são responsáveis por avaliar a concessão do benefício da castração.

As especificações para o cadastramento permeiam entre dados do responsável, assim como informações do próprio animal, comprovante de renda da família, caso seja de família carente e foto do cão ou gato. Por meio dessa iniciativa, de acordo com o último levantamento realizado até outubro de 2018, por organizadores do Projeto, já são cerca de 670 animais contemplados.

Segundo uma das fundadoras do Projeto, Natália Carvalho, a entidade tem como objetivo auxiliar no controle populacional de animais através de voluntários.

Somos um projeto! A gente realmente se reuniu para tentar fazer alguma coisa diferente, tentar mobilizar as pessoas, informá-las para que não precisam doar algum valor financeiro para conseguir fazer algo, nós temos outras alternativas, se cada um ajudar de alguma forma, com suas mãos, a gente consegue ajudar muitos animais. Mas dependemos da ajuda das pessoas (Informação verbal)¹.

Atualmente, o Ecopet conta com 36 voluntários e as ações desenvolvidas pelo projeto são de total incumbência desses membros. O programa também tem o

¹ Informação coletada em entrevista para o presente estudo cedida por Natália Carvalho, em março de 2018.

apoio de algumas empresas, como pontos de coleta, que totalizam, aproximadamente quatrocentos pontos de arrecadação distribuídos em algumas das regiões da Grande Florianópolis, como Palhoça, São José, Biguaçu e, também, na capital do estado.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Desenvolver uma série de vídeos com o intuito de fornecer informação sobre a castração animal, assim como disseminar a importância do procedimento por meio da proposta do projeto social Ecopet.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- I. Produzir uma série de vídeos apresentando diversas características do Ecopet, retratando as possibilidades de conscientização e contribuição com a castração animal. A partir disso, lançá-la nas mídias sociais do projeto sem periodicidade específica;
- II. A partir do material audiovisual, possibilitar que mais voluntários se sensibilizem com a causa. Assim como prováveis apoiadores e patrocinadores para o Projeto.

3 JUSTIFICATIVA

A finalidade desse trabalho de conclusão de curso é gerar informação sobre a castração animal, assim como conscientizar a comunidade sobre o problema social de superpopulação animal. Além disso, tem o intuito de fortalecer o projeto Ecopet, gerando mais visibilidade, oportunidades de captação de recursos, engajamento de novos voluntários e multiplicadores da causa.

Levando em consideração que a castração animal é uma temática de extrema importância e que deve ser amplamente discutida para que haja conscientização quanto às negligências e problemas de abandono de animais, esse assunto é importante também pela própria inserção do tema no contexto atual da sociedade e da Grande Florianópolis, pois qualquer indivíduo que transita, ao menos um dia nas ruas da região, provavelmente, já se deparou com diversos animais em situação de rua.

Dessa forma, como já dito anteriormente, será produzida uma *websérie*, com uma sequência de pequenos vídeos, divulgados nas mídias sociais do Ecopet. O objetivo é, a partir do desenvolvimento de conteúdos relevantes para a problemática apresentada, sensibilizar para a importância da castração, utilizando meios que têm papel fundamental na comunicação, que atualmente é o ambiente digital.

O consumo de vídeos é algo que hoje em dia possui uma magnitude impressionante, e que tende a ultrapassar o impacto que imagens podem trazer aos usuários na internet. De acordo com a pesquisa TIC Domicílios², de 24 de julho de 2018, o mais importante levantamento sobre internet e tecnologias da informação e comunicação do país, realizada pela CETI - Centro de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, a proporção dos usuários de internet que acessam conteúdos audiovisuais têm apresentado amplo crescimento nos últimos anos.

Cada vez mais os leitores, e usuários em geral, partem do *offline* para o *online*. Segundo um estudo feito pela Forrester Research para o jornal Meio & Mensagem, em 13 de setembro de 2017, 79% dos internautas que são impactados

² Pesquisa TIC Domicílios 2017, do Cetic.br. 2018. Disponível em: <https://cetic.br/noticia/acesso-a-internet-por-banda-larga-volta-a-crescer-nos-domicilios-brasileiros>.

pela publicidade offline realizam buscas na internet sobre o serviço no mesmo dia. Dado a esse fato faz-se necessário que a comunicação da *websérie* esteja presente no meio digital, uma vez que o intuito é gerar maior informação e conhecimento aprofundado sobre o Projeto. Leva-se também em consideração que os consumidores de conteúdo estão cada vez mais conectados, desde os computadores de casa ou do trabalho e através de aparelhos móveis como smartphones e tablets.

Diante do exposto, convém afirmar que essa proposta contribuirá para o avanço da conscientização sobre a importância da castração animal e para a relevância da coleta de materiais recicláveis. Além de destacar a dimensão de produções audiovisuais e a influência da presença no ambiente *online*.

4 METODOLOGIA DA PESQUISA

Para se atingir os objetivos propostos foram coletados dados através da realização de entrevistas com veterinários, voluntários e envolvidos com o Projeto em geral assim como a captação de imagens e insumos para a produção final. Foram efetuadas pesquisas bibliográficas quanto aos temas relacionados, com intuito de gerar embasamento para o trabalho de conclusão de curso. Bem como, análises referentes à temática castração animal, projeto social, *websérie*, vídeos na internet, audiovisuais institucionais e melhor desenvoltura nas mídias sociais.

Para tal proposta dispõe-se das seguintes temáticas de vídeos:

01. “O que o projeto social Ecopet faz?”
02. “Como ajudar o Projeto Ecopet”
03. “A importância sobre a castração animal”
04. “A influência do voluntariado”
05. “A história de um animal beneficiado”

A escolha pela produção audiovisual divulgada no meio digital se deu porque cada vez mais postagens de vídeos na internet tornam-se grandes aliadas de projetos que buscam encontrar seu espaço ou engajar pessoas. A produção de vídeos é o tipo de mídia mais viável, já que pode ser visto em qualquer momento e em diversas plataformas. A partir de um vídeo é possível transmitir uma mensagem clara e de forma simples.

O consumo de vídeo na internet cresceu noventa por cento nos últimos três anos, segundo estudo desenvolvido pelo instituto Provokers em pesquisa para o Google e o jornal Meio & Mensagem. Além disso, os mesmos auxiliam no dinamismo das mídias sociais. O baixo custo da divulgação de vídeos e materiais em geral através da internet é também um fator com grande relevância para a preferência pelos audiovisuais.

Todos os episódios da *websérie* serão publicados nas páginas oficiais do projeto, página de *Facebook*, perfil de *Facebook* e *Instagram*. O conteúdo para o *Facebook* será disponibilizado em formato integral, ou seja, os episódios completos. Já na mídia *Instagram*, os vídeos serão publicados em forma de *teaser*, fazendo chamadas para o acesso do vídeo completo no *Facebook*.

Para alcançar um público mais amplo, além do que já tem conhecimento do Projeto Ecopet, é fundamental pensar em estratégias de comunicação. Ou seja, será, por exemplo, indispensável estimular a divulgação dos audiovisuais por meio de parceiros do Projeto, e não apenas pelo perfil oficial do Ecopet.

Sendo assim, os audiovisuais serão disponibilizados aos voluntários e pontos de coletas com intuito de atingir mais pessoas e, principalmente, pessoas que ainda não conhecem o programa como potenciais novos parceiros, doadores, voluntários, possíveis apoiadores e até mesmo patrocinadores para o Ecopet.

O conteúdo será distribuído gratuitamente tendo em vista a divulgação tanto no ambiente *online*, quanto a possibilidade de propagação *offline* dos vídeos por meio desses membros. No ambiente *offline* é possível alcançar um determinado público que não é aderente a esfera digital. Tendo em vista esse aspecto, a propagação poderá ser exposta, por exemplo, em televisores do estabelecimento de um ponto de coleta. Ou até mesmo por meio de uma recomendação ou de *bate papo* sobre o conteúdo e o projeto e causa social.

Outra forma de exposição desses audiovisuais é por meio dos voluntários. Atualmente ocorrem palestras em colégios para conhecimento e difusão do Ecopet e durante essas visitas a apresentação da série de vídeos poderão ser incentivadas, ou até mesmo apenas um episódio pode ser compartilhado como forma de melhor assimilação do objetivo do Projeto. Todos esses itens geram grandes oportunidades para atingir um público maior.

5 REFERENCIAL TEÓRICO

Para sustentar o propósito deste trabalho de conclusão de curso, o referencial teórico foi dividido em quatro subseções. São elas: Castração animal, Comunicação Institucional, *Websérie* e Audiovisuais e, por fim, Comunicação digital.

5.1 CASTRAÇÃO ANIMAL

A castração está relacionada ao controle de natalidade animal. Uma única cadela, com uma vida reprodutiva de seis anos, pode gerar cerca de cem filhotes; enquanto uma gata em apenas dois anos pode deixar até duzentos descendentes. Esses dados são da Sociedade Mundial de Proteção Animal (*WSPA*, em inglês), que existe há 30 anos e tem sede em Londres.

Devido a esses fatos a castração é apontada como a solução ideal, já que consiste num procedimento cirúrgico de baixo risco, de recuperação rápida e de pós-operatório simples. Entretanto, esse assunto não é um debate contemporâneo. Em 1798, Thomas Malthus, conhecido como o pai da demografia, já alertava a necessidade de técnicas que levassem a esterilização precoce dos animais de estimação, evitando sua proliferação tão acentuada (MACEDO, 2011).

O procedimento possui diversos benefícios ao animal, tais como impedir a reprodução excessiva, diminuir o risco de doenças como câncer e problemas de próstata, reduzir a agressividade e agitação, prolongar a vida dos animais, minimizar a frustração sexual, entre outros. É relevante mencionar que a cirurgia, evidentemente realizada em clínicas veterinárias responsáveis e oficiais, não é uma técnica desumana, visto que o animal é sedado e fica sob cuidados de especialistas.

Esse método é o de custo mais baixo para a diminuição dos animais abandonados. Após castrar um cão ou gato, não existirão ninhadas indesejáveis, o que impede filhotes abandonados posteriormente. Ainda que o valor esteja fora do alcance financeiro de algumas famílias, a orientação é que as pessoas procurem quem desenvolve trabalho social com animais abandonados ou de comunidades

carentes. Existem diversas iniciativas em prol da castração, o projeto Ecopet é uma delas.

Um marco a favor da temática, no Brasil, foi a publicação da Lei federal Nº 13.426/2017 no Diário Oficial da União em 30 de março de 2017. De acordo com a lei, o controle de natalidade deverá ser feito mediante esterilização permanente dos animais por cirurgia ou por outro procedimento que garanta eficiência, segurança e o bem-estar dos mesmos. A lei ainda determina a castração para o controle de natalidade de cães e gatos e também defende desencadear campanhas educativas pelos meios de comunicações adequados, que propiciem a assimilação do público de noções de ética sobre a posse responsável de animais domésticos, item que condiz com o propósito deste estudo.

5.2 COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

A comunicação faz parte do nosso dia-a-dia. Ela está em nossas relações familiares, entre amigos, no trabalho, pois seja qual for o âmbito, é o mecanismo que movimenta o nosso cotidiano. Esse raciocínio permanece quando mencionamos um projeto social, por exemplo. A relevância da existência dessas organizações na sociedade se justifica pela transparência que os mesmos transmitem para as pessoas e fazem com que elas se engajem com propostas como a do Ecopet. Assim, é necessário fortalecer o comprometimento com a sociedade através de uma comunicação adequada.

Ou seja, a comunicação é um dos métodos fundamentais para que projetos sociais obtenham visibilidade. Para Cruz e Estraviz (2007, p.101) não basta realizar um bom serviço social, é necessário divulgá-lo para a comunidade mostrando a importância dessa atuação, além de localizar defensores, mantê-los informados e participando ativamente. Assim, alguns métodos de comunicação podem sim ajudar na busca por um espaço no entendimento da comunidade estabelecendo um vínculo de confiança.

Conceitua Torquato: “[...] a comunicação institucional objetiva conquistar simpatia, credibilidade e confiança, realizando, como meta finalista, a influência político-social” (TORQUATO, 1985, p. 183-184).

Para que o planejamento de comunicação institucional obtenha êxito, é necessário que sejam colocados em prática todos esses pontos na construção de uma comunicação apropriada e eficiente.

A divulgação contínua de materiais relacionados ao projeto social possibilita um maior envolvimento das pessoas e gera comprometimento com a causa, assim como exhibe o programa a possíveis novos voluntários e parceiros. Além disso, a exposição de resultados obtidos, aplicações de doações e prestação de contas devem ser divulgadas, expondo a competência e efetividade das atividades do Projeto. Nesse contexto, a comunicação institucional tem a função de justificar e reforçar a importância social do projeto.

De acordo com Rego, em seu livro *Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional*,

A situação fundamental da comunicação redonda na transferência, partindo de um emissor (E) para um receptor (R) por meio de um canal físico (C) de um certo número de sinais extraídos previamente de um registro (Rr) e reunidos num conjunto (M) categorias>níveis>fluxos>redes>organizações (REGO, 1986, p. 41).

A partir deste conjunto foram definidas as diretrizes do estudo. Primeiramente determinando o emissor, o projeto Ecopet. Posteriormente, o receptor, que são os possíveis cidadãos engajados com a causa desde voluntários, pontos de coleta, apoiadores, doadores ou até mesmo novos parceiros. Após isso, foi definido o canal físico onde será exercida a comunicação, via mídias sociais. O registro corresponde à produção dos materiais audiovisuais, e por fim o conjunto via *websérie*.

De acordo com os objetivos propostos, as ações desenvolvidas no Projeto remetem principalmente à divulgação de seu trabalho social, uma vez que elas têm o intuito de engajar e consolidar ainda mais pessoas simpatizantes à causa.

5.3 WEBSÉRIE E AUDIOVISUAIS

O produto proposto trata-se de uma *websérie* para publicação nas mídias sociais, com a temática castração animal. Por se tratar de uma produção audiovisual segmentada, é necessário criar vínculo com pessoas engajadas e envolvidas com a causa. O propósito é que a série de vídeos seja voltada para todo o público que tem interesse essencialmente em causas sociais, bem estar animal e sustentabilidade, com uma linguagem simples adaptada para um público de qualquer faixa etária, classe social ou escolaridade.

A *websérie* é um dos formatos de produção jornalística que, atualmente, dialoga com as inovações tecnológicas, como por exemplo o ambiente *online*. A inovação digital se faz presente no jornalismo e transforma os meios de comunicação em novas relações com o público.

A condição de elaborar esses audiovisuais com publicação nas mídias sociais, foi a forma identificada para gerar maior envolvimento de pessoas. O vídeo é um método muito eficaz para comunicar, desde que o produtor saiba transmitir a mensagem adequada com a mídia a qual ele está sendo exposto. A proposta é adaptar a *websérie* para publicação nas plataformas de comunicação digital, sendo coerentes com as características do ambiente *online* como formato, tempo, enquadramento, entre outros aspectos.

O número de vídeos no *Facebook*, por exemplo, cresceu em 360%, segundo o *Facebook for media*. Os vídeos são o formato que mais engajam atualmente, um estudo do BuzzSumo³, de agosto de 2017, diz respeito ao assunto, vídeos geram o dobro de engajamento frente a outros formatos de publicações.

Patrícia Bitencourt, no artigo *Audiovisual é o principal desafio para o Content Marketing*, em 2017, ressalta a importância de se fazer um planejamento dos audiovisuais, para alinhá-los com os objetivos do Projeto e trabalhar na continuidade do processo, de forma que a produção de vídeo seja coerente com as próximas ações

³ Facebook Video Engagement: What We Learned From Analyzing 100 Million Videos. 2017. Disponível em: <https://buzzsumo.com/blog/facebook-video-engagement-learned-analyzing-100-million-videos>.

ou, no caso, próximos vídeos. Tendo isso em vista, a produção dos audiovisuais ocorrerá através de uma linha condutora, que vai, inicialmente, contar a história do programa de forma sucinta para o receptor, e seguir com a produção de pequenos vídeos de conscientização e contribuição que pode ser dada ao Ecopet.

Em uma das entrevistas realizadas para o presente estudo, prevendo captação de informações, Laura Maria Guerra de Almeida, voluntária do Projeto, indicou itens que são fundamentais de serem exibidos nos vídeos institucionais:

É de extrema importância salientar que são tampas e tampinhas de plásticos, separadas por cor e tamanho. E principalmente os resultados, que seriam as castrações e melhorias no meio ambiente. A quantidade de material que ajuda os animais e são tirados do meio ambiente. (Informação verbal)⁴

Ainda, nesse contexto, é necessário salientar que foram produzidos roteiros, definidos por início, meio e fim com intuito de transmitir de modo objetiva todas as informações indispensáveis para desdobramento do assunto. O formato de conteúdo tem por finalidade gerar mais engajamento, tornar mais didático e menos cansativo o tema.

O fator duração, por exemplo, desempenha um papel chave na criação destes materiais, já que os usuários das mídias estão cada vez mais propensos a consumo de vídeos em formatos mais curtos. O início do vídeo também será fundamental para captar a atenção do espectador, o que significa que ele terá, certamente, concentração especial aos primeiros quinze segundos. Com base nisso, os episódios da *websérie* terão cerca de sessenta à cento e vinte segundos, roteirizados com o intuito de capturar o espectador nos primeiros segundos do vídeo.

Os audiovisuais vão contar com a inserção de legenda das narrativas de todos os episódios, levando em consideração que vídeos também devem ser concebidos para captar a atenção sem a necessidade de som. Um estudo da Locowise, ferramenta de análise de *social media*, revelou que 93 % dos vídeos são assistidos sem o áudio. Ainda nesse contexto, outro ponto que deve ter atenção é a

⁴ Informação coletada em entrevista para o presente estudo cedida por Laura Maria Guerra de Almeida, em maio de 2018.

importância de legendar os vídeos pela consciência coletiva de inclusão social, para que pessoas portadoras de deficiência auditiva também possam acessar a informação.

5.4 COMUNICAÇÃO DIGITAL

O surgimento da internet modificou o universo em que vivemos e as formas de comunicação entre as pessoas. Atualmente a utilização do ambiente *online* é considerada uma estratégia essencial para a comunicação de uma marca, empresa ou, até mesmo, Projeto. Ela é uma importante ferramenta de divulgação devido a sua eficácia, podendo ser acessada a qualquer hora e lugar do mundo, além de ser o meio de troca de informações que mais cresce atualmente.

Através do relatório *Digital in 2018*, divulgado pelos serviços *online Hootsuite* e *We Are Social*, mais da metade da população mundial já conta com acesso à internet. Ainda segundo as duas companhias, é estimado o acesso de mais de quatro bilhões de pessoas na internet, enquanto os cálculos mais recentes apontam uma população global de 7,6 bilhões. Informação que justifica a presença e divulgação da *websérie* via internet.

Diante dessa oportunidade, justifica-se a intenção em tornar o meio *online* o principal ponto de divulgação dos episódios. Os vídeos serão disseminados nas mídias sociais, que se concentram dentro do ambiente digital. Essa relação de acesso também foi definida pelo fato do Ecopet possuir perfis oficiais para disseminação de suas comunicações.

De acordo com Raquel Recuero em “*Para entender a internet: Noções, práticas e desafios de comunicação em rede*”:

Uma mídia social na Internet tem um potencial imenso para colaborar, para mobilizar e para transformar a sociedade. São pessoas que estão utilizando a internet para ampliar suas conexões e construir um espaço mais democrático, mais amplo, mais plural e com isso, gerando valores como reputação, suporte social, acesso às informações e etc. (RECUERO, 2009, p.25).

É importante ressaltar que as mídias são parte da rotina das pessoas, nelas são construídas relações de quaisquer naturezas, seja de trabalho, lazer ou estudos. Esses meios de difusão são utilizados, na maioria das vezes, para disseminar conteúdo. Elas possuem um grande leque de formatos, sejam textuais, sonoros ou audiovisuais, e se tornaram formas diferentes de se comunicar, fazendo com que os meios de comunicação de massa não sejam mais os únicos canais utilizados pelas pessoas para obter informação. O acesso fácil à internet via celular, a transmissão de informação e de entretenimento faz com que o meio se torne algo cada vez mais presente.

De acordo com o livro *Marketing 3.0* “[...] as mídias sociais são de baixo custo e pouco tendenciosas, será delas o futuro das comunicações de marketing” (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2010, p.9). A internet se tornou uma possibilidade de interação para conquistar seus consumidores, mas, para chegar até o público desejado é necessária a atenção para alguns pontos.

Faz-se necessário obter cautela sobre as limitações da presença digital dos audiovisuais nas mídias, pois, atualmente, os algoritmos⁵ das redes sociais ajustam a alimentação de conteúdo de acordo com as preferências do usuário. Isso quer dizer que se o usuário não fizer parte da segmentação do conteúdo divulgado, muito provavelmente, ele não será impactado.

Esses limites são considerados como “bolha social”, no qual filtram o conteúdo para segmentar apenas para pessoas que se mostram interessadas com o assunto. Ou seja, temas são selecionados, analisados e classificados para proporcionar um alinhamento de temática com o gosto pessoal de cada um. Assim, uma forma de atingir um público mais amplo, e conseqüentemente aumentar o alcance do conteúdo, são as publicações patrocinadas, que ocorrem através de investimento financeiro nas postagens.

As publicações patrocinadas são uma possibilidade de segmentar os perfis que serão atingidos pelos audiovisuais. É possível ainda definir interesse, objetivos, idade, localização geográfica e tornar-se mais abrangente no alcance do seu público.

⁵Algoritmos: Algoritmo é uma sequência finita de instruções bem definidas e não ambíguas, cada uma das quais devendo ser executadas mecânica ou eletronicamente em um intervalo de tempo finito e com uma quantidade de esforço finita.

As publicações pagas chegarão a um determinado grupo de pessoas, selecionado previamente, isso garante melhores resultados.

Além das publicações patrocinadas, são possíveis outras formas para que as publicações melhorem o alcance e conquistem audiência. Isto é, para chegar ao maior número possível de pessoas, é necessário priorizar a qualidade em relação à quantidade, possuir o equilíbrio para que o público não esqueça e nem se canse de você.

Os audiovisuais devem ser publicados direto nas ferramentas *Facebook* e *Instagram*, ao invés de compartilhar os links dos seus vídeos de outras plataformas. Esse pequeno detalhe faz enorme diferença e aumentará as visualizações dos vídeos, pois o próprio Facebook, por exemplo, oferece maior engajamento do conteúdo com o usuário por estar publicando e dando vazão do vídeo em sua plataforma. Outro item relevante é levar em conta os horários das publicações, uma postagem bem cronometrada pode garantir mais curtidas, comentários, compartilhamentos e cliques, e conseqüentemente mais engajamento. Mas a verdade é que cada perfil tem um público distinto, de um local específico, com um número de seguidores próprio. O melhor horário do negócio vai depender exclusivamente dessas informações. Atualmente, através das próprias plataformas, já é possível metrificar qual o melhor horário para publicação.

As métricas fornecidas aos perfis do Projeto Ecopet através dessas mídias apresentam que os dias que geram maior engajamento no *Facebook* são terça e sexta-feira. Já o melhor horário para publicação é às 21h, uma sugestão mais ampla de horários seria entre 12h ou 19h. A faixa etária do público do Projeto no ambiente *online* é ampla, mas o gênero é majoritariamente feminino, sendo 85% mulheres e 15% homens. A idade média dos usuários é de 25-34 anos (41%), seguidamente de 18-25 (23%) e 34-44 (23%), após isso de 45-65 (12%) e por fim, jovens de 13-17 anos (1%). Em relação aos locais onde os seguidores estão concentrados são, por ordem de maior porcentagem, Florianópolis, São José, Palhoça, São Paulo e Blumenau.

Para gerar maior interação é indispensável uma imagem de capa e legenda que propicie atração e atenção do público para iniciar a visualização do conteúdo. O texto das legendas deve ser sucinto e objetivo. Para aproximar mais pessoas, outra forma acessível é criar aberturas para interação com o público nos comentários,

responder aos comentários ou incentivá-lo via legenda, isto é, falar claramente com os usuários estimulando-os a interagir com a postagem, ou até mesmo a página do Projeto, sem medo de pedir para que curtam, comentem ou compartilhem o conteúdo.

Serafim, Cunha e Silva (2010) afirmam em seu livro “*Redes sociais e microblog*” que a difusão da informação através das redes sociais na internet é uma aliada do marketing e divulgação de conteúdo, devido à grande perspectiva de alcance. Toda essa percepção está interligada à possibilidade de maior proximidade com parceiros em potencial para o Projeto.

6. DESCRIÇÃO DO PRODUTO, PROCESSO, MÉTODOS E TÉCNICAS

Este projeto prevê a produção de uma *websérie*, com cinco audiovisuais montados a partir da temática castração animal. A abordagem se deu pela importância do assunto na sociedade e tem o intuito de divulgação de um projeto social que luta por essa causa. A série de vídeos aborda temas importantes sobre a castração animal e o projeto social, com intuito de gerar informação sobre a castração, assim como disseminar a importância do procedimento por meio da proposta do Projeto. Cada episódio tem um enredo a seguir, e todos eles são constituídos de capítulos independentes, ou seja, não necessitam de continuidade de um outro episódio para entendimento.

A fase de seleções de informações a serem coletadas e incluídas nesses episódios da *websérie* foi analisada e constituída com a presença de alguns voluntários, os quais pontuaram itens importantes a serem comunicados dentro da temática. Além de pesquisa teórica, procurou-se também acompanhar o maior número de audiovisuais disponíveis na internet, observando itens técnicos utilizados, contraponto com a linguagem dos vídeos e suas características.

Na etapa da captação dos materiais, o processo foi realizado por meio entrevistas com envolvidos no Projeto. As entrevistas foram estruturadas a partir da temática de cada episódio e constituídas de perguntas previamente definidas, permitindo uma maior liberdade na interlocução, com o intuito de ser mais objetivas possíveis, com vistas a não tornar o procedimento cansativo, ou muito longo aos membros participantes.

Simultaneamente às gravações, estavam sendo realizadas as primeiras decupagens, edições e montagens do roteiro proposto prevendo o produto final, tais edições foram realizadas via Adobe Premiere Pro. Todas as filmagens foram de própria autoria através da câmera Nikon D3100 DSRL com as lentes Nikon Af-p Dx 18-55mm F/ 3.5-5.6g e Nikon AF 50mm, f/1.8D. Já os áudios foram gravados através de um Iphone Apple, modelo 7 plus. Ao todo foram quase 4 horas de decupagem e 90 horas de edição, que se dividiram em 5 episódios da *websérie*, vinheta de abertura, finalização e mini-clipe stop motion. Eles foram editados em um sistema não-linear, gerando maior flexibilidade e agilidade na edição.

6.2 ANÁLISE DOS VÍDEOS, ESCOLHAS TÉCNICAS E ESTÉTICAS

Os episódios da *websérie* dispuseram de uma roteirização com intuito de transmitir todas as informações indispensáveis de forma clara, sucinta e atrativa. A duração, por exemplo, foi um aspecto apontado para obter cerca de sessenta e cento e vinte segundos. Visto que vídeos publicados nas plataformas digitais devem ser simples, didáticos e, principalmente, curtos, conforme informações trazidas nesse estudo. A respeito dos segundos iniciais dos vídeos, na vinheta, tenho como objetivo captar a atenção do espectador para continuar assistindo o conteúdo.

A vinheta de abertura contempla imagens no plano aberto e *close-up*. Os ângulos, por sua vez, contam com perspectiva plongée e frontal. A vinheta possui efeitos de transição de “*track matte key*”, que consiste em mover ou alterar a área transparente, e nesse caso foram utilizadas palavras impactantes para o estudo através de letterings. As escritas surgem na tela para resumir, adiantar e apresentar o conteúdo.

A padronização da vinheta de abertura e finalização em todos os vídeos também faz parte do planejamento, prevendo que uma *websérie* deve seguir o mesmo parâmetro para que seja identificada enquanto sequência. A trilha adotada para a abertura foi uma composição com tom animado, marcado e rápido. Essa partitura foi inserida da mesma forma na vinheta de finalização, tendo em vista que utilizar a mesma trilha cria uma identidade sonora nos episódios.

Todos os produtos possuem legendas, pela consciência coletiva de inclusão social. Foi considerado também a tendência de visualizações do formato na mídia digital, vídeos para o ambiente *online* devem ser projetados para a assimilação sem áudio, segundo estudos da Resultados Digitais, empresa de Marketing e vendas. Os tipos de fonte e tamanho das legendas dos cinco episódios contam com a mesma padronização. As características de enquadramento, tipificação de narração, áudio e trilha, corte, elementos de filmagem e efeitos especiais são particulares de cada episódio e serão detalhadas individualmente.

Ao final de cada vídeo foram inseridos alguns itens, considerados como vinheta de finalização, são eles: mini-clipe da junção de tampinhas feito em *stop*

motion, concomitante a ele foram inseridos os créditos de produção e agradecimento, após isso seus contatos através dos canais digitais e por fim a logomarca da universidade no qual foi realizado o estudo. Ainda sobre o assunto sonoro, a trilha delimitada faz parte do banco de áudios livre de direitos autorais, prevendo a permissão da publicação nas mídias sociais. O intuito desse alinhamento é também memorizar, para que os ouvintes sempre lembrem do Projeto e que toda vez que começar a tocar seja assimilado sobre qual informação será passada.

Os vídeos foram exportados em alta definição para telas em HDTV na proporção de 16:09 com formato *widescreen*. Eles possuem resolução de 1080 *pixels*, o que corresponde a 1920 *pixels* de largura e 1080 de comprimento da tela, tendo em vista que os formatos são os mais indicados para conteúdos na internet e serão publicados, primeiramente, no *Youtube* para avaliação da banca. Após as considerações serão disponibilizados ao projeto Ecopet e publicados nos perfis oficiais do mesmo.

Por fim, foi realizada adaptação dos audiovisuais para uma versão de teaser com intuito de publicar no *Instagram*, tendo em vista que a mídia suporta a publicação de vídeos de até um minuto. E, além disso, a plataforma é mais adepta a conteúdos dinâmicos e ainda mais breves. Todos os teasers possuem ao final do vídeo chamada para o audiovisual completo na página de *Facebook* do projeto através de *letterings*.

6.2.1 DESCRIÇÃO INDIVIDUAL DOS ROTEIROS

Episódio 01

Título: **O QUE O PROJETO ECOPET FAZ?**

O primeiro vídeo da série conta com gravações ao vivo da autora do estudo e inserts de imagens ao longo da gravação. Esse recurso foi utilizado com intuito de deixar a mensagem mais clara possível ao espectador, assim como gerar entendimento sobre a proposta e funcionamento do Ecopet. A produção ainda reforça

a importância do apresentador, que conduz a narrativa, confere credibilidade ao relato e estabelece um elo com o telespectador.

Já os inserts durante o audiovisual se deram pelo fato do vídeo ser algo visual e o olhar humano se sente mais atraído por mais ações e movimentos. Assim como a inserção das imagens, os *letterings* também foram intercalados para reforçar a fala do repórter e gerar atenção para tópicos específicos. A trilha que conduz o vídeo fica em segundo plano, de fundo para o áudio da apresentadora, apenas fornecendo maior dinamismo à produção.

O cenário para gravação da passagem foi definido como uma paisagem da natureza prevendo o vínculo com uma das propostas do programa, a vertente ambiental. Para o enquadramento foi utilizado o plano médio, que é o mais próximo do narrador e aproximada o ouvinte do jornalista. No audiovisual também foram inseridas as vinhetas de abertura e finalização, assim como as legendas padrão, conforme descritas no item anterior.

Episódio 02

Título: **COMO AJUDAR O PROJETO SOCIAL ECOJET.**

A proposta desse episódio é apresentar as diversas formas de auxílio ao Ecopet. Dessa forma, foi iniciado o audiovisual através da pergunta norteadora “Você sabia que pode ajudar animais mesmo sem doar nenhum centavo?”. Em seguida foram inseridas as ações para contribuir com o projeto. Cada sequência do vídeo possui imagens, narração e *letterings*, com intuito de fornecer maior informação sobre o tema. O vídeo contou com insert de imagens sobre os offs.

Todos os participantes dos vídeos fazem parte do projeto Ecopet, colaborando seja com doação das tampas, como voluntário ou ponto de coleta. Essa abordagem teve como objetivo transparecer ainda mais a realidade de um envolvido com o programa, assim como sua contribuição. A finalidade é desencadear novas sensibilidades e agregar valor aos auxílios concedidos por esses membros, mesmo que pequenos, mas que fazem toda diferença.

Episódio 03

Título: **A IMPORTÂNCIA SOBRE A CASTRAÇÃO ANIMAL.**

Para gerar maior informação sobre a castração animal foram utilizadas cenas, enquadramentos e conteúdos sonoros que trouxessem conhecimento sobre o assunto. Foram utilizadas imagens impactantes no início do episódio através de animais em situação de rua para evidenciar a importância para castração. Essas imagens tendem demonstrar a perturbação que a superlotação animal gera nos arredores de bairros e cidades, prevendo que isso sensibilize em favor da castração.

Além disso, foi utilizado o recurso de entrevista com uma veterinária. O questionamento que norteou a entrevista foi: “Resumidamente, qual a importância da castração animal?”, onde a entrevistada reforça a importância da castração animal a partir do seu ponto de vista. A narração dos episódios aconteceu por meio de off coberto por cenas ao longo da gravação, os *letterings*, por sua vez, reforçam e dão apoio ao conteúdo.

A trilha também tem uma posição melancólica e impactante. A escolha desse fundo musical se deu pelo fato de que é necessário vincular o dano que a castração pode remediar, para que as pessoas entendam sua real importância. Os efeitos também foram acentuados, um dos frames do vídeo permanece intacto por alguns segundos com a imagem desfocada e diversos itens que a castração é benéfica entram aos poucos, e ao passar do tempo essa constância aumenta e os *letterings* cobrem toda a imagem, nesta edição foi utilizado o recurso em *fast*.

Episódio 04

Título: **A INFLUÊNCIA DO VOLUNTARIADO.**

O episódio que reforça a importância do voluntário ao Projeto possui cenas com depoimentos de voluntário, a pergunta utilizada de embasamento no questionamento dos voluntários foi: “Para você, o que é ser um voluntário?”. Foram

utilizadas apenas as sonoras dos *depoimentos* com insert de imagens. No decorrer dos vídeos foram entrepostos *letterings* com intuito de gerar mais informação sobre relevância do voluntariado ao projeto.

A trilha sonora foi escolhida com base na descrição da emoção que se pretende transmitir com esse vídeo, a trilha estabelecida é suave e comovente. Os áudios colhidos nas entrevistas com os voluntários foram inseridos no formato de sonora coberto por imagens. Nos momentos em que os áudios são reproduzidos a trilha sonora vai a BG cedendo destaque para outros elementos, como a voz.

Foi utilizado, em geral, o plano médio para compor a produção. Já os ângulos foram de plano normal e plongée. Cortes secos foram adotados, além de efeitos especiais de remapeamento de tempo, desacelerando, acelerando ou revertendo a reprodução do quadro.

Episódio 05

Título: **A HISTÓRIA DE UM ANIMAL BENEFICIADO.**

O último vídeo da série é reproduzido através do recurso de “contar uma história”. O texto da narrativa foi gravado por um locutor que interpreta e conta a história de um animal beneficiado pelo Projeto. A voz que interpreta as cenas é de uma criança, e a definição desse narrador se deu pelo fato que a voz infantil transformaria a experiência do ouvinte mais encantadora. Outro item a ser levado em conta é a diferenciação vocal com a suavidade de uma criança, que oferece a associação de um animal dócil. Já os personagens que fazem parte da produção da série figuram uma família que adotou um animal de rua, castrado pelo Projeto Copet.

Nesse episódio são utilizados recursos de enquadramento e cortes para que transpareçam que o cão está contando sua própria história. O enquadramento utilizado foi o plano médio e fechado. Além disso há cortes rápidos entre closes para dar ritmo ao material. Foram aplicadas técnicas de efeitos especiais como remapeamento de tempo e algumas transições de vídeo com intuito de deixar o conteúdo dinâmico.

A trilha do episódio possui um caráter divertido deixando o vídeo mais descontraído. À respeito do volume, o objetivo não é que a música de fundo conflite com a narração do off, então ela foi projetada para ser discreta, mas, ao mesmo tempo, audível e marcante.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo fomentar a importância da castração animal, assim como gerar visibilidade a um projeto social que permeia essa temática, auxiliando na questão de comunicação do mesmo. O canal escolhido para realizar essa comunicação e gerar informação sobre o assunto foram as mídias sociais do próprio projeto Ecopet - página de *Facebook* e perfil do *Instagram*. O tema apresenta a castração como procedimento cirúrgico feito em animais, cães e gatos, para impedir que eles se reproduzam sem controle. E que, além disso, a castração traz inúmeros benefícios para saúde do animal.

Com a proposta de utilizar a internet como principal meio de propagação do estudo foi possível observar o extremo avanço da tecnologia e das mídias sociais, e que projetos sociais também ganharam maior visibilidade e qualidade na sua comunicação nesse ambiente *online*. De modo geral, se faz necessário estar presente nesse meio, pois além de se tornar uma ferramenta essencial no canal de comunicação, é também uma oportunidade de engajar pessoas.

O resultado da divulgação da série, de fato, só será mensurável após a publicação e execução do conteúdo e ações sugeridas, o que ocorrerá após considerações dos avaliadores desse estudo. Mas já é possível constatar que os audiovisuais terão o poder de divulgar o Ecopet e, conseqüentemente, atrair mais envolvidos, pelo motivo que os vídeos possuem diversos esclarecimentos sobre a temática castração animal unidas ao Projeto.

É importante ressaltar que os episódios da *websérie* devem ser divulgados frequentemente por esses perfis oficiais, e não apenas uma única publicação. A divulgação constante desses conteúdos faz-se necessária para que todas as informações sensibilizem e alertem em favor do controle populacional de cães e gatos, visando reduzir os impactos negativos oriundos do acúmulo de animais nas ruas. Além de disseminar a proposta dos benefícios do Projeto para esse problema social, para que toda a comunidade faça sua parte e colete tampas plásticas.

Há animais cujas vidas, por quaisquer critérios, são mais valiosos que as vidas de alguns seres humanos. - Peter Singe

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALGORITMO. 2018. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Algoritmo>>. Acesso em: 16 set. 2018.

AYNSLEY, Michael. **The Best Time to Post on Instagram, Facebook, Twitter, and LinkedIn.** 2018. Disponível em: <<https://blog.hootsuite.com/best-time-to-post-on-facebook-twitter-instagram/>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

BARRETO, Fernando. Mobilização social. In: BRAMBILLA, Ana (Org.). **Para entender as mídias sociais.** São Paulo: Creative Commons, 2011. p. 162-165. Disponível em: <<https://www.slideshare.net/mobile/ambrambilla/para-entender-as-mdias-sociais>>. Acesso em: 15 maio 2018.

BRASIL. Constituição (2017). Lei nº 13426, de 30 de março de 2017. **Dispõe sobre a política de controle da natalidade de cães e gatos e dá outras providências...** Brasília, DF, 30 mar. 2017.

CAMARGO, Beatriz; SPINELLI, Egle Muller. **O vídeo nas redes sociais:** Uma nova forma de distribuição de conteúdo para o jornalismo alternativo. Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação, Cidade Universitária-SP, v. 2, n. 10, p.01-15, 2016. Semestral. Disponível em: <[313905076_O_video_nas_redes_sociais_uma_nova_forma_de_distribuicao_de_conteudo_para_o_jornalismo_alternativo](https://doi.org/10.11606/issn1982-2435/v2n10p01-15)>. Acesso em: 09 abr. 2018.

CANAL no YouTube fala sobre inclusão de pessoas com deficiência. 2018. Disponível em: <<https://observatorio3setor.org.br/noticias/canal-no-youtube-fala-sobre-inclusao-de-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 10 out. 2018.

CARVALHO, M. P.P.; KOIVISTO, M. B.; PERRI, S. H.; SAMPAIO, T. M. C. **Estudo retrospectivo da esterilização em cães e gatos no Município de Araçatuba-SP,** Rev. Cienc. Ext., v.2, n.2, 2007.

CIRIACO, Douglas. **Mais de quatro bilhões de pessoas usam a internet ao redor do mundo.** 2018. Disponível em: <<https://m.tecmundo.com.br/internet/126654-4-bilhoes-pessoas-usam-internet-no-mundo.htm>>. Acesso em: 28 mar. 2018.

CONSUMO DE VÍDEO NA INTERNET CRESCE 90% EM TRÊS ANOS. [s.i.], 13 set. 2017. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2017/09/13/consumo-de-video-na-internet-cresce-90-em-tres-anos.html>>. Acesso em: 01 set. 2018.

COSTA, Caio Túlio. **Um modelo de negócio para o jornalismo digital:** como os jornais devem abraçar a tecnologia, as redes sociais e os serviços de valor adicionado. Observatório da Imprensa: Você nunca mais vai ler jornal do mesmo jeito, São Paulo, v. 795, n. 9, p.51-115, abr. 2014. Trimestral. Disponível em: <um_modelo_de_negocio_para_o_jornalismo_digital >. Acesso em: 09 abr. 2018.

CRUZ, Celia Meirelles; Estraviz, Marcelo. **Captação de diferentes recursos para organizações sem fins lucrativos.** 2º edição, 2007, Editora Global.

DESMITIFICANDO: veja 8 benefícios da castração. 2015. Disponível em: <<https://www.worldanimalprotection.org.br/not%C3%ADcia/desmitificando-veja-8-beneficios-da-castracao>>. Acesso em: 05 out. 2018.

GAUDÊNCIO, Francisco Gaudêncio Torquato do Rego. **Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional:** Conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. 6. ed. São Paulo: Summus, 1986. 158 p.

GOMES, Lincoln Mirabelli. **Uma nova fronteira: O Facebook e a “Bolha Social”.** 2018. Disponível em: <<https://medium.com/observat%C3%B3rio-de-m%C3%ADdia/uma-nova-fronteira-o-facebook-e-a-bolha-social-5986ff5bd89e>>. Acesso em: 10 ago. 2018.

GUGELMIN, Felipe. **85% dos vídeos do Facebook são reproduzidos sem som.** Disponível em: <<https://m.tecmundo.com.br/facebook/105572-85-videos-facebook-reproduzidos-som.htm>>. Acesso em: 28 mar. 2018.

JUNQUEIRA, Fernanda Campos et al. A utilização das redes sociais para o fortalecimento das organizações. In: **Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, 2014, Volta Redonda, RJ., 2014. p. 01 - 15. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/22020181.pdf>>. Acesso em: 14 abr. 2018.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0:** As forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. 215 p.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas não comunicação integrada**. 2. ed. São Paulo: Summus, 2002. 174 p.

MACEDO, J.B. **Castração Precoce em Pequenos Animais: Prós e Contras**. TCC (Pós Graduação em Clínica Médica e Cirúrgica de Pequenos Animais, da Universidade Castelo Branco), Goiânia, 2011.

MORAIS, Osvaldo J. de (Org.). **Ciências da comunicação em processo: paradigmas e mudanças não esquina em comunicação no século XXI: Conhecimento, leituras e práticas contemporâneas**. São Paulo: Intercom, 2014. 739 p. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/d3e7905849422def5a58ff7bb8183e99.pdf>>. Acesso em: 09 abr. 2018.

MORAES, Daniel. **34 dicas fantásticas de marketing no Facebook que você deve por em prática agora mesmo!**: Ter um bom desempenho do *Facebook* é importante para engajar mais usuários e criar uma imagem positiva de sua marca. Aprenda como fazer isso agora mesmo!. 2015. Disponível em: <<https://marketingdeconteudo.com/dicas-marketing-no-facebook/>>. Acesso em: 06 out. 2018.

PINTO, Dean Costa. **Um Estudo da Influência de Redes Sociais no Desenvolvimento de Estratégias de Marketing**. 2012. 68 f. Monografia (Especialização) - Curso de Desenvolvimento de Sistemas, Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2012. Disponível em: <[http://www.espweb.uem.br/site/files/tcc/2010/Dean Costa Pinto - Um estudo da influencia das redes sociais no desenvolvimento de estrategias de marketing.pdf](http://www.espweb.uem.br/site/files/tcc/2010/Dean%20Costa%20Pinto%20-%20Um%20estudo%20da%20influncia%20das%20redes%20sociais%20no%20desenvolvimento%20de%20estrategias%20de%20marketing.pdf)>. Acesso em: 14 abr. 2018.

PROTECTION, World Animal. **Desmistificando**: Veja oito benefícios da castração. 2015. Disponível em: <<https://www.worldanimalprotection.org.br/noticia/desmitificando-veja-8-beneficios-da-castracao>>. Acesso em: 28 mar. 2018.

PROTECTION, World Animal. **Dez passos para ajudar um cão ou gato de rua**. 2015. Disponível em: <<https://www.worldanimalprotection.org.br/noticia/10-passos-para-ajudar-um-caao-ou-gato-de-rua>>. Acesso em: 05 maio 2018.

RAYSON, Steve. **Facebook Video Engagement: What We Learned From Analyzing 100 Million Videos**. 2017. Disponível em:

<<https://buzzsumo.com/blog/facebook-video-engagement-learned-analyzing-100-million-videos/>>. Acesso em: 09 out. 2018.

RECUERO, Raquel. Rede social. In: SPYER, Juliano (Org.). **Para entender a internet**: Noções, práticas e desafios de comunicação em rede. São Paulo: Nãozero, 2009. p. 25-26. Disponível em: <[http://www.cecm.usp.br/~eris/pub/acad/popular/Para entender a Internet.pdf](http://www.cecm.usp.br/~eris/pub/acad/popular/Para%20entender%20a%20Internet.pdf)>. Acesso em: 10 abr. 2018.

REDES sociais criam bolhas ideológicas inacessíveis a quem pensa diferente. 2017. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/572020-redes-sociais-criam-bolhas-ideologicas-inacessiveis-a-quem-pensa-diferente>>. Acesso em: 10 set. 2018.

SERAFIM, A. N. F.; CUNHA, C. C. D. da; SILVA, M. P. de B. e. **Redes sociais e microblog em unidades de informação: explorando o potencial do twitter, do ning e do foursquare como ferramentas para promoção de serviços de informação.** In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDANTES DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 33., 2010, João Pessoa. Anais... João Pessoa: ENEBD, 2010.

SOARES, Estêvão. **Guia para o novo Alcance Orgânico no Facebook em 2018.** 2018. Disponível em: <<https://estevaosoares.com/guia-alcance-organico-facebook/>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

SHANDWICK, Weber. **Acesso à Internet por banda larga volta a crescer nos domicílios brasileiros:** Pesquisa TIC Domicílios 2017, do Cetic.br. 2018. Disponível em: <<https://cetic.br/noticia/acesso-a-internet-por-banda-larga-volta-a-crescer-nos-domicilios-brasileiros/>>. Acesso em: 24 jul. 2018.

TESSMANN, Tiago. **Passo a passo de como criar um vídeo atrativo para seu produto.** 2015. Disponível em: <<https://mestredoadwords.com.br/passo-a-passo-de-como-criar-um-video-atrativo-para-seu-produto/>>. Acesso em: 09 abr. 2018

TURLAO, Felipe. **Ações off-line geram buscas online imediatas.** 2011. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2011/08/15/20110812acoes-off-line-geram-buscas-online-imediatas.html>>. Acesso em: 30 ago. 2018.

VASCONCELOS, Y. **Vira-latas sob controle.** Disponível em: http://revistapesquisa.fapesp.br/wp-content/uploads/2014/09/068-069_caes-egatos_223.pdf. Acesso em: 25 agos. 2018.

WHAT the Shift to Video Means for Creators. 2015. Disponível em:
<<https://media.fb.com/2015/01/07/what-the-shift-to-video-means-for-creators/>>.
Acesso em: 18 set. 2018.

8 ANEXOS

8.1 ANEXO A LOGOMARCA DO PROJETO ECOJET



8.2 ANEXO B

Ana Pacheco, Natália Camargo e Isis Santiago, idealizadoras e voluntárias do projeto Ecojet. Foto: LUCIANO SMANIOTO



8.3 ROTEIROS

Episódio 01**Título:** O que o projeto Ecopet faz?

VÍDEO		ÁUDIO
CENA 01: Imagem: Passagem do repórter; Plano médio		CENA 01: Vivo: Afinal, o que o Projeto Ecopet faz?
CENA 02: Vinheta de abertura Imagens: Imagens de cães e gatos felizes e curiosos; Logo do Projeto Ecopet Lettering: Conscientizar, castrar, reciclar.		CENA 02: Vinheta de abertura Trilha: Glen Canyon
CENA 03: Imagens: Passagem do repórter; Plano médio		CENA 03: Trilha: Vivo: O projeto Ecopet nasceu no ano de 2017 e tem como objetivo
CENA 04: Imagens: Cães animados e felizes; Gato miando; Cães carregando tampinhas;		CENA 04: Off: Ajudar cães e gatos através de arrecadação de tampas plásticas.
CENA 05: Imagens: Passagem do repórter; Plano médio		CENA 05: Vivo: O valor obtido na venda do material é revertido em castração
CENA 06: Voluntários: Voluntários com as tampinhas; Animais em situação de rua e animais recém nascidos.		CENA 06: Off: De animais de família carente ou em situação de abandono nas regiões da grande Florianópolis.
CENA 07: Imagens: Passagem do repórter; Plano médio		CENA 07: Vivo: O Ecopet defende a importância da castração, pois entende que este é o

<p>CENA 08: Imagens: Animais em situação de rua</p>		<p>CENA 08: Off: Primeiro passo no controle populacional de cães e gatos.</p>
<p>CENA 09: Imagens: Passagem do repórter; Plano médio</p>		<p>CENA 09: Vivo: Além de ajudar os animais, o programa também tem uma vertente ambiental, auxiliando na conscientização da reciclagem de resíduos plásticos. Para uma única castração é necessário, em média</p>
<p>CENA 10: Imagens: Grande quantidade de tampinhas; Carro cheio de tampas;</p>		<p>CENA 10: Off: 120 quilos de tampinhas. O que significa um carro cheio até o carona, sem ninguém dentro.</p>
<p>CENA 11: Imagens: Passagem do repórter; Plano médio</p>		<p>CENA 11: Vivo: As tampas podem ser de diversos tipos e tamanhos, como tampas de shampoo, leite, amaciante e embalagens de remédios. Essas tampinhas são arrecadadas em diversos pontos de coleta na grande Florianópolis</p>
<p>CENA 12: Imagens: Tampinhas no ponto de coleta e sendo separadas por cores semelhantes.</p>		<p>CENA 12: Off: Depois são separadas por cores e vendidas para a reciclagem.</p>
<p>CENA 13: Imagens: Passagem do repórter; Plano médio</p>		<p>CENA 13: Vivo: A definição do animal que será beneficiado ocorre através de um sistema de listas...</p>
<p>CENA 14: Imagens: Animais sendo levados para castração; Animais com o dono;</p>		<p>CENA 14: Off: E para se inscrever nessas listagens existem alguns critérios.</p>
<p>CENA 15: Imagens: Passagem do repórter; Plano médio</p>		<p>CENA 15: Vivo: Para realizar o cadastro de animais de família carente, por exemplo, necessários documentos como comprovante de renda, foto do animal, bem como os dados do responsável.</p>
<p>CENA 16:</p>		<p>CENA 16:</p>

<p>Imagens: Gato em situação de rua</p>		<p>Off: Os animais em situação de rua têm prioridade e, geralmente, ficam em um lar temporário até sua recuperação e adoção.</p>
<p>CENA 17: Imagens: Passagem do repórter; Plano médio</p>		<p>CENA 12: Vivo: É por isso/este e por diversos outros motivos que a gente pede seu apoio</p>
<p>CENA 18: Imagens: Animais felizes</p>		<p>CENA 18: Off: Para que esse trabalho continue, e claro, cresça cada vez mais.</p>
<p>CENA 19: Imagens: Passagem do repórter; Plano médio</p> <p>Lettering: Ícone do Face: @tampet.tampinhas.5 e icone do Insta: @ecopettampas</p>		<p>CENA 19: Vivo: Se você quer mais informações sobre o Projeto Ecopet e saber qual é o ponto de coleta mais próximo da sua casa, acesse nosso Facebook e <i>Instagram</i>.</p>
<p>CENA 20: Vinheta de finalização: Stopmotion de tampinhas em time-lapse.</p> <p>(Claquete) Roteiro e produção: Claudiany Wagner Schutz Cinegrafista Paulo Henrique C. Edição: Claudiany Wagner Schutz Orientadora: Daniela Grmann</p> <p>Lettering: contatos do Ecopet</p> <p>Realização: Logo unisul</p>		<p>CENA 20: Vinheta de finalização.</p> <p>Triha: Glen Canyon</p>

Episódio 02**Título:** Como ajudar o projeto Ecopet.

VÍDEO	ÁUDIO
<p>CENA 01: Vinheta de abertura</p> <p>Imagens: Imagens de cães e gatos felizes e curiosos; Logo do Projeto Ecopet</p> <p>Lettering: Conscientizar, castrar, reciclar.</p>	<p>CENA 01: Vinheta de abertura</p> <p>Trilha: Glen Canyon</p>
<p>CENA 02: Imagens: Voluntários com animais.</p>	<p>CENA 02: Trilha: Whistling Down the Road</p> <p>Off: Você sabia que pode ajudar animais mesmo sem doar nenhum centavo?</p>
<p>CENA 03: Imagens: Cães animados e felizes; Gato miando; Cães carregando tampinhas;</p>	<p>CENA 03: Off: Doe tampinhas ao Projeto Ecopet! E se você separar por cor, além de colaborar com o material, você ajuda os voluntários nesse processo de separação.</p>
<p>CENA 04: Imagens: Pontos de coleta engajados com o projeto. -Loja Maria Joaquina - Capoeiras -Agropecuária Super bicho -Posto Pagani</p>	<p>CENA 04: Off: Seja um ponto de coleta! Cedendo um pequeno espaço no seu estabelecimento para a arrecadação das resíduos recicláveis.</p>
<p>CENA 05: Imagens: Voluntários se ajudando; Voluntários conversando em ponto de coleta; Voluntários separando tampinhas por cor em mutirão.</p>	<p>CENA 05: Off: Seja um voluntário! Os voluntários auxiliam desde a arrecadação e separação dos materiais, ou gerenciando pontos de coleta.</p>
<p>CENA 06: Imagens:</p>	<p>CENA 06: Off:</p>

<p>Voluntário fazendo carinho em um animal, mexendo no celular, nas redes sociais do projeto.</p>	<p>Seja um lar temporário para um animalzinho castrado, ou compartilhe as publicações do projeto nas redes sociais!</p>
<p>CENA 09: Imagens: Animais felizes com donos e voluntários; Lettering: Você faz a diferença!</p>	<p>CENA 09: Off: Dissemine essa ideia!</p>
<p>CENA 10: Vinheta de finalização: Stopmotion de tampinhas em time-lapse. (Claquete) Roteiro e produção: Claudiany Wagner Schutz Edição: Claudiany Wagner Schutz Orientadora: Daniela Grmann Lettering: contatos do Ecopet Realização: Logo unisul</p>	<p>CENA 10: Vinheta de finalização. Triha: Glen Canyon</p>

Episódio 03**Título:** A importância sobre a Castração animal.

VÍDEO	ÁUDIO
<p>CENA 01: Vinheta de abertura</p> <p>Imagens: Imagens de cães e gatos felizes e curiosos; Logo do Projeto Ecopet</p> <p>Lettering: Conscientizar, castrar, reciclar.</p>	<p>CENA 01: Vinheta de abertura</p> <p>Trilha: Glen Canyon</p>
<p>CENA 02: Imagens: Filmar na perspectiva do animal (contra plongê) animais de rua/na rua.</p> <p>Lettering: 30 milhões situação de abandono</p>	<p>CENA 02: Trilha: Project Solaris</p> <p>Off: Mais de 30 milhões de animais se encontram em situação de abandono no Brasil... E diariamente milhares de outros nascem nas ruas.</p>
<p>CENA 03: Imagens: Animais em atendimento na clínica veterinária.</p>	<p>CENA 03: Off: E é assim que castração surge como alternativa eficiente e barata para a diminuição de animais nessa situação. O procedimento é o mais recomendado por <u>veterinários</u>.</p>
<p>CENA 04: Imagens: Veterinária Marina dando entrevista.</p> <p>GC – Nome e função da pessoa Marina Monetadant - Médica veterinária</p>	<p>CENA 04: Sonora: “A gente precisa evitar mesmo castrando os animais crias indesejáveis, porque a população de animais é enorme, e não existe lar para todos”.</p>
<p>CENA 05: Imagens: Cães e gatos de fundo desfocada e por cima dessa imagem ir escrevendo (em forma de digitação) as inúmeras coisas que a castração é benéfica.</p> <p>GC:</p>	<p>CENA 05: Off: A castração pode evitar diversos sianis indesejáveis do animal, como:</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Impede a reprodução excessiva de animais e a uxilia no controle populacional de cães e gatos • Diminui a agressividade • Reduz agitação • Acaba com os cios • Prolongam a vida • Previne a transmissão de doenças geneticamente transmissíveis como epilepsia, displasia etc... 	<ul style="list-style-type: none"> • Impede a reprodução excessiva de animais e a uxilia no controle populacional de cães e gatos • Diminui a agressividade • Reduz agitação • Acaba com os cios • Prolongam a vida • Previne a transmissão de doenças geneticamente transmissíveis como epilepsia, displasia etc... <p>(...) assim como diversos outros hábitos considerados indesejáveis</p>
<p>CENA 06: Imagens: Humano e animais interagindo com felicidade.</p>	<p>CENA 06: Off: Castrar seu animal é um ato de amor. Não deixe seu amigo fora dessa, entre na luta também!</p>
<p>CENA 07: Vinheta de finalização: Stopmotion de tampinhas em time-lapse.</p> <p>(Claquete) Roteiro e produção: Claudiany Wagner Schutz Edição: Claudiany Wagner Schutz Orientadora: Daniela Grmann Agradecimentos: Dr. Marina Monetadant</p> <p>Lettering: contatos do Ecopet</p> <p>Realização: Logo unisul</p>	<p>CENA 07: Vinheta de finalização; Triha: Glen Canyon</p>

Episódio 04**Título:** A influência do Voluntariado.

VÍDEO	ÁUDIO
<p>CENA 01: Vinheta de abertura</p> <p>Imagens: Imagens de cães e gatos felizes e curiosos; Logo do Projeto Ecopet</p> <p>Lettering: Conscientizar, castrar, reciclar.</p>	<p>CENA 01: Vinheta de abertura</p> <p>Trilha: Glen Canyon</p>
<p>CENA 02: Imagens: Voluntários fazendo carinho em animais. (Afeto), separando tampinhas e colocando na carretinha; Voluntários separando tampinhas.</p> <p>Lettering: + de 30 voluntários Nas regiões da grandes Florianópolis.</p> <p>GC: Nátalia Carvalho</p>	<p>CENA 02: Trilha: Safety Net</p> <p>Off: Ser <u>voluntário</u> é acima de tudo um ato de amor</p>
<p>CENA 03: Imagem: Voluntário com camisa do ecopet colocando tampinhas no balde, meninas reunidas fazendo separação e balde cheio.</p> <p>Lettering: Colaborar Transformar Reciclar</p> <p>GC: Renata Fontana de Faria</p>	<p>CENA 03: Sonora: É aquela vontade que a gente tem de querer mudar o mundo.</p>
<p>CENA 04: Imagens: Voluntários se ajudando com tampinhas.</p>	<p>CENA 04: Sonora: É muitas vezes deixar de fazer algo para si em prol do outro.</p>

<p>Lettering: Os voluntários auxiliam na arrecadação, separação e administração dos pontos de coleta.</p> <p>GC: Marcelo A. de Oliveira Melo</p>	
<p>CENA 05: Imagens: Voluntários em mutirão; Tampinhas sendo separadas por cor; Voluntários conversando.</p> <p>Lettering: <i>“O mundo não precisa de pessoas fazendo muito, mas sim de mais pessoas fazendo algo.” Mauro Arruda</i></p> <p>GC: Renata Fontana de Faria</p>	<p>CENA 05: Sonora: Então começar aos poucos, né? Mudando o nosso mundo ao nosso redor. Eu mudo diariamente, ao pouquinhos, o meu mundo ao meu redor.</p>
<p>CENA 06: Imagens: Voluntária mostrando tampinhas; Voluntários felizes e abraçados;</p> <p>GC: Juliana Nunces Bitencourt</p>	<p>CENA 06: Sonora: E lá na frente vai fazer a diferença.</p>
<p>CENA 07: Vinheta de finalização: Stopmotion de tampinhas em time-lapse.</p> <p>(Claquete) Roteiro e produção: Claudiany Wagner Schutz Edição: Claudiany Wagner Schutz Orientadora: Daniela Grmann Agradecimentos: Aos voluntários envolvidos</p> <p>Lettering: contatos do Ecopet</p> <p>Realização: Logo unisul</p>	<p>CENA 07: Vinheta de finalização:</p> <p>Triha: Glen Canyon</p>

Episódio 05**Título:** A história de um animal beneficiado.

<p>CENA 01: Vinheta de abertura</p> <p>Imagens: Imagens de cães e gatos felizes e curiosos; Logo do Projeto EcoPET</p> <p>Lettering: Conscientizar, castrar, reciclar.</p>	<p>CENA 01: Vinheta de abertura</p> <p>Trilha: Glen Canyon</p>
<p>CENA 02: Imagens: Apresentação do animal beneficiado. -Mingau olhando para câmera -Mingau andando (na perspectiva nossa e na perspectiva dele – com a câmera na altura do cachorro) -Mingau comendo o biscoito (filmar na perspectiva do dono dando na boca dele, depois ele mastigando) Mingau brincando</p>	<p>CENA 02: Trilha: Tiptoe Out the Back</p> <p>Narração: Eu me chamo mingau, tenho 2 anos, sou adotado, castrado, amo brinquedos e adoro biscoitos</p>
<p>CENA 03: Imagem: Mingau com sua irmã dog (o outro cachorro) Mingau com seu irmão humano (criança fazendo carinho nele) Mingau com sua família feliz, abraçando sem o rosto</p>	<p>CENA 03: Narração: Eu tenho uma irmã chamada Sol, e ela é bem rabugenta. E um irmão também, a gente se ama.</p> <p>Essa família me acolheu com muito amor.</p> <p>Tive a felicidade de ser castrado, entrar na fila de adoção e ganhar um lar...</p>
<p>CENA 04: Imagens: Mingau com as tampinhas</p>	<p>CENA 04: Narração: Mas você saber como eu cheguei até aqui?</p>
<p>CENA 05: Imagens: Tampinha saindo da garrafa PET e indo para o lixo.</p>	<p>CENA 05: Narração: Sabe aquela tampinha de garrafa que você ia jogar fora?</p>

<p>CENA 06: Imagens: *cena voltando no tempo*. Tampinha sendo tirada da garrafa e indo para um recipiente com outras tampinhas.</p>	<p>CENA 06: Narração: Vou apresentar a você um novo rumo para ela! Essa simples tampinha pode ajudar animais como o eu! Você só precisa dar um novo destino à ela:</p>
<p>CENA 07: Imagens: *EM TIME-LAPSE* Tampinha sendo colocada em um coletor no ponto de coleta</p>	<p>CENA 07: Narração: Doe sua tampinha em algum ponto de coleta do Projeto Ecopet, pois, ela pode financiar a castração de um animal como eu, e ainda ajudar na reciclagem de materiais plásticos.</p>
<p>CENA 08: Imagens: Mingau feliz. (Caminhando, abanando o rabo, com a família)</p>	<p>CENA 08: Narração: Essa é a minha história, mas diversos animais estão esperando uma oportunidade, como eu tive. Arrecade você também!</p>
<p>CENA 09: Vinheta de finalização: Stopmotion de tampinhas em time-lapse.</p> <p>(Claquete) Roteiro e produção: Claudiany Wagner Schutz Edição: Claudiany Wagner Schutz Orientadora: Daniela Grmann Agradecimentos:</p> <p>Lettering: contatos do Ecopet</p> <p>Realização: Logo unisul</p>	<p>CENA 09: Vinheta de finalização:</p> <p>Triha: Glen Canyon</p>