





## Relato de experiência

### Projeto cãorinho: relato de experiência sobre ação social voltada para animais em situação de abandono


### Doggy project: experience report about social action aimed at animals under situation of rejection


#### Resumo


Laura Adriana Ribeiro Lopes<sup>1</sup>  
 [orcid.org/0000-0002-4884-1613](https://orcid.org/0000-0002-4884-1613)

Emanuelle Lopes Ferreira<sup>1</sup>  
 [orcid.org/0000-0003-0010-1998](https://orcid.org/0000-0003-0010-1998)

Emerson Rodrigues Pereira Junio<sup>1</sup>

Ester Cavalcanti Davila<sup>1</sup>  
 [orcid.org/0000-0003-3052-9530](https://orcid.org/0000-0003-3052-9530)

Kênia Rávila Queiroz Brito<sup>1</sup>  
 [orcid.org/0000-0002-6986-4355](https://orcid.org/0000-0002-6986-4355)

Lavinia Thaina Silva Reis<sup>1</sup>  
 [orcid.org/0000-0003-0205-171X](https://orcid.org/0000-0003-0205-171X)

**Objetivo:** apresentar ações desenvolvidas por acadêmicos de um curso de graduação que, sensibilizados com situação de abandono de animais, implementaram um projeto intitulado “Cãorinho”. **Métodos:** trata-se de estudo do tipo relato de experiência que apresenta os resultados de um projeto social realizado em prol de animais em situação de abandono numa cidade do Norte de Minas. Para a divulgação do projeto, foi criada uma logomarca, bem como banners, folders, flyers e materiais diários, utilizando o *Instagram* e o *WhatsApp*. Estabeleceu-se parceria com a Ong “Casa da Dinda”, com a intenção de incentivar a adoção dos animais resgatados pelo lar e motivar as doações de rações. **Resultados:** os meios de publicidade foram cruciais para o alcance de metas e a divulgação presencial trouxe maior espaço na busca pela quantia necessária ao cumprimento da meta estabelecida para a doação da ração. Foi realizada a entrega de um total de 210 kg de ração, quantidade superior à meta inicialmente estabelecida. **Conclusão:** a ação realizada através do projeto provocou impacto social, levando conscientização à população sobre o abandono e adoção de animais. Com a divulgação realizada, foi possível demonstrar que, não sendo possível adotar um animal, existem outras formas de contribuir.

**Palavras-chave:** Projeto social. Abandono de animais. Parcerias. Pandemia.

#### Abstract

**Objective:** presenting actions developed by academics of an undergraduate course who, sensitized with the situation of animal rejection, implemented a project entitled “Doggy”. **Methods:** this is a study of the type of case studies that presents the results of a social project carried out for animals in a situation of rejection in a city in the North of Minas Gerais. To publicize the project, a logo was created, as well as banners, folders, flyers and daily materials, using Instagram and WhatsApp for dissemination. A partnership was established with the NGO “Dinda’s House”, with the intention of encouraging the adoption of animals rescued by the home and motivating the donation of rations. **Results:** the means of advertising were crucial to achieving goals and the dissemination by physical and face-to-face contact brought more space in the search for the amount necessary to meet the goal established for donation of feed. A total of 210 kg of feed was delivered, a quantity higher than the initial target. **Conclusion:** the action carried out through the project caused a social impact, raising awareness among the population about the rejection and adoption of animals. With the disclosure, it was possible to demonstrate that, if it is not possible to adopt an animal, there are other ways to contribute.

**Keywords:** Social project, Rejection of animals, Partnerships, Pandemic.

<sup>1</sup> Centro Universitário FUNORTE, Montes Claros, MG, Brasil.

Autor para correspondência: Laura Adriana Ribeiro Lopes. Centro Universitário FUNORTE. Av. Osmane Barbosa, n. 11.111, JK, Montes Claros, MG, Brasil. E-mail: [laura.ribeiro@funorte.edu.br](mailto:laura.ribeiro@funorte.edu.br)

#### Como citar este artigo

##### ABNT

LOPES, L. A. R. *et al.* Projeto cãorinho: relato de experiência sobre ação social voltada para animais em situação de abandono. *Humanidades (Montes Claros)*, Montes Claros, v. 10, n. 2, p. 105-108; jul./dez. 2021.  
<https://doi.org/10.53303/humanidades.v10i2.362>

##### Vancouver

Lopes LAR, Ferreira EL, Junio ERP, Davila EC, Brito KRQ, Reis LTS. Projeto cãorinho: relato de experiência sobre ação social voltada para animais em situação de abandono. *Humanidades (Montes Claros)*. 2021 jul-dez;10(2)105-8.  
<https://doi.org/10.53303/humanidades.v10i2.362>

Recebido em: 13 set. 2021.

Aceito em: 17 out. 2021.



## INTRODUÇÃO

Nas grandes cidades, para cada 5 habitantes existe um cachorro, dos quais 10% estão abandonados. Esse número de abandono, aumentou após o início da pandemia do COVID-19 em 2020, calculando-se um crescimento de 70%. Atualmente, no Brasil, calcula-se que existam mais de 30 milhões de animais abandonados, entre gatos e cachorros (MAIA; BUENO, 2020).

Nesse contexto, existem Organizações não Governamentais (ONG's) que desenvolvem importante trabalho de ajuda aos animais abandonados nas ruas. Entretanto, grande parte delas já enfrentam problemas como superlotação, visto que recebem muitos chamados por dia, não sendo possível atendê-los em sua totalidade, já que não é possível abrigar e tratar todos os animais em razão do alto custo e pouco espaço disponível.

A situação é preocupante, levando-se em consideração que se trata de animais que são adotados para terem cuidados domésticos, se tornam o “melhor amigo do homem” e, mesmo assim, são abandonados.

Nesse sentido, foi desenvolvido o “Projeto Cãorinho” com o objetivo de arrecadar doações para o lar de acolhimento “Casa da Dinda”, organização fundada em 2019 por três protetoras independentes Cláudia Bacchi, Valéria Magna e Marília de Niz. O lar resgata os animais, disponibiliza todo o tratamento necessário, como vacinação, castração e os deixam prontos e disponíveis para a adoção responsável.

Assim, estabeleceu-se a parceria com a “Casa da Dinda” com a intenção de incentivar a adoção dos animais resgatados pelo lar e motivar as pessoas a realizarem doações de rações, valores, cobertores, brinquedos, materiais de higiene, de construção e afins. Todas as doações seriam repassadas para o lar, contribuindo para sua manutenção, visto que a casa

acolhedora é uma instituição sem fins lucrativos, sobrevivendo todos esses anos sem ajuda governamental, apenas com as doações daqueles que se dispõem a ajudar.

## MÉTODOS

Trata-se de estudo do tipo relato de experiência, com abordagem em pesquisas quantitativas e qualitativa. Os integrantes da equipe, sensibilizados pela situação dos animais, verificaram grande desconhecimento das pessoas quanto a essa situação. Observou-se, também, certa falta de zelo no cuidado e proteção dos animais.

A chegada da pandemia do COVID-19 interferiu significativamente nessa realidade, em que o percentual de adoção caiu drasticamente, aumentando os dados de abandono nas ruas. Esse foi, inclusive, um dos maiores objetivos do projeto, visando à redução nessas porcentagens que cresceram devido à pandemia.

Para planejamento e execução do projeto, foram realizadas reuniões para fins de pesquisa e entregas, tendo sido realizados um total de 5 encontros, sendo três compromissos presenciais e dois através da plataforma Google Meet.

Para a divulgação do projeto, foi criada uma logomarca, bem como banners, folders, flyers e materiais diários de autoria dos próprios acadêmicos, utilizando duas ferramentas para a divulgação, o *Instagram* e o *WhatsApp*. A equipe também fez uso dos contatos pessoais para a apresentação do Projeto Cãorinho, para a propagação de visibilidade e ciência do que estava em percurso.

A divulgação foi feita quase que diariamente através da postagem de informações sobre a Instituição Casa da Dinda, como animais para adoção responsável, quantidade de estoque de alimento incentivando a doação de ração, cobertores, recipientes plásticos,

materiais de construção diversos, apadrinhamento dos bichinhos e outras formas de ajuda. Em parceria com o Projeto Cãorinho, a Dra. Amanda Rodrigues Pereira se dispôs, voluntariamente, a conceder todo suporte necessário, sem custo, para qualquer procedimento preciso.

## RELATO DA EXPERIÊNCIA

A princípio houve um primeiro contato através de uma visita à Casa da Dinda, para expor o projeto e fechar possível parceria com uma das fundadoras. Foi apresentado a proposta do Projeto Integrador Multidisciplinar e todas as etapas nele compostas. Houve grande interesse no projeto e um elo forte foi estabelecido.

Iniciado o plano de ação, os alunos foram em busca das doações e afins. Verificou-se, inicialmente, certa dificuldade para o alcance das doações, o que gerou a necessidade de alteração no cronograma das entregas, por não terem sido arrecadas doações suficientes.

Nesse sentido, buscaram-se métodos estratégicos com perspectivas de promover maior repercussão do projeto, de forma a facilitar a comunicação. Utilizou-se da criação de conta no *Instagram*, ferramenta muito usual no mundo tecnológico. Com o auxílio de postagens realizadas frequentemente, algumas delas por produção da própria equipe, obteve-se o impacto desejado através dos banners e folhetos profissionais.

Organizou-se, ainda, um vídeo oficial do projeto visando maior abrangência, sendo esse vídeo mais explícito em relação aos objetivos do projeto. A persistência nas divulgações através do mundo digital e a rede de contatos pessoais dos integrantes da equipe foram de muito valor para aquisição dos dados almejados.

No decorrer da execução do projeto observaram-se dificuldades, visto que as pessoas tinham pouco conhecimento sobre os impactos da pandemia no cenário de adoção de animais e manutenção das casas de apoio. Antes da Covid-19, os animais de rua ainda podiam se alimentar de restos de comidas que sobravam de bares, restaurantes, lugares sociais. O isolamento e o fechamento desses estabelecimentos também influenciaram no aumento de mortes por fome e abandono.

Os meios de publicidade foram cruciais no alcance de metas e a divulgação por contato presencial ganhou maior espaço na busca pela quantia exata. Por intermédio do *Instagram*, muitos seguidores apoiavam fazendo reportagens dos pôsteres oficiais do Projeto Cãorinho e com isso a ação ficou bastante conhecida e muitas pessoas entraram em contato para divulgação dos animais que se encontravam em situações críticas para possíveis adoções e lares temporários.

Através da procura no *Instagram*, houve uma adoção por parte de um dos acadêmicos. Foi adotado um filhote que necessitava de muitos cuidados, tratamento devido e atenção.

Foi realizada uma primeira entrega antecipada, visto que o estoque da instituição estava em zero. Ao todo foram entregues 45 kg de ração para que se mantivessem os cachorrinhos saudáveis e abastecidos. Na segunda concessão foram entregues mais 135 kg totalizando em 180 kg. Posteriormente recebidas doações de mais 30 kg que seriam destinadas a Casa da Dinda, mais que por motivos maiores foram oferecidas ao abrigo Amigos de Patas, que enfrentavam um grandioso problema, pois somavam em 18 animais que estavam sem condições de serem mantidos no abrigo por falta de suplementos necessários, ou seja, a ração.

A meta de arrecadação de ração não só foi atingida, como ultrapassou o que se foi definido,

inicialmente. Outros itens de extremo valor como materiais que são utilizados para abastecimento, hidratação, conforto e comodidade também foram arrecadados. Além de manter a Casa da Dinda, outra instituição que carecia de grande ajuda por parte da sociedade, acabou sendo beneficiada.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ação realizada através do projeto proposto gerou um grande impacto social, levando conscientização à população sobre o abandono, adoção e contribuição para com os animais. Com toda a divulgação realizada, foi possível demonstrar que não sendo possível adotar um animal, existem outras formas de contribuição.

Foram adotados todos os meios possíveis pela equipe para colaborar, ocorrendo, ainda, quebra do preconceito para com os animais de rua, já que após resgatados e vacinados estão prontos para encontrar um lar sem risco algum à saúde humana.

Tal iniciativa pode, também, trazer economia para quem se dispõe a adotar, pois muitas pessoas compram cachorros de raça por valores exorbitantes, sendo que o amor recebido irá ser o mesmo de um animal adotado. Diante da ação proposta, várias pessoas entraram em contato para buscar informações e até resgatar animais por conta própria, o que passa a certeza de que fez sentido incentivar e divulgar o projeto.

Durante o período de realização do projeto, a Casa da Dinda encontrou-se em situação crítica em relação ao estoque de ração, o que levou a equipe a antecipar a data prevista para entrega das arrecadações. Ajudar a instituição trouxe uma enorme gratificação no coração de cada um que se propôs a ajudar. Em resumo, foi feita a entrega de rações, cobertores, vasilhames, palets e foi possível direcionar novos padrinhos para a

Casa, que contribuirão com valores mensais, doando a esperança a esses animais.

O Projeto Integrador Cãorinho resultou em uma elevação de espírito e sentimento de gratidão, alcançando o objeto esperado e, ainda, sensibilizou o coração de outras pessoas para permanecerem com a colaboração, mesmo após o fim da ação.

### REFERÊNCIAS

MAIA, C. M.; BUENO, R. Pandemia aumenta abandono, mas também adoção de PETs. **Revista Eletrônica de Jornalismo Científico**, 2020 Disponível em <https://www.comciencia.br/pandemia-aumenta-abandono-mas-tambem-adocao-de-pets/>. Acesso em: 03 abr. 2021.

**Figuras 1** - Logomarca do projeto. 2021.

