



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

O Contributo do Facebook e do Instagram para a Adoção de Gatos no Período Pandémico em Portugal: Uma Análise Comparativa

Sofia Santos Capítulo

Mestrado em Gestão de Novos Media

Orientadora:

Doutora Cláudia Álvares, Professora Associada (com Agregação),

ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2024



SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de Sociologia

**O Contributo do Facebook e do Instagram para a Adoção de Gatos no
Período Pandémico em Portugal: Uma Análise Comparativa**

Sofia Santos Capítulo

Mestrado em Gestão de Novos Media

Orientadora:

Doutora Cláudia Álvares, Professora Associada (com Agregação),

ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2024

*Para o Crespim, a Mimi, o Zé, o
Artur, a Bibi, o Vlad e o
Iggy.*

Agradecimentos

A realização desta dissertação não teria sido possível sem o apoio de várias pessoas. Ao longo destes dois anos de mestrado estive sempre a trabalhar, comprei casa e perdi o meu avô. Sem algumas pessoas teria sido impossível ter tido a força e perseverança para acabar o meu percurso de mestrado.

Primeiro queria agradecer à Professora Doutora Cláudia Álvares que, além de se mostrar sempre disponível e interessada, foi uma das professoras que marcou mais o meu percurso de mestrado por ser das mais prestáveis com os alunos. Obrigada por acreditar na minha paixão por este tema e por ter sido uma orientadora presente e fundamental.

Queria agradecer também à minha família que sempre me motivou para que eu atingisse o máximo possível. À minha mãe, pela garra, pragmatismo e amor a animais com os quais vive e transmite. Ao meu pai, pelo amor e apoio incondicional. Ao meu irmão, por ser sempre o exemplo de determinação e excelência. E à minha avó, por ser a minha confidente e ombro amigo quando mais preciso.

Ao Théo, obrigada por estares lá sempre que me ia abaixo e estava desmotivada. Obrigada por me relembrares sempre da pessoa que sou e o que fiz para chegar onde estou. Obrigada pela paciência, amor e amizade. Obrigada por gostares de gatos tanto como eu. Obrigada por seres o meu fã número um.

E aos meus gatos, no céu e na terra, aos que estão em gatis e associações e aos que estão todos os dias na rua a enfrentar climas extremos sem comida ou bebida garantida, isto é por vocês.

Resumo

O desenvolvimento das redes sociais online originou novos comportamentos, maneiras de comunicar e estratégias de vendas e marketing. O Facebook e o Instagram são as redes sociais de uso mais prominente em Portugal, tendo este uso sido intensificado com o surgimento da pandemia de Covid-19. Em cerca de dois anos de pandemia, os portugueses tiveram de lidar com mudanças no seu dia-a-dia como a transição do trabalho presencial para o teletrabalho, períodos de confinamento e a necessidade de gerir a carga emocional associada a momentos de mudança extrema e repentina. O tempo passado em casa levou muito a estreitarem a relação com os seus animais de companhia. No entanto, com os Centros de Recolha Oficiais de Animais (CROA) e as Associações de Abrigo de Animais fechados ao público, como se procederam as adoções de gatos neste período? Será que as mesmas aumentaram devido ao maior tempo disponível, ou dada a necessidade de apoio emocional? Devido à escassez de dados, optou-se por realizar uma investigação assente em inquéritos a adotantes, por um lado, e CROA e Associações de Abrigo de Animais, por outro lado, por forma a determinar o papel das redes sociais online nas adoções de gatos durante a pandemia em Portugal. Procurou-se identificar quais as plataforma, técnicas de conteúdo e ferramentas mais eficazes e se as adoções foram feitas de forma informada. O objetivo final será transmitir os conhecimentos adquiridos através desta investigação aos CROA e Associações de Abrigo de Animais do país para facilitar adoções responsáveis.

Palavras-chave: Animais de Companhia, Adoção, Redes Sociais Online, CROA, Covid-19

Abstract

The development of online social networks has given rise to new behaviors, ways of communicating, and strategies in sales and marketing. Facebook and Instagram are the most prominent social networks in Portugal, and this usage was intensified with the onset of the Covid-19 pandemic. Over approximately two years of the pandemic, the Portuguese had to deal with changes in their daily lives, such as transitioning from in-person work to teleworking, periods of confinement, and the need to manage the emotional toll associated with moments of sudden and extreme change. The time spent at home led many to strengthen their bond with their pets. However, with Official Animal Collection Centers (CROA) and Animal Shelter Associations closed to the public, how did cat adoptions take place during this period? Did they increase due to the greater amount of available time, or were they driven by the need for emotional support? Due to the scarcity of data, an investigation was conducted based on surveys with adopters, on the one hand, and CROA and Animal Shelter Associations, on the other, to determine the role of online social networks in cat adoptions during the pandemic in Portugal. The study aimed to identify which platforms, content techniques, and tools were most effective and whether adoptions were conducted in an informed manner. The final objective is to share the knowledge gained from this research with CROA and Animal Shelter Associations across the country to facilitate responsible adoptions.

Keywords: Pets, Adoption, Online Social Networks, CROA, Covid-19

Índice

Agradecimentos	6
Resumo	8
Abstract	9
Índice de Quadros e Figuras	12
Capítulo 1 – Introdução	14
Capítulo 2 - Revisão da Literatura	17
2.1. Redes sociais: novos comportamentos, públicos-alvo e adoções de animais.....	17
2.2. A pandemia: saúde mental, animais como forma de apoio emocional e o abandono.....	21
Capítulo 3 - Opções Metodológicas	26
3.1. Questão de Partida e Objetivos.....	26
3.2. Estratégias Metodológicas – Inquérito por Questionário.....	27
3.3. Estudo Nº 1 – Inquérito por Questionário – Adotantes.....	29
3.4. Estudo Nº 2 – Inquérito por Questionário – CROA e Associações.....	30
Capítulo 4 - Resultados e Discussão	31
4.1. O Processo da Adoção: Adotantes vs. CROA e Associações.....	31
4.2. Eficácia das Publicações: Facebook Vs. Instagram.....	35
4.3. Considerações sobre Redes Sociais e a Responsabilidade das Adoções Feitas nas Mesmas.....	39
Capítulo 5 - Considerações Finais	41
Referências Bibliográficas	44
Anexos	48
Anexo A - Consentimento informado do inquérito por questionário para adotantes	48
Anexo B - Estrutura do inquérito por questionário para adotantes	49
Anexo C - Consentimento informado do inquérito por questionário para CROA e Associações	57
Anexo D - Estrutura do inquérito por questionário para CROA e Associações	58

Índice de Figuras

Figura 4.1.1. Respostas à pergunta 4.4 - Inquérito por Questionário a Adotantes

Figura 4.1.2. Resposta à pergunta 1.7 - Inquérito por Questionário a CROA e Associações

Figura 4.1.3. Respostas à pergunta 6.1 - Inquérito por Questionário a Adotantes

Figura 4.1.4. Resposta à pergunta 2.5 - Inquérito por Questionário a CROA e Associações

Figura 4.2.1. Resposta à pergunta 4.2 - Inquérito por Questionário a Adotantes

Figura 4.2.2. Resposta à pergunta 1.6 - Inquérito por Questionário a CROA e Associações

Figura 4.3.1. Resultados do Ponto 7 do Inquérito por Questionário a Adotantes

Figura 4.3.2. Resultados do Ponto 4 do Inquérito por Questionário a CROA e Associações

Capítulo 1

Introdução

As redes sociais transformaram a maneira como interagimos e comunicamos, e o seu impacto abrange agora múltiplas esferas da vida, incluindo a adoção de animais. Em Portugal, o Facebook e o Instagram destacam-se como plataformas com grande potencial para facilitar a adoção de gatos, especialmente durante o período pandémico de Covid-19, quando o confinamento e a maior permanência em casa despertaram nos portugueses um interesse renovado por animais de companhia. Este fenómeno colocou novos desafios aos Centros de Recolha Oficiais de Animais (CROA) e Associações de Abrigo de Animais, que, impedidos de receber o público, recorreram a estas redes para dar visibilidade aos seus animais e atender à procura existente.

A presente dissertação examina o papel destas redes sociais na promoção de adoções, investigando de que forma o Facebook e o Instagram foram utilizados para divulgar gatos disponíveis e alcançar potenciais adotantes. Em particular, este estudo analisa as diferenças entre as plataformas e as suas ferramentas de comunicação, identificando estratégias de conteúdo que podem favorecer processos de adoção mais seguros, rápidos e informados. A investigação aborda também a questão da responsabilidade nas adoções realizadas durante o período pandémico, incluindo aspetos como a preparação dos adotantes, o acompanhamento pós-adoção e a eficácia de métodos de controlo para verificar a adequação dos adotantes. Com esta análise, pretende-se contribuir para o desenvolvimento de práticas que ajudem a consolidar adoções que promovam o bem-estar dos animais e dos adotantes.

Para obter uma visão completa sobre o fenómeno, foram conduzidos inquéritos dirigidos tanto a adotantes como aos CROA e Associações de Abrigo de Animais, permitindo recolher dados sobre as práticas, perceções e desafios envolvidos nas adoções mediadas por redes sociais. Esta abordagem oferece *insights* fundamentais sobre os comportamentos de procura de animais e as preferências dos adotantes, ajudando a compreender se existem padrões específicos nas características dos gatos procurados e de que forma essas preferências impactam o sucesso da adoção. Adicionalmente, investigou-se se as limitações impostas pelo confinamento influenciaram o desenvolvimento de uma dependência emocional maior entre adotantes e os seus animais, com potencial para gerar impactos psicológicos nos adotantes.

Este estudo visa, assim, contribuir para a melhoria das estratégias de adoção utilizadas pelos CROA e Associações de Abrigo de Animais em Portugal. Ao analisar o impacto do Facebook e do Instagram nas adoções e ao explorar práticas digitais eficazes, espera-se fornecer

recomendações práticas que aumentem a visibilidade dos animais disponíveis e ajudem a facilitar adoções mais informadas e sustentáveis.

Capítulo 2

Revisão da Literatura

2.1. Redes sociais: novos comportamentos, públicos-alvo e adoções de animais

De maneira a conseguirmos estudar o comportamento do público português nas redes sociais durante o período pandémico temos de perceber como este comportamento mudou em relação ao período pré-pandémico. A pandemia desencadeou mudanças significativas na estratégia das marcas e no envolvimento do público e estas mudanças podem ser observadas facilmente no contexto das redes sociais.

Um estudo realizado por Carvalho (2022) utilizou a ferramenta Crowdtangle para analisar as publicações no Facebook de três supermercados portugueses. Os resultados sugerem que o surgimento da Covid-19 levou a ajustes nas estratégias de marca, resultando num aumento significativo do envolvimento durante os primeiros meses da pandemia. Os resultados mostram como as redes sociais online foram fundamentais para moldar a forma como as marcas comunicaram e interagiram com os consumidores durante o período desafiador que foi a pandemia. É importante ter esta perspetiva relativamente aos negócios que não estavam focados no mercado online pois no contexto desta dissertação vamos precisar de comparar o comportamento dos mesmos com o comportamento de CROA (Centros de Recolha Oficial de Animais) e Associações responsáveis pela adoção de animais.

A Meta é a empresa que gere as duas principais redes sociais em Portugal: Facebook e Instagram, ambas com o objetivo de conectar pessoas e comunidades. É essencial considerar o comportamento dos utilizadores portugueses de redes sociais durante a pandemia, para determinar quais as redes sociais online a priorizar. Esta dissertação propõe um estudo comparativo entre o Instagram e o Facebook, analisando os dados e características específicas de cada plataforma.

O Facebook caracteriza-se por conectar utilizadores através de perfis pessoais, páginas de interesse e grupos, oferecendo ferramentas como o feed de notícias, o Messenger para mensagens privadas e *stories* temporários. De acordo com dados da Reuters (2020), no início da pandemia, o Facebook era a plataforma mais popular entre os portugueses, com 76,9% dos participantes a afirmar que estavam ativos na mesma. Contudo, a Reuters (2021) indica uma diminuição do número de utilizadores entre 2015 e 2021, com 64% dos utilizadores acima dos 45 anos, evidenciando as dificuldades do Facebook em atrair utilizadores mais jovens. Entre 2021 e 2022, o Facebook conseguiu aumentar a sua base de utilizadores de 73,2% para 75,9% (Reuters, 2022), e, nesse mesmo ano, 91,2% dos participantes afirmaram utilizar alguma

plataforma da Meta.

O Instagram, por sua vez, organiza-se em torno de seguidores e publicações, disponibilizando ferramentas como o feed de fotos e vídeos, Stories, Reels e mensagens privadas através do Direct. De acordo com dados da Reuters (2022), o número de utilizadores do Instagram tem vindo a aumentar progressivamente, passando de 46,6% em 2020 para 53% em 2022, embora ainda não ocupe o lugar de rede social mais utilizada pelos portugueses.

Ambas as redes utilizam algoritmos que personalizam o conteúdo com base nos interesses e atividades dos utilizadores, dessa maneira incentivando interações e a duração de sessões nas plataformas. De acordo com dados retirados dos relatórios anuais de 2020 e 2022 da Hootsuite relativos a Portugal, o tempo diário nas redes sociais online aumentou de 2.04 horas para 2.24 horas e a quantidade da população que utiliza as mesmas aumentou de 69% para 83.7%.

A propósito do ano de 2021, Carvalho (2022) menciona que “os portugueses passam 4,2 horas semanais apenas no Facebook”. No mesmo texto refere também o período pré-pandémico, o período pandémico e o período pós-pandémico. Para manter a consistência dos períodos de pesquisa analisados nesta dissertação, iremos usar como intervalo de tempo referente à pandemia o período entre 2 de março de 2020, quando surgiram os primeiros casos de Covid-19 em Portugal, e 10 de março de 2022, quando a DGS deixou de publicar relatórios de situação diários.

É importante examinar como as redes sociais têm sido utilizadas durante a pandemia não apenas como ferramenta de comunicação e envolvimento das marcas, mas também como plataforma para promover mudanças de comportamento, como a adoção de animais de estimação. O objetivo desta dissertação é compreender o papel das redes sociais online na adoção de gatos durante a pandemia em Portugal, averiguar se as mesmas estiveram envolvidas na maioria dessas adoções, encontrar padrões de informação e visuais nas publicações de adoções enquanto se avalia como estes influenciaram os resultados das mesmas, identificar o que as pessoas mais procuram num animal, bem como identificar se estas adoções foram feitas de maneira responsável. Ao obter respostas às questões levantadas, vai ser possível ajudar os CROA e as Associações responsáveis pela adoção de animais a descobrir e implementar métodos que tornem o processo de adoção mais seguro, eficaz e célere.

É importante também termos o contexto de como o processo de adoção acontece nos CROA em Portugal, quais as estatísticas dos últimos anos e qual a opinião do público quanto à adoção de animais. No relatório do ICNF de 2022, temos acesso a dados de 2018 a 2022 relativos ao número de animais adotados, número de animais recolhidos, número de animais

esterilizados e número de animais eutanasiados nos CROA. O número de animais adotado aumentou progressivamente de 2018 a 2021, tendo subido de 15.263 para 25.474; o número de animais recolhido diminuiu ligeiramente de 2018 a 2020, tendo descido de 35.733 para 31.339, apresentando uma subida significativa em 2021, ano em que chegou às 43.603, registando uma descida ligeira em 2022, ano em que se cifrou em 41.994. Se fizermos a comparação direta dos números de animais recolhidos face aos animais adotados, conseguimos perceber que facilmente os CROA ficam sobrelotados.

Para melhor contextualização do panorama dos CROA e associações em Portugal, refiram-se, ao nível nacional, duas diferentes tipologias de abrigo para animais de estimação que visam combater o abandono de animais e incentivar a adoção ao mesmo tempo que asseguram a saúde e o bem-estar dos animais. Estes são os Centros de Recolha Oficial de Animais, anteriormente conhecidos como “canis municipais” e “abrigos municipais,” que desempenham um papel fundamental na saúde pública veterinária e no bem-estar animal. Além disso, existem as Associações de abrigo de animais, que são organizações não governamentais. Estas associações incluem entidades de proteção animal que dependem de doações e trabalho voluntário para operar (Gomes-Neves et al., 2021 in Fernandes, 2022). No contexto da adoção de animais de estimação em Portugal, o estudo de Regalado (2013) destaca que a compra de cães continua a ser preferida à adoção. A principal razão citada para esta tendência é a falta de visibilidade dos animais disponíveis nos abrigos e associações. O autor sugere, como nova abordagem, o desenvolvimento de um melhor plano de marketing digital para melhorar a conscientização sobre os animais e as taxas de adoção em abrigos. Além disso, são recomendados descontos em serviços veterinários e aconselhamento pré-adoção para incentivar a adoção de animais em abrigos e reduzir o abandono de animais de estimação. Regalado (2013) sugere ainda como solução o seguinte:

Para otimizar esta concordância entre a procura por parte dos donos e oferta por parte dos canis, seria benéfico a construção de uma plataforma on-line que agregasse a informação acerca de todos os cães disponíveis para adopção a nível nacional. Para melhorar a usabilidade e a experiência do utilizador, deveria simultaneamente ser desenvolvida uma aplicação que ajudasse o utilizador a encontrar um cão que se adaptasse ao seu estilo de vida. (p. 55)

A utilização dos media na exposição da condição dos animais em CROA também foi

investigada. O objetivo seria compreender como os abrigos de animais utilizam as redes sociais online para promover a conscientização e a sensibilização para as questões relacionadas com os mesmos. Hunt (2018) investigou como organizações de bem-estar animal nos Estados Unidos usam plataformas como o Facebook para atingir os seus objetivos. Este estudo destacou a importância de se usar diversos tipos de media, como imagens e vídeos, planejar publicações estrategicamente e construir relacionamentos autênticos com o seu público para ir ao encontro de uma maior conscientização do bem-estar animal. Além disso, durante esse período, Hunt percebeu que as redes sociais online são uma ferramenta chave em alturas críticas, essenciais para angariar dinheiro e bens em situações como desastres naturais e emergências de saúde pública.

Outro estudo relacionado, conduzido por Zadeh et al. (2022), investiga a influência das descrições de animais disponíveis para adoção em publicações online. Os resultados mostram que a idade e a raça do animal são os dois fatores que mais influenciam a rápida adoção. Isto sugere que as informações fornecidas nos perfis de adoção, como as descrições dos animais e fotografias usadas, podem desempenhar um papel importante nas decisões dos adotantes. Um estudo recente de Shang et al. (2020), que investigou as percepções humanas sobre a atratividade facial em gatos e tigres, concluiu que os participantes foram capazes de distinguir entre gatos cujas expressões faciais consideravam atraentes e aqueles cujas expressões faciais não o eram. Esta diferença não foi observada em tigres. As descobertas indicam que as pessoas têm uma capacidade única de reconhecer o apelo físico de certas espécies animais, podendo isto ser influenciado por normas culturais e sociais. Por isso, podemos concluir através destes dois estudos que tanto a descrição do animal, mais especificamente a sua raça e idade, como o seu aspeto físico podem influenciar se o animal é mais ou menos facilmente adotado. Compreender como estes aspetos afetam as taxas de adoção pode melhor guiar os esforços feitos para aumentar a adoção de animais de abrigo e melhorar o bem-estar animal.

Outro aspeto importante ao promover a adoção de animais de estimação é considerar o perfil dos potenciais adotantes e suas motivações. Fernandes (2022) identificou características psicológicas como autoestima, felicidade e *stress* que influenciam a decisão de adotar um animal resgatado. Estes resultados destacam a importância de estratégias de marketing personalizadas para potenciais adotantes. Videira (2021) estuda o papel das redes sociais na promoção da adoção de animais resgatados e indica que a sensibilidade das mulheres relacionada à adoção é mais prevalente do que a dos homens e que estas também mostram maior preocupação com o bem-estar animal. As emoções associadas ao conteúdo partilhado,

como amor, esperança e tristeza, são também um padrão nas decisões de adoção.

A frequência das publicações, a interação com os animais, o aspeto visual e a contextualização da história dos animais são características importantes das publicações. Estes resultados destacam a importância de um marketing social eficaz, que contempla a possibilidade de se contar histórias envolventes, na promoção da adoção responsável de animais de abrigo.

Apesar da crescente consciência da importância do bem-estar animal, um problema constante é o tratamento inadequado e até cruel dos animais. Santana et al. (2004) sugeriram leis rigorosas para, por um lado, proteger a integridade e o bem-estar dos animais, e, por outro, regular as compras e vendas e adoção de animais de estimação, com o objetivo de se evitar a compra e adoção por impulso e o abandono, fazendo cumprir as leis de vacinação e esterilização. Além disso, instruir os donos de animais de estimação quanto aos cuidados necessários é crucial para incentivar a conduta ética e o tratamento respeitoso dos animais.

2.2. A pandemia: saúde mental, animais como forma de apoio emocional e o abandono

O estudo de Ho, Hussain e Sparagano (2021) concluiu que o aumento do tempo passado em casa durante a pandemia despertou um novo interesse na adoção de animais de estimação. Este estudo utilizou dados do *Google Trends* para medir este interesse e destacou a importância de fornecer educação especializada tanto aos animais que foram adotados neste período, como aos seus adotantes. Isto é especialmente importante para garantir uma transição suave para o animal e para o seu adotante ao retornar à vida diária normal. As adoções de animais de estimação aumentaram durante a pandemia, refletindo o desejo de companheirismo e conforto durante um período de isolamento social. No entanto, como podemos observar em “Pet Adoption Soared During The Pandemic. But Now, Shelters Report Overcrowding” (NPR, 2021) e pelos números facultados pelo relatório do Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF) de 2022, cada vez mais animais estão a ser recolhidos em abrigos, levando à sobrelotação. Esta alteração pode ser atribuída a vários fatores, como a preparação insuficiente dos adotantes para compromissos de longo prazo, o regresso à normalidade após o fim das restrições pandémicas, ou o estatuto socioeconómico.

Muitas pessoas acreditam que ter um animal de estimação melhora o bem-estar psicológico, mas pesquisas recentes desafiam esta suposição. Cruz (2022) investigou o ajuste psicológico durante a pandemia e descobriu que o maior apego aos animais não levou necessariamente a

um melhor ajuste psicológico. Na verdade, descobriu-se que quem tem maior empatia para com os animais está mais predisposto a desenvolver depressão. Estes resultados destacam a complexidade da relação entre os seres humanos e os animais.

Peixoto e Cunha (2023) descobriram que os sintomas de *stress* psicológico, como os pensamentos negativos repetitivos (RNT), aumentaram durante o segundo período de confinamento em Portugal. Esta pesquisa demonstra que o medo e a ansiedade associados à Covid-19 desempenharam um papel relevante na ligação entre pensamentos negativos persistentes e comportamento psicológico anormal. Estas conclusões destacam a importância de se abordar o profundo impacto psicológico que a pandemia teve em muitas pessoas. Teixeira (2022) concluiu que teriam sido necessárias intervenções psicológicas preventivas antes da propagação da Covid-19 após estudar os problemas de saúde mental que surgiram após o primeiro confinamento em Portugal. Barbosa (2023), por sua vez, investigou o *stress* relacionado com a Covid-19 e concluiu que a situação pandémica teve um impacto significativo na capacidade de lidar com mudanças. Dadas estas descobertas, é importante relacionar o impacto dos animais de estimação como mecanismo de apoio emocional, com o período de mudança constante que foi a pandemia de Covid-19.

O estudo de Ogata et al. (2023) investiga os padrões temporais das relações entre humanos e animais de estimação. Em oposição ao que era esperado, não houve nenhuma evidência definitiva que sugerisse que os animais de estimação aliviassem consistentemente o *stress* ou a solidão. A pesquisa indicou que os indivíduos que possuem gatos experienciam mais *stress* e solidão do que aqueles que possuem cães ou nenhum animal de estimação. Estas descobertas realçam a importância de compreender melhor as nuances das relações entre seres humanos e animais, levantando questões sobre como as diferentes espécies animais podem ter um impacto único na saúde mental dos seus proprietários.

No entanto, também há provas de que a presença de animais de estimação pode trazer benefícios significativos para certos grupos, como os idosos. Um estudo de Vasconcelos (2020) sobre a população idosa da Ilha da Madeira constatou que a maioria dos idosos que possuía animais de estimação apresentava taxas menores de depressão. Os resultados indicam que os animais de estimação têm a capacidade de fornecer apoio psicológico e social às populações vulneráveis. De maneira semelhante, Almeida (2021) explora a implementação de práticas *pet-friendly* no local de trabalho de maneira a contribuir para o bem-estar dos funcionários. Este estudo mostra que trabalhar em casa na presença de animais de estimação pode levar a um melhor desempenho e satisfação no trabalho.

No entanto, o aumento das interações entre seres humanos e animais durante a pandemia também levantou preocupações sobre o risco de *hyper-attachment*, conforme apontado por Duarte et al. (2020). O *hyper-attachement* é caracterizado por uma relação excessivamente próxima e dependente entre o dono e o animal, o que pode resultar em problemas comportamentais do animal, sendo tais situações frequentemente marcadas por uma separação repentina após muitos anos de coabitação. Os animais de estimação passaram por mudanças significativas no seu comportamento, saúde e interações com os donos desde o surto de COVID-19. Num estudo conduzido por Duarte (2023), os efeitos da pandemia nos hábitos e na condição física dos animais de estimação foram examinados, descobrindo-se níveis crescentes de obesidade em animais de estimação. Vários fatores, como mudanças na dieta dos proprietários e limitações de movimentação entre os animais devido ao confinamento, podem ser responsáveis por esta descoberta.

No entanto, apesar dos benefícios que os animais de estimação podem trazer aos indivíduos, existem preocupações éticas e de bem-estar a relevar. A proibição de abate de animais saudáveis em CROA, como aponta Ferreira (2019), pode levar à sobrelotação e ao aumento do risco de doenças infecciosas. São, assim, necessárias diretrizes que equilibrem o bem-estar animal com a gestão responsável dos abrigos de animais. Um dos desafios maiores dos abrigos durante o período pandémico foi lidar com a maior devolução de animais. Um estudo de Mundschau e Souchak (2023) investigou as razões pelas quais os gatos são devolvidos aos abrigos após a adoção e identificou vários fatores que contribuem para esse fenómeno. Problemas de comportamento, questões pessoais do adotante, alergias e mudanças no estatuto socioeconómico estão entre os motivos mais comuns pelos quais os gatos são devolvidos. Além disso, este estudo mostrou que houve diferenças significativas nas taxas de devolução dependendo do ambiente onde o gato foi adotado e do histórico comportamental do gato.

No contexto das políticas de adoção em abrigos de animais, um estudo de Weiss et al. (2014) destacou questões importantes relativas à eficácia de abordagens baseadas em políticas rígidas *versus* abordagens conversacionais. Weiss et al. (2014) escreve o seguinte sobre o método das políticas rígidas:

[the] application process for interested adopters filled with yes/no questions about such things as veterinary care for pets in the home, hours the applicant is away from the home, etc. Many also require proof of certain items such as providing personal references, providing proof of veterinary visits for current or previous pets, consulting

with landlords or requiring lease documents to verify that pets are allowed in the home, and/or requiring that all family members, including current pets, meet the dog or cat that they would like to add to the family. In addition, most agencies perform a formal interview as part of the adoption process.

Surpreendentemente, o estudo não encontrou diferenças significativas no tratamento dos animais adotados em abrigos com normas de adoção rigorosas e aqueles sem tais normas. Isto levanta questões sobre a eficácia e a necessidade de políticas de adoção restritivas e sugere que abordagens mais informais podem ser igualmente eficazes na promoção de uma adoção responsável.

Estes estudos destacam a complexidade do impacto da pandemia nos animais de estimação e no processo de adoção. É necessária uma abordagem que tenha em conta não só o bem-estar do animal, mas também as necessidades e circunstâncias do proprietário. É também importante implementar leis e programas que promovam o cuidado responsável dos animais de estimação e garantam a sua saúde a longo prazo.

Relativamente ao abandono de animais de estimação durante a pandemia, conforme investigado por Carroll et al. (2022), os resultados mostraram que os animais adquiridos durante a pandemia corriam um risco de abandono tão elevado como os animais adotados seis meses antes do início da pandemia. Outro tipo de animais em risco elevado de abandono são animais oferecidos como presente. Os autores concluíram também que os homens são mais propensos do que as mulheres a abandonar animais, muitas vezes entregando-os diretamente a outra pessoa. O medo de contrair a Covid-19 também foi identificado como um fator de abandono. Estes resultados destacam a importância de estratégias proativas para prevenir o abandono de animais e fornecer apoio adequado aos proprietários em tempos de crise.

Duarte et al. (2020) também apontaram a observação de preocupações e desinformação relativamente à potencial transmissão do Coronavírus através de animais de estimação, o que terá conduzido a incidentes de abandono e maus-tratos. Apesar disso, vários proprietários afirmaram que ter animais de estimação melhorou as suas vidas, proporcionando uma sensação de serenidade e conforto, além de aliviar o *stress* do isolamento social.

Segundo Barker e Dawson (1998), há uma melhoria psicológica e emocional dos indivíduos quando os animais de companhia entram na sua vida, aumentando a compaixão e o convívio social, diminuindo os distúrbios psicológicos (Straede & Gates, 1993; Zasloff, 1996), reduzindo o sentimento de solidão, os níveis de *stress* (Stanley et

al., 2014) e aumentando a felicidade (Bao & Schreer, 2016).

Capítulo 3

Opções Metodológicas

3.1. Questão de Partida e Objetivos

O presente trabalho consiste numa análise de conteúdo de dois inquéritos elaborados para compreender, por um lado, os padrões de adoção de gatos durante a pandemia, e, por outro lado, as respostas e práticas dos CROAS e Associações no apoio e gestão dessas adoções. Pretendemos identificar tendências nos comportamentos dos adotantes, avaliar como as redes sociais facilitaram esses processos e examinar as práticas de controlo implementadas pelos CROA e Associações para garantir condições adequadas aos adotantes. Com esta análise, esperamos fornecer recomendações práticas e apoiar melhorias nas políticas de adoção.

Apresentamos, aqui, uma análise das questões formuladas nos dois inquéritos, procurando sistematizar a reflexão em torno de um conjunto de questões de investigação e objetivos associados. Esses elementos estruturam a execução de cada fase da presente investigação, contribuindo para a criação de conhecimento empírico na área de estudo que a concerne.

A primeira questão procura verificar se as adoções aumentaram no período pandémico e diminuíram no período pós-pandémico.

A segunda questão explora qual a melhor rede social através da qual adotar gatos, Facebook ou Instagram, e quais as ferramentas e estratégias de conteúdo a utilizar para que estas adoções sejam mais seguras, eficazes e céleres. Queremos também descobrir se existiram padrões na pesquisa e/ou nas publicações que demonstrem a procura de características específicas nos animais a adotar e identificar como esses padrões afetam o processo de adoção. O objetivo final é ajudar os CROA e Associações de Abrigo de Animais a implementar estas estratégias e ferramentas.

A terceira questão analisa se as adoções de gatos feitas através das redes sociais online no período pandémico foram feitas de maneira responsável, comportando as seguintes dimensões: preparação dos adotantes, duração do período de consideração e do período de pesquisa, eficácia de um controlo mais informal Vs. mais rígido de potenciais adotantes, existência de cuidados veterinários após adoção e avaliação de taxas de realocação e abandono pós-adoção e as justificações para as mesmas.

A quarta questão investiga se, na perspetiva dos respondentes, existe falta de visibilidade dos animais disponíveis para adoção nos CROA e Associações de Abrigo de Animais. Esta questão é crucial para que esta dissertação tenha impacto no comportamento online dos CROA e Associações de Abrigo de Animais e, por consequência, no sucesso das adoções.

Por fim, a sexta questão vai verificar se existe uma relação entre períodos de confinamento e um aumento da dependência emocional do animal de estimação de maneira a verificar se quem tem maior apego a animais está mais predisposto a desenvolver depressão.

3.2. Estratégias Metodológicas – Inquérito por Questionário

De forma a alcançar os objetivos delineados para a presente investigação, foram aplicados dois questionários: um destinado aos adotantes de gatos durante o período pandémico e outro aos Centros de Recolha Oficial de Animais (CROA) e Associações de Abrigo de Animais. Tal como indicado por Treadwell (2014), os questionários são uma ferramenta eficaz para a recolha de dados, especialmente quando o objetivo é captar perceções e comportamentos de grupos específicos num determinado momento. A escolha de um questionário transversal mostrou-se adequada, visto que permite a obtenção de uma visão instantânea (Treadwell, 2014: 154) sobre as adoções de gatos realizadas durante e após o período pandémico.

Os questionários foram desenvolvidos no Google Forms e distribuídos através do Facebook, Instagram, WhatsApp e email. A divulgação inicial ocorreu a 24 de junho de 2024, com uma publicação no *Feed* do Facebook, uma *Story* no Instagram e mensagens em vários grupos do WhatsApp. Após um mês, o número de respostas continuava reduzido, levando à obtenção de cerca de 250 endereços de email de CROA e Associações, que foram contactados para apoio na divulgação dos questionários. A partir daí, o número de participantes aumentou significativamente, resultando em 160 respostas ao questionário dirigido a adotantes e 29 respostas ao questionário dirigido a CROA e Associações. A admissão de novas respostas foi encerrada a 20 de agosto de 2024.

Este trabalho foca-se especificamente na adoção de gatos, com o objetivo de fornecer recomendações precisas sobre as melhores práticas em redes sociais, aplicáveis a qualquer CROA e Associação que disponibilize gatos para adoção. Embora os animais de companhia mais comuns em CROA e Associações sejam cães e gatos, é importante reconhecer que estes animais têm características bastante distintas, o que implica que quem procura adotar um gato geralmente valoriza aspetos diferentes de quem procura adotar um cão. Ao direcionar o estudo para a adoção de gatos, as respostas obtidas revelaram-se mais valiosas e de fácil tradução para recomendações práticas. Além disso, durante a análise de literatura, ficou evidente a escassez de estudos sobre gatos em comparação com cães, pelo que este trabalho pretende contribuir para uma área de estudo ainda pouco explorada.

Para a presente investigação, foi importante selecionar um método que permitisse comparar

os dados recolhidos entre os adotantes e as entidades de proteção animal, o que é consistente com a abordagem sugerida por Treadwell (2014). Segundo o autor, a análise comparativa pode ser útil para identificar padrões e discrepâncias entre diferentes grupos de interesse, permitindo, assim, uma compreensão mais aprofundada dos fenómenos estudados (Treadwell, 2014: 202). Neste caso, a comparação dos dois questionários visou avaliar a eficácia das redes sociais Facebook e Instagram na promoção de adoções de gatos, explorando quais as plataformas mais eficazes e seguras para esse fim.

Os questionários foram estruturados principalmente com perguntas quantitativas, permitindo obter dados numéricos que pudessem ser analisados de forma estatística, como recomendado por Treadwell (2014). No entanto, também foram incluídas algumas perguntas qualitativas, de modo a não restringir possíveis respostas em certos casos. Treadwell (2014: 178) salienta que a combinação de dados quantitativos e qualitativos pode proporcionar uma análise mais rica e detalhada, ao permitir que os resultados numéricos sejam complementados com *insights* mais profundos das experiências dos participantes.

A aplicação dos questionários, no entanto, enfrentou desafios relacionados com a obtenção de respostas, especialmente porque o grupo-alvo (pessoas que adotaram um gato por meio das redes sociais online durante o período pandémico) é relativamente restrito. De acordo com Treadwell (2014: 162), a obtenção de uma amostra representativa é crucial para a validade dos resultados, mas, em casos em que a população é pequena e específica, pode ser necessário ajustar as expectativas quanto ao número de respostas. Apesar disso, os dados recolhidos permitiram uma análise inicial significativa sobre o papel do Facebook e do Instagram na adoção de gatos durante a pandemia, oferecendo uma base para futuras recomendações.

Além do mais, o uso de questionários online mostrou-se vantajoso ao permitir uma maior disseminação dos formulários, alcançando adotantes e organizações de várias regiões de Portugal. Esta abordagem facilita a recolha de dados numa era digital, em que a rapidez e a flexibilidade de resposta são fundamentais (Treadwell, 2014: 153).

A análise dos dados dos questionários será essencial para responder às questões de investigação, que procuram não só entender o aumento ou a diminuição das adoções durante e após a pandemia, mas também avaliar qual a plataforma, Facebook ou Instagram, mais eficaz na facilitação dessas adoções. Conforme Treadwell (2014: 205) argumenta, a análise comparativa permite que os investigadores identifiquem tendências e diferenças significativas entre variáveis, possibilitando a construção de recomendações mais direcionadas e eficazes.

3.3. Estudo Nº 1 – Inquérito por Questionário - Adotantes

As primeiras três perguntas da primeira secção do questionário dedicam-se à caracterização da amostra, recolhendo informação sobre o género, a idade e o se os participantes adotaram um gato nos últimos 5 anos. Desta maneira, procuraremos identificar padrões que ocorram mais frequentemente numa dada faixa etária, ou que sejam condicionados por género.

A segunda secção, “A Amostra e os seus Comportamentos”, é constituída por dez questões relativas à adoção do animal, recolhendo-se informação sobre quando a mesma aconteceu, se e como foi auxiliada pelas redes sociais online e o tempo de reflexão dos participantes antes de procederem à adoção de um gato. Nesta secção, conseguimos filtrar melhor a amostra que queremos de facto analisar, nomeadamente pessoas que usaram as redes sociais online para adotar o seu gato no período pandémico.

Em terceiro lugar temos a secção designada de “Os Adotantes” que inclui três perguntas relativas aos adotantes em si e ao seu historial com gatos. Esta secção é importante para compararmos a experiência com gatos e o sucesso da adoção.

De seguida, na quarta secção, “Características das Publicações”, colocámos cinco questões relativas às características da publicação onde foi encontrado ao animal. Daqui iremos retirar as melhores práticas no uso das redes sociais online para o fim de publicitar a adoção de um gato. Estas informações serão depois passadas aos CROA e Associações.

Na quinta secção, “O Processo da Adoção”, foram feitas sete perguntas relativas à comunicação entre o participante e quem publica, incidindo também sobre as condições do animal adotado. Esta secção vai ser usada para perceber o grau de responsabilidade desta adoção.

Em sexto lugar, na secção “Comportamentos Pós-Adoção”, realizámos nove questões relativas ao que aconteceu após a adoção, procurando-se averiguar se o animal teve cuidados veterinários, se o participante achou que as condições que oferecia foram suficientes e se a realocação e o abandono foram considerados e porquê. Os resultados desta secção vão ser comparados com os da quinta secção para entender se as adoções consideradas “irresponsáveis” foram realizadas por falta de cuidado por parte do participado ou de quem publicou o anúncio para adoção.

Na sétima e última secção, “Considerações sobre as Redes Sociais e Adoções”, colocámos quatro questões relativas à opinião dos participantes sobre as redes sociais online como ferramenta auxiliar para a adoção de um animal, indagando do nível de controlo das condições de potenciais adotantes por parte dos CROA e Associações. As informações retiradas destas

respostas serão transmitidas aos CROA e Associações para que possam mudar os seus métodos de abordagem das redes sociais online no contacto com utilizadores interessados em adotar um animal.

3.4. Estudo Nº 2 – Inquérito por Questionário – CROA e Associações

Renomeou-se a primeira secção “Comportamentos dos CROA e Associações”, formulando-se aí sete questões por forma a ficar a saber se as associações utilizam redes sociais, quais é que utilizam e como as utilizam. Iremos averiguar se o que os participantes no primeiro questionário procuram vai ao encontro do que os CROA e Associações utilizam e publicam.

Na segunda secção, “Os Adotantes”, foram realizadas seis perguntas relativas ao que os CROA e Associações procuram num adotante, quanto tempo demora o processo e o que é exigido do adotante antes de adotar o gato. Desta maneira os adotantes podem descobrir como melhor ir ao encontro dos requisitos exigidos, nutrindo expectativas realistas.

Em terceiro lugar, na secção “Devolução, Adoção e Abandono”, foram colocadas três questões relativas às taxas de devolução, adoção e abandono nos períodos de pandemia e pós-pandemia. Estas respostas vão ser comparadas com respostas dos participantes no primeiro questionário e com os dados do ICNF.

Por último, a quarta secção, “Considerações sobre as redes sociais e adoções”, aborda quatro questões relativas à opinião dos participantes sobre as redes sociais online como ferramenta auxiliar para a adoção de um animal e o nível de controlo de condições de potenciais adotantes. Esta secção é muito semelhante à última secção do primeiro questionário, agilizando o processo de comparação de respostas para apontar semelhanças e diferenças nas opiniões dos dois grupos. O objetivo será o de averiguar se um dos grupos vai ter de adaptar comportamentos e expectativas no futuro.

Capítulo 4

Resultados e Discussão

4.1. O Processo da Adoção: Adotantes vs. CROA e Associações

Ao filtrar o questionário respondido por adotantes para as questões 2.1 e 2.2, obtivemos respostas apenas de pessoas que adotaram gatos no período pandémico, com adoções facilitadas pelas redes sociais online (N=18). Esse grupo de pessoas é caracterizado principalmente pelas seguintes características: a maioria é do sexo feminino (94%), o que confirma a teoria de Videira (2022) sobre a maior sensibilização das mulheres para conteúdos relacionados com animais; 33% tem entre 45 e 54 anos; 44% encontrou o animal através de uma publicação que lhes foi enviada, ou encontraram-na casualmente, sem pesquisar; quanto ao tempo passado a pesquisar, obtivemos apenas seis respostas, sendo que 33% indicou um período de três meses; 100% pesquisou sempre pela localização do animal; 23,5% pensou cerca de um ano antes de tomar a decisão de adotar um gato (23.5%); 72% já tinha tido gatos anteriormente; entre os animais adotados, 61% já se encontravam desparasitado e 55,5% vacinado quando da adoção; e, em 38,8% dos casos, o nível de dependência emocional do animal desenvolvido após a adoção foi classificado como oito, numa escala de um a dez, em que um indica baixo apego e elevada independência e dez alto apego e elevada dependência.

Peixoto e Cunha (2023) dizem que o segundo confinamento, ocorrido entre 28 de janeiro de 2021 e 1 de maio de 2021, foi marcado pela presença de mais “pensamentos negativos”, enquanto Cruz (2022) defende que quem tem maior apego a animais está mais predisposto à depressão. Podemos afirmar que os três participantes que afirmam ter adotado o seu gato no período do segundo confinamento demonstram, em média, um nível de dependência emocional de seis do seu animal. Assim, a hipótese de que um maior nível de dependência emocional se poderia desenvolver em fases de “pensamentos negativos” mais acentuados não pôde ser comprovada.

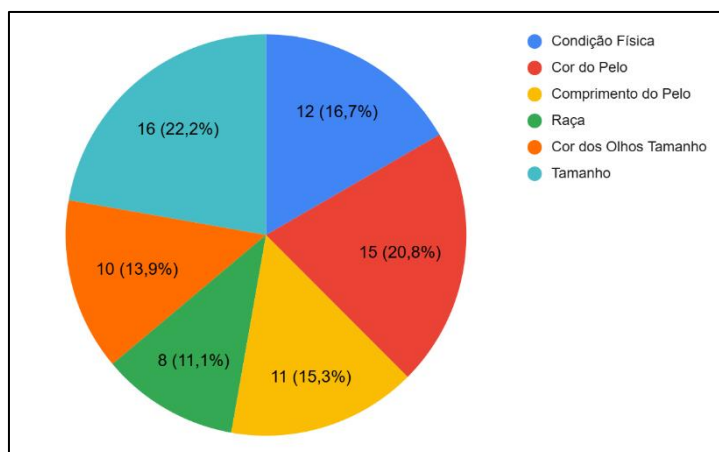
Ao realizar uma análise comparativa entre os dois questionários, poderemos compreender se os comportamentos dos adotantes nas redes sociais online e o que os mesmos procuram num gato para adoção estão alinhados com a utilização das redes sociais por parte dos CROA e Associações, nomeadamente com os conteúdos postados por estes postados online.

Quando comparamos a questão 2.1 do inquérito aos adotantes com a questão 1.3 do inquérito às Associações, conseguimos perceber que o Facebook é onde os adotantes mais pesquisam (100%) e é também a rede social online mais utilizada pelos CROA e Associações (96,5%).

De acordo com a questão 3.3, as características mais valorizadas pelos adotantes em gatos são limpeza/higiene (22%), temperamento meigo, tranquilo, carinhoso (22%) e serem brincalhões e sociáveis (22%). Na questão 1.6, colocada aos CROA e Associações relativa às informações fornecidas nas publicações, constatou-se que o temperamento é incluído em 78,5% dos casos, a idade e fotografia em 100%, e a história do animal em 85,7%.

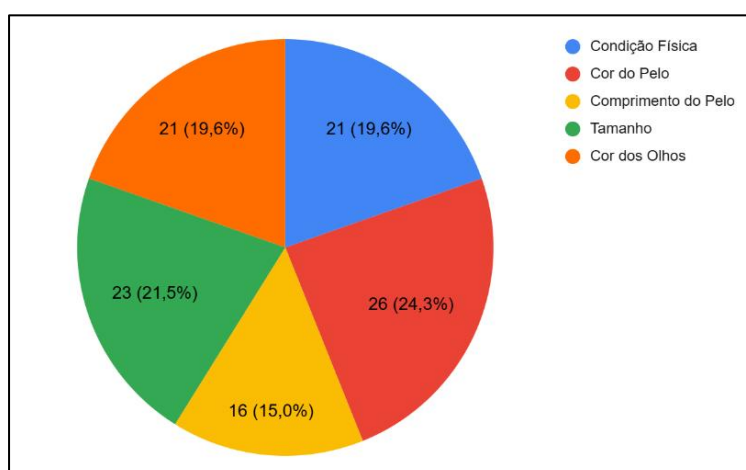
Relativamente às questões 4.2, 4.3, 4.4 e 5.1 do primeiro questionário, os dados mostram que 83,3% das publicações incluíam descrição; a idade do animal foi o atributo mais mencionado (86,6%), seguido da localização (80%), enquanto o aspeto menos mencionado foi a raça (20%). A imagem foi o aspeto mais valorizado (55%), com uma diferença mínima em relação ao texto/descrição. Os aspetos mais visíveis na imagem foram o tamanho (94,1%) e a cor do pêlo (88,2%). Nas questões 1.4 e 1.7 do questionário feito aos CROA e Associações, os mesmos responderam que o conteúdo que mais partilham correspondem a imagens e vídeos (96,4% cada), sendo as características mais destacadas, por norma, nas fotografias a cor do pêlo (96,2%) e o tamanho (85,1%). Isto vai ao encontro da afirmação de Zadeh et al. (2022), no sentido de que a idade e a raça são os fatores que mais influenciam a rápida adoção.

Figura 4.1.1. Respostas à pergunta 4.4 - Inquérito por Questionário a Adotantes



Fonte: Produzido pela própria com o excel

Figura 4.1.2. Resposta à pergunta 1.7 - Inquérito por Questionário a CROA e Associações



Fonte: Produzido pela própria com o excel

Em média, o processo de adoção teve uma duração de uma semana. Para os adotantes que encontraram informação sobre a raça na descrição da publicação, a maioria completou o processo de adoção num mês (40%), seguido de uma semana (30%). Já entre os participantes que afirmam que a raça era visível na imagem, a duração do processo foi de duas semanas em 33% dos casos. Para os adotantes que encontraram informações sobre a idade do animal na publicação, a maioria completou o processo de adoção numa semana (43,7%), seguido de duas semanas (28%). Esses dados sugerem que a afirmação de Zadeh et al. (2022) pode ser inválida para a raça, embora possivelmente válida para a idade como fator de influência na rapidez da adoção.

Na questão 5.3 realizada aos adotantes, a maioria respondeu que o tempo entre o primeiro contacto e a adoção foi cerca de uma semana (46,1%). Na questão 2.3 do questionário feito aos CROA e Associações, estes também relataram que a duração de um processo de adoção, do primeiro contacto à adoção, tende a rondar uma semana (64,2%). Podemos assim concluir que a duração do processo de adoção é consistente entre as respostas dos adotantes e dos CROA e Associações de Abrigo de Animais.

Na questão 5.4, os adotantes indicaram que o aspeto mais questionado foi a sua disponibilidade de tempo (61,1%), embora 27,7% tenha relatado que o publicador não fez qualquer pergunta. Por outro lado, os CROA e Associações afirmam, na questão 2.1 do seu questionário, que questionam principalmente as condições de habitação (96,4%) e a disponibilidade de tempo (75%).

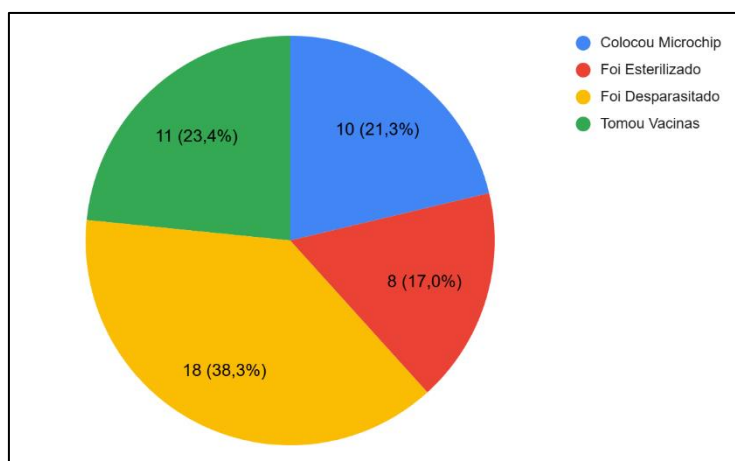
Relativamente às 12 adoções feitas no período pandémico com auxílio das redes sociais online, em 16,6% dos casos o publicador não fez perguntas aos adotantes sobre disponibilidade

financeira, emocional, de tempo ou condições da habitação. Em 25% dos casos, o animal apresentou problemas de saúde nos seis meses seguintes; nenhum dos participantes pensou na realocação ou abandono do gato, e o nível médio de dependência emocional foi de 8,4. Nos oito casos em que o responsável pela publicação questionou a disponibilidade financeira, emocional, de tempo ou condições da habitação 37,5% dos animais apresentaram problemas de saúde nos seis meses seguintes. Nenhum dos participantes considerou a realocação ou abandono do gato, e o nível médio de dependência emocional foi de 8,75.

Ao comparar estes resultados, observa-se que quando o responsável pela publicação não fez perguntas, os gatos destes participantes tiveram menos problemas de saúde nos seis meses seguintes. No entanto, o nível de dependência emocional foi mais baixo em comparação com o dos participantes que foram questionados sobre a sua disponibilidade e condições. Weiss et al. (2014) sugerem que abordagens mais informais a adotantes podem ser suficientes para uma adoção mais responsável, mas os resultados são algo contraditórios. Apesar dos gatos do grupo de adotantes aos quais não foram feitas perguntas terem tido menos problemas de saúde nos seis meses após a adoção, o nível de dependência emocional dos seus adotantes foi mais baixo.

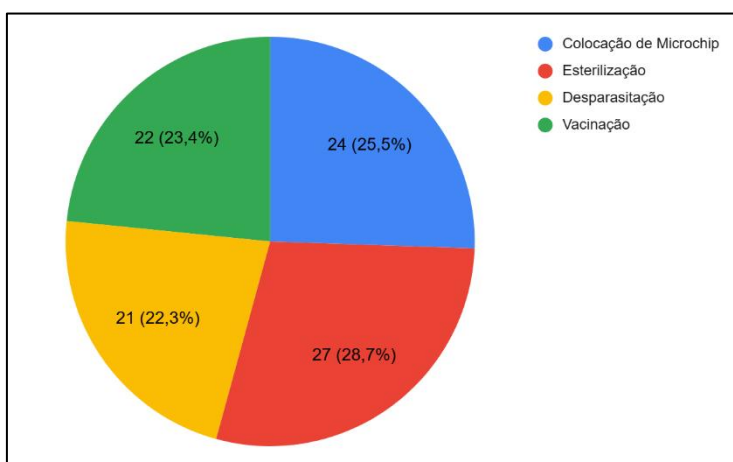
Na questão 2.4, 96,4% dos CROA e Associações afirmaram que os adotantes devem assinar um termo de responsabilidade antes da adoção. Na questão 2.5, também 96,4% indicaram ser obrigatório que os adotantes concordem com a esterilização do gato (96,4%), colocação de microchip (85,7%) e vacinação (78,5%). Na questão 6.1, todos os adotantes responderam que o gato foi desparasitado (100%), a maioria indicou vacinação (61,1%) e colocação de microchip (55,5%).

Figura 4.1.3. Respostas à pergunta 6.1 - Inquérito por Questionário a Adotantes



Fonte: Produzido pela própria com o excel

Figura 4.1.4. Resposta à pergunta 2.5 - Inquérito por Questionário a CROA e Associações



Fonte: Produzido pela própria com o excel

Os CROA e Associações afirmam, na questão 2.6, afirmam realizar, em maioria, um seguimento pós-adoção para verificar o cumprimento das condições exigidas (89.2%). Já na questão 3.1, cerca de 41,6% das respostas válidas estimam que a taxa de devolução dos animais seja apenas de 1%. Relativamente aos adotantes, praticamente todos afirmaram, na questão 6.4, que a disponibilidade financeira, emocional, de tempo e as condições de habitação foram adequadas passado um mês da adoção (83.3%). Na questão 6.5, apenas 5% diz ter pensado na realocação do animal e, na questão 6.7, nenhum participante diz ter pensado abandonar o animal.

Na questão 3.2 dirigida aos CROA e Associações, estes afirmam que a taxa de adoção aumentou no período pandémico (95%) e que, relativamente à questão 3.3, a taxa de abandono aumentou no período pós-pandemia (90,4%). O relatório do ICNF de 2022 também afirma que, entre 2018 e 2022, as adoções de animais aumentaram progressivamente. Apesar destes resultados, de acordo com as respostas dos participantes ao primeiro questionário, cerca de 37,5% das adoções foram realizadas no período de pandemia e 62,5% foram realizadas nos dois anos seguintes.

4.2. Eficácia das Publicações: Facebook Vs. Instagram

Ao filtrarmos as respostas pelas questões 2.1 e 2.8, obtivemos apenas as de adotantes que realizaram a adoção durante o período pandémico (março de 2020 a março de 2022) e que adotaram o seu gato através do Facebook ou do Instagram. Entre os adotantes do Facebook (N=15), 40% pesquisou principalmente pela localização do animal, 86% usou páginas do Facebook (86%), com 60% a ter acabado por encontrar o animal que adotou também nessas

páginas. Além disso, 93% revelou ter disponibilidade emocional para adotar 86% respondeu ter as devidas condições de habitação e 80% indicou ter disponibilidade financeira e disponibilidade de tempo. Em 66% dos casos, o publicador foi uma Associação de Abrigo de Animais, com 80% das publicações contendo texto/descrição e 93% imagem. As informações mais frequentes nas publicações foram a localização (73%) e a idade (66%). 80% das comunicações ocorreram através de mensagem privada na rede social online. Após o primeiro contacto, a maioria das adoções foi concluída numa semana (26%). Todos afirmaram que o aspeto visual do animal correspondia ao anunciado (100%), mas apenas 26% mencionou o temperamento. Após o primeiro mês, todos os adotantes consideraram suficiente a disponibilidade de tempo, com 93% a indicar disponibilidade nas restantes opções.

Entre os adotantes que usaram o Instagram no processo de adoção (N=3), 66% realizou a sua pesquisa em páginas da plataforma e também encontraram o animal que adotou nessas páginas. Todos afirmaram ter disponibilidade financeira, de tempo, emocional e as devidas condições de habitação (100%) no momento de adoção. Em todas as respostas, o publicador foi uma Associação de Abrigo de Animais (100%). Em todos os casos (100%), a publicação no Instagram tinha texto/descrição, sendo a idade a informação mais frequente (100%), seguida do temperamento e da história (66% cada). Todas as publicações continham imagens (100%). Em 66% das respostas, a comunicação inicial foi feita através de mensagem privada na rede social. Após o primeiro contacto, duas das adoções foram concluídas uma semana depois (66%). Todos os adotantes afirmaram que o aspeto visual do animal, idade, raça e condição física correspondiam ao anunciado (100%), embora o temperamento tenha sido selecionado apenas em 66% das respostas. Após o primeiro mês, todos os adotantes confirmaram que a disponibilidade financeira, de tempo, emocional e as devidas condições de habitação eram suficientes/adequadas (100%).

No questionário realizado aos CROA e Associações de Abrigo de Animais filtramos as respostas pelas questões 1.1, 1.2 e 1.3 de maneira a obter respostas que englobassem apenas os CROA e Associações de Abrigo de Animais que utilizam redes sociais online, especificamente o Facebook e/ou Instagram, e que recebam a maioria dos contactos através dessas plataformas.

Em as 30 respostas dos CROA e Associações de Abrigo de Animais que afirmam usar redes sociais online, 29 utilizam o Facebook e 19 recebem a maioria dos contactos através dessa plataforma. Em 94% dos casos, partilham conteúdo em formato de imagem, enquanto 89% partilham vídeo e/ou texto. Embora a frequência das publicações apresente muitas respostas ambíguas, entre as avaliáveis, a maioria indica publicar semanalmente (26%).

Todas as publicações afirmam colocar informação relativa à idade e uma fotografia do animal (100%), mas apenas 63% incluem a localização do animal. A maioria usa mensagens privadas nas redes sociais online como canal de contacto (94%), enquanto 73% utiliza chamadas telefónicas e 57% utiliza email. Em 47% dos casos, os CROA e Associações de Abrigo de Animais questionaram os potenciais adotantes quanto à disponibilidade financeira, de tempo, emocional e condições habitacionais (47%). Nos restantes casos, as condições de habitação foram sempre questionadas (100%); em 78% desses casos, a disponibilidade tempo também foi questionada, enquanto a disponibilidade financeira foi a menos abordada (57%). Relativamente à duração média do processo de adoção, do primeiro contacto ao momento da recolha do animal pelo adotante, também existiram várias respostas ambíguas, mas, entre as avaliáveis, 36% afirmou que o processo demorou uma semana.

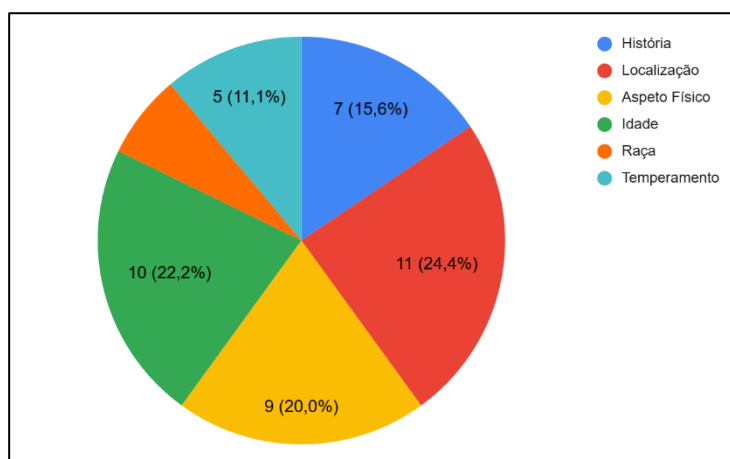
Em 30 respostas dos CROA e Associações de Abrigo de Animais que afirmam usar redes sociais, 22 utilizam o Instagram, embora apenas sete indiquem que esta é a principal fonte de contactos. Em todos os casos, partilham conteúdo em formato de imagem e vídeo (100% cada).

Apesar de existirem muitas respostas ambíguas sobre a frequência das publicações, entre as respostas claras, 57% afirmam publicar diariamente. Em todas as publicações, há informação relativa à idade, temperamento e uma fotografia (100%), mas apenas 57% dos casos inclui a localização e 14% a raça. Todos utilizam mensagens privadas nas redes sociais online e o email como canais de contacto (100%). 71% usa comentários nas redes sociais online e 57% recorre a chamadas telefónicas. Em todos os casos, os CROA e Associações de Abrigo de Animais questionaram os potenciais adotantes quanto à disponibilidade financeira e às condições de habitação (100%), sendo a disponibilidade emocional o critério menos questionado (57%). Relativamente à duração média do processo de adoção, do primeiro contacto ao momento da recolha do animal pelo adotante, também existiram várias respostas ambíguas, mas, das que pudemos avaliar, 42% indicou um período de uma semana.

Podemos então concluir que no Facebook os adotantes procuram mais pela localização do animal, embora os CROA e Associações apenas incluam a localização na publicação 63% das vezes. A informação que se encontra mais frequentemente em publicações é a localização e a idade do animal, sendo que todos CROA e Associações afirmam incluir a idade do animal em todas as publicações. Ambos, adotantes e Associações, afirmam que a maioria da comunicação ocorre principalmente através de mensagens privadas na rede social online e que o processo de adoção dura cerca de uma semana. Os adotantes relataram que pesquisaram e

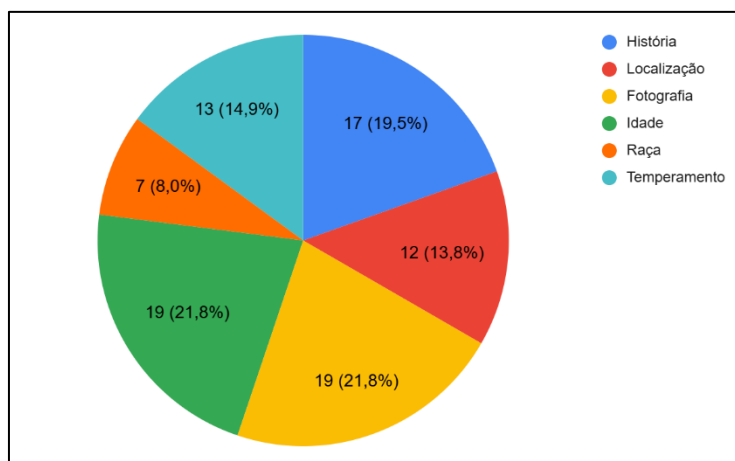
encontraram o animal maioritariamente em páginas das plataformas, e a maioria das publicações foi feita por Associações. Apenas 26% dos adotantes consideram o temperamento do animal como correspondente ao anunciado. Assim, recomenda-se aos CROA e Associações que publiquem em páginas, mencionem a localização do animal, e descrevam com precisão o temperamento do animal.

Figura 4.2.1. Resposta à pergunta 4.2 - Inquérito por Questionário a Adotantes



Fonte: Produzido pela própria com o excel

Figura 4.2.2. Resposta à pergunta 1.6 - Inquérito por Questionário a CROA e Associações



Fonte: Produzido pela própria com o excel

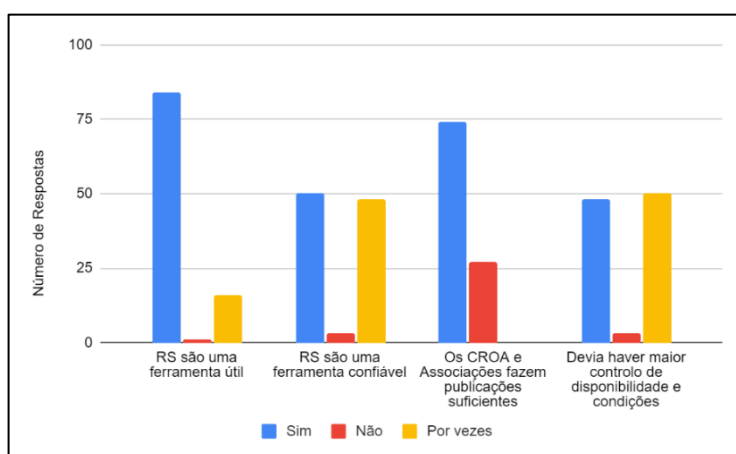
Quanto ao Instagram, as pesquisas foram sempre realizadas diretamente nas páginas da plataforma, onde as adoções foram encontradas, sendo todas as publicações feitas por Associações. Tanto adotantes como Associações afirmam que a maioria da comunicação ocorre principalmente através de mensagens privadas na rede social online e que o processo de adoção leva cerca de uma semana. Apenas 66% dos adotantes considera o temperamento do

animal como correspondendo ao anunciado (opção menos selecionada). Recomenda-se, assim, que os CROA e Associações publiquem mais em páginas em redes sociais online e incluam uma descrição precisa do temperamento do animal.

4.3. Considerações sobre Redes Sociais e a Responsabilidade das Adoções Feitas nas Mesmas

No ponto 7 do questionário dirigido aos adotantes, realizamos questões acerca das redes sociais online como ferramenta para facilitar adoções. Ao reunir os resultados de todas as respostas recebidas, obtivemos os resultados apresentados na Figura 4.3.1.

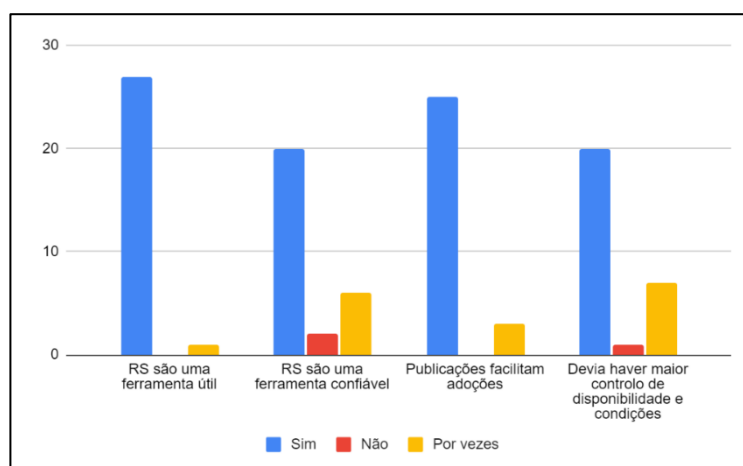
Figura 4.3.1. Resultados do Ponto 7 do Inquérito por Questionário a Adotantes



Fonte: Produzido pela própria com o excel

No ponto 4 do questionário feito aos CROA e Associações de Abrigo de Animais, incidimos no mesmo tipo de questões. Ao reunir os resultados de todas as respostas recebidas, obtivemos os resultados apresentados na Figura 4.3.2.

Figura 4.3.2. Resultados do Ponto 4 do Inquérito por Questionário a CROA e Associações



Fonte: Produzido pela própria com o excel

Tanto o grupo de adotantes como os CROA e Associações afirmam maioritariamente que as redes sociais online são uma ferramenta útil e confiável. No entanto, cerca de 26,7% dos adotantes afirma que os CROA e Associações não publicam com frequência suficiente, embora 73,2% considerem que sim. Efetivamente, esta foi a questão com a maior percentagem de respostas negativas. Os adotantes indicam que, em alguns casos, deveria haver maior controlo sobre a disponibilidade e condições (49,5%), enquanto 71,4 dos CROA e Associações também defendem um maior controlo desses aspetos.

Recomenda-se, assim, que os CROA e Associações publiquem com maior frequência sobre os animais disponíveis para adoção e implementem um controlo mais rigoroso sobre a disponibilidade e as condições dos potenciais adotantes.

Capítulo 5

Considerações Finais

Considerando os resultados da presente investigação, é possível concluir que as redes sociais online desempenham um papel significativo na facilitação das adoções de animais, permitindo maior alcance e rapidez na comunicação entre adotantes e CROA e Associações de Abrigo de Animais. No entanto, os dados analisados também apontam para limitações importantes: a amostra de participantes foi reduzida e representa um grupo específico, o que restringe a generalização dos resultados. A análise também indicou que o processo de adoção tem algumas discrepâncias entre o que é esperado pelos adotantes e o que é oferecido pelos CROA e Associações, principalmente no que diz respeito à transparência sobre o temperamento do animal e à frequência das publicações nas redes sociais online.

A investigação conseguiu alcançar os objetivos principais, ao explorar os padrões de comportamento dos adotantes e a relação entre os tipos de informação fornecidos pelas associações e as preferências dos adotantes. Ainda assim, os objetivos específicos relacionados com o impacto das condições emocionais dos adotantes no processo de adoção e a análise detalhada dos fatores que influenciam a duração do processo de adoção foram limitados pela variabilidade nas respostas e pelo tamanho da amostra, impossibilitando conclusões mais robustas. Ademais, a amostra limitada e o contexto de nicho do estudo restringem o alcance dos resultados e recomendam prudência ao interpretá-los.

Para pesquisas futuras, seria importante aumentar a amostra de participantes e realizar um acompanhamento longitudinal dos adotantes e dos animais para entender o desenvolvimento do vínculo emocional e as possíveis dificuldades enfrentadas ao longo do tempo. Explorar a percepção de outros adotantes que adotaram animais de forma independente das redes sociais e CROA também pode contribuir para ampliar a compreensão sobre o papel das redes online no sucesso da adoção.

Para os CROA e Associações de Abrigo de Animais, esta investigação sugere algumas recomendações para aprimorar o uso das redes sociais online no processo de adoção. Primeiramente, aumentar a frequência das publicações sobre os animais disponíveis pode ampliar a visibilidade e o alcance, especialmente em plataformas como o Facebook e Instagram, onde a presença é mais ativa. As publicações devem incluir informações essenciais, como a idade, localização e um perfil realista do temperamento do animal, uma vez que a correspondência entre o comportamento anunciado e o comportamento real foi identificada como um fator de importância para os adotantes. Adicionalmente, implementar um

acompanhamento criterioso da disponibilidade emocional, financeira e de tempo dos potenciais adotantes pode contribuir para adoções mais responsáveis e duradouras, minimizando a taxa de devolução e fortalecendo o compromisso a longo prazo dos adotantes com os animais. Essas práticas podem resultar em adoções mais bem-sucedidas, promovendo o bem-estar tanto dos animais quanto das pessoas envolvidas no processo.

Referências Bibliográficas

Aspca. (2018, October 9). *New research points to social media as important tool for animal shelters and rescues*. PR Newswire. <https://www.prnewswire.com/news-releases/new-research-points-to-social-media-as-important-tool-for-animal-shelters-and-rescues-300727996.html>

Barbosa, M. R. (2023, setembro). Resistência à mudança e stress percebido em relação à Covid-19. EBSCOhost. Recuperado de <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=695374f6-1d06-370d-b7b1-c53a34e8a55e>

Cardoso, G., Paisana, M., & Pinto-Martinho, A. (2020, June 19). Reuters Digital News Report 2020 - Portugal. OberCom - Reuters Institute for the Study of Journalism. https://www.researchgate.net/publication/342201882_Reuters_Digital_News_Report_2020_Portugal

Cardoso, G., Paisana, M., & Pinto-Martinho, A. (2021, June). Reuters Digital News Report Portugal 2021. OberCom - Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://obercom.pt/digital-news-report-2021-portugal/>

Cardoso, G., Paisana, M., & Pinto-Martinho, A. (2022, June). Reuters Digital News Report Portugal 2022. OberCom - Reuters Institute for the Study of Journalism. https://www.researchgate.net/publication/364322254_Digital_News_Report_Portugal_2022

Cardoso, S. P. D. (2013). *Causas de renúncia de cães e gatos nos concelhos de Cascais e Sintra* (dissertation).

Carroll, G. A., Reeve, C., & Torjussen, A. (2022). Companion animal adoption and relinquishment during the COVID-19 pandemic: Peri-pandemic pets at greatest risk of relinquishment. *Frontiers in Veterinary Science*, 9. <https://doi.org/10.3389/fvets.2022.1017954>

Carvalho, B. (2022, dezembro). Marcas e consumidores em rede: Uma análise do impacto da pandemia nas publicações do Facebook em Portugal. EBSCOhost. Recuperado de <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=ba2e3326-799e-342f-8e53-f1d63a4c6bd>

Céu, B. (2021, December 11). *Instituições denunciam aumento “preocupante” do abandono de animais desde a Pandemia*. CNN Portugal. <https://cnnportugal.iol.pt/crime/abandono-animais/instituicoes-denunciam-aumento-preocupante-do-abandono-de-animais-desde-a-pandemia/20211211/61a6b8500cf2cc58e7d5a531>

Duarte, V., Costa, S., Cardoso, C., & Soares, M. (2020). Comportamentos e atitudes face aos animais de companhia em tempo de COVID-19: um estudo exploratório em Portugal. In I. Sousa Real, M. Paulino, & S. Silva (Coords.), *Maus-tratos a animais, link para a violência entre pessoas e*

intervenção assistida por animais (pp. 53-71). Lisboa: Editora Pactor.

Duarte, M. R. R. R. (2023, janeiro). Impacto da pandemia COVID-19 nos hábitos e condição corporal dos animais de companhia. Universidade de Lisboa, Faculdade de Medicina Veterinária. EBSCOhost. Recuperado de <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=c3bcc71b-ad77-3b87-9c31-5a225d4dd78d>

Elliott, A., et al. (2019). Perceptions of responsible cat ownership behaviors among a convenience sample of Australians. *Animals*, 9(9). <https://doi.org/10.3390/ani9090703>

Fernandes, Mariana Gonzalez de Gouveia. Adoção de Animais de Abrigo Através de Redes Sociais : Uma Abordagem de Marketing Social. Oct. 2022. EBSCOhost, research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=895ba458-3ec4-3459-ba04-8c02160a9830.

Ferreira, A. R. (2019). *A Intervenção do Médico-Veterinário em Centros de Recolha Oficial de Animais de Companhia* (dissertation).

Grandin, T., & Johnson, C. (2010). Animals make us human creating the best life for animals. Mariner.

Ho, J., Hussain, S., & Sparagano, O. (2021). Did the COVID-19 Pandemic Spark a Public Interest in Pet Adoption? *Frontiers in Veterinary Science*, 8. <https://doi.org/10.3389/fvets.2021.647308>

Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, I.P. (2023). *Relatório Anual. Atividade dos Centros de Recolha Oficial -2022*. ICNF. <https://www.icnf.pt/api/file/doc/d6c19b501c8e22dd>

Magalhães Cruz, A. F. (2022). *Ajustamento psicológico durante a pandemia de Covid-19: estudo exploratório do papel dos animais de companhia na promoção de resiliência* (dissertation).

Marktest. (2022, janeiro). Redes sociais: Documento eletrónico - Tendências 2011-2021. Análise sobre tendências de uso de redes sociais em Portugal. Marktest. EBSCOhost. Recuperado de <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=650ef663-85d1-362d-8957-60a8a45402ec>

Mueller, R., & Hunter, E. (2019). The intersection of aging and pet guardianship: Influences of health and social support. *People and Animals: The International Journal of Research and Practice*, 2(1). <https://doi.org/10.62845/h3lhm87>

Mundschau, V., & Suchak, M. (2023). When and why cats are returned to shelters. *Animals*, 13(2), 243. <https://doi.org/10.3390/ani13020243>

NPR. (2021, June 6). *Pet adoption soared during the pandemic. but now, shelters report overcrowding*. NPR. <https://www.npr.org/2021/06/06/1003713898/pet-adoption-soared-during-the-pandemic-but-now-shelters-report-overcrowding>

O'Haire, M. E., Guérin, N. A., & Kirkham, A. C. (2015). Animal-assisted intervention for trauma: A systematic literature review. *Frontiers in Psychology*, 6.

<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.01121>

Ogata, N., et al. (2023). Temporal patterns of owner-pet relationship, stress, and loneliness during the COVID-19 pandemic, and the effect of pet ownership on mental health: A longitudinal survey. PLOS ONE, 18(4). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0284101>

Peixoto, M. M., & Cunha, O. (2023). COVID-19 fear and anxiety as mediators in the relationship between repetitive negative thinking and psychopathology: A community-based study during the 2nd confinement in Portugal. Current Psychology: A Journal for Diverse Perspectives on Diverse Psychological Issues, 1–7. <https://doi.org/10.1007/s12144-023-04782-z>

Pires-Oliveira, T., Santana, L., McGregor, E., & Souza, M. (2004). Posse responsável e dignidade dos animais. *CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO AMBIENTAL*, 8.

Regalado, A. (2013). O impacto do marketing social na problemática dos cães abandonados em Portugal [Dissertação de mestrado, Iscte - Instituto Universitário de Lisboa]. Repositório do Iscte. <http://hdl.handle.net/10071/6453> 2022.

Mateus, S. (Ed.). (2021). Media rhetoric: How advertising and digital media influence us. Cambridge Scholars Publishing. EBSCOhost. <https://doi.org/10.3389/fvets.2022.1017954>

Shang, J., Liu, Z., Yang, H., Wang, C., Zheng, L., Chen, W., & Liu, C. H. (2020). Perceptual Advantage of Animal Facial Attractiveness: Evidence From b-CFS and Binocular Rivalry. *Frontiers in psychology*, 11, 1670. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01670>

Teixeira, D. P. (2022, março). Relação entre stress e bem-estar subjetivo em adultos após o 1º confinamento em Portugal. EBSCOhost. Recuperado de <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=b9d3d93d-ded7-35a1-b277-0c808602e13a>

Treadwell, D. (2014). *Introducing communication research: Paths of inquiry* (2ª ed.). SAGE Publications.

Vasconcelos, S. M. (2020, julho). Influência dos animais de companhia (*Canis lupus familiaris* e/ou *Felis catus domesticus*) nos estados depressivos, de ansiedade, de demência e nos níveis de tensão arterial da população idosa da Região Autónoma da Madeira. EBSCOhost. Recuperado de <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=ac177db6-bfd6-30c3-ba7e-35831d35e1e1>

Videira, M. (2022). *A INFLUÊNCIA DAS FERRAMENTAS DO MARKETING SOCIAL NA ADOÇÃO DE UM ANIMAL DE UM ABRIGO ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS. O CASO DA ASSOCIAÇÃO CÃOVIVER* (dissertation). Escola Superior do Porto, Porto.

Weiss, E. , Gramann, S. , Dolan, E. , Scotto, J. and Slater, M. (2014) Do Policy Based Adoptions Increase the Care a Pet Receives? An Exploration of a Shift to Conversation Based

Adoptions at One Shelter. Open Journal of Animal Sciences, 4, 313-322. doi: [10.4236/ojas.2014.45040](https://doi.org/10.4236/ojas.2014.45040).0/ani13020243.

Zadeh, A., Combs, K., Burkey, B., Dop, J., Duffy, K., & Nosoudi, N. (2022). Pet analytics: Predicting adoption speed of pets from their online profiles. Expert Systems With Applications, 204. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2022.117596>

Anexos

Anexo A – Consentimento informado do inquérito por questionário para adotantes

“Caro/a Leitor/a,

Eu, Sofia Santos Capítulo, venho por este meio solicitar a sua participação neste questionário online, desenvolvido no âmbito da minha dissertação de mestrado em Gestão dos Novos Media do ISCTE, sob a orientação da Professora Doutora Cláudia Álvares.

Esta investigação tem como principal objetivo descobrir se as redes sociais desempenharam um papel na maioria de gatos adotados no período pandémico, qual a rede social que foi mais eficaz no processo de adoção, se existiram padrões na pesquisa ou nas publicações e como estes padrões afetam o processo de adoção e a sua duração e descobrir se as adoções feitas neste período foram feitas de maneira responsável. O objetivo final é ajudar os CROA e associações responsáveis pela adoção de gatos a descobrir e implementar métodos através das redes sociais que tornem o processo de adoção mais seguro, eficaz e célere.

Estima-se que o questionário tenha uma duração de cerca de 5 minutos. A sua participação é completamente voluntária. Não existem respostas corretas ou erradas, pelo que peço que responda com a máxima sinceridade. Os dados recolhidos serão somente utilizados para fins de investigação e a sua análise será realizada tendo em conta o todo da amostra, pelo que se assegura a máxima confidencialidade.

A participação neste questionário presume que leu e compreendeu as condições previamente apresentadas.

Se tiver alguma dúvida poderá entrar em contacto comigo, Sofia Santos Capítulo, através do seguinte endereço eletrónico: scapitulo@gmail.com.

Se pretender responder a este questionário, faça o favor de clicar em “Seguinte” para ser redirecionado/a para a página seguinte.”

Anexo B – Estrutura do inquérito por questionário para adotantes

“1. Caracterização da amostra

1.1. Com que género se identifica?

- Feminino
- Masculino
- Não-Binário
- Prefiro não responder

1.2. Qual a sua idade?

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- + 65

1.3. Adotou um gato nos últimos 5 anos?

- Sim
- Não

2. A amostra e os seus comportamentos

2.1. Quando é que adotou o seu gato?

- Dia/Mês/Ano

2.2.A adoção foi realizada ou auxiliada pelas redes sociais?

- Sim
- Não

2.3.Pesquisou por um animal antes de adotar ou, foi-lhe enviada/encontrou a publicação ou anúncio aleatoriamente?

- Pesquisei
- Foi-me enviado/encontrei
- Outra opção

2.4.Em que redes sociais pesquisou?

- Facebook
- Instagram
- Twitter (X)
- TikTok
- Whatsapp

2.5.Quanto tempo pesquisou antes de adotar?

- Texto de resposta curta

2.6.O que pesquisou?

- Localização
- Raça
- Idade
- Cor de Olhos
- Cor do Pelo
- Tipo de Pelo
- Condição Física
- Outra Opção

2.7.Quanto tempo pensou antes de adotar um animal novo?

- Texto de resposta curta

2.8.Através de que rede social descobriu/adotou o seu gato?

- Facebook
- Instagram
- Twitter (X)
- TikTok
- Whatsapp
- Outra Opção

2.9.Que ferramentas usou para pesquisar?

- Motor de busca
- Grupos
- Páginas
- Outra Opção

2.10.Onde encontrou o anúncio/publicação com o animal que adotou?

- Histórias
- Mensagem Privada
- Grupo
- Página
- Cronologia
- Outra Opção

3. Os Adotantes

3.1.Tinha

- Total disponibilidade financeira antes de adotar
- Total disponibilidade de tempo antes de adotar
- Total disponibilidade emocional antes de adotar

- As devidas condições de habitação antes de adotar

3.2. Já teve gatos antes?

- Sim
- Não

3.3. Que características prefere em gatos?

- Texto de resposta curta

4. Características das Publicações

4.1. Quem fez a publicação na qual se encontrava o seu gato?

- CROA (Centro de Recolha Oficial de Animais)
- Associação de Abrigo de Animais
- Criador
- Pessoa singular sem afiliação
- Outra Opção

4.2. A publicação tinha texto/descrição?

- Sim
- Não

4.2. Que informações estavam presentes no texto/descrição?

- Idade
- Raça
- Aspeto físico
- Temperamento
- História
- Localização

4.3. A publicação tinha imagens?

- Sim
- Não

4.4. Que características eram visíveis na imagem?

- Raça
- Cor do Pelo
- Cor dos Olhos
- Comprimento do Pelo
- Tamanho
- Condição Física

4.5.A qualidade da imagem era boa?

- Sim
- Não
- Talvez

5. O processo da adoção

5.1.A qual dos dois deu mais importância quando decidiu o animal que queria adotar?

- Texto/Descrição
- Imagem

5.2.Como se realizou a maioria da comunicação com o publicador?

- Comentários
- Mensagem privada na rede social
- Chamada de Voz
- Chamada de Vídeo
- Mensagens de Texto (SMS)

5.3.Quanto tempo depois de estabelecer contacto se realizou a adoção?

- Texto de resposta curta

5.4.O publicador fez perguntas relativamente à

- Localização
- Disponibilidade Financeira

- Disponibilidade de Tempo
- Condição de Habitação
- Não fez perguntas

5.5.O publicador deu mais informações sobre o animal e respondeu a perguntas feitas por si?

- Sim
- Não

5.6.O animal já se encontrava

- Desparasitado
- Esterilizado
- Vacinado
- Nenhuma das opções anteriores

5.7.As seguintes características correspondiam ao anunciado?

- Idade
- Aspeto Visual
- Raça
- Temperamento
- Condição Física

6. Comportamento pós-adoção

6.1.Nos 6 meses após ter adotado o animal o mesmo

- Foi desparasitado (interna e externamente)
- Tomou as vacinas necessárias (no caso de não ter tomado antes)
- Foi esterilizado (no caso de não ter sido antes)
- Colocou Microchip

6.2.O animal teve problemas de saúde inesperados nos primeiros 6 meses após a adoção?

- Sim
- Não

6.3.Quais?

- Texto de resposta curta

6.4.Após o primeiro mês sentiu que as seguintes eram suficientes/adequadas?

- Disponibilidade Financeira
- Disponibilidade de Tempo
- Disponibilidade Emocional
- Condições de Habitação

6.5.Em algum momento após adotar o animal pensou na sua realocação?

- Sim
- Não

6.6.Por que motivo?

- Texto de resposta curta

6.7.Em algum momento após adotar o animal pensou em abandoná-lo?

- Sim
- Não

6.8.Por que motivo?

- Texto de resposta curta

6.9.Classifique a sua relação com o seu animal de estimação durante a pandemia relativamente ao nível de dependência emocional (1 - baixo apego e alta independência, 10 - alto apego e alta dependência)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

7. Considerações sobre as redes sociais e adoções

7.1.Considera as redes sociais uma ferramenta útil para quem procura adotar um animal?

- Sim
- Não
- Por vezes

7.2.Considera as redes sociais uma ferramenta confiável para quem procura adotar um animal?

- Sim
- Não
- Por vezes

7.3.Acha que os CROA (Centro de Recolha Oficial de Animais) e Associações de Abrigo de Animais publicam suficientemente os animais disponíveis para adoção?

- Sim
- Não

7.4.Acha que devia haver um maior controlo da disponibilidade/condição financeira, de tempo, emocional e de habitação no processo de adoção?

- Sim
- Não
- Por vezes”

Anexo C – Consentimento informado do inquérito por questionário para CROA e Associações

“Caro/a Leitor/a,

Eu, Sofia Santos Capítulo, venho por este meio solicitar a sua participação neste questionário online, desenvolvido no âmbito da minha dissertação de mestrado em Gestão dos Novos Media do ISCTE, sob a orientação da Professora Doutora Cláudia Álvares.

Esta investigação tem como principal objetivo descobrir se as redes sociais desempenharam um papel na maioria de gatos adotados no período pandémico, qual a rede social que foi mais eficaz no processo de adoção, se existiram padrões na pesquisa ou nas publicações e como estes padrões afetam o processo de adoção e a sua duração e descobrir se as adoções feitas neste período foram feitas de maneira responsável. O objetivo final é ajudar os CROA e associações responsáveis pela adoção de gatos a descobrir e implementar métodos através das redes sociais que tornem o processo de adoção mais seguro, eficaz e célere.

Estima-se que o questionário tenha uma duração de cerca de 2 minutos e meio. A sua participação é completamente voluntária. Não existem respostas corretas ou erradas, pelo que peço que responda com a máxima sinceridade. Os dados recolhidos serão somente utilizados para fins de investigação e a sua análise será realizada tendo em conta o todo da amostra, pelo que se assegura a máxima confidencialidade. A participação neste questionário presume que leu e compreendeu as condições previamente apresentadas.

Se tiver alguma dúvida poderá entrar em contacto comigo, Sofia Santos Capítulo, através do seguinte endereço eletrónico: scapitulo@gmail.com.

Se pretender responder a este questionário, faça o favor de clicar em “Seguinte” para ser redirecionado/a para a página seguinte.”

Anexo D – Estrutura do inquérito por questionário para CROA e Associações

“1. Comportamentos dos CROA e Associações

1.1. Utilizam as redes sociais para publicitar os gatos disponíveis para adoção?

- Sim
- Não

1.2. Que redes sociais utilizam?

- Facebook
- Instagram
- TikTok
- Whatsapp
- Twitter (X)

1.3. Qual a rede social através da qual recebem mais contactos?

- Facebook
- Instagram
- TikTok
- Whatsapp
- Twitter (X)

1.4. Que tipo de conteúdo partilham?

- Texto
- Imagens
- Vídeo

1.5. Com que frequência fazem publicações com gatos disponíveis para adoção?

- Texto de resposta curta

1.6. Que informações são fornecidas nas publicações?

- Idade
- Raça

- Temperamento
- História
- Localização
- Fotografia

1.7. Que características mostram, por norma, nas fotografias?

- Cor do pelo
- Cor dos Olhos
- Comprimento do pelo
- Tamanho
- Condição Física

1.8. Que canais de contacto são usados para comunicar com potenciais adotantes?

- Mensagens privadas nas redes sociais
- Comentários nas redes sociais
- SMS
- Chamada Telefónica
- Videochamada
- Email

2. Os Adotantes

2.1. Os potenciais adotantes são questionados quanto à sua disponibilidade (seleccionar se sim)?

- Financeira
- De tempo
- Emocional
- De Habitação

2.2. Quando selecciona o adotante, qual destas características é prioritária?

- Rapidez em mostrar interesse
- Compatibilidade de estilo de vida com o animal
- Disponibilidade Financeira

2.3.Quanto tempo, em média, demora o processo de adoção? (do momento do primeiro contacto até à entrega do gato)

- Texto de resposta curta

2.4.Os adotantes assinam um termo de responsabilidade antes de adotar o gato?

- Sim
- Não

2.5.Com que condições tem o adotante de concordar antes de adotar o gato?

- Colocação de Microchip
- Vacinação
- Esterilização
- Desparasitação

2.6.Existe um seguimento pós-adoção para verificar que as condições foram cumpridas?

- Sim
- Não

3. Devolução, Adoção e Abandono

3.1.Qual a taxa de devolução dos animais adotados através do CROA ou Associação que representa (estimativa em percentagem)?

- Texto de resposta curta

3.2.Notou uma subida das seguintes no período pandémico (selecionar se sim)?

- Taxa de Adoção
- Taxa de Abandono

3.3.Notou uma subida das seguintes no período pós-pandémico (selecionar se sim)?

- Taxa de Adoção
- Taxa de Abandono

4. Considerações sobre as redes sociais e adoções

4.1.Considera as redes sociais uma ferramenta útil para os CROA e Associações?

- Sim
- Não
- Por vezes

4.2.Considera as redes sociais uma ferramenta confiável para os CROA e Associações?

- Sim
- Não
- Por vezes

4.3.Acha que a publicação dos animais disponíveis para adoção por parte dos CROA e associações facilita as adoções?

- Sim
- Não
- Por vezes

4.4.Acha que devia haver um maior controlo da disponibilidade/condição financeira, de tempo, emocional e de habitação no processo de adoção?

- Sim
- Não
- Por vezes