



XVIII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã



PROMOVENDO A CIDADANIA ANIMAL: uma experiência da Agência Minerva.¹

Bruna Luíza Rodrigues da Silva – Universidade Federal de Pernambuco

Endryo Vicente de Souza Silva – Universidade Federal de Pernambuco

Laura Beatriz Batista dos Santos – Universidade Federal de Pernambuco

Lívia Valença da Silva – Universidade Federal de Pernambuco

Renan Rodrigues Bitencourt Rosa – Universidade Federal de Pernambuco

RESUMO

Este relato de experiência traz ações da Agência Minerva, projeto de extensão do Curso de Publicidade da UFPE, com o Projeto Patinha, ONG de proteção animal, em prol da cidadania animal por ações de comunicação. Busca-se verificar importância do envolvimento desta ação com a sociedade na medida em que se tem a cidadania animal como diretriz teórica. Para isso, foi feito trabalho de criação de identidade visual e conteúdo para redes sociais como Instagram, com temas relativos a bem-estar animal e proteção à fauna. Assim, é possível mostrar a consciência da comunidade e do estudante como agente da mudança social.

PALAVRAS-CHAVE

Cidadania animal; Comunicação; Projeto Patinha; Engajamento social; Conscientização.

1 INTRODUÇÃO

Agência Minerva, Agência Experimental do Curso de Publicidade da UFPE, é um projeto de extensão contínuo do Curso, que visa proporcionar aos estudantes experiência prática em comunicação, conectando teoria e prática. Os alunos assumem diferentes papéis na Agência, desenvolvendo soluções de comunicação para clientes internos e externos à Universidade, sem cobrar por seus serviços. Entre esses clientes, está o Projeto Patinha, ONG dedicada à proteção animal, com quem a Minerva colabora desde 2020, promovendo mensagens que destacam a importância da cidadania animal na sociedade.

O conceito de cidadania animal tem evoluído ao longo do tempo, especialmente com os movimentos pelos direitos dos animais no século XX. Envolve o reconhecimento dos direitos e interesses dos animais não humanos na sociedade, exigindo respeito, consideração pelo bem-estar e proteção legal contra maus-tratos, bem como destaca Cerquier-Manzini (2010).

De acordo com o exposto, o que esse relato de experiência propõe é análise acerca da importância da cidadania animal e seu ordenamento na atuação da Agência Minerva, em parceria

¹ Trabalho apresentado no **GT 3 – Redes Sociais e Ativismo Midiático** da XVIII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2024, de 11 a 13 de junho de 2024, na Universidade São Judas (Paulista), São Paulo-SP.

com o Projeto Patinha. Ou seja, ao considerar animais não humanos parte integrante da comunidade e defender seus direitos e interesses, a Agência promove o empoderamento acerca da mensagem de proteção animal e conservação da fauna silvestre, por meio de suas campanhas de comunicação social. Portanto, a ação desdobra contribuições ao bem-estar animal bem como à sociedade justa e compassiva.

2 METODOLOGIA

A investigação contemplou a concepção integrada da Agência Minerva, em que todos os departamentos participam desde o planejamento até a produção dos materiais de comunicação, conforme recomendações de Pereira (2017). Foram abordadas, de início, questões do público-alvo do Projeto Patinha e comportamentos da sociedade contemporânea, especialmente nas redes sociais, tendo-se elegido o Instagram como o principal canal de comunicação institucional. No desenvolvimento de um manual de identidade visual para o cliente, elegeram-se nuances associadas à natureza, alinhando-se à psicologia das cores (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2006). Destaca-se, ainda, a potencialização dos conhecimentos adquiridos em sala de aula e vivências discentes, demonstrando-se, desta maneira, a interpenetração entre ensino, pesquisa e extensão.

No perfil do Instagram (@projetopatinhape), são apresentados conteúdos sobre o universo em pauta com o objetivo de educar, entreter e informar, em formatos mais livres e ocasionais ou de datas comemorativas, assim como em quadros fixos, como 1) Patinha de Verão, com orientações e cuidados para animais domésticos, mas, principalmente, animais de rua, quanto aos males do calor excessivo e a necessidade de fazer o bem, por meio de gestos simples, como o de por uma vasilha de água na calçada de casa e plantar árvores; 2) Dois Lados da Moeda, que apresenta duas perspectivas (expectativa e realidade) bem-humoradas a respeito de comportamentos animais e do relacionamento destes com os seres humanos; 3) Patinha Informa, com notícias relativas ao mundo animal, tal qual leis recentemente aprovadas, conquistas da causa animal e lutas que precisam ser reforçadas, além de vários outros conteúdos que abordam assuntos como adoção responsável, a importância da castração e da vacinação, entre outros.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

A cidadania animal ultrapassa a ética individual; antes disso, abrange um fenômeno de transformação social, que condiz com a revitalização dos direitos e dos interesses dos animais não humanos formando a sociedade. Segundo Neira (2018) e Oliveira (2019), o conceito envolve a reestruturação dos comportamentos da sociedade, refletindo não apenas uma ética privada, mas também uma moral pública. Donaldson e Kymlicka (2011) corroboram a necessidade dessa

regulamentação, quando reconhecem justamente o impacto das decisões e escolhas humanas nos interesses animais.

Dada a necessidade de mudança, o ativismo digital emerge como ferramenta oportuna e eficaz. De acordo com Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017), os progressos tecnológicos simplificam a comunicação para muitas direções com a audiência, tornando possível adaptar o conteúdo à reação às mensagens enviadas pelas empresas. Graças à dinâmica da comunicação digital, a sociedade assume uma participação ativa, levando as organizações a tomarem posições e ações em tempo real, o que, neste caso, sensibiliza para a cidadania animal.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Projeto Patinha vem se tornando mais conhecido em Pernambuco, graças à atenção que recebe do público. Em agosto de 2021, Luciane Nascimento, que está à frente da ONG, foi a uma audiência pública na Câmara dos Vereadores de Camaragibe-PE para falar sobre o problema dos animais de rua na cidade, o que rendeu boas promessas para a causa animal.

Em março de 2022, Luciane tomou posse como conselheira no Conselho Social da UFPE - CONSOL, na área do meio ambiente e direitos dos animais, fortalecendo sua posição na Universidade e possibilitando a implementação de medidas socioeducativas para cidadania animal e defesa da flora brasileira.

Ademais, através da parceria entre o Projeto Patinha e a Agência Minerva, os objetivos vêm sendo alcançados, com a promoção da conscientização sobre o bem-estar animal e o esclarecimento de dúvidas através do Instagram do Patinha. As pessoas assimilam a ONG como referência no estado, e, diariamente, o Projeto recebe solicitações para divulgação de casos em busca de doações e adoções responsáveis, promovendo a qualidade de vida de animais em situação de vulnerabilidade.

Essa parceria capacita os estudantes do projeto como agentes sociais na luta pela cidadania animal, influenciando não só suas vidas, mas também aqueles que estão em seu entorno.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mesmo com avanços legais na garantia de proteção animal, o especismo continua a prevalecer e sustentar a discriminação injustificada contra espécies não humanas. Daí a importância de manter viva a discussão sobre a cidadania animal, já que nossos atos e escolhas estão interligados ao bem-estar e à própria dignidade de outros animais.

Neste contexto, a pesquisa enfatiza o papel dos estudantes como agentes de difusão de uma cultura comprometida com o respeito pela diferença e pelo cuidado, revelando como a criatividade, a estratégia e a colaboração podem desencadear transformações em direção a uma sociedade mais compreensiva e inclusiva, em prol da dignidade animal.

Referências

CERQUIER-MANZINI, M. L. **O que é cidadania**. Coleção: Primeiros Passos. São Paulo: Brasiliense, 2010.

DONALDSON, S.; KYMLICKA, W. **Zoopolis: a political theory of Animal Rights**. New York: Oxford University Press, 2011.

FARINA, M.; PEREZ, C.; BASTOS, D. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2006.

KOTLER, P.; HERMAWAN, K.; IWAN, S. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: GMT Editores Ltda, 2017.

NEIRA, H. Cidadania, propriedade e direitos dos animais. In: **Revista Direito & Práxis**, Rio de Janeiro, Vol. 9, N. 4, p. 2402-2421, 2018.

OLIVEIRA, W. F. de. A ampliação do conceito de cidadania na redefinição de uma sociedade decente e civilizada. In: **Griot: Revista de Filosofia**, Amargosa, vol. 19, núm. 3, p. 247-265, 2019.

PEREIRA, C. **Planejamento de comunicação: conceitos, práticas e perspectivas**. Curitiba: InterSaberes, 2017.