

UNIVERSIDADE FEEVALE  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS  
CURSO DE DESIGN

LETIENE TERADA CORRÊA

PROJETO DE IDENTIDADE VISUAL E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO PARA  
ONG “CAMPO BOM PRA CACHORRO”

Anteprojeto de Conclusão de Curso

Novo Hamburgo

2017

## **DADOS DE IDENTIFICAÇÃO**

### **Título do Trabalho:**

Projeto para melhoria da qualidade de vida de animais

### **Área de Estudo:**

Design Gráfico, Design de Produto e Design Thinking

### **Identificação do Aluno:**

Nome: Letiene Terada Corrêa

Telefone: (51) 983402021

Endereço eletrônico: letienecorrea@gmail.com

### **Identificação do orientador:**

Prof. João Pedro Ornaghi de Aguiar

Endereço eletrônico: joaoa@feevale.br

## SUMÁRIO

<b>1 TEMA.....</b>	<b>3</b>
1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA.....	5
<b>2 PROBLEMA.....</b>	<b>6</b>
<b>3 HIPÓTESES DE ESTUDO.....</b>	<b>7</b>
<b>4 OBJETIVOS.....</b>	<b>8</b>
4.1 GERAL.....	8
4.2 ESPECÍFICOS.....	8
<b>5 JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>9</b>
<b>6 IDENTIDADE VISUAL.....</b>	<b>10</b>
6.1 MARCA E VALOR.....	10
<b>7 RELAÇÃO AFETIVA ENTRE O HOMEM E O CÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>8 ONGs.....</b>	<b>13</b>
8.1 SURGIMENTO DAS ONGs.....	13
8.2 ONGs NO BRASIL.....	14
8.2.1 Viva Rio.....	14
8.2.2 Fundação Abrinq.....	15
8.2.3 Instituto Canto Vivo.....	16
8.2.4 Fundação do Câncer.....	18
8.2.5 CREN.....	19
<b>9 Campo Bom pra Cachorro.....</b>	<b>21</b>
9.1 BRECHÓ.....	22
<b>10 MAUS TRATOS E ABANDONO ANIMAL.....</b>	<b>23</b>
<b>11 CÃO DE RUA.....</b>	<b>25</b>
11.1 A ESCOLHA DE UM CÃO DE RUA E A POSSE RESPONSÁVEL.....	25
11.2 INSTRUMENTOS INSTITUCIONAIS EM PROL DA GUARDA RESPONSÁVEL DE ANIMAIS.....	25
11.2.1 Registro público de animais.....	25
11.2.2 Vacinação.....	26
11.2.3 Castração.....	26
<b>12 METODOLOGIA.....</b>	<b>28</b>
12.1 METODOLOGIA CIENTÍFICA.....	28
12.2 METODOLOGIA PROJETUAL.....	29

<b>13 CRONOGRAMA.....</b>	<b>32</b>
---------------------------	-----------

## TEMA

A relação entre o homem e os animais de estimação, como cães e gatos, existe a cerca de 10 mil anos. Shultz (2011) afirma que os pets, como são chamados, costumam encher a casa de alegria. Porém, também dão trabalho, gastos e incômodos. Exigem tempo disponível, rações de boa qualidade, precisam ser educados, adestrados, levados para passear e necessitam acompanhamento veterinário periódico. Alguns crescem mais do que o previsto ou seu temperamento não é exatamente o esperado. Por estes motivos, muitos cães e gatos, acabam abandonados por seus donos, que não têm a mínima estrutura física ou psicológica para mantê-los. Isto acaba trazendo e agravando um dos maiores problemas que vivenciamos em relação a animais de estimação atualmente: o abandono e os maus tratos. (GYGAS,2007)

Hoje em dia, podemos perceber nas ruas milhares de animais abandonados, aproximadamente 4 milhões no Brasil, conforme dados da ABINPET (2015) e, infelizmente é uma situação que tem se agravado com o passar dos anos. É muito triste e comovente encontrá-los totalmente desprotegidos, abandonados passando frio, fome, sofrendo acidentes, ficando à mercê da sua própria sorte, em meio à muitos perigos.

De acordo com Andrade (2011), o que acontece em várias cidades é que se um animal abandonado não for acolhido por alguém, ele é encaminhado ao controle zoonose para sacrifício. Por este motivo, é importante ressaltar o quanto é essencial o ato de adotar, evitando inúmeros problemas ocasionados pelo abandono.

Contudo, existem algumas soluções que podem amenizar esse problema, como a conscientização da população acerca da adoção, ressaltando a educação como fator indispensável para que essa mudança ocorra, melhor orientação quanto aos riscos de compra de filhotes em feiras e também através de políticas públicas e privadas que visam a castração como medida efetiva para o controle da população de cães e gatos.

Segundo Tachizawa (2007), as ONGs (Organizações Não Governamentais), são entidades de natureza privada, sem fins lucrativos e caracterizam-se por serem associações ou fundações. Existem ONGs que são comprometidas com o bem-estar e a saúde dos animais, como a ONG Campo Bom pra Cachorro. Ela tem como

objetivo melhorar a qualidade de vida deles através da adoção e acredita que a longo prazo esta situação pode ser amenizada. A ONG também auxilia e atende animais mutilados e atropelados e é a favor da castração como medida importante para a diminuição da população excessiva de animais. (CAMPO BOM PRA CACHORRO, 2017).

Para conseguir manter-se financeiramente, são realizados eventos, como o pedágio solidário, rifas, além de possuir um Brechó, onde todo o valor arrecadado é revertido para compra de remédios, rações, cirurgias e demais custos eventuais.

O designer neste contexto, exerce papel importante, pois consegue atingir várias pessoas através do design social, conscientizando e alertando a população acerca de um problema que atinge a sociedade e interfere na vida de todos, como o abandono de animais e o design gráfico que consegue através do planejamento, comunicar e transmitir as ideias da melhor maneira.

## 1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA

Este projeto limita-se ao estudo da atuação da ONG Campo Bom pra Cachorro com vista a melhorar a comunicação visual, a percepção e comunicação da marca. Além disso, o projeto visa a criação de um produto com o intuito de auxiliar financeiramente a ONG.

## **2 PROBLEMA**

Como o design gráfico e o design de produto podem contribuir para melhorar o resultado da ONG “Campo Bom pra Cachorro” dedicada a resgatar e ajudar cachorros de rua?



### **3 HIPÓTESES DE ESTUDO**

O design pode auxiliar na melhoria da ONG Campo Bom pra Cachorro de diversas maneiras, como na criação de uma linha de produtos ou objetos com aplicação da marca, na reorganização dos produtos vendidos no brechó e também no seu ambiente, renovação da identidade visual através de materiais gráficos como: banners, folders, cartões de visita, site e divulgação nas redes sociais e também com a realização de campanhas com o objetivo de incentivar a adoção de cães principalmente adultos e portadores de deficiência.

## 4 OBJETIVOS

### 4.1 OBJETIVO GERAL

Através de um projeto de design, integrando gráfico e produto, melhorar a percepção da ONG Campo Bom pra Cachorro com o intuito de aumentar o envolvimento de colaboradores e possíveis colaboradores da iniciativa.

### 4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Entender a atuação da ONG em questão;
- b. Realizar visitas e entrevistas com os envolvidos;
- c. Estudar a comunicação de iniciativas similares regionais, nacionais e internacionais;
- d. Apresentar e avaliar propostas de projeto com as fundadoras da ONG;
- e. Implantar todo ou parte do projeto elaborado para verificação final.

## 5 JUSTIFICATIVA

Este tema foi escolhido pois o abandono de animais, principalmente cães e gatos é uma situação presente em muitos lugares no Brasil, representando um problema de saúde pública. Muitas pessoas compram animais de estimação e não assumem a responsabilidade de cuidá-los e então, são descartados e principalmente por este motivo, o número de animais abandonados é enorme. Esta situação pode ser amenizada através da conscientização das pessoas e também com a adoção. (GYGAS, 2007).

O design cumpre um papel fundamental neste trabalho, pois auxilia na melhor divulgação de produtos e marca, transformando a imagem da ONG e transmitindo a qualidade dos mesmos.

## 6 IDENTIDADE VISUAL

A Identidade Visual é o conjunto de elementos gráficos que formalizam a personalidade visual de um nome, ideia, produto ou serviço. É possível fazer uma comparação com as roupas e o comportamento das pessoas. Ela precisa informar à primeira vista, estabelecendo um nível ideal de comunicação. Quando um nome ou ideia é sempre representado visualmente sob determinada forma, afirma-se que ela possui uma identidade visual. (STRUNCK, 2012).

Ambrose e Harris (2009, p. 160) definem marca como:

Símbolo, marca, palavra ou frase que identifica e diferencia um produto, serviço ou organização dos seus concorrentes. As marcas ajudam a distinguir ofertas de produtos semelhantes pela percepção da sua qualidade e valor, isto é, elas podem se tornar um símbolo reconhecível de certo nível de qualidade, influenciando a decisão de compra. As marcas muitas vezes comunicam “uma personalidade” que representa um conjunto de valores que atrai os consumidores- alvo, por exemplo, alimentos que são mais saudáveis, cosméticos que são mais limpos ou ketchups que são mais saborosos do que aqueles dos concorrentes.

Segundo Strunck (2012), um bom projeto de identidade visual necessita ter flexibilidade em sua aplicação, permitindo que ele se mantenha atual por muito tempo. As aplicações mais frequentes são em: embalagens, material de ponto de venda, assinatura de publicidade, sinalizações, estandes, brindes, impressos, websites, produtos, entre outros.

### 6.1 MARCA E VALOR

Os projetos de identidade visual têm como principal objetivo diferenciar para os consumidores quais suas marcas de valor entre milhares de outras. O logotipo e símbolo, cores e ícones criados conseguem transferir para produtos e serviços toda a informação ou experiência vivenciada com eles. Desta forma, as marcas passam a ser tão importantes que começam a ter valor próprio, calculado por empresas especializadas.

A avaliação da marca é feita através de quatro qualidades principais: diferenciação, relevância, estima e conhecimento. (STRUNK, 2012).

## 7 RELAÇÃO AFETIVA ENTRE O HOMEM E O CÃO

O relacionamento entre homens e cães iniciou-se há milhares de anos. Berzins (2000, p.5) afirma que “estudos apontam para a relação homem-animal na pré-história, onde foram encontrados sítios arqueológicos em que o animal doméstico era enterrado em posição de destaque ao lado do seu provável dono”.

De acordo com Dotti (2005), há indícios desde o século XVII da importância dos animais na socialização do homem. Os animais migraram das fazendas para os quintais e finalmente para dentro de suas residências.

Há evidências que afirmam que no Egito, o vínculo do animal com o homem abrangeu todas as dinastias, pois seus deuses eram compostos por formas semi-humanas, ou seja, mistura de humano com formas de animais. (LANTZMAN, 2004).

No entanto, a maior transformação ocorreu na modernidade:

[...] Mas a grande mudança deu-se a partir dos tempos modernos, com a criação de cães para a função principal de guarda da propriedade, de tração de carroças e trenós, ou utilidade para acompanhar tropeiros, agricultores, além da condição de estimação. (BERZINS, 2000 p.55).

Com o passar do tempo, os animais e seres humanos foram aprendendo a conviver um com o outro, desta forma, a proximidade trouxe inúmeras vantagens para ambos. A relação entre o homem e o animal é de respeito e cumplicidade e as relações de carinho e afetividade entre eles é algo comum nos dias atuais.

De todos os animais que conhecemos, o cachorro é o que mais se uniu ao ser humano. O cão não distingue raça social e poder aquisitivo. Dedicar-se ao dono de forma amorosa, pura e sem qualquer tipo de interesse. O cão consegue estabelecer real amizade e fidelidade ao seu dono. (GYGAS, 2007).

A notícia do jornal online A Gazeta (2010), comprova que o amor e a amizade entre o homem e o seu cão são sentimentos que desafiam a lógica. Um cachorro da raça boxer, jogou-se na frente de um assaltante para defender sua dona e acabou sendo baleado. Muito assustado, o cão desapareceu e foi considerado morto pela família, que vive no Texas, Estados Unidos. Meses depois, foi encontrado em bairro próximo, e assim que viu a dona, pulou em seu colo, demonstrando felicidade e gratidão por tê-la encontrado.

Segundo Gygas (2007, p.9),

Para o cachorro o tempo parou. O que vale para ele é ainda o coração e sua devoção provém de uma época romântica. Sua alma, incólume ao século nervoso das bombas atômicas e viagens interplanetárias, não reconhece malícia e falsidade, com a mesma alegria natural, ele nos acompanha na chuva torrencial e no forte calor: sempre amigo mais fiel do homem.

Contudo, a boa convivência, harmonia e a felicidade do dono e seu cão, correspondem a obtenção de conhecimentos indispensáveis por parte do dono. A responsabilidade de obter um animal de estimação é um fator importantíssimo, pois os animais requerem cuidados e necessitam de atenção e empenho de quem os adquire.

## 8 ONGs

As ONGs são organizações não governamentais, de natureza privada, sem fins lucrativos e possuem diversos focos de atuação, como: educação; saúde; cultura; comunidade; apoio à criança e ao adolescente; voluntariado; meio ambiente; apoio a portadores de deficiências; parcerias com o governo, entre outros. (TASHIZAWA,2007).

Para Gwercman (2016), “pode-se dizer que ser organização não-governamental é uma filosofia de vida. A legislação cita associações, fundações e organizações civis de interesse público - não há uma lei no Brasil que utilize a palavra ONG”.

De acordo com Gonçalves et al. (1996)

[...] as ONGs podem ser descritas, em primeiro lugar, como organizações não formais, o que significa dizer que, ao contrário de somente ser um agrupamento de pessoas, elas possuem uma estrutura formal, estabelecida com a finalidade explícita de alcançar determinados objetivos. ONGs são organizações sem fins lucrativos, possuem uma certa autonomia e – o que limita em muito o espectro abordado pelo termo – realizam atividades, projetos e programas na chamada área de “política de desenvolvimento”(termo utilizado nos países do Norte) com o objetivo de contribuir para a erradicação das condições de vida desiguais e injustas no mundo, mas sobretudo nos países do Sul.

### 8.1 SURGIMENTO DAS ONGs

Historicamente, afirma-se que as ONGs começaram a existir em anos de regime militar. Essa época foi marcada pelo autoritarismo, modernização do país e pelo surgimento de uma sociedade organizada, autônoma em relação ao Estado. Por esse motivo, a sociedade civil acreditou que as Organizações tratavam-se de oposição política. A partir dos anos 70, as ONGs consolidaram-se gradativamente. (TACHIZAWA, 2007).

Para Gonçalves et al. (1996), a origem das ONGs em países como Alemanha e Brasil, surgiram em épocas e motivos distintos. As ONGs na Alemanha surgiram no começo dos anos 50 com o objetivo de auxiliar no desenvolvimento das ex-colônias e recém-criados países africanos. No início dos anos 60, ocorre o surgimento da maioria das ONGs alemãs atuantes nos dias de hoje na cooperação internacional e na ajuda ao desenvolvimento. O início dos anos 70 foram marcados

pelos “ novos movimentos sociais”, nos quais destacam-se os movimentos anti-imperialistas no contexto da guerra do Vietnã. No final dos anos 80, as ONGs foram essenciais no apoio a atividades no âmbito da política de desenvolvimento.

No Brasil, o surgimento de organizações deu-se a partir dos anos 80, embora muitas delas já existissem desde o início dos anos 70. A partir dessas afirmações, Gonçalves et al. (1996) faz a seguinte indagação: “ o que levou, por assim dizer, a um ‘despertar mundial’ com relação às ONGs?”

As ONGs do Norte e do Sul começaram a se destacar, pois eram capazes de contribuir de forma decisiva para a melhoria da qualidade de vida em países do Sul. O despertar a nível internacional para as ONGs ocorreu em um momento de profunda crise econômica e principalmente social, onde a política não modificou a atual situação de distribuição desigual de renda, desemprego, pobreza, fome, etc. Por disso, percebeu-se que era necessário estabelecer reformas estruturais nos países do Sul que assegurassem os direitos sociais e políticos da população. Diante desse cenário, as ONGs surgem com o intuito de dar contribuições, apresentar propostas e influenciar de forma positiva nas políticas governamentais.

Muitas entidades nasceram da fragmentação de outras ONGs. Inúmeros problemas como a fome, crianças de rua, Aids, entre outros, são motivações para o surgimento de entidades dispostas a enfrentar e ajudar no combate de inúmeras dificuldades sociais por meio de iniciativas de caráter experimental ou alternativo. (TACHIZAWA, 2007).

## 8.2 ONGs NO BRASIL

### 8.2.1 Viva Rio

Viva Rio é uma Organização sem fins lucrativos, fundada em 1993 no Rio de Janeiro e atua na formação de comunidades seguras e saudáveis em territórios vulneráveis. Em 2004, chegou ao Haiti a convite da ONU. Instalou-se nos Estados Unidos como Viva Rio Inc. Desde sua fundação, desenvolveu e consolidou atividades e projetos que foram produzidos pelo Estado, empresas, mercado e outras organizações. Figurou por duas vezes entre as 100 melhores Organizações não Governamentais do mundo, segundo a publicação suíça The Global Journal.



A ONG trabalha com o intuito de promover a saúde, a cultura de paz e a viabilização da inclusão social. Além disso ela desempenha trabalhos em comunidades expostas aos riscos da violência, aplica soluções inovadoras para problemas sócias e ambientais em contextos vulneráveis, media conflitos e comunica-se com prazer e eficácia em meio à diversidade de valores locais. (VIVA RIO, 2017).

**Figura 1- Marca ONG Viva Rio**



Fonte <https://media.lovemondays.com.br/logos/0bf414/viva-rio-original.png>

### **8.2.2 Fundação Abrinq**

De acordo com a Fundação Abrinq (2017), no final dos anos 80, um grupo de empresários preocupados com crianças e adolescentes, uniu-se para inaugurar o conceito de empresas socialmente responsáveis. Em 1989, criou uma Diretoria de Defesa Dos Direitos da Criança, núcleo da futura Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente, fundada oficialmente em 1990. Atualmente, caracteriza-se por ser uma organização sem fins lucrativos que tem como objetivo promover a defesa dos direitos e o exercício da cidadania de crianças e adolescentes.

A Fundação possui estratégias importantes: articulação política e social na construção e defesa dos direitos da criança e do adolescente, incentivo para

implementação de ações públicas, apoio a Organizações não governamentais para prestação de serviços ou defesa de direitos e estímulo à responsabilidade social. Valoriza a ética, transparência, solidariedade, diversidade, autonomia e independência. Visa uma sociedade justa e responsável pela proteção e pleno desenvolvimento de crianças e adolescentes.

O recurso financeiro principal da Fundação são doações e colaborações da população. Além disso, possui diversos programas institucionais como: Prefeito amigo da criança, Creche para todas as crianças, Programa adote um sorriso, Presidente amigo da criança, Prêmio criança, entre outros. Também possui projetos como: Projeto Juntos para Mudar, Projeto Ciranda da Saúde II e Toda Criança Nasce Para Ser Feliz.

**Figura 2- Marca Fundação Abrinq**



Fonte: [https://pbs.twimg.com/profile\\_images/846435341284331521/JAwGeaHT.jpg](https://pbs.twimg.com/profile_images/846435341284331521/JAwGeaHT.jpg)

### **8.2.3 Instituto Canto Vivo**

Segundo o Instituto Canto Vivo (2017), a ideia e proposta da ONG surgiu através de Cristiane Nogueira. Caracteriza-se por ser uma Organização Não Governamental sem fins lucrativos que visa a revolução na forma de pensar o meio ambiente, associando-o a qualidade de vida e a inclusão social, através da realização de projetos educacionais e ambientais voltados para a preservação vegetal de forma sustentável e participativa.

Em 2001, a ONG trabalhava com a reprodução e soltura de animais silvestres nas matas sergipanas. Porém, devido a destruição do habitat natural dos pássaros, o trabalho não pode mais ser realizado. Com o surgimento desse problema, a ONG teve a ideia de auxiliar na recuperação e preservação da vegetação local.

Os primeiros projetos iniciaram-se em Sergipe e suas principais ações foram: reprodução e distribuição de mudas e sementes; projetos com o intuito de conscientizar escolas e comunidades; oficinas de reciclagem e reflorestamento de áreas desmatadas.

Em consequência destes e diversos outros projetos, o Instituto começou a destacar-se ganhando visibilidade e por isso, parceiros e voluntários uniram-se e aderiram aos projetos da Canto Vivo. As fronteiras do Estado se abriram e ações foram desenvolvidas em Alagoas e Bahia.

Através de todos os esforços da ONG e seus parceiros, suas ações deram resultados significativos, como por exemplo: o reflorestamento da Serra de São José dos Montes em Campo Brito, plantação de mais de 600.000 mudas diversificadas em 110 espécies e realização de ações para conscientizar mais de 3.000 crianças.

A principal fonte de renda é a Ecoloja virtual. A loja possui produtos artesanais fabricados pelo próprio Instituto e reverte os lucros em projetos de reflorestamento e educação ambiental. Além disso, aceita doações e contribuições da população, a fim de dar continuidade a inúmeros projetos.

**Figura 3- Identidade Visual Instituto Canto Vivo**



Fonte: [https://68.media.tumblr.com/ad501d607113a9bced3512676e0246c2/tumblr\\_nmvfxhysLQ1upj5b5o1\\_400.jpg](https://68.media.tumblr.com/ad501d607113a9bced3512676e0246c2/tumblr_nmvfxhysLQ1upj5b5o1_400.jpg)

#### 8.2.4 Fundação do Câncer

De acordo com a Fundação do Câncer (2017) o instituto foi criado em 1991 pelo médico Marco Moraes, na época, diretor do Instituto Nacional do Câncer (Inca) e caracteriza-se por não ter fins lucrativos. Tem como missão promover ações para o controle e prevenção do câncer em benefício da sociedade e valoriza o compromisso com a vida, cultura de inovação, gestão com transparência e foco em resultados. Apoia o Instituto Nacional de Câncer (Inca) e as atividades do Programa Nacional de Controle do Câncer e presta consultoria para estados e municípios do país para melhoria no tratamento de câncer (Plano de Atenção Oncológica). A Fundação tem como intuito captar recursos, investir na prevenção e trabalhar com programas e projetos relacionados a transplante de medula óssea e sangue de cordão umbilical.

O câncer é considerado um problema muito sério de saúde pública em todo o mundo e a incidência dessa doença cresceu 20% na última década. No Brasil, é a segunda causa de morte por doença. Dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), indicam que a expectativa para 2030, em todo o mundo, é de 27 milhões de novos casos e 17 milhões de óbitos. Os países em desenvolvimento serão os mais afetados, incluindo o Brasil.

A Fundação do Câncer tornou-se referência e ao longo do tempo, conquistou reconhecimento das comunidades médica e científica em parceria com o Inca. Entre os principais projetos que irão ser realizados estão a operação de um hospital oncológico e de uma unidade de cuidados paliativos. Porém, necessita de doações para conseguir concretizá-los e continuar ajudando milhares de pessoas em todo o Brasil.

Figura 4- Marca Fundação do Câncer



Fonte: [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/43/Logo\\_funda%C3%A7%C3%A3o\\_do\\_c%C3%A2ncer.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/43/Logo_funda%C3%A7%C3%A3o_do_c%C3%A2ncer.jpg)

### 8.2.5 CREN

O CREN é um centro de referência internacional na área de educação nutricional. Localiza-se em São Paulo. O foco do seu trabalho consiste no tratamento de distúrbios nutricionais primário e destaca-se por ser um espaço de pesquisa renomado e por desenvolver metodologias de atendimento com a ajuda e participação de alunos, professores e pesquisadores de universidades do Brasil e do mundo. Sua maior missão é enfrentar a obesidade e a subnutrição, acredita que com o corpo e a mente saudável o ser humano consegue desenvolver-se de forma integral e completa.

De acordo com dados do CREN (2017), 1 a cada 8 crianças sofre com a desnutrição. No Brasil, 2 milhões e 400 mil crianças de 0 a 5 anos sofrem com a má nutrição.

Realizou vários projetos importantes na sociedade, como: Vencendo a desnutrição, Eu aprendi, eu ensinei, Cursos para profissionais e Nutrição e saúde na pobreza.

No CREN, a boa nutrição das pessoas atendidas é alcançada em 3 etapas: Assistência, Multiplicação e Pesquisa e Formação.

A fase de Assistência refere-se ao atendimento ambulatorial, atendimento na comunidade e atendimento em hospital-dia. Na Multiplicação destaca-se a assessoria e implantação de serviços, publicações e participação em redes e fóruns de discussões. Na última etapa são abordados itens como a pesquisa, desenvolvimento de metodologia, formação de profissionais e formação de agentes multiplicadores.

**Figura 5- Identidade visual CREN**



Fonte: <http://nfcidada.sefaz.al.gov.br/wp-content/uploads/2016/12/cren.png>

## 9 Campo Bom pra Cachorro

De acordo com a ONG Campo Bom pra Cachorro (2017), caracteriza-se por ser uma Organização não governamental sem fins lucrativos. Tem como missão resgatar e tratar cães e gatos em situação de risco, maus tratos e abandono, deixando-os castrados, desverminados e vacinados, ou seja, em condições plenas para adoção.

Todo o valor arrecadado é destinado para a compra de ração, medicamentos, tratamento veterinário e manutenção de lares temporários. Atua de forma voluntária e acredita que a educação e o exemplo têm poder transformador na formação humana e valoriza o respeito pela natureza e pela vida.

Figura 6- Identidade visual da ONG Campo Bom pra Cachorro



Fonte:

<https://www.facebook.com/campobompracachorro/photos/a.879557168729486.1073741825.879550618730141/1389034984448366/?type=1&theater>

## 9.1 BRECHÓ

A ONG possui um espaço físico, onde são feitas arrecadações a fim de reverter o valor em prol dos animais. O brechó é a principal fonte de renda da associação e necessita da doação de pessoas para conseguir manter o local. É aberto diariamente das 14:00 às 18:00, sendo que o atendimento é realizado por voluntários que fazem um revezamento diariamente.



## 10 MAUS TRATOS E ABANDONO ANIMAL

Todo o animal possui dignidade, sente, sofre, tem necessidades e direitos. Muitas pessoas desconhecem ou ignoram estes princípios e por isso, são constantes os casos de violência, abandono e maus tratos contra animais. Singer (2002), denomina como “especismo”, e é citado pelo filósofo como “um preconceito ou atitude parcial em favor dos interesses de membros de nossa própria espécie e contra os interesses dos membros de outras espécies”.

Singer (2002, p. 52), desmistifica a questão de se conferir direito aos animais nos mesmos moldes dos direitos humanos, destaca que:

Estender os princípios básicos de igualdade de um grupo para o outro não implica que devemos tratar os dois grupos exatamente da mesma maneira, nem que procuremos assegurar exatamente os mesmos direitos a ambos os grupos. A conveniência de fazê-lo ou não depende da natureza dos membros dos dois grupos. O preceito básico da igualdade não requer tratamento igual ou idêntico; ele requer igual consideração. A igual consideração com seres diferentes pode levar a tratamentos diferenciados e direitos diferenciados.

O abandono de animais está cada dia mais presente nos noticiários. Pesquisas afirmam que em época de férias, o número de animais abandonados aumenta consideravelmente. Existem relatos de donos que deixam seus cachorros em pet shops, veterinários e hotéis e não retornam para buscá-los. Este problema ocorre devido a decisão precipitada de ter um animal de estimação. (CANAL DO PET, 2016).

Santana e Oliveira (2004), afirmam que a falta de planejamento, orientado sob os princípios da guarda responsável, acarreta inúmeras consequências, a principal delas é o impulso de consumir. Este fato ocorre devido aos estímulos de comerciantes, que expõe os animais em gaiolas ou em vitrines, facilitando ou induzindo o consumidor a comprar o animal. O grande problema é que essa relação de consumo não desperta, muitas vezes, o vínculo afetivo que deve nortear a relação entre homem e animal, fazendo com que grande quantidade de animais sejam descartados por ficarem desinteressados após a empolgação inicial.

Domingues (2013) afirma que:

Abandonar o animal também é considerado um crime de maus tratos de acordo com o artigo 3º do Decreto Federal 24.645/34 e o artigo 32 da Lei Federal 9.605/98. A lei prevê pena de 3 meses a um ano de prisão e multa aos infratores. Além destas leis, os animais também estão amparados pela Declaração Universal dos Direitos dos Animais (DUDA). Quem presenciar uma cena que exponha os animais aos maus tratos deve denunciar a polícia imediatamente. Maltratar o animal não é exatamente bater nele, mas todas as atitudes que implicam na qualidade de vida do bicho.

## **11 CÃO DE RUA**

De acordo com o guia do ICAM (Aliança Internacional para Controle de Animais de Companhia), “cão de rua” é considerado aquele que não possui o cuidado direto e abrange cães que possuem ou não um dono, considerando que em inúmeros países, os cães são deixados livres para andar em locais públicos, mesmo que tenham um guardião ou dono. Já o termo “cão que tem dono” é aquele sobre o qual a pessoa confere propriedade, ou possui direito sobre ele. São denominados “cães da comunidade”, aqueles que são cuidados e reivindicados por mais de um indivíduo.

### **11.1 A ESCOLHA DE UM CÃO DE RUA E A POSSE RESPONSÁVEL**

A posse ou a guarda responsável de um cão é o princípio do bem-estar animal e o dever do proprietário é de fornecer comida, água, cuidados com a saúde e interação social a todos os seus animais e descendentes (ICAM, 2007).

No entanto, quando um cão de estimação é adquirido, deve-se considerar que ele exige atenção, cuidados especiais, tempo e custos. A posse responsável, hoje defendida e divulgada por médicos veterinários e entidades protetoras de animais, tem como intuito principal a prevenção de equívocos, muitas vezes, tristes consequências na relação entre estes e seus proprietários. (GYGAS, 2007).

Segundo ICAM (2007), é responsabilidade do proprietário minimizar o risco potencial que os cães podem representar ao público e outros animais. Em alguns países este é um requerimento legal.

### **11.2 INSTRUMENTOS INSTITUCIONAIS EM PROL DA GUARDA RESPONSÁVEL DE ANIMAIS**

#### **11.2.1 Registro público de animais**

O registro de animais, tem como objetivo, caracterizar o animal de forma individual, a fim de controlar a saúde, bem estar e crescimento populacional dos animais, identificando a origem e raiz de qualquer doença que possa surgir na sociedade, possibilitando o tratamento com antecedência, antes de se tornar uma epidemia. (SANTANA; OLIVEIRA, 2004).

### 11.2.2 Vacinação

Vacinar corretamente é fundamental e evita diversos tipos de doenças causadas nos animais. É, sem dúvida, um dos cuidados mais importantes tanto para o filhote, quanto para o cão adulto. (ARCA BRASIL, 2017).

O projeto de lei nº 121/ 99, do Congresso Nacional, trata da matéria em seus artigos 2º e 3º, e destaca:

Art. 2º. Os cães de qualquer origem, raça e idade serão vacinados anualmente contra raiva, leptospirose e hepatite. § 1º. A vacinação será feita sob a supervisão de médico veterinário, que emitirá o respectivo atestado; § 2º. O atestado de vacinação deverá conter dados identificadores do animal, bem como dados sobre a vacina, data e local em que foi processada, sua origem, nome do fabricante, número da partida, validade, dose e via de aplicação. § 3º. O descumprimento deste artigo sujeita os responsáveis à multa (...) § 4º. Se quem descumpra a norma é criador ou comerciante de cães, a multa do parágrafo anterior se aplica em dobro. Art. 3º. Por ocasião da vacinação o médico veterinário, realizará avaliação do animal, levando em conta sua raça, porte, comportamento, declarando seu grau de periculosidade. Parágrafo único. A avaliação referida no caput será realizada de acordo com as normas de procedimento médico-veterinário, estabelecidas pelo Conselho Federal de Medicina Veterinária ou órgão que o suceda.

### 11.2.3 Castração

Com o passar dos anos, mitos foram criados a partir do tema castração, muitas pessoas acreditam que após a cirurgia, o animal engordará, mudará de personalidade, ficará abatido, etc. Porém todos estes mitos não são verdadeiros, são inimigos do bem-estar de animais e humanos, pois baseiam-se apenas no imaginário humano. (GYGAS, 2007)

A castração traz inúmeros benefícios aos animais, como por exemplo, a diminuição da demarcação de urina, redução da agressividade, minimiza consideravelmente as chances do animal ter problema nos testículos, como câncer e infecções mais graves. Elimina-se a gravidez psicológica (pseudociese) tanto em cadelas, como em gatas, além de prevenir doenças em vagina e útero, como prolapsos e infecções. Cadelas castradas antes do primeiro cio têm tanto risco de desenvolver tumores mamários quanto machos, ou seja, 0,05% de chance. Após o primeiro cio, as chances sobem para 8% e, quando a castração ocorre após o

segundo cio, a probabilidade do aparecimento é de 26%. Por este motivo, que é necessário fazer a castração o mais cedo possível. (HENZEL, 2015).

A castração é definida como um ato de amor, cuidado e carinho, tanto para cães com tutores como para aqueles que não os têm, pois permite que aproveitem a vida com maior bem-estar e saúde, impedindo a reprodução sem controle que deixa muitos animais na rua e sem os cuidados que eles precisam e merecem.

## 12 METODOLOGIA

Para Munari (1998), “o método de projeto não é mais do que uma série de operações necessárias, dispostas em ordem cronológica, ditada pela experiência. Seu objetivo é o de atingir o melhor resultado com o menor esforço”.

Prodanov e Freitas (2009), destacam que a metodologia escolhe maneiras de encontrar todas as soluções, integrando os conhecimentos a respeito dos métodos em vigor nas diferentes disciplinas científicas ou filosóficas.

### 12.1 METODOLOGIA CIENTÍFICA

A Metodologia científica caracteriza-se por possuir regras, das quais o conhecimento deve ser obtido. Através delas, é possível realizar o trabalho científico de forma organizada e confiável. Portanto, não são hipóteses ou suposições, são conclusões baseadas em fatos verídicos. (PRODANOV; FREITAS, 2009).

Denomina-se método científico o caminho para alcançar determinado fim e a ciência é a busca do conhecimento. Segundo Prodanov e Freitas (2009, p. 33): “[...] o método científico é um conjunto de procedimentos adotados com o propósito de atingir o conhecimento [...]”. Segundo Lakatos e Marconi (2010), a utilização de métodos científicos não é apenas da área da ciência, mas ela não pode existir sem o emprego do método científico. Portanto, conclui-se que o método é o conjunto de atividades sistemáticas que permitem alcançar a meta desejada, detectando possíveis erros e ajudando em todas as decisões.

O método no qual o trabalho será embasado é o observacional. Diferencia-se dos demais métodos por ser moderno e possibilita extrema precisão em seus resultados. (PRODANOV; FREITAS, 2009). Do ponto de vista da forma de abordagem do problema, o tipo de pesquisa utilizada será a qualitativa. Ela foi escolhida pois o pesquisador mantém contato direto com o ambiente, sem qualquer manipulação intencional do pesquisador. Prodanov e Freitas (2009, p.81) destacam que “a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Esta não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas”.

De acordo com a natureza da pesquisa, será utilizada a pesquisa aplicada, pois “procura produzir aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos”. (PRODANOV; FREITAS, 2009 p. 139).

Além disso, será utilizada a pesquisa bibliográfica, onde será analisada toda a bibliografia referente ao tema do trabalho, desde publicações avulsas, jornais, livros, revistas, monografias, teses, etc.

Os instrumentos que serão indispensáveis para a coleta de dados são: entrevista não estruturada, na qual caracteriza-se por ser um modelo de entrevista onde as perguntas são abertas e o entrevistador tem liberdade para desenvolver cada situação e o método de observação não participante, cujo foco será presenciar e observar todos os acontecimentos sem participar deles. Porém, isso não significa que a observação não será consciente, dirigida e ordenada. ( LAKATOS; MARCONI, 2009).

Na primeira fase do trabalho, foi aplicada uma entrevista não-estruturada a fim de reconhecer o problema principal da ONG. Na segunda fase, será aplicado novamente o método de entrevista.

## 12.2 METODOLOGIA PROJETUAL

O método projetual do trabalho será baseado de acordo com as ideias e metodologia de Bruno Munari, designer conhecido por abordar o design gráfico e de produto de forma simples, clara e objetiva, juntamente com Ellen Lupton, designer e escritora que aplica diversas técnicas inovadoras de design thinking.

Munari (1998, p. 11-12) enfatiza:

O método de projeto, para o designer, não é absoluto nem definitivo; pode ser modificado caso ele encontre outros valores objetivos que melhorem o processo. E isso tem a ver com a criatividade do projetista, que, ao aplicar o método, pode descobrir algo que o melhora. Portanto, as regras do método não bloqueiam a personalidade do projetista; ao contrário, estimulam a descobrir coisas que, eventualmente, poderão ser úteis também aos outros.

A primeira etapa da metodologia projetual inicia-se com a problematização. Nesta fase serão analisadas necessidades que irão originar um possível problema de design.

A segunda etapa consiste na definição do problema. De acordo com Lupton (2013), a maioria dos projetos de design começa com um problema e no início do processo, as ideias têm pouco valor, pois surgem em grande quantidade. Logo após, esse número excessivo de ideias é reduzido para manter as que têm mais chances de sucesso. Nesta etapa, são iniciados períodos lúdicos de estudo, com duração indeterminada.

Para definir o problema, serão utilizadas algumas técnicas iniciais que serão indispensáveis para gerar conceitos e libertar a mente para novas ideias, como o brainstorming, mapa mental e entrevista inicial.

A coleta de dados define a terceira etapa. Serão realizadas análise sincrônica e análise diacrônica.

A quarta etapa refere-se a análise de dados. Este processo significa reunir e estudar todos os dados coletados na etapa anterior,

A etapa seguinte é a fase onde serão listados todos os requisitos, ou seja, necessidades e expectativas que precisam ser cumpridas e as restrições que são as limitações impostas ao projeto.

A sexta etapa é a geração de alternativas. Nesta fase do projeto, serão utilizadas algumas técnicas criativas. O desenvolvimento da matriz de marca será importante para saber onde ela está situada em relação a produtos ou empresas similares. Realizar-se-á uma pesquisa visual, cujo objetivo será coletar, visualizar e analisar algumas marcas a fim de verificar os padrões repetitivos, tendências, vocabulário recorrente, cores mais usadas e características consistentes no produto para entender o posicionamento da marca no mercado. (LUPTON, 2013). Também serão feitos diversos esboços para elaboração de projetos parciais.

Na sétima etapa, será realizada a segunda entrevista. Esta fase é responsável pela exposição do que foi estudado e pelo diálogo com as partes envolvidas no projeto, ou seja, as fundadoras da ONG.

A fase seguinte diz respeito à oitava etapa. Nela serão coletados dados relativos aos materiais e às tecnologias disponíveis para a elaboração do projeto. (MUNARI, 1998).

A nona etapa é a verificação. Será feita uma análise do que foi estudado e serão averiguados os custos do projeto.

A última etapa consiste na geração de desenho de construção. De acordo com Munari (1998), estes servirão para comunicar todas as informações úteis a



confeção de protótipo. Além disso, será implantado todo ou parte do projeto para verificação final.



## REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Dicionário Visual de Design Gráfico**. Porto Alegre: Bookman, 2009. p.160.

ARCA BRASIL. Disponível em <<http://arcabrasil.org.br/>>. Acesso em: 20 mai.2017

ASSUNÇÃO, Thiago. **Abandonar os animais de estimação é crime!**. Disponível em <<http://www.petrede.com.br/animais/abandonar-os-animais-de-estimacao-e-crime/>>. Acesso em: 8 mai. 2017.

BERZINS, Marília A. V da Silva. **Velhos, cães e gatos**: interpretação de uma relação. Dissertação de Mestrado em Gerontologia. São Paulo: PUC, SP, 2000.

CREN. **Nosso impacto**: mudando o cenário da desnutrição. Disponível em <<http://www.cren.org.br/>>. Acesso em: 20 mai. 2017.

DOTTI, Jerson. **Terapia e animais**. São Paulo: Noética, 2005.

FUNDAÇÃO ABRINQ. Disponível em <<https://www.fadc.org.br/>>. Acesso em 27 mai. 2017.

FUNDAÇÃO DO CÂNCER. Disponível em <<https://www.cancer.org.br/>>. Acesso em: 5 mai. 2017

GONÇALVES, Hebe Signorini (org). et al. **Organizações Não Governamentais: solução ou problema?** 1.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1996. 126 p

GRAU, Matías. **O Canto Vivo**. Disponível em <<http://www.cantovivo.org>> Acesso em: 27 mai. 2017.

GYGAS, Théo. **O cão em nossa casa**: Como criar, tratar e adestrar. 42.ed. São Paulo, SP: Gaya, 2007. 143 p.

GWERCMAN, Sérgio. **Para que servem as ONGs?** Disponível em <<http://super.abril.com.br/comportamento/para-que-servem-as-ongs/>>. Acesso em: 24. mai. 2017.

HENZEL, Marcelo. Castração e todos os mitos que vêm com ela. **Anuário cães 2015**. Minuano, São Paulo, SP, v.12, p. 36, 2015.

ICAM. **Guia de Controle Humanitário da População Canina**. Disponível em:<[http://www.icamcoalition.org/downloads/Humane\\_Dog\\_Population\\_Management\\_Guidance\\_Portuguese.pdf](http://www.icamcoalition.org/downloads/Humane_Dog_Population_Management_Guidance_Portuguese.pdf)>. Acesso em: 23 mai. 2017.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 7 ed. São Paulo, SP: Atlas, 2010.

LANTZMAN, M. **O Cão e Sua Família**: temas de amor e agressividade. Tese para obtenção do título de Doutorado. São Paulo: Pontifícia Universidade de São Paulo,

2004.

LUPTON, Ellen. **Intuição, ação e criação**: Graphic design thinking. 1 ed. São Paulo: G.Gili, 2013. 184 p.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. 1 ed. São Paulo, SP: E. Ltda, 1998. 378 p

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2009. 288 p.

SANTANA, Luciano Rocha; MACGREGOR, Elizabeth; SOUZA, Mariângela Freitas de Almeida; OLIVEIRA, Thiago Pires. **Posse responsável e dignidade dos animais**. 8º Congresso Internacional de Direito Ambiental. 2004.

SINGER, Peter. **Vida Ética**: os melhores ensaios do mais polêmico filósofo da atualidade. 2.ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002. p. 52.

SOARES, Leonardo. Amizade entre cão e homem desafia a lógica. **Gazeta online**, São Paulo, 16 abr. 2010. Disponível em <[http://gazetaonline.globo.com/\\_conteudo/2010/04/623655amizade+entre+cao+e+homem+desafia+a+logica.html](http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2010/04/623655amizade+entre+cao+e+homem+desafia+a+logica.html)>. Acesso em: 20 mai. 2017.

SCHULTZ, Silvia. **Abandono de animais – A dura realidade da vida nas ruas**. Disponível em: <<http://www.portalnossomundo.com/site/mais/artigos/abandono.html>>. Acesso em: 23 abr. 2017.

STRUNCK, Gilberto Luiz Teixeira. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso**. 4 ed. Rio de Janeiro, RJ: E. Grupo Rio Ltda, 2012. 199 p.

TACHIZAWA, Takeshy. **Organizações Não Governamentais e Terceiro Setor**: Criação de ONGs e Estratégias de Atuação. 3.ed. São Paulo, SP: Atlas, 2007. 339 p.

VIVA RIO. **Regimento interno Viva Rio**. Disponível em <<http://vivario.org.br/wp-content/uploads/2011/11/Regimento-Interno-Viva-Rio-2014-registrado.pdf>>. Acesso em: 10 mai. 2017.