



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE ARQUITETURA
CURSO DE DESIGN VISUAL

**O DESIGN DE EXPERIÊNCIA COMO INCENTIVO PARA DESPERTAR O
ENGAJAMENTO À PROTEÇÃO ANIMAL**

ABIGAIL ÁVILA CHAROY

PORTO ALEGRE

2022

ABIGAIL ÁVILA CHAROY

**O DESIGN DE EXPERIÊNCIA COMO INCENTIVO PARA DESPERTAR O
ENGAJAMENTO À PROTEÇÃO ANIMAL**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Design Visual, da Faculdade de Arquitetura, como requisito para a obtenção do título de Designer.

Orientadora: Prof. Dra. Cíntia Costa Kulpa

PORTO ALEGRE

2022

FOLHA DE APROVAÇÃO

ABIGAIL ÁVILA CHAROY

O DESIGN DE EXPERIÊNCIA COMO INCENTIVO PARA DESPERTAR O ENGAJAMENTO À PROTEÇÃO ANIMAL

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Design Visual, da Faculdade de Arquitetura, como requisito para a obtenção do título de Designer.

Orientadora: Prof. Dra. Cíntia Costa Kulpa

BANCA EXAMINADORA:

Orientadora: Prof. Dra. Cíntia Costa Kulpa - UFRGS

Prof. Dr. Régio Pierre da Silva - UFRGS

Mestranda Rafaela Pötter - UFRGS

AGRADECIMENTOS

Sinto-me privilegiada por ter tido a chance de ter cursado Design Visual na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Agradeço pelos recursos disponibilizados pelo Estado, que tornaram possível minha formação em uma instituição pública, permitindo-me acessar uma educação de excelência. Aos aqui citados gostaria de agradecer e dedicar este trabalho, pois sem o apoio e companhia de vocês, eu não teria chegado aqui. Agradeço primeiramente a minha mãe que sempre me apoiou em minhas decisões, me incentivou a trilhar um caminho nos estudos e acreditou em mim. Agradeço à minha família pelo apoio durante esta jornada acadêmica. Agradeço a minha vó Maria por ser uma fonte de inspiração diária. Aos meus queridos avós Airton, Dilva e João, que embora já não estejam fisicamente presentes continuam a me inspirar. Agradeço a minha segunda família, meus melhores amigos: Adriano, Camilla, Caroline e Marlon por acreditarem no meu potencial e por estarem sempre presentes nos momentos felizes e difíceis. Agradeço às Lesminhas, sem vocês os meus dias não seriam os mesmos. Aos meus animais de estimação, os quais serviram de inspiração para o desenvolvimento deste trabalho e foram tão importantes durante essa jornada. À minha professora e orientadora Cíntia Kulpa pela confiança e pela contribuição neste trabalho.

RESUMO

O presente trabalho consiste no desenvolvimento de um aplicativo voltado à proteção animal. A necessidade do desenvolvimento deste projeto surge a partir da identificação de que o mundo, com foco no Brasil, enfrenta um problema de superpopulação de animais abandonados, causando diversas problemáticas para a saúde pública. Este estudo tem como foco conscientizar a população geral em relação à causa animal e engajá-la a praticar essas mudanças. Para tanto, este trabalho propõe desenvolver um aplicativo que compreenda tanto conteúdos informativos, quanto ações que podem ser tomadas para apoiar ONGs e protetores independentes de animais. A primeira parte do trabalho aborda a introdução, justificativa do tema escolhido, seguido da definição dos objetivos geral e específicos. Após, é apresentada a fundamentação teórica acerca dos quatro principais assuntos que permeiam esse projeto: relação entre humanos e pets, proteção animal, colaboração e engajamento e design de experiência do usuário e interfaces. O desenvolvimento do trabalho baseia-se em uma metodologia adaptada a partir do Duplo Diamante da UK Design Council e de Unger e Chandler. Utilizando essa metodologia, o trabalho foi estruturado em quatro macro etapas: a etapa descobrir, etapa definir, etapa elaborar e por fim, a etapa entregar, onde foi desenvolvido um protótipo em alta fidelidade, assim como as conclusões realizadas do projeto.

Palavras-chave: Design de Experiência; Design de Interfaces; Aplicativo; Proteção Animal; Engajamento; ONGs; Protetores Independentes.

ABSTRACT

The present work consists of the development of an application aimed at animal protection. The relevance of this project comes from the fact that the world - with the focus around Brazil - is dealing with the overpopulation of abandoned animals, which is a problem in itself and causes even more problems for public health. This study is focused on bringing awareness to the general population, aiming for their engagement in practicing changes that will better serve the animal cause. Therefore, the proposition of this work is to develop an application that includes both informative content and actions that can be taken to support NGOs and independent animal protectors. The first part of the work deals with the introduction, justification of the chosen theme, followed by the definition of the general and specific objectives. Afterwards, the theoretical foundation on the four main subjects that permeate this project is presented: relationship between humans and pets, animal protection, collaboration and engagement, and user experience and interface design. The development of the work is based on a methodology adapted from the UK Design Council's Double Diamond and Unger and Chandler. Using this methodology, the work was structured into four macro stages: the discover stage, the define stage, the elaborate stage and finally, the deliver stage, where a high-fidelity prototype was developed, as well as the conclusions reached for the project.

Key-words: *Experience Design; Interface Design; App; Animal protection; Engagement; NGOs; Independent Protectors.*

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1: Exemplo de reprodução descontrolada
- Figura 2: Double Diamond da UK Design Council
- Figura 3: Metodologia adaptada
- Figura 4: Perfil dos respondentes
- Figura 5: Interação prévia com a situação de interesse
- Figura 6: Hábitos relacionados à doação para instituições
- Figura 7: Interesse em apoiar a causa animal
- Figuras 8 e 9: Possível conteúdo em um aplicativo de proteção animal
- Figura 10: App MeAuDote
- Figura 11: App MeAuDote
- Figura 12: App Appets
- Figura 13: App Hyppets
- Figura 14: Site Ampara Animal
- Figura 15: Tabela comparativa de similares
- Figura 16 e 17: Personas
- Figura 18: *Site map*
- Figura 19: Fluxo de tarefas
- Figura 20: *Sketches*
- Figura 21: *Wireframes* iniciais
- Figura 22: *Home* e cadastros
- Figura 23: Animal para doação
- Figura 24: Doação financeira
- Figura 25: Perfil e distintivos
- Figura 26: *Storyboards*
- Figura 27: *Naming*
- Figura 28: Logotipo e ícone
- Figura 29: Logotipo e ícone aplicados
- Figura 30: Padrão cromático e escala de cores
- Figura 31: Padrão cromático e escala de cores
- Figura 32: Ícones Font Awesome
- Figura 33: Ícones Font Awesome no aplicativo ViraPata
- Figura 34: Ilustrações

Figura 35: Distintivos

Figura 36: *Splash Screen* e *Onboarding*

Figura 37: *Login* e *Sign In*

Figura 38: *Home* e *Me Adote*

Figura 39: Compartilhar pet

Figura 40: Mensagens e Favoritos

Figura 41: ViraPata News

Figura 42: Cadastro

Figura 43: Doações

Figura 44: Perfil

Figura 45: Distintivos

Figura 46: Notificações

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Relação entre questões e objetivos

Quadro 2: Comparação entre tipos de ajuda recebida e necessária

Quadro 3: Dor do Usuário

Quadro 4: Dores, necessidades e requisito

LISTA DE ABREVIações

AAA: Atividade Assistida por Animais

ABNT: Associação Brasileira de Normas Técnicas

ACV: Animais em Condição de Vulnerabilidade

ASPCA: American Society for the Prevention of Cruelty to Animals

CCZ: Centro de Controle de Zoonose

EAA: Educação Assistida por Animais

IAA: Intervenções Assistidas por Animais

IAHAIO: International Association of Human-Animal Interaction Organizations

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

iOS iPhone Operating System

ONG: Organizações Não Governamentais

PCD: Pessoa com Deficiência

SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SPC: Serviço de Proteção ao Crédito

TAA: Terapia Assistida por Animais

TEA: Transtorno do Espectro Autista

UI: User Interface

UIPA: União Internacional Protetora dos Animais

UX: User Experience

WAP: World Animal Protection

SUMÁRIO

1. ANTEPROJETO.....	15
1.1 INTRODUÇÃO.....	15
1.2 JUSTIFICATIVA.....	18
1.3 PROBLEMA DE PROJETO.....	19
1.4 OBJETIVO GERAL.....	19
4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	19
1.6 PÚBLICO-ALVO.....	20
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	20
2.1 A RELAÇÃO ENTRE HUMANOS E PETS.....	20
2.1.1 Intervenções assistidas por animais.....	22
2.2 PROTEÇÃO ANIMAL.....	23
2.2.1 Abandono de animais e decorrências.....	23
2.2.2 Organizações não governamentais e protetores independentes.....	26
2.3 COLABORAÇÃO E ENGAJAMENTO.....	29
2.3.1 Redes Sociais em detrimento da filantropia.....	30
2.4 DESIGN DE EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO E INTERFACES.....	32
2.4.1 Design de experiência do usuário.....	33
2.4.2 Design de Interfaces.....	37
3. METODOLOGIA.....	38
3.1 DUPLO DIAMANTE DA UX DESIGN COUNCIL.....	39
3.2 METODOLOGIA UNGER E CHANDLER.....	40
3.3 METODOLOGIA ADAPTADA.....	42
4. ETAPA DESCOBRIR.....	44
4.1 ENTREVISTA COM USUÁRIOS.....	44
4.1.1 Análise das entrevistas.....	45
4.1.2 Insights das entrevistas.....	47
4.2 SURVEY.....	48
4.2.1 Perfil dos respondentes.....	49
4.2.2 Hábitos relacionados à proteção animal.....	50
4.2.3 Opiniões pessoais e interesse na temática do projeto.....	52
4.2.4 Insights sobre a Pesquisa.....	54
4.2.5 Dores do Usuário Identificadas na Pesquisa e Survey.....	54
4.3 CONSIDERAÇÕES SOBRE AS PESQUISAS.....	55
4.4 ANÁLISE DE SIMILARES.....	56
4.4.1 MeAuDote.....	56
4.4.2 Appets.....	58
4.4.3 Hyppet.....	59
4.4.4 Ampara Animal.....	60
4.4.5 Análise Comparativa de Similares.....	62
5. ETAPA DEFINIR.....	63

5.1 PERSONAS.....	63
5.2 REQUISITOS DE PROJETO.....	66
5.3 DEFINIÇÃO DAS FUNCIONALIDADES.....	67
5.4 CONCEITO.....	67
6. ELABORAR.....	68
6.1 MAPA DO SITE.....	68
6.2 FLUXO DE TAREFAS.....	70
6.3 SKETCHES.....	72
6.4 WIREFRAMES.....	72
6.5 STORYBOARD.....	78
6.6 ESTRATÉGIA DE MARCA.....	80
6.7 NAMING.....	81
6.8 MARCA.....	81
6.9 PADRÃO CROMÁTICO.....	83
6.10 TIPOGRAFIA.....	85
6.11 ICONOGRAFIA.....	85
6.12 ILUSTRAÇÕES.....	86
6.13 DISTINTIVOS.....	87
7. ENTREGAR.....	88
7.1 PROTÓTIPO EM ALTA FIDELIDADE.....	88
7.2 TESTE E FEEDBACK.....	100
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	101
REFERÊNCIAS.....	103
APÊNDICE.....	107
ANEXO 1.....	109

1. ANTEPROJETO

1.1 INTRODUÇÃO

No século 17, cães e gatos desempenhavam funções práticas junto aos humanos. Auxiliando na caça, puxando trenós e servindo como proteção, e por isso eram mantidos. Com o passar do tempo, foi se criando um elo emocional com esses animais que começam a fazer parte da convivência humana através da domesticação. (BERNARD; DEMARET, 1996)

Para Digard (1995), os animais domésticos ao serem permitidos tornarem-se amigos próximos de seus donos, têm sido completamente disponíveis a eles; e não há nenhum outro objetivo senão somente o de ser a companhia de seus donos. O significado de domesticação está diretamente relacionado ao condicionamento contínuo de uma espécie à convivência humana e não existe um momento específico do início da domesticação, houve um processo gradativo: os animais mais dóceis ficavam mais próximos dos humanos e assim passaram a procriar, criando novas gerações com características cada vez mais domésticas e menos selvagens (PETZ, 2022).

Diversas espécies de animais foram domesticadas e várias raças surgiram, tornando a convivência entre homens e animais uma relação de amizade, carinho, cuidado e companheirismo. Com isso, surge a palavra pet, utilizada para se referir a animais de estimação, tornando-se popular há algumas décadas, mesmo tendo origem na antiguidade. Por volta do fim do século 14, na Escócia e no norte da Inglaterra, o termo “pet” surgiu com o sentido de “animal domado” e há registros de que, em 1530, o termo já era usado para se referir a “animal favorito”. Atualmente a palavra pet é usada para se referir ao animal de estimação de forma carinhosa (FOLHA DE PERNAMBUCO, 2018).

Entretanto, mesmo havendo essa relação de amizade, entre humano e animal, com o passar do tempo começou a ocorrer uma superpopulação de cães e gatos nas ruas.

Essa superpopulação se dá, pois esses animais procriam-se rapidamente, não são castrados e são abandonados nas ruas. De acordo com Natalino (2016) o abandono ocorre por diversos fatores, tais como, problemas comportamentais dos animais, velhice, o nascimento indesejado de filhotes, crescimento do animal para um porte indesejado, viagem, problemas de saúde do animal, mudança no estilo de vida dos proprietários, falta de informação sobre as responsabilidades e custos gerados pela sua guarda.

Os animais abandonados são definidos como aqueles que foram resgatados por maus-tratos ou abandonados por seus tutores, ou aqueles que vivem nas ruas sem um tutor definido. (NASCIMENTO; NETO, 2022)

Atualmente existem leis de proteção animal, como a Lei nº 9605 de Crimes Ambientais de 12 de fevereiro de 1998 (Brasil, 1998), que trata sobre os crimes ambientais, entre eles os maus tratos aos animais, incluindo abandono e o Decreto 24.645, de 10 de junho de 1934 (Brasil, 1934), que estabelece medidas de proteção aos animais . Em 2020 foi sancionada a Lei 1.095/2019, que aumenta a punição para quem praticar ato de abuso, maus-tratos, ferir ou mutilar animais. A nível municipal, a Prefeitura Municipal Porto Alegre possui a lei Nº 11.101, de 25 de julho de 2011 de criação da SEDA (Secretaria Especial dos Direitos do Animais) órgão central de formulação e estabelecimento das políticas públicas destinadas à saúde, à proteção, à defesa e ao bem-estar dos animais. A Lei Nº 11.385, de 6 de dezembro de 2012, foi criada para alteração de artigo que prevê “o monitoramento dos animais de rua, visando ao seu bem-estar, bem como à segurança da população”.

Apesar de existirem leis em vigor, os números de animais abandonados aumentaram nos últimos anos. A OMS (Organização Mundial da Saúde, 2012) estima que existam 200 milhões de animais em situação de rua no mundo, já no Brasil são cerca de 30 milhões, sendo 20 milhões de cães e 10 milhões de gatos. Segundo estimativa mais recente do Instituto Pet Brasil (2022), o Brasil possui cerca de 146 milhões de pets, incluindo cães, aves, gatos, peixes ornamentais e pequenos mamíferos. Destes, mais

de 180 mil são cães e gatos abandonados ou resgatados após maus-tratos no Brasil, sob a tutela de organizações não governamentais, sendo que existem cerca de 370 ONGs de proteção animal no Brasil. (IPB, 2019)

Desde 2020, durante a pandemia de COVID-19, o número de animais resgatados das ruas aumentou em 70% (Ampara Animal, 2022). Isso aconteceu por conta de um fenômeno: a adoção impulsiva. Diante do sofrimento, solidão e incertezas do período de pandemia, muitas pessoas adotam animais e posteriormente se surpreendem com as responsabilidades de criar um animal de estimação, conseqüentemente abandonam esses animais nas ruas. (SILVA, 2018)

Existem também os animais em condição de vulnerabilidade: são aqueles que vivem sob a tutela de famílias que vivem abaixo da linha da pobreza ou vivem na rua dependendo do cuidado das pessoas que vivem ao redor (animais comunitários), dos ACVs, cães representam 69% da população com 6,1 milhões e gatos 30% sendo 2,7 destes animais. (CÃES E GATOS, 2022)

Em 1895 a primeira ONG de proteção animal, União Internacional Protetora dos Animais (UIPA), é fundada em São Paulo. A partir dos anos 80 começaram a surgir mais ONGs de proteção animal, que existem até os dias de hoje. Essas organizações ajudam com ações de apoio ao controle de doenças transmissíveis por animais e pressionam o governo a aplicar as leis quando existe crime.

ONGs recebem animais vindos de ações da polícia, bombeiros, resgates e animais que são deixados nas portas de abrigos. As ONGs, abrigos e protetores cumprem etapas ao resgatar um animal: cuidado veterinário, vacinação, castração e por fim a disponibilização à adoção. Esses espaços se mantêm através de dinheiro vindo de doações e por trabalho voluntário, nas redes sociais é onde essas organizações encontram o maior apoio para bancar os custos, com vaquinhas, assinaturas e também é o meio por onde divulgam os animais disponíveis para adoção.

Na conjuntura atual, com todos os esforços feitos por protetores de animais e ONGs é notável que ainda exista um enorme trabalho a ser feito, visto os números de animais vivendo nas ruas e ONGs sem espaço e verba para resgatar mais animais. É necessária uma conscientização da população sobre as necessidades de um animal quando este é adotado.

1.2 JUSTIFICATIVA

O trabalho voluntário de protetores independentes e ONGs, tenta amenizar diversos casos de abandono em muitas cidades do país, porém esse trabalho depende unicamente de doações e de trabalho voluntário. ONGs e protetores de animais recebem diariamente inúmeros pedidos de resgate que chegam pelo Whatsapp, e-mail, telefone e redes sociais. São pedidos de pessoas que encontram animais machucados na rua, pessoas que devolvem animais e também pessoas que deixam animais nas portas dos abrigos.

O resgate de animais envolve diversas tarefas e tratamentos: animais recém chegados em abrigos precisam passar por quarentena para não haver perigo de proliferação de doenças com os animais que já vivem no mesmo ambiente, são castrados, recebem cuidados diversos de saúde e higienização. O trabalho do protetor envolve a manutenção do cuidado com o animal, realizar campanhas de adoção e promover a inserção dos animais nas famílias e fazê-los entender as responsabilidades de adotar um animal. Também trabalham com a divulgação do trabalho para que haja captação de recursos para que tudo isso possa acontecer. (Folha de São Paulo, 2022)

Todas essas frentes só acontecem devido a parceria entre as entidades e pessoas engajadas na causa animal, que compreendem as necessidades e sentem empatia por uma vida digna para esses bichos. Essa movimentação de captação de recursos e sobrevivência de entidades existe porque existem várias frentes de pedidos de ajuda financeira, desde patrocínios de marcas pet, feiras, campanhas de arrecadação, venda

de artigos personalizados, realização de eventos culturais e pedidos nas mídias digitais. (Doar Fácil, 2021)

1.3 PROBLEMA DE PROJETO

O problema do projeto é representado pelo questionamento: Como o design de experiência pode contribuir para o engajamento de mais pessoas que colaborem de diversas formas com entidades de proteção animal?

1.4 OBJETIVO GERAL

Desenvolver um aplicativo a partir da experiência do usuário que desperte o interesse das pessoas na causa animal, fazendo com que a sociedade enxergue esses animais, aumentando assim a colaboração das pessoas com entidades.

4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para atender o objetivo geral desse projeto, foram elencados objetivos específicos que representam as etapas a serem cumpridas:

- a. Entender os temas abordados na pesquisa, tais como: UX, UI, entidades de proteção animal, público-alvo.
- b. Compreender a relação entre humanos e pets;
- c. Entender e aprofundar os conceitos de colaboração e engajamento através das mídias digitais;
- d. Investigar casos onde as redes sociais atuam de forma efetiva para mobilizar o público e angariar auxílio;
- e. Estruturar o fluxo do usuário a partir das necessidades e requisitos do projeto;
- f. Criar um protótipo e validar com o público-alvo.

1.6 PÚBLICO-ALVO

Entende-se que este trabalho possuirá duas esferas de público-alvo: de um lado ONGs e protetores que procuram apoio e adotantes e de outro lado o público geral, interessado em adotar e ajudar essas instituições.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo apresenta a fundamentação teórica e está pautado em alguns temas centrais de suma importância para o desenvolvimento do trabalho. Com o intuito de facilitar a compreensão desses temas, o capítulo foi dividido em quatro grandes partes; a primeira parte apresenta a relação entre humanos e animais. Posteriormente será investigada a situação atual de proteção animal em um panorama geral, assim como entender os conceitos de colaboração e engajamento em redes sociais, uma vez que se pretende propor soluções que promovam engajamento em redes sociais. Por último, serão apresentados os conceitos de design de experiência do usuário e aspectos importantes sobre a criação de interfaces digitais, que auxiliarão na construção das soluções a fim de responder o problema de pesquisa.

2.1 A RELAÇÃO ENTRE HUMANOS E PETS

Conforme apresentado na introdução, a relação entre humanos e animais tem sido parte importante da história da humanidade. Desde os tempos antigos, os humanos têm domesticado animais para diversas finalidades e estes integram culturas de todo o mundo, independentemente do nível de desenvolvimento civilizatório alcançado. A convivência com animais é algo profundamente enraizado na evolução humana e se mantém presente até hoje.

Com o passar dos anos, muitas pessoas começaram a ver os animais como companheiros valiosos em suas vidas, fazendo com que essa relação se tornasse

cada vez mais profunda e complexa. Segundo pesquisa feita pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), 61% dos donos de cães e gatos os vêem como membros de suas famílias e procuram garantir o bem-estar de seus animais de estimação, oferecendo cuidados médicos regulares, boa alimentação e conforto em suas casas (SPC Brasil, 2017). Atualmente, há organizações sociais que surgem da interação entre humanos e animais, formando grupos multiespécies. Esses grupos incluem famílias em que o animal é visto como um membro, desafiando a concepção tradicional de família. Em alguns casos, os animais de estimação até assumem o papel de filhos ou outros parentes ausentes. (FARACO; SEMINOTTI, 2004, p58)

Sabendo da existência de 146 milhões de pets (animais que possuem tutor ou família) no Brasil, incluindo cães, gatos, aves, peixes ornamentais e mamíferos exóticos é possível elucidar a convivência interespecie (do ser humano com outros animais). Em 2013, a população pet no Brasil era de cerca de 132,4 milhões de animais de estimação, segundo dados de uma pesquisa realizada pelo IBGE. Uma peculiaridade do tema, diz respeito ao fato de que houve um aumento de 8,3% na escolha das famílias por felinos. A busca por um companheiro animal para fornecer e receber afeto e atenção tem se tornado cada vez mais comum em famílias e indivíduos, e a escolha pelos gatos se justifica pelo fato de serem animais mais independentes, não precisando de rotinas de passeio que consomem tempo. Esse aumento na escolha por gatos é especialmente evidente em cidades grandes, onde o número de pessoas vivendo sozinhas em espaços menores tem crescido. (Instituto Pet Brasil, 2022)

A relação entre humanos e animais proporciona benefícios mútuos, como a melhoria da saúde física e mental das pessoas e o fornecimento de apoio emocional aos animais. Isso faz com que cada vez mais os animais ocupem espaços importantes: consultórios, hospitais, escolas e instituições desempenhando inúmeras atividades em nossa sociedade. Os animais de estimação oferecem uma melhoria significativa na qualidade de vida das pessoas, aumentando sentimentos de felicidade, reduzindo a solidão e melhorando as funções físicas e a saúde emocional. Isso porque os animais

conseguem se comunicar com o ser humano de uma forma rica em sinais não verbais, criando um vínculo menos estressante e mais espontâneo, pois são incapazes de julgar, contradizer e avaliar. (CAETANO, 2010; COSTA, 2006; CIVITA, 2008)

2.1.1 Intervenções assistidas por animais

No Brasil, em 1946, a psiquiatra Nise de Oliveira fundou o Serviço Ocupacional no Rio de Janeiro, que utilizava gatos como co-terapeutas em pacientes com distúrbios mentais. Ao longo dos anos foram desenvolvendo-se diversos estudos sobre a utilização dos animais na saúde humana. O termo Intervenções Assistidas por Animais (IAA) se refere ao conjunto de intervenções nas quais o animal exerce papel central, e engloba a Terapia Assistida por Animais (TAA), a Atividade Assistida por Animais (AAA) e a Educação Assistida por Animais (EAA). Estes termos foram elencados pela International Association of Human-Animal Interaction Organizations (IAHAIO), organização americana responsável em investigar a interação homem-animal através da prática, pesquisa e educação e do treinamento para os animais em suas diferentes modalidades e de acordo com eles, há indícios de que os animais ocupam o espaço terapêutico desde o século 18. (SILVA, A. M. B.; SERRA, M. A. S.; KUPFER, M. C. M.; 2018)

A TAA é um recurso terapêutico que utiliza a interação humano-animal com critérios específicos, realizada por um profissional da área da saúde com objetivos claros e dirigidos com o intuito de viabilizar a saúde física, social, emocional e melhorar funções cognitivas de pacientes. Já a Atividade Assistida por Animais (AAA) refere-se ao desenvolvimento de atividades de recreação, entretenimento, motivação para promover a qualidade de vida, por exemplo, para reduzir a ansiedade inicial de crianças na sala de espera de um consultório odontológico, a presença de um animal é recomendada. Outra iniciativa relacionada ao convívio com os animais é a Educação Assistida por Animais (EAA), onde animais são inseridos em um contexto educacional, com crianças e adolescentes, tanto de classes regulares como especiais.

Quando há interação com animais que foram treinados seguindo critérios pré-estabelecidos de comportamento e saúde, resultados surpreendentes podem ser obtidos, tais como: a redução da frequência cardíaca e pressão arterial, melhora do humor tanto do paciente quanto da equipe médica, diminuição da percepção da dor, diminuição dos níveis de colesterol e melhora da condição motora. Outro contexto que a TAA compreende é o acompanhamento de pessoas com Transtorno do Espectro Autista (TEA), é caracterizado pelo fomento do comprometimento da interação social, da comunicação e do comportamento. (Nicoletti; Manuel, 2019)

2.2 PROTEÇÃO ANIMAL

A exploração de animais é uma realidade e ela se dá de diversas maneiras, seja para fins comerciais, abuso e negligência, intencional ou não. Ocasionalmente muitas vezes, prejuízo à sua saúde e bem-estar dos pets, quando em condições precárias. Com isso, evidencia-se a importância de as pessoas assumirem a responsabilidade em cuidar dos animais e considerarem as implicações éticas de sua relação com os animais.

2.2.1 Abandono de animais e decorrências

O abandono de animais no Brasil e na América Latina é algo frequente e normalizado, porém essa atitude causa diversas consequências negativas decorrentes da presença desses animais em locais públicos, sem supervisão, restrição ou cuidados veterinários. Trata-se de um problema que representa uma ameaça potencial para diversas áreas, incluindo a saúde pública (devido à possibilidade de disseminação de zoonoses), o bem-estar social (devido a desconfortos relacionados ao comportamento animal), a ecologia (principalmente no que diz respeito ao impacto ambiental) e a economia (em função das despesas associadas à implementação de estratégias de controle populacional).

Quanto ao impacto na saúde pública e animais vivendo nas ruas é sabido que estes estão relacionados na história natural de zoonoses como: raiva, leishmaniose, leptospirose, toxocaríase, entre outras doenças parasitárias, além do envolvimento em agressões aos humanos e outros animais. As mordidas caninas aumentam o risco de transmissão de zoonoses e são consideradas causa importante de morbidade e mortalidade, comprometendo tanto a integridade física como a psicológica das vítimas, especialmente se forem crianças. Quanto às implicações ambientais, cães e gatos de rua são uma fonte de contaminação através da eliminação de excreções, além de que quando os animais vêm a óbito, seus cadáveres são recorrentemente eliminados em locais impróprios. Além disso, podem ser predadores de animais pertencentes à fauna silvestre em perigo de extinção (GALETTI; SAZIMA, 2006). Como consequência econômica estão as despesas resultantes do controle populacional de cães e gatos de rua. Essas estratégias incluem a manutenção de centros de controle de zoonoses, programas de esterilização e eutanásia. Outrossim, em áreas rurais, podem ocorrer perdas associadas à predação de animais de produção. (SLATER, 2001)

Os impactos causados no bem-estar dos animais de rua também são de importante relevância, já que estes animais podem sofrer por condições físicas e mentais por estarem expostos a condições vulneráveis e de maus tratos (STAFFORD, 2007).

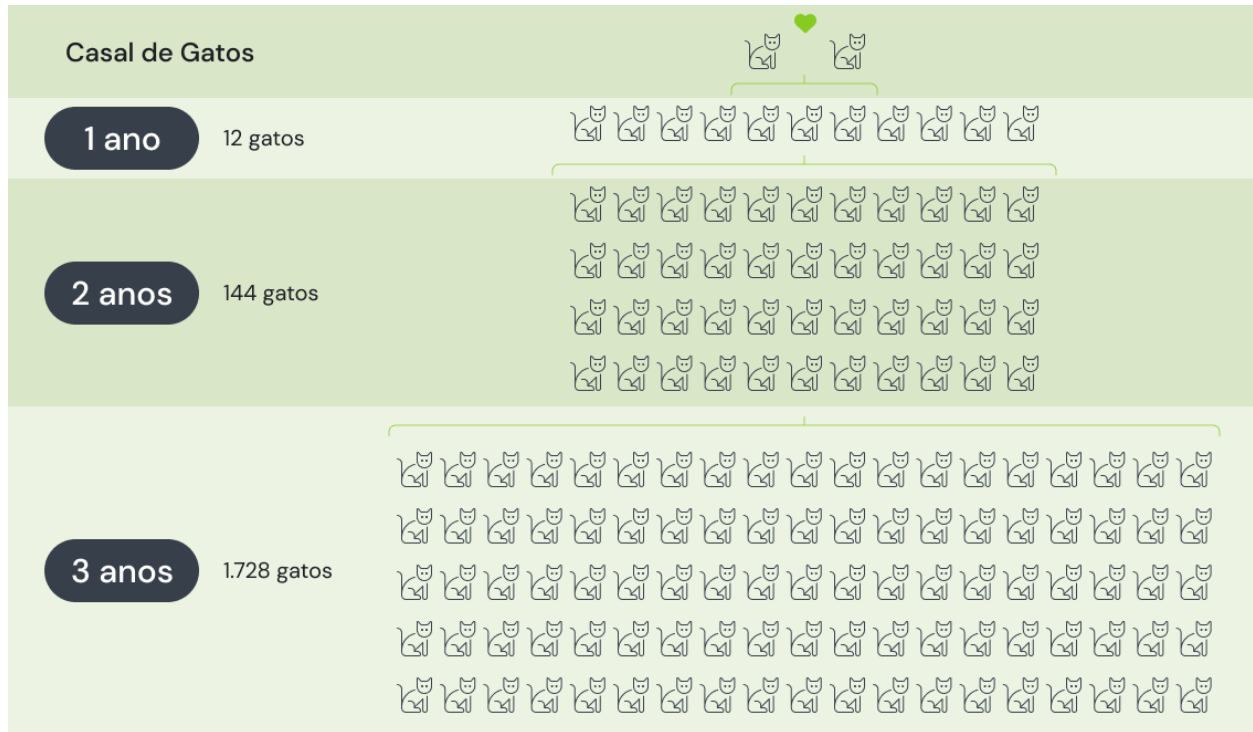
Dos fatores relacionados ao abandono de animais, alguns já citados na introdução do trabalho, está também a falta de conhecimento sobre os animais, como acreditar que se deve reproduzir o animal antes da esterilização, acarretando assim em mais animais suscetíveis ao abandono (WENG et al., 2006). Nos Estados Unidos, um estudo realizado aponta que o perfil dos proprietários que entregaram seus cães em abrigos era constituído principalmente por homens, com idade média de 38,3 anos, que haviam realizado sua primeira adoção, possuíam crianças em casa e haviam adotado o cão para as crianças (Salman et al, 1998). Ainda sobre o perfil dessas pessoas, a probabilidade de serem homens antes dos 50 e não terem alcançado nível educacional

além do nível médio é maior. Os cães nos Estados Unidos com maior risco de serem abandonados foram os machos, fêmeas não esterilizadas, com idade inferior a dois anos, sem raça definida, com menos de dois anos de posse, adquiridos por um preço baixo ou nulo e que haviam mordido uma pessoa no último mês. Além disso, cães que sujavam frequentemente a casa, causavam danos, eram hiperativos ou medrosos também apresentavam maior risco de abandono (New et al., 2000).

Evidências pré existentes indicam que a educação e aconselhamento antes e após a adoção de animais de estimação podem ajudar a reduzir o abandono. Quando as pessoas adotam animais por razões inadequadas (para dar como presente à crianças, por que acham “fofo”, entre outros) ou não os treinam adequadamente, os animais tendem a ser abandonados ou enviados para instituições. É importante fornecer informações sobre comportamentos adequados ao convívio familiar e oferecer condições para que os animais possam interagir socialmente e manifestar comportamentos próprios de sua espécie. (LANDSBERG et al, 2004; MARDER et al, 2008; HORWITZ & MILLS, 2009).

Uma das piores consequências de animais viverem nas ruas sem os devidos cuidados e esterilização é a superpopulação. Em cartilha desenvolvida pelo Governo do Ceará é possível verificar o quanto apenas uma cruzada de gatos podem gerar de filhotes em um período de 3 anos:

Figura 1: Exemplo de reprodução descontrolada



Fonte: Cartilha contra abandono de animais, Governo do Ceará. Adaptado pela autora.

2.2.2 Organizações não governamentais e protetores independentes

O SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) define ONGs (Organizações Não Governamentais do terceiro setor) como:

entidades que não têm fins lucrativos e realizam diversos tipos de ações solidárias para públicos específicos. Elas podem atuar nas áreas da saúde, educação, assistência social, economia, ambiente, entre outras, em âmbito local, estadual, nacional e até internacional (SEBRAE-2019).

Das principais características das ONGs, se destacam: iniciativas privadas sem fins lucrativos (as doações são destinadas a missão a que se propõe), envolvimento em ações solidárias, autonomia e livre associação para qualquer pessoa interessada em sua causa. Juridicamente, as ONGs são classificadas como associações, que fazem parte do terceiro setor¹ juntamente com cooperativas, institutos, entre outros.

¹ Consiste em um amplo e diversificado conjunto de instituições como fundações, associações comunitárias, organizações não-governamentais, entidades filantrópicas e outras, que são iniciativas privadas, porém sem fins lucrativos, que atuam em prol do bem comum e da cidadania.

As ONGs de proteção animal e os protetores independentes desempenham um papel fundamental na proteção e no bem-estar dos animais. Esses indivíduos e organizações dedicam recursos e esforços para garantir que os animais obtenham os cuidados necessários e sejam protegidos de abuso e negligência. De acordo com um estudo realizado pela WAP (World Animal Protection), cerca de 80% dos países do mundo não têm leis que protejam animais de abuso e negligência, evidenciando a importância do trabalho realizado por ONGs e protetores independentes (World Animal Protection, 2019).

As ONGs de proteção animal muitas vezes trabalham em colaboração com abrigos de animais para fornecer lar temporário e cuidados médicos para animais desabrigados ou maltratados. Essas organizações também trabalham para educar o público sobre a importância da adoção de animais e a esterilização para reduzir o número de animais sem-teto e diminuir a taxa de eutanásia. De acordo com um estudo realizado pelo American Society for the Prevention of Cruelty to Animals (ASPCA), cerca de 6,5 milhões de animais de estimação entram em abrigos de animais nos Estados Unidos a cada ano, e cerca de 1,5 milhão desses animais são sacrificados (ASPCA, 2022).

Os protetores independentes, por sua vez, são indivíduos que trabalham por conta própria para proteger os animais em suas comunidades. Eles podem fornecer cuidados básicos, como alimentação, água e abrigo, para animais que foram abandonados ou negligenciados. Além disso, eles podem trabalhar para resgatar animais de situações perigosas e lutar contra o abuso animal. De acordo com um artigo publicado na revista *Society and Animals*, os protetores independentes desempenham um papel fundamental na proteção animal, mas muitas vezes enfrentam desafios significativos, como falta de recursos e falta de reconhecimento.

O trabalho desenvolvido por ONGs e protetores dispõe de pelo menos 5 fases (PETZ, 2022):

- 1) **Resgate:** O resgate sempre é feito visando o conforto e a retirada do bichinho do local nocivo para ele. Por conta do comportamento e situação do animal, alguns casos são mais fáceis de fazer a retirada, já outros exigem um trabalho com equipamentos de resgate, como cordas e buçais, pois o animal pode estar ferido, com medo e conseqüentemente violento;
- 2) **Cuidados médicos:** Após o resgate o animal passa por avaliação médica, pois o mesmo pode estar ferido ou possuir doença transmissível, precisando assim ficar isolados de outros animais do mesmo abrigo por determinado período;
- 3) **Vacinação:** O animal resgatado precisa passar pelo protocolo vacinal, pois é impossível identificar se o mesmo já foi vacinado e por precaução é uma ação necessária;
- 4) **Castração:** Para evitar que o animal dê continuidade a uma reprodução desenfreada é realizada a castração. Além de evitar novas ninhadas a castração evita algumas doenças como câncer e infecção uterina em fêmeas, assim como doenças sexualmente transmissíveis;
- 5) **Doação:** Após os procedimentos necessários para que o animal fique estabilizado, ele é disponibilizado para adoção, que é um dos trabalhos mais difíceis para essas organizações, pois prezam pela adoção responsável, ou seja, é necessário assegurar que o animal vá para um lar seguro.

Tanto as ONGs de proteção animal quanto os protetores independentes precisam de apoio financeiro e voluntário para continuar a fazer a diferença na vida dos animais. As doações financeiras e os voluntários capacitados são essenciais para garantir que essas organizações possam continuar a oferecer abrigo, cuidados médicos e proteção para os animais necessitados. De acordo com a Humane Society International, doações financeiras são essenciais para a continuidade do trabalho das ONGs de proteção animal, mas o voluntariado também é muito importante para fornecer mão de obra para essas organizações (Humane Society International, 2022).

2.3 COLABORAÇÃO E ENGAJAMENTO

A gestão das organizações do terceiro setor, se baseia na premissa de não obter lucros e utilização de voluntariado, sendo assim enfrenta constantes desafios. A captação de doações de pessoas físicas e jurídicas, bem como a ajuda dos colaboradores, nem sempre é suficiente para manter o bom funcionamento das organizações e de seus projetos. Nessas circunstâncias, o desenvolvimento de um plano eficaz de captação de recursos é essencial para cobrir as necessidades da organização e proporcionar resultados satisfatórios. Grande parte das entidades não possuem um plano de captação de recursos bem definido em seus projetos sociais, o que pode comprometer seriamente o sucesso dos mesmos, pois é comum observar que o idealizador ou dirigente da organização inicia um trabalho sem ter um plano de gestão adequado, pois não possui conhecimento na área, expondo assim o projeto ao risco de uma crise financeira. Portanto, a seleção criteriosa das fontes de captação de recursos (redes sociais, sites, propagandas, pessoas jurídicas, etc), em momentos propícios, é fundamental para evitar problemas futuros, uma vez que nenhuma organização, seja do terceiro setor ou não, sobrevive sem recursos financeiros adequados (SILVA; VASCONCELOS; NORMANHA, 2012).

O conceito de colaboração está diretamente ligado ao fato de desenvolver um trabalho em conjunto, é uma parceria, uma união, o ato de desenvolver ou fazer algo em conjunto. Ela acontece entre duas ou muitas pessoas, que podem ser desconhecidos ou melhores amigos. Colaborar também está relacionado a comprometer-se com a possibilidade de produzir um resultado maior do que aquele que seria desenvolvido isoladamente. De acordo com o Dicionário Online de Português, colaborar é “trabalhar em cooperação (ajuda mútua) para que algo fique pronto ou seja realizado; contribuir, auxiliar” (WEBEX BLOG, 2021).

Já a palavra engajamento se refere à participação ativa em assuntos e circunstâncias de relevância política e social, passível de ocorrer por meio de manifestação intelectual pública, de natureza teórica, artística ou jornalística, ou em atividade prática no interior

de grupos organizados, movimentos, partidos. Essa palavra também possui significado no contexto militar, porém neste trabalho iremos nos ater ao significado dela relativo às mídias sociais e à internet. A expressão engajamento no Marketing Digital denota o comportamento de um usuário quando o mesmo realiza ativamente uma ação com um conteúdo em uma rede social. Essa ação pode ser desde um clique, um comentário, uma curtida, até o compartilhamento. (OXFORD LANGUAGES, 2021)

Os analistas de mídia social consideram mais relevantes as ações que sinalizam ao algoritmo que o usuário possui interesse no conteúdo. Dessa forma, as visualizações de postagens não costumam ser contabilizadas como engajamento já que quando o usuário percorre rapidamente sua timeline em plataformas como o Instagram, por exemplo, ele pode passar por várias postagens em questão de segundos, sem realmente engajar e interagir com elas. Para as plataformas, o engajamento acontece quando o usuário clica para expandir o texto ou foto, comenta, salva para visualizar depois, compartilha nos Stories, envia para outra pessoa ou, pelo menos, deixa uma curtida. Ainda que as curtidas sejam consideradas uma métrica de vaidade, elas ainda contam como engajamento nas redes sociais. As métricas de vaidade são estatísticas, que visualmente parecem interessantes, porém não envolvem de fato o usuário no conteúdo, são elas: número de seguidores, número de curtidas, número de visualizações, número de usuários registrados por dia. É importante ressaltar que essa métrica costuma ter o menor peso na hora de mensurar o engajamento, já que exigem pouco esforço do seguidor e podem ser realizadas quase que automaticamente (RESULTADOS DIGITAIS, 2022; REPORTEI, 2022).

2.3.1 Redes Sociais em detrimento da filantropia

As ONGs têm o compromisso de suprir determinadas necessidades onde o Estado não se faz presente, e a necessidade de divulgar à sociedade sobre arrecadação de fundos fez com que as redes sociais se tornassem uma ferramenta importante de aproximação entre doadores e ativistas. Essas entidades nem sempre conseguem

comunicar de forma adequada a necessidade da doação, muitas vezes culpabilizando as pessoas ao invés de as envolver. Além disso existe o medo da pessoa doadora de um possível golpe, que segundo pesquisa da Federação Brasileira de Bancos, 86% dos brasileiros tem muito ou algum medo de serem vítimas de fraudes e golpes na internet (INFO MONEY, 2021).

Em 2012, o Facebook lançou a possibilidade do usuário especificar em seu perfil se é doador de órgãos, nos Estados Unidos, ao especificar que é doador, o usuário recebia um link para oficializar o cadastro junto ao governo. No primeiro dia da iniciativa 13.045 pessoas se cadastraram, representando um aumento de 21,1 vezes em relação ao número médio de registros diários, que é de 616 doadores (UAI, 2013). O sucesso dessa ação se deve ao fato de que essa funcionalidade se iniciou dentro do próprio aplicativo, o qual os usuários conhecem e confiam.

A ONG OxFam, criada em 2014, que atua no combate às desigualdades sociais, se viu em um momento difícil no início da pandemia de Covid-19 em 2020, quando as doações começaram a ficar escassas. Nesse momento, investiram em marketing digital para redes sociais: passaram a postar materiais ricos em conteúdo, mostrando como a ONG já mudou a vida de tantas pessoas, além de postagens de textos e fotos, também investiram em pequenos documentários e lives no YouTube, que se popularizaram no início da pandemia. Assim envolvendo ainda mais os doadores na história que estava sendo feita. Com essa campanha, a ONG superou a meta inicial em 113% em número de doações entre maio e agosto de 2020 (HUBIFY, 2021).

A nível mundial, existe a World Animal Protection, uma organização que atua no mundo inteiro, há 55 anos, buscando ajudar governos a cuidar e proteger os seus animais e também a pressionar os governos a cumprirem suas leis. A WAP criou o Índice de Proteção Animal, feito para classificar os países de acordo com sua legislação e políticas de bem-estar animal. O Índice vai de A à G, sendo A a melhor nota e G a pior. Na primeira edição do Índice, em 2014 o Brasil se classificou com nota C, porém em 2020 a nota baixou para D. Os motivos para a queda da nota na

avaliação se dá principalmente pelo fato da falta de avanços na proteção de animais silvestres e de fazenda, a permissão para confinamento em gaiolas e permissão de comércio de animais silvestres ameaçados de extinção (WAP, 2020). Assim como ONGs nacionais, a WAP também busca doações, porém o canal de doação é diretamente pelo site, as redes sociais são utilizadas para contar histórias e ações feitas e em andamento, direcionando o usuário para uma plataforma própria.

Analisando estes casos é notável a presença do design de experiência e como impacta as pessoas, mostrando como este pode trazer experiências genuínas com ótimos resultados para a contribuição em situações tão relevantes para a sociedade.

2.4 DESIGN DE EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO E INTERFACES

À medida que a tecnologia avança rapidamente, nossas vidas se tornam cada vez mais interconectadas, onde conversar com alguém do outro lado do globo, e pesquisar qualquer informação, se tornam tarefas ao alcance de todos com o uso de aparelhos conectados. Segundo o relatório Digital in 2018, o mundo todo já conta com 4,02 bilhões de pessoas conectadas à internet. No Brasil, os números divulgados pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) são de 116 milhões de pessoas conectadas, sendo que 94,5% acessam a rede pelo smartphone. É o terceiro país que fica mais tempo online, tendo uma média de tempo online de 9 horas. Os benefícios de estar conectado estão relacionados ao ganho de tempo, rapidez na comunicação, produtividade e comodidade para realizar as tarefas diárias, tanto as pessoais quanto as profissionais (BBC, 2018).

O Design de Experiência do Usuário (UX Design) surge justamente no momento de tornar a vida das pessoas mais produtiva, facilitada com experiências digitais que as ajudem em diferentes tarefas do dia a dia. Quando tratamos de soluções digitais, uma série de fatores devem ser considerados: a interface, a experiência e a usabilidade. A interface é o recurso que permite a interação entre o usuário e o sistema, e está

relacionada à estética do produto, por outro lado, a experiência do usuário refere-se a parte funcional dessa interação. São conceitos indissociáveis, pois uma interface visualmente bonita quando não entrega uma boa experiência em seu sistema, conseqüentemente não irá entregar um bom produto, da mesma forma que um sistema que apresenta soluções ótimas, porém a interface é confusa. Ou seja, a solução conduz a estética, o usuário irá vivenciar uma boa experiência através de uma boa interface (VOLPATO, Elisa, 2017).

2.4.1 Design de experiência do usuário

O design de experiência do usuário, ou UX Design (User Experience Design), é uma abordagem multidisciplinar que busca otimizar a experiência do usuário com um determinado produto ou serviço. Conforme o UK Design Council (2007), UX Design é um processo que abrange a análise das necessidades do usuário, a criação de soluções que atendam a essas necessidades, a avaliação dessas soluções e a iteração do processo até que se atinja uma solução satisfatória. Segundo o dicionário Oxford Languages, a definição de Experiência do Usuário é “a experiência de uma pessoa, de forma geral, usando um produto como um site ou aplicativo, especialmente em termos do quão fácil e agradável é de usar”. Sendo assim, o objetivo principal do UX Design é proporcionar uma experiência positiva e eficiente para o usuário, levando em conta suas necessidades, desejos e limitações.

Don Norman, um dos principais nomes da área, define UX Design como "a arte e a ciência de criar produtos úteis, utilizáveis e agradáveis para o usuário". O autor cita que o sucesso de um produto está diretamente relacionado à sua capacidade de atender às necessidades do usuário de forma eficiente e agradável. O UX Design é um campo que envolve conhecimentos de diversas áreas, como psicologia, marketing, design, engenharia, programação, entre outras (NORMAN, 2013).

Para criar e desenvolver um bom projeto de UX Design e conseguir colocar em prática essas características positivas citadas, é necessário seguir algumas práticas. Uma das

mais importantes é conhecer o usuário. Pesquisar e compreender as necessidades e desejos do usuário, analisando como ele interage com o produto ou serviço que está sendo desenvolvido ou produtos similares, essa prática fica inserida no UX Research, área do UX Design onde são feitas diversas pesquisas com o intuito de conhecer profundamente o usuário para o qual o projeto está sendo desenvolvido. Criar personas baseadas nas pesquisas já feitas irão ajudar os designers a entender as necessidades do usuário. Desenhar o fluxo de navegação antes de começar a desenhar a solução ajuda a enxergar o que deve conter em cada tela, aumentando a eficiência das ações. Prototipar também é muito importante para que seja possível validar através de testes de usabilidade a solução com usuários reais antes do lançamento, e fazer ajustes quando for necessário. Manter-se atualizado com as tendências e evoluções do mercado e dos usuários, atualizando constantemente o design do produto ou serviço para atender às suas necessidades e expectativas. Essas são algumas das principais práticas para desenvolver um bom projeto de UX Design, porém existem muitas outras práticas e conceitos que também são levados em consideração na criação de projetos de UX Design, assim, dependendo do contexto são escolhidas diferentes práticas (KRUG, 2006).

O termo usabilidade, muito presente em contextos de UX Design, é definido pela norma NBR/ISO 94241-11 como uma “medida na qual um produto pode ser usado por usuários específicos para alcançar objetivos específicos com eficácia, eficiência e satisfação em um contexto específico de uso.”, definindo eficácia como “acurácia e completude com as quais usuários alcançam objetivos específicos ”, eficiência como “recursos gastos em relação à acurácia e abrangência com as quais usuários atingem objetivos ” e satisfação como a “ausência do desconforto e presença de atitudes positivas para com o uso de um produto” (ABNT, 2002).

Jakob Nielsen, Ph.D. em interação homem-máquina, por sua vez, enfatiza a importância da usabilidade no UX Design. Para ele, a usabilidade é uma medida da eficiência, eficácia e satisfação com a qual os usuários podem realizar uma tarefa

específica em um determinado ambiente, um produto ou serviço que apresenta alta usabilidade é aquele que é fácil de aprender. Nielsen (2012) afirma que a usabilidade deve ser uma das principais preocupações dos designers, e que deve ser avaliada continuamente durante todo o processo de design. Nielsen e Molich desenvolveram uma série de heurísticas de usabilidade, atualmente conhecidas como heurísticas de Nielsen, essas heurísticas possibilitam a avaliação da usabilidades de produtos digitais e seus princípios se relacionam diretamente com princípios de design, são elas:

- A. **Visibilidade do status do sistema:** O primeiro princípio estabelece que é essencial que a interface forneça ao usuário o status em relação à sua posição dentro do sistema, ou seja, informar o usuário sobre qual ambiente ele estava, em qual ele está e para quais outros ambientes ele poderá se dirigir a partir de sua localização
- B. **Compatibilidade do sistema com o mundo real:** Uma interface é reconhecida como funcional e acessível quando a mesma fala a linguagem do usuário. Para isso, é necessário que a comunicação estabelecida siga o modelo mental do usuário e siga em concordância em relação à nomenclaturas, ícones e imagens utilizados.
- C. **Controle do usuário e liberdade:** O designer deve preparar o usuário para lidar com situações atípicas e sugerir a ele ações, sem enviesar, ou seja deixando que o usuário decida o que fazer com a informação, dando liberdade ao usuário de como agir. Também é necessário que o usuário tenha “saídas de emergência”, para que ele volte a um ponto de segurança.
- D. **Consistência e padrões:** Esse princípio diz respeito a interface falar uma mesma linguagem, criando padrões claros, onde uma vez que o usuário aprenda, ele compreenderá a mesma em diferentes contextos.
- E. **Prevenção de erros:** Existem dois tipos de erros que os usuários normalmente cometem: o deslize e o engano. O deslize é quando um usuário pretende realizar uma ação mas acaba realizando outra, isso acontece tipicamente

quando ele não está totalmente focado em sua ação dentro da aplicação. Já o engano é quando a compreensão de alguma informação é equivocada, neste caso recomenda-se eliminar as condições propensas a erros verificando as ações de interação existentes dentro do sistema.

- F. **Ajuda os usuários a reconhecer, diagnosticar e recuperar-se de erros:** O usuário precisa ter a autonomia de conseguir identificar e encontrar soluções para problemas encontrados. Mensagens de erro devem ser expostas de forma simples, sem códigos, de maneira clara e apontando precisamente o problema e sugerindo uma solução.
- G. **Reconhecimento em vez de memorização:** O cérebro é muito bom em reconhecer padrões e na medida em que objetos, ações e opções ficam expostos para o usuário mais dicas chegam ao cérebro tornando certas ações familiares. O essencial aqui é sempre diminuir a carga de memória do usuário.
- H. **Flexibilidade e eficiência de uso:** O desenvolvimento da interface deve ser eficaz e permitir a personalização de ações frequentes, disponibilizando atalhos mentais e preenchimentos automáticos. A interface deve atender tanto usuários inexperientes quanto mais experientes, e à medida que os inexperientes vão se adaptando à interface necessitam realizar as tarefas de forma mais prática.
- I. **Estética e design minimalista:** Este princípio defende que apenas as informações úteis, diretas e claras estejam na interface, para não correr o risco de confundir o usuário. Quanto mais informação inserida na interface mais irão competir com informações mais relevantes, diminuindo sua visibilidade.
- J. **Ajuda e documentação:** Mesmo que a interface seja intuitiva é importante que sejam fornecidas informações e ajuda de forma fácil. As FAQs são um exemplo amplamente utilizado de compilação de dúvidas mais frequentes e suas respectivas soluções.

Existem dois conceitos amplamente explorados no UX design, que são a alteridade e a empatia. De acordo com o dicionário Oxford Languages, alteridade é a “natureza ou

condição do que é outro, do que é distinto”, já a empatia é a “capacidade de se identificar com outra pessoa, de sentir o que ela sente, de querer o que ela quer, de apreender do modo como ela apreende”. Os dois conceitos se complementam no contexto de design, mas não são sinônimos. **Alteridade** é reconhecer que existem diferenças em uma pessoa e respeitar esse fato, enquanto **empatia** é se colocar no lugar do outro e compreender seus sentimentos. No momento em que se começa a praticar a alteridade, é possível desenvolver a habilidade de compreender melhor as dores, sentimentos e situações adversas do usuário, pois o respeito e aceitação se sobressaem ao fato de pessoas serem diferentes. Essa habilidade de se colocar no lugar do outro e sentir suas dores, mesmo não estando na mesma situação, é o que se define como empatia. Para Unger e Chandler (2012) entender as necessidades do usuário e criar soluções que atendam a essas necessidades de forma empática é fundamental para a criação de uma experiência benéfica. A empatia permite que os designers se coloquem no lugar do usuário e entendam suas expectativas e desejos. São conceitos importantes quando os designers prezam por soluções acessíveis que contemplem diversos grupos de pessoas, como crianças, idosos e PCDs (Pessoa com Deficiência).

2.4.2 Design de Interfaces

A interface do usuário (user interface, ou simplesmente UI) representa tudo o que é usado para que alguém interaja com um produto. Desse modo, UI design, é o processo de construção de interfaces para produtos como computadores, celulares e outros dispositivos eletrônicos, com o intuito de disponibilizar uma boa usabilidade e experiência aos usuários (RESULTADOS DIGITAIS, 2022).

Para atingir os objetivos de um bom UI Design, se faz necessária a utilização de vários elementos de design para criar interfaces gráficas, incluindo layouts, cores, tipografias, imagens, ícones, animações e efeitos de transição. O propósito é criar uma interface visualmente atraente, consistente e fácil de usar. Esses elementos de design devem

ser escolhidos cuidadosamente, com base nas necessidades do usuário e nas características do produto ou serviço (NUNES, 2015).

Alguns dos elementos considerados fundamentais para o UI Design ser assertivo são a navegação, a organização das informações, a usabilidade, a acessibilidade, a estética e a compatibilidade com dispositivos móveis. Busca-se garantir que os usuários possam acessar informações de forma fácil e rápida, que a interface possua uma organização lógica, que seja fácil de usar e compreender, e que a experiência geral do usuário seja agradável. As heurísticas de Nielsen citadas anteriormente conduzem de forma muito adequada um bom projeto de UI Design (NORMAN, 2013).

Para tanto, percebe-se a necessidade de criar estratégias para o desenvolvimento do projeto, separada por fases e utilizando de ferramentas e técnicas adequadas para que a interface tenha um bom resultado, juntando todos os aspectos do UX Design e UI Design. No próximo capítulo estarão as metodologias escolhidas que irão traçar todo o processo deste projeto.

3. METODOLOGIA

Para desenvolver o projeto, serão utilizadas metodologias que melhor organizam um produto digital. Para isso, foi escolhida a metodologia Double Diamond da UK Design Council, conselho de design do Reino Unido criado em 1944 para promover avanços no design de produtos no país. Esta metodologia foca em quatro fases: descobrir, definir, desenvolver, entregar, fazendo referência aos diamantes, onde em cada etapa se utilizará diferentes ferramentas para que sejam cumpridos os objetivos.

Para complementar o processo entre as macro etapas do Double Diamond, optou-se por utilizar ferramentas e técnicas dispostas em O Guia para Projetar UX por Unger e Chandler (2009). A seguir as metodologias citadas serão detalhadas para que seja possível visualizar a adaptação proposta ao final.

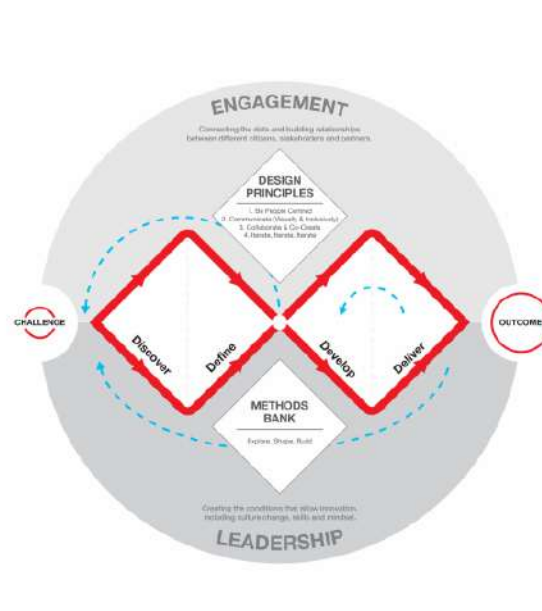
3.1 DUPLO DIAMANTE DA UX DESIGN COUNCIL

A metodologia do Double Diamond foi criada no início dos anos 2000 por um grupo de designers da UK Design Council, com o objetivo de entender o processo de design e torná-lo visível, desenvolvendo uma metodologia para solução de problemas e economia de tempo. Para o UK Design Council (2019), é fundamental apoiar as organizações públicas, privadas e do terceiro setor, este último o qual será o foco do presente projeto.

Segundo Drew (2021), ao longo dos anos o Double Diamond continua sendo a maneira mais simples de comunicar o processo de design para um público não-designer, pois ele permite diversas adaptações: adicionar macro etapas antes e depois, desenhar setas circulares entre elas, tendo como único objetivo a comunicação plena do processo do projeto.

Os dois diamantes representam, **duas macro etapas** que podem ser alimentadas com ferramentas adequadas de acordo com as especificidades do projeto, sendo que a primeira é o processo de **divergência**, a exploração de uma questão de forma mais ampla ou profunda e segundo, a **convergência**, onde serão tomadas decisões a partir do aprendizado obtido na etapa anterior. Essa macro etapa passa por **descobrir** e **definir**, onde o designer vai conversar e fazer uma imersão juntos às pessoas que são afetadas pelo problema e posteriormente irá definir o desafio baseado nos problemas descobertos. Na segunda macro etapa, **desenvolver** e **entregar**, encoraja o designer a dar respostas diferentes para o problema claramente definido e testá-los em pequena escala, rejeitando os que não funcionarão e melhorando as soluções com potencial.

Figura 2: Double Diamond da UK Design Council (2019)



Fonte: UK Design Council (2023)

Cabe ressaltar que o Design Council apoia o ponto de vista de que o processo não é linear como a imagem pode dar a entender. As flechas azuis ilustram o poder do designer de ir voltar quantas vezes forem necessárias nas etapas. Sendo assim, existem inúmeras formas de utilizá-lo, tais como: entender problemas que façam voltar a etapas de descoberta, criar e testar possibilidades no estágio inicial. Quando aplicado ao desenvolvimento de produtos digitais entende-se que os ciclos podem ser contínuos, uma vez que é possível voltar e adicionar novas etapas, para novos desafios que surgirem com as atualizações que forem necessárias ao longo da vida do aplicativo.

3.2 METODOLOGIA UNGER E CHANDLER

No livro O Guia para Projetar UX (Unger e Chandler, 2009) são oferecidas diversas ferramentas para o desenvolvimento de um projeto de UX, com o foco em experiências

digitais. Unger e Chandler apresentam duas abordagens diferentes para o processo de UX, a primeira é a metodologia cascata, onde o objetivo é obrigatoriamente finalizar uma etapa e documentá-la antes de iniciar a próxima. A segunda, é a abordagem ágil, baseada no Manifesto for Agile Software Development (2001), essa abordagem dá margem para que o desenvolvimento do projeto seja flexível, onde as mudanças fazem parte do processo, isso por que no mundo digital as mudanças são constantes. Os autores explicam que a escolha da abordagem influencia no desenvolvimento do projeto como um todo e ainda que é possível usar uma abordagem mesclada das duas opções, que é o framework utilizado no guia. O guia é organizado de forma a ajudar designers desde o planejamento do projeto, e conta com diversas ferramentas desde a organização inicial até técnicas de desenvolvimento de produto, para que seja possível transformar as etapas em atividades práticas. A seguir estão listadas as etapas propostas:

- a. **Ecossistema de Projeto:** Consiste em entender o contexto do projeto, as necessidades do mesmo e a cultura da empresa para o qual o projeto será desenvolvido. Entendendo o ecossistema do projeto o designer terá conhecimento suficiente para que o projeto tenha sucesso no desenvolvimento;
- b. **Abordagem e objetivos:** No kickoff do projeto é necessário definir com exatidão os objetivos do projeto para que o mesmo possa ser desenvolvido com a organização proposta pela metodologia;
- c. **Necessidades de negócio:** Conhecer o problema antes de criar a solução. É o momento de levantar diferentes possibilidades para solucionar o problema;
- d. **Pesquisa de Usuário:** Existem muitas técnicas de pesquisa de usuários que podem ser usadas durante todo o ciclo de vida do projeto, essas técnicas irão ajudar a definir os grupos de usuários que terão máximo prioridade durante o projeto;

- e. **Personas:** Criar personas pode ser usado para ajudar o designer e cliente a ter empatia com seus usuários. Costumam ser usadas como um ponto de contato sempre que surge uma dúvida ou preocupação sobre algum aspecto do projeto;
- f. **Da definição à criação:** É o momento de visualizar, definir e priorizar. Nesta etapa deve-se priorizar os requisitos do projeto de acordo com as necessidades, custos e tempo limitados;
- g. **Mapas do site e Fluxos de Tarefa:** Consiste na definição do mapa do site/aplicação e dos fluxos de tarefa, que identifica os vários cursos de ação que um usuário pode percorrer em uma seção do site;
- h. **Wireframes e anotações:** Nesta etapa o conteúdo e estrutura devem estar definidos para que seja possível desenhar os wireframes, a fim de entender as direções que o projeto pode tomar;
- i. **Prototipação:** Utilizar protótipos de baixa e alta fidelidade é uma das maneiras mais efetivas de testar e validar com o usuário a funcionalidade do produto.
- j. **Teste com usuários:** O teste com usuários pode ser realizado de diversas maneiras e é fundamental para validar se a solução é efetiva. Analisar os resultados dos testes e aplicar mudanças também são importantes nessa etapa.

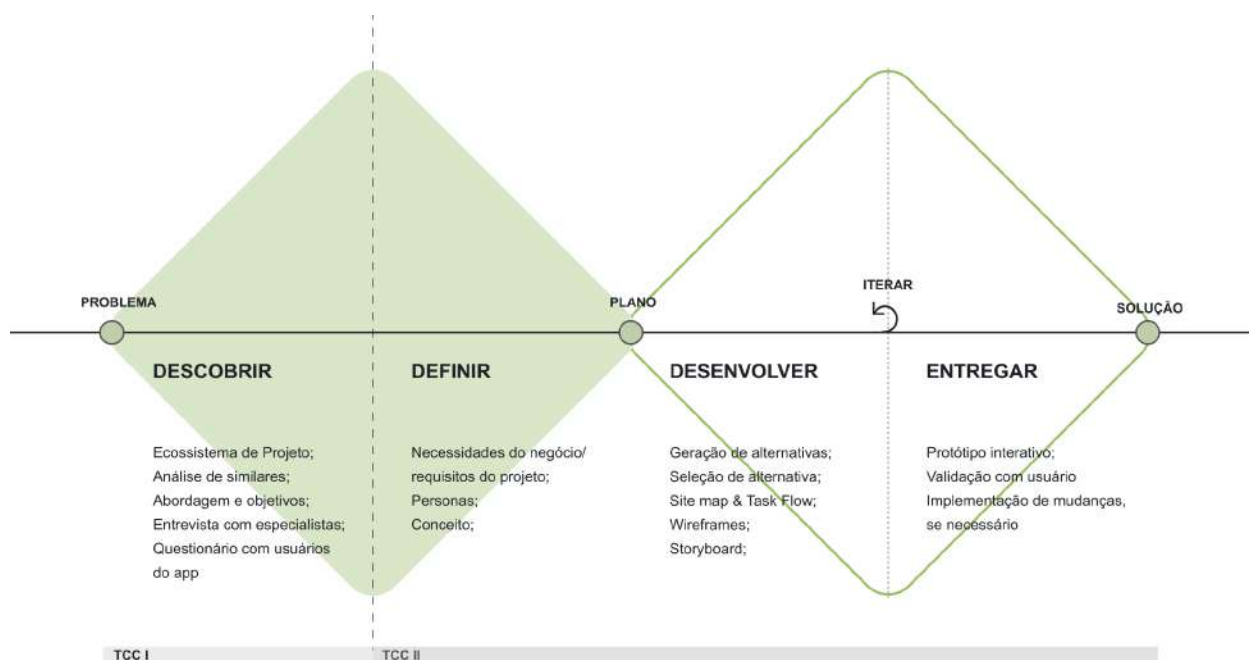
3.3 METODOLOGIA ADAPTADA

A fim de atender os objetivos do projeto e após análise das metodologias apresentadas, optou-se por utilizar o Double Diamond da Design Council e para preencher as quatro macro etapas, utilizando os métodos e ferramentas de Unger e Chandler de acordo com cada fase do projeto.

O Double Diamond possui um conceito de simplicidade entre etapas que foi pensado para ser preenchido com métodos e ferramentas que supram as necessidades de cada projeto. No caso deste projeto, foram escolhidos os métodos de Unger e

Chandler, por ser um livro que traz diferentes possibilidades para o processo de UX Research, experiência do usuário e técnicas com foco no desenvolvimento de produtos digitais. A escolha pela junção das duas metodologias se deu pelo fato de que, com o Double Diamond é possível ter uma visão ampla e geral do projeto que em conjunto com os métodos e ferramentas de Unger e Chandler torna possível delimitar ações mais objetivas e específicas para cada etapa. A seguir imagem da metodologia adaptada proposta:

Figura 3: Metodologia adaptada



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

A metodologia Double Diamond e a abordagem Unger e Chandler são dois modelos amplamente utilizados para inovação e solução de problemas. O Double Diamond é uma estrutura ampla de design thinking, que se concentra na exploração de problemas e soluções de uma forma sistemática e iterativa. Por sua vez, a abordagem Unger e Chandler oferece um conjunto de diretrizes claras para a definição de problemas, o desenvolvimento de soluções e a implementação de projetos. Quando essas duas metodologias são usadas em conjunto, seus benefícios se combinam para promover

um processo altamente eficaz de inovação, possibilitando uma exploração profunda de problemas, a geração de múltiplas ideias, a seleção das melhores soluções e sua implementação bem-sucedida. Outrossim, a combinação dessas metodologias pode ocasionar a uma abordagem holística e centrada no usuário para a solução de problemas complexos, o que pode levar a resultados mais eficazes e duradouros.

4. ETAPA DESCOBRIR

A primeira etapa do primeiro diamante trata-se da etapa descobrir, onde este ajuda o designer a entender, em vez de simplesmente supor, qual é o problema. Envolve conversar e passar tempo com pessoas afetadas pelos problemas. Para isso, foram utilizadas as técnicas de entrevista com usuário, *Survey* e dados secundários. O aplicativo de proteção animal terá dois tipos de usuário, o usuário protetor de animais, que irá dispor informações de necessidades e o usuário interessado na causa animal que irá apoiar de diferentes formas, sendo assim, para o primeiro grupo foi desenvolvido um roteiro de entrevista com usuário obtendo dados qualitativos e para o segundo grupo, um *survey*, para obter informações quantitativas.

4.1 ENTREVISTA COM USUÁRIOS

A entrevista com usuários consiste em conversas estruturadas com usuários atuais ou potenciais, nas quais o UX designer utiliza um roteiro com perguntas predefinidas para guiar a conversa e manter a consistência entre as entrevistas. Dessa forma, é possível coletar informações que podem auxiliar na validação de hipóteses do projeto (UNGER; CHANDLER, 2010). Para a entrevista com os usuários (Anexo A) deste trabalho, foi escolhido conversar individualmente de forma remota, com protetores de animais independentes ou que trabalham em ONGs, a fim de compreender a visão das pessoas que irão utilizar o serviço do aplicativo divulgando, assim, as necessidades das entidades. O objetivo das perguntas foi entender as principais necessidades e

problemas que essas pessoas enfrentam ao cuidar de animais resgatados, sintetizados na tabela 1.

Tabela 1: Relação entre questões e objetivos

Pergunta	Objetivo
Idade, gênero, cidade que reside, ocupação.	Dados demográficos
1. Qual a principal forma (e mais eficaz) de captar recursos que a instituição que você participa utiliza?	Entender o que utilizam atualmente para saber o contexto em que estão inseridos e como poderá ser feito analogias (se possível) deste contexto num app.
2. Cite as três maiores necessidades por ordem de importância que a instituição normalmente precisa	Entender se é dinheiro, se são voluntários para ajudar, pois influenciará no desenvolvimento da interface do projeto.
3. Quais tipos de apoio você recebe com maior frequência?	Entender o que priorizar dentro do app que será criado
4. Qual tipo de ajuda você prefere dentre as que recebe?	Se é o preferido, é provavelmente o mais necessário dentre todos os tipos de ajuda.
5. Em média, quanto tempo um animal resgatado fica sob os cuidados da instituição até conseguir um tutor?	Ponto importante para contabilizar os gastos
6. Como vocês divulgam as adoções de animais? Tem um resultado positivo?	Entender como eles lidam com a divulgação dos animais e como ela é feita, já que o app também trará parte para divulgação de animais para adoção.
7. Você conhece alguma instituição que utiliza um meio eficaz e diferente de divulgar e se comunicar com os apoiadores? Se sim, cite o nome.	Investigar soluções que possam servir de inspiração e pegar possíveis insights para o app.

Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

4.1.1 Análise das entrevistas

Com o intuito de receber respostas objetivas para o trabalho, foram selecionadas 12 pessoas para as entrevistas, das quais apenas 5 entraram em contato para a entrevista, sendo todas foram mulheres, protetoras independentes de animais, que vivem em Porto Alegre e região metropolitana de Porto Alegre. Das 5 respondentes 3

utilizam as redes sociais como apelo à captação de recursos para manter seus animais. Uma respondente utiliza o apadrinhamento de pessoas físicas e de empresas, assim essa pessoa ou empresa fica responsabilizado a arcar com os gastos de determinado animal. Já a outra respondente relatou que pede ao adotante voltar com o valor que foi gasto com aquele animal no momento da adoção, sendo essa uma prática comum em ONGs, o pedido de um valor no momento da adoção do animal. Para as perguntas em relação ao que a instituição mais precisa em comparação com o que ela mais recebe, foi criada a tabela a seguir:

Tabela 2: Comparação entre tipos de ajuda recebida e necessária

Entrevistado	Quais tipos de apoio você recebe com maior frequência?	Qual tipo de ajuda você prefere dentre as que recebe?
Poa Adote	Apadrinhamentos de ração	Apoio financeiro
Anjos de Quatro Patas	A nossa ajuda vem unicamente dos adotantes. Quando um pet é adotado os custos retornam e assim conseguimos suprir a necessidade do momento. Seja ração, castração e etc.	Apoio financeiro
Resgatinhos	Apoio financeiro e doação de brinquedos usados	Apoio financeiro.
Ana Carolina Protetora	Ajuda financeira com vaquinha, recebe remédios, roupinhas cirúrgicas e ração.	Apoio financeiro e doação dos animais.
Órfãos de 4 Patas	Alimento; recebe com certa frequência doação de rações	Remédios.

Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

De 5 respondentes, quatro afirmaram que o apoio financeiro é o mais bem vindo, pois pode ser direcionado para qualquer necessidade que seja mais específica, como pagamento de tratamento de saúde, castração, ração, etc. Já para o que é mais frequente de receberem, as respondentes afirmam que é a ajuda financeira e ração,

sendo a ajuda financeira recebida através de vaquinhas divulgadas em redes sociais, ou seja, o responsável deve estar sempre ativo nas redes sociais realizando apelos de pedidos de ajuda para que esta ajude chegue até o protetor. Outro ponto muito importante citado pelas protetoras entrevistadas, é que as redes sociais é o método mais utilizado para divulgação de adoção e de pedidos de ajuda, sendo o instagram a mais utilizada, pois é onde enxergam que existe um público bastante amplo, porém o resultado nem sempre é positivo e isso se dá por diversos fatores (fazer boas fotos, saber utilizar a plataforma para gerar engajamento nas postagens, saber fazer a promoção dos animais e conversar com o público, etc).

Em relação ao tempo médio em que cada animal fica sob os cuidados desses protetores, é relativo às características do animal. Filhotes de gatos normalmente são muito fáceis de conseguir adotantes, já filhotes de cães se torna um pouco mais complexo pelo fato de que não se consegue ter uma precisão exata do tamanho que um cão sem raça definida pode atingir, sendo um inconveniente para adotantes que gostariam de ter um animal dentro de um apartamento por exemplo. Cães e gatos adultos dificilmente são adotados, ficando anos e até a vida inteira sob os cuidados dessas pessoas. A cor da pelagem é outro fator que os adotantes levam em consideração ao adotar os animais, cães e gatos pretos são os mais preteridos, assim como os cães “caramelo” e de porte grande. Cães e gatos de raça, mesmo sendo adultos, são muito fáceis de conseguir adotantes ficando em média apenas algumas semanas sob os cuidados dos protetores.

4.1.2 Insights das entrevistas

- **Uso do smartphone como meio de comunicação:** Foi percebido que todas as entrevistadas utilizam o instagram como meio primário ou secundário de divulgação, sendo para divulgar os animais para adoção, como para divulgar vaquinhas e captação de recursos;

- **Preferência por apoio financeiro:** Para os protetores é mais conveniente receber ajuda financeira, através de vaquinhas, pix ou rifas, pois a ajuda financeira pode ser revertida em qualquer demanda que os animais necessitem;
- **Insatisfação com os resultados vindos das redes sociais:** Apesar de todas as entrevistadas utilizarem, não estão satisfeitas com os resultados que obtém, seja por que a própria plataforma não entrega o conteúdo, ou as vezes por que estão inseridos em um meio onde as pessoas não engajam com apoio e compartilhamento (público impreciso).
- **Não conhecem outros métodos digitais eficientes:** Percebeu-se que todas as entrevistadas entendem que apenas redes sociais podem suprir suas necessidades, sendo instagram, facebook e whatsapp. Não conhecem plataformas de nicho.
- **Estigma em relação à animais adultos:** De acordo com os relatos das entrevistadas, animais adultos e com problemas de saúde dificilmente conseguem ser adotados, isso mostra como é reforçado o estigma de que um animal adulto ou não irá se acostumar com uma nova família, ou dará “trabalho” e maiores custos.

4.2 SURVEY

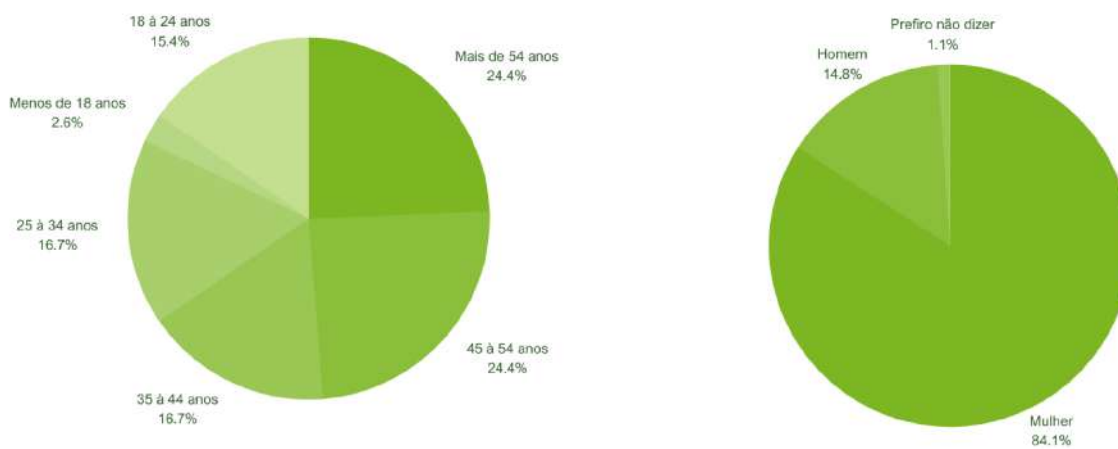
A técnica de pesquisa conhecida como "Survey" (Apêndice A) consiste em aplicar um conjunto de perguntas estruturadas para uma ampla amostra de indivíduos com o objetivo de obter padrões de respostas. Essa técnica permite coletar informações qualitativas e principalmente quantitativas sobre os usuários, tornando possível a segmentação de perfis e a criação de personas (UNGER; CHANDLER, 2010). O Survey foi direcionado ao público geral, para entender se essas pessoas doam para a causa animal, o que doam, e se não doam, investigar os motivos. Para isso foi elaborado um formulário na plataforma Google Docs para ser compartilhado na internet, com a intenção de atingir um público diversificado. Foram 11 perguntas, separadas em três

seções, a primeira de dados demográficos; o contato da pessoa em relação à proteção animal, e sobre o nível de interesse no tema do projeto. O questionário on-line ficou disponível por 48 horas obtendo 88 respostas, permitindo uma análise qualitativa além de quantitativa por conter perguntas dissertativas.

4.2.1 Perfil dos respondentes

O perfil dos respondentes pode ser visto na Figura 4, na qual se constata que a maioria dos respondentes (81,1%) é do gênero feminino e as faixas etárias com maior porcentagem foram de 45 a 54 anos com 24,4% e mais de 54 anos também com 24,4%.

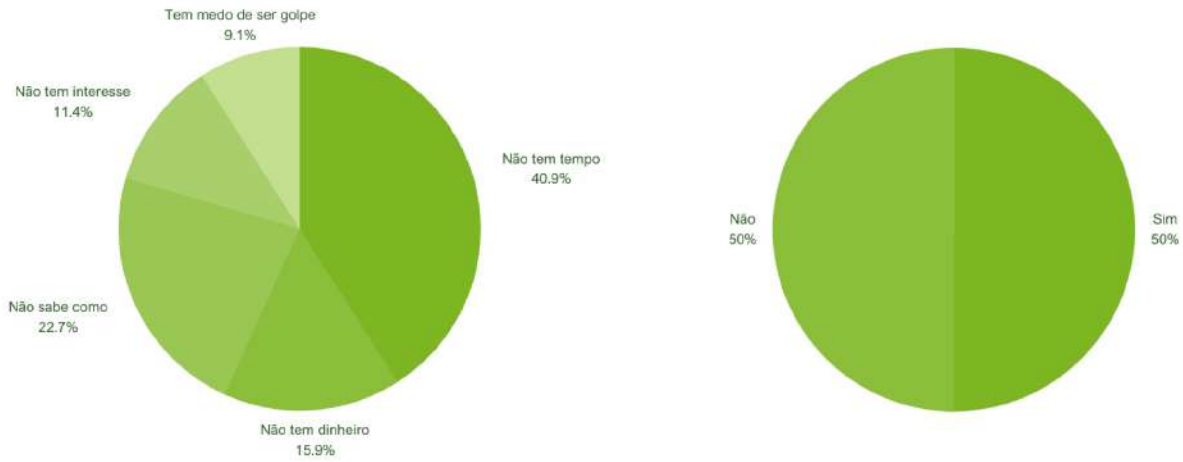
Figura 4: Perfil dos respondentes



Fonte: Resultados do Google Forms, adaptado pela autora (2023).

Quando perguntados se já realizaram doação ou trabalho voluntário direcionado à proteção animal, o questionário ficou dividido em 50%. À metade que respondeu que nunca fez qualquer doação direcionada a causa animal foram perguntados quais os motivos, sendo eles: 40,9% alegaram não ter tempo para trabalho voluntário, 15,9% afirma não ter dinheiro para realizar doações, 22,7% dizem que não sabem como ajudar e nem por onde procurar essas informações, 11,4% diz não ter interesse no assunto, enquanto 9,1% alegaram ficar com medo de ser golpe.

Figura 5: Interação prévia com a situação de interesse



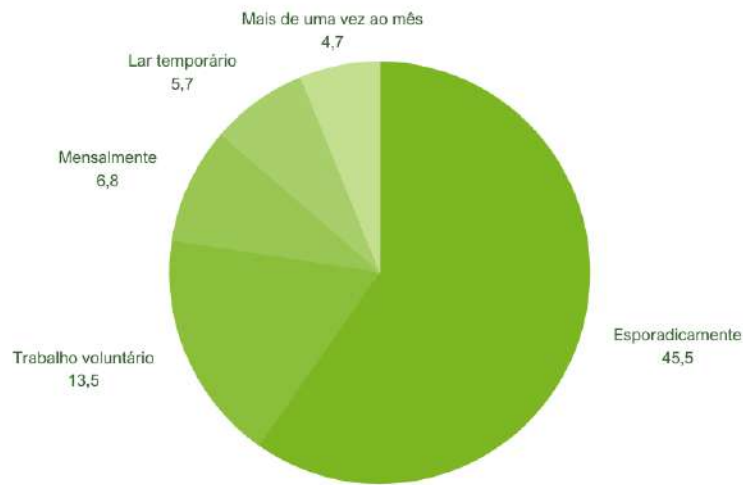
Fonte: Resultados do Google Forms, adaptado pela autora (2023).

4.2.2 Hábitos relacionados à proteção animal

Em relação a fazer doações esporadicamente ou em momentos específicos, foi constatado que 45,5% dos respondentes fazem doações esporadicamente somente quando sobra dinheiro. 13,5% diz que ajuda com trabalho voluntário, 6,8% ajuda mensalmente alguma ONG ou protetor animal, 5,7% ajuda fazendo lar temporário², 4,7% ajuda mais de uma vez ao mês diferentes ONGs e protetores. É possível compreender a partir destes dados que 69,4% ajuda ou tem vontade de ajudar na causa animal de alguma forma, foi possível perceber que muitos dos respondentes ajudam fazendo outros tipos de trabalho como, divulgação de doação de animais e arrecadar tampinhas de garrafa pet, porém não enxergam essa ação como ajuda à causa animal.

² O lar temporário é quando uma pessoa, um protetor ou uma organização acolhe provisoriamente um cão ou um gato, que não tem um tutor, até esse animal ser adotado definitivamente por uma família.

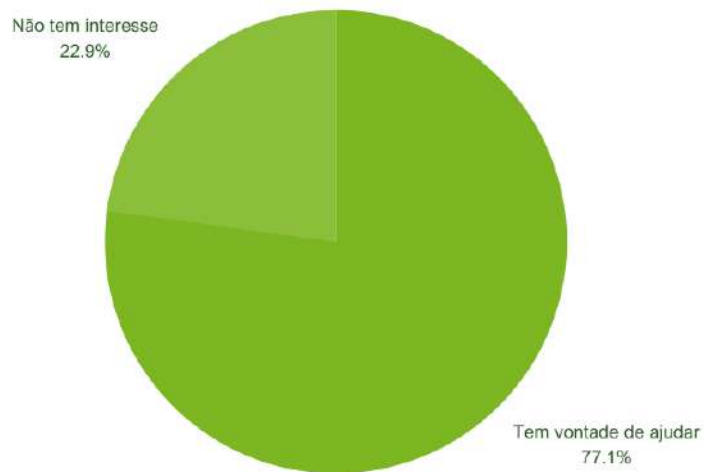
Figura 6: Hábitos relacionados à doação para instituições



Fonte: Resultados do Google Forms, adaptado pela autora (2023).

Em relação ao interesse dessas pessoas de ajudarem ONGs e protetores de animais é notável que 77,3% tem vontade de ajudar ou já ajudou em algum momento, enquanto 22,7% não possui interesse em ajudar essas instituições.

Figura 7: Interesse em apoiar a causa animal



Fonte: Resultados do Google Forms, adaptado pela autora (2023).

4.2.3 Opiniões pessoais e interesse na temática do projeto

Em relação a proximidade dessas pessoas e suas opiniões quanto a adoção de animais, foi perguntado se já adotaram animais provenientes de resgates de ONGs e protetores independentes, tendo 58% respondido que já adotou e 42% que nunca adotou através de ONGs e protetores, porém alguns destes citaram já ter adotado animais de rua, não passando por nenhuma instituição de proteção.

Para entender como o público geral lida com algumas situações delicadas em relação aos animais, foi perguntando se adotariam um animal que sofreu maus-tratos ou que possuem alguma deficiência, 86,4% respondeu que não teria problema em adotar, enquanto 13,6% diz que não adotaria animais que trouxessem possíveis dificuldades para a rotina delas.

Passando para a sessão de interesse na temática, foi questionado o que gostariam de ver em um anúncio de doação de um animal em uma questão de múltipla escolha de múltipla seleção. Sendo o mais importante, uma foto do animal, com 80%, seguido de uma descrição da personalidade do animal com 76,1%, depois, com 73,9%, informações sobre a saúde do animal, seguido de idade do animal (68,2%), e por último porte do animal (62,5%). Alguns respondentes responderam “outros” citando: se o animal é vacinado, castrado, se já passou por cirurgia e se precisa de algum cuidado especial. É possível interpretar todas essas questões como parte da opção “informações sobre a saúde do animal”, somando então a este tópico, ficando com 80,5%, ultrapassando o tópico “personalidade do animal”.

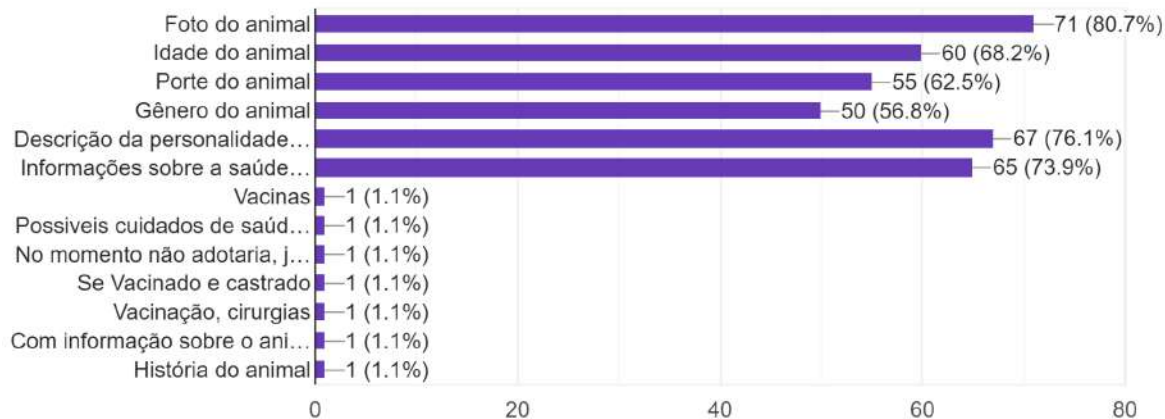
Com o objetivo de tirar possíveis insights para os requisitos do projeto, foi perguntado em uma questão de múltipla escolha e múltipla seleção o tipo de informações que gostariam de ver em um perfil de protetor de animais. 75% gostaria que tivesse a opção de denúncia em caso de maus tratos animal, 73,9% gostaria que tivesse mais informações sobre a ONG ou protetor, 68,2% respondeu que gostaria de receber

notificações sobre animais para adoção, 61,4% gostaria que tivessem opções diferentes para doação e 48,9% opções para realizar trabalho voluntário.

Figuras 8 e 9: Possível conteúdo em um aplicativo de proteção animal

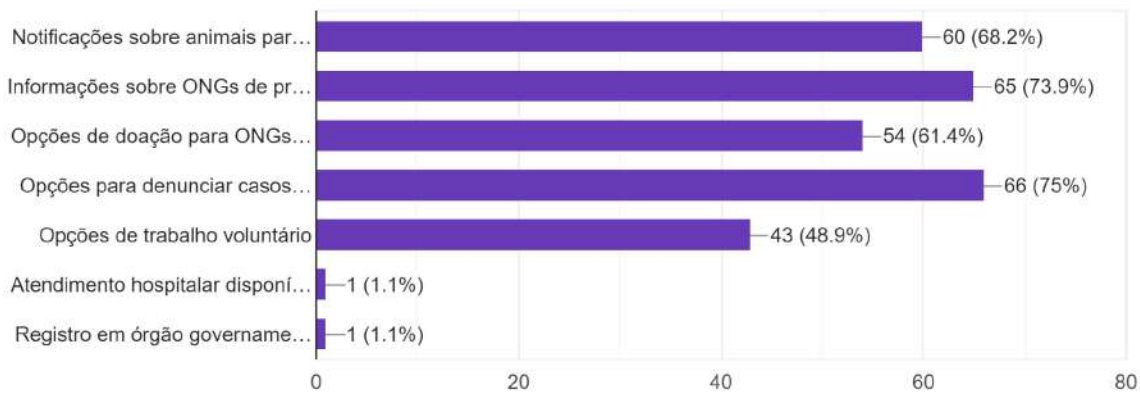
Que tipo de informações você gostaria de ver em um anúncio de adoção de animais?

88 respostas



Que tipo de informações você gostaria de ver em um perfil de protetor de animais?

88 respostas



Fonte: Resultados do Google Forms (2023).

4.2.4 Insights sobre a Pesquisa

- Percebe-se que tanto na entrevista com usuário quanto no formulário geral, o público feminino foi maioria, ou seja, mulheres provavelmente têm mais interesse em relação à proteção animal, assim como a idade, foi possível observar, que no geral, são mulheres adultas;
- Muitas pessoas têm interesse em ajudar, mas não sabem como ajudar e têm dificuldade de dar continuidade no apoio, seja financeiro ou trabalho voluntário;
- Um número notável de respondentes não entendem que muitas atividades realizadas pelos mesmos é considerada trabalho voluntário de apoio a causa animal, muitos tem o pensamento de que apenas ajuda financeira é efetiva;
- Uma parcela dos respondentes não tem interesse no assunto, e não entende a problemática que envolve o resgate e cuidado de animais tirados das ruas. É possível entender que este assunto, de importância para saúde pública, não representa importância para elas, muitas vezes por falta de informação;
- Alguns respondentes não doam por terem medo de cair em golpes na internet, mostrando como é importante deixar informações importantes sobre o protetor ou ONG visível para possíveis doadores, passando maior confiança;
- Quase metade dos respondentes afirma que não teria tempo para realizar trabalho voluntário, mostrando novamente como é errônea a imagem de trabalho voluntário, pois este pode ser de diversas formas, não ocupando tanto tempo.

4.2.5 Dores do Usuário Identificadas na Pesquisa e *Survey*

No quadro a seguir serão expostas as dores que foram identificadas durante a pesquisa e o levantamento de dados, servindo como diretrizes para prosseguir com o projeto.

Quadro 3: Dor do Usuário

Dor do Usuário
D1. Dificuldade em doar animais.
D2. Dificuldade em receber ajuda financeira.
D3. Dificuldade em educar e conscientizar adotantes em relação aos cuidados com animais.
D4. Dificuldade em conseguir voluntários.
D5. Dificuldade em doar animais adultos e especiais.
D6. Não ter controle descrito (e numérico) sobre os animais já adotados.
D7. Dificuldade de denunciar em caso de maus tratos ao animal

Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

4.3 CONSIDERAÇÕES SOBRE AS PESQUISAS

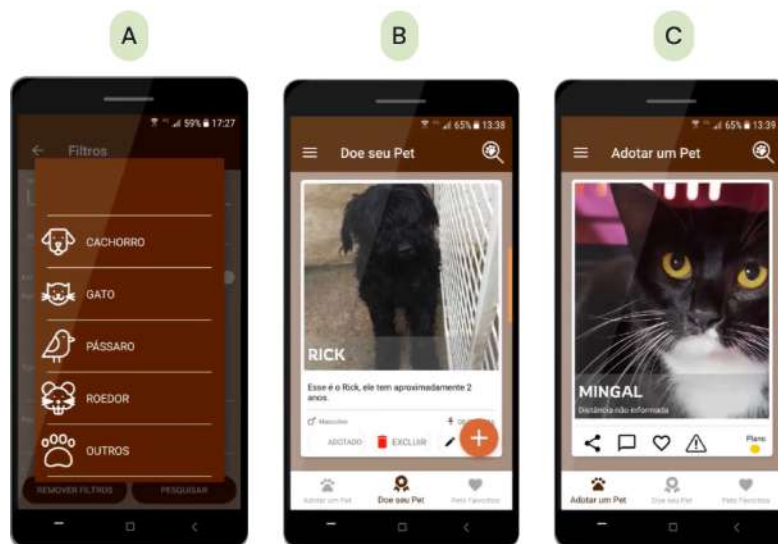
Foi possível validar, através do *Survey*, que existe interesse do público em relação ao tema deste trabalho e que há relevância e uma oportunidade evidente, visto que a maioria dos protetores, ONGs e doadores, utilizam apenas as redes sociais para essas ações e que muitos consideram uma forma que não oferece resultados muito positivos. Além disso, foi possível constatar que, por usarem instagram, facebook e whatsapp, é evidente que utilizam mais seus smartphones para a divulgação, o que justifica o desenvolvimento de um aplicativo para celular. Outro ponto importante, é o fato de que quase 80% dos respondentes disseram ter interesse em ajudar mais a causa animal, porém não têm conhecimento de como contribuir, validando a possibilidade de criar conteúdo informativo no aplicativo.

4.4 ANÁLISE DE SIMILARES

4.4.1 MeAuDote

O aplicativo é voltado para adoção de animais resgatados e também possui funções adicionais. Foi desenvolvido por uma Startup brasileira, através de tecnologias como *Cloud computing*³ e *geolocation*⁴. Foi lançado em 2019 e esteve disponível na App Store, loja que oferece aplicativos para celulares com sistema iOS da Apple e na Play Store, loja que oferece aplicativos para celulares com sistema Android. Na Play Store, teve mais de 50 mil downloads e atualmente não está mais disponível para download.

Figura 10: App MeAuDote



Fonte: MeAuDote, adaptado pela autora (2023).

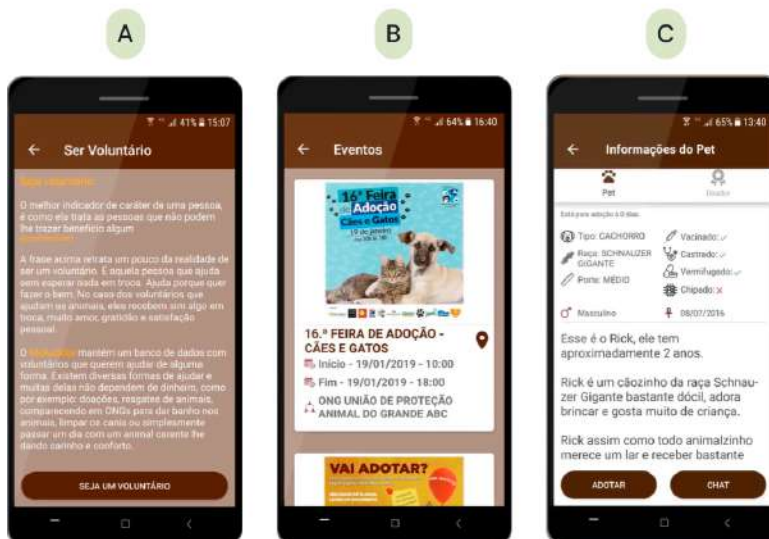
O aplicativo MeAuDote teve como objetivo facilitar a doação e adoção de animais por meio de uma plataforma digital que conecta diversas entidades e indivíduos. De um lado, o aplicativo busca unir organizações não governamentais (ONGs), centros de controle de zoonoses (CCZs), protetores, pessoas que oferecem lar temporário para animais e entidades que precisam doar um animal. Por outro lado, o MeAuDote

³ São serviços online que não exigem o download, instalação e acesso de qualquer tipo de software ou arquivo, sendo necessário apenas um navegador e conexão com a internet.

⁴ É um processo de identificação de informações geográficas, captadas por meio de dispositivos conectados à internet, satélite ou radiofrequência.

conecta pessoas interessadas em adotar um animal, tornando o processo de adoção mais acessível e eficiente. O aplicativo possui um feed com os animais disponíveis para adoção perto da localização do usuário e o feed funciona como o aplicativo Tinder⁵, cards com foto e informações aparecem para o usuário analisar se o animal atende suas expectativas. No aplicativo o usuário escolhe através de um filtro (figura 10, imagem A) a espécie de animal que procura para adotar. Em um menu inferior (figura 10, imagem B e C) possui as opções de adotar, de doação de animais e de pets favoritos.

Figura 11: App MeAuDote



Fonte: MeAuDote, adaptado pela autora (2023).

O aplicativo também tem funcionalidades adicionais, existe a opção de se tornar um voluntário ajudando ONGs e protetores de diversas formas, além disso possui conteúdo informativo sobre o trabalho voluntário (figura 11, imagem A). Outra funcionalidade é o feed de eventos relacionados à causa animal próximos ao usuário.

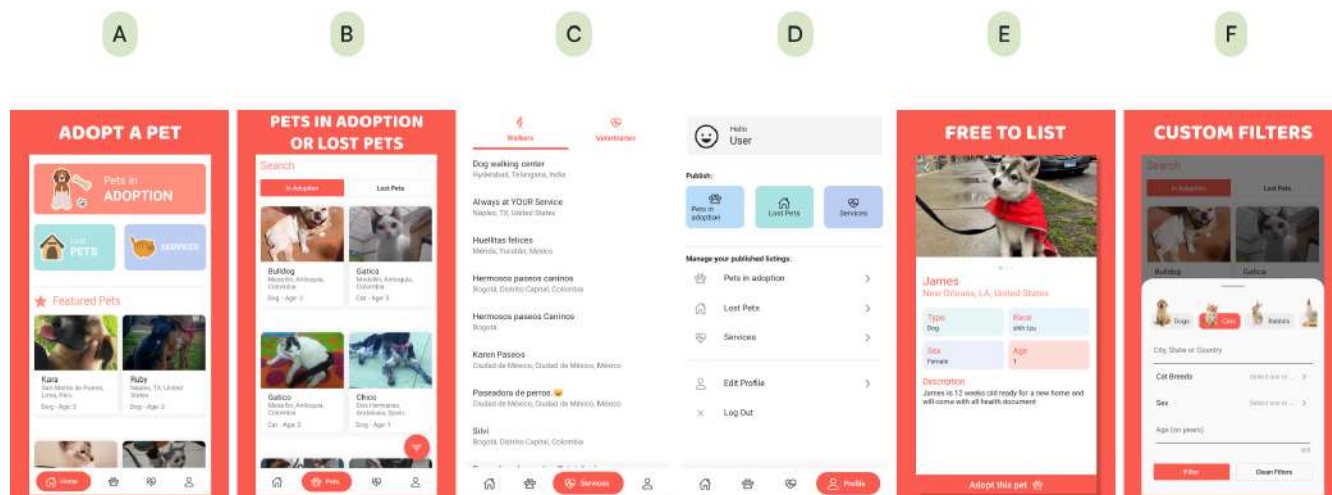
⁵ Tinder é um aplicativo de namoro online e rede geossocial. Os usuários "deslizam para a direita" para curtir ou "deslizam para a esquerda" para não gostar dos perfis de outros usuários, que incluem sua foto, uma pequena biografia e uma lista de seus interesses.

4.4.2 Appets

O aplicativo Appets está disponível em diversos países: Brasil, Portugal, Espanha, México, Argentina, Chile, Colômbia, Equador, Peru, Uruguai, Venezuela, Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, França, Alemanha, Itália, Austrália e Nova Zelândia. Está disponível para download na Play Store, loja que oferece aplicativos para celulares com sistema Android e sua avaliação é de 4 estrelas de 5, possui mais de 10 mil downloads.

Assim como o MeAuDote também possui filtro por localização, espécie e características do animal (figura 12, imagem F). No feed de animais para adoção também existe a opção de procurar por animais perdidos (figura 12, imagem B), funcionalidade diferenciada de outros aplicativos analisados. Além disso sua interface é bastante intuitiva e amigável.

Figura 12: App Appets



Fonte: Appets, adaptado pela autora (2023).

Perfil dos animais: cada animal disponível para adoção possui um perfil que inclui informações importantes, como fotos, nome, idade, raça, descrição e condições de saúde (figura 12, imagem E). O menu inferior conta com quatro opções: “home”, onde aparecem animais para adoção em destaque (figura 12, imagem A); “animais de estimação”, onde aparecem todos os animais disponíveis para adoção, contendo

opções de filtro (figura 12, imagem B), além da área de animais perdidos, onde é possível cadastrar um animal perdido como procurar por um animal perdido; “serviços”, o aplicativo dispõe de dois serviços que podem ser cadastrados, os dog walkers, profissional que presta o serviço de passear com cães e a aba de clínicas veterinárias que podem também se cadastrar no app (figura 12, imagem C); e por último “perfil”, onde ficam informações pessoais e todos os animais já cadastrados pelo usuário, adotados e serviços que utilizou (figura 12, imagem D).

O usuário pode entrar em contato com a instituição ou pessoa que está doando o animal para obter mais informações através do número de telefone e e-mail que são disponibilizados, porém essa comunicação se dará fora do aplicativo, já que o mesmo não tem opção de chat.

4.4.3 Hyppet

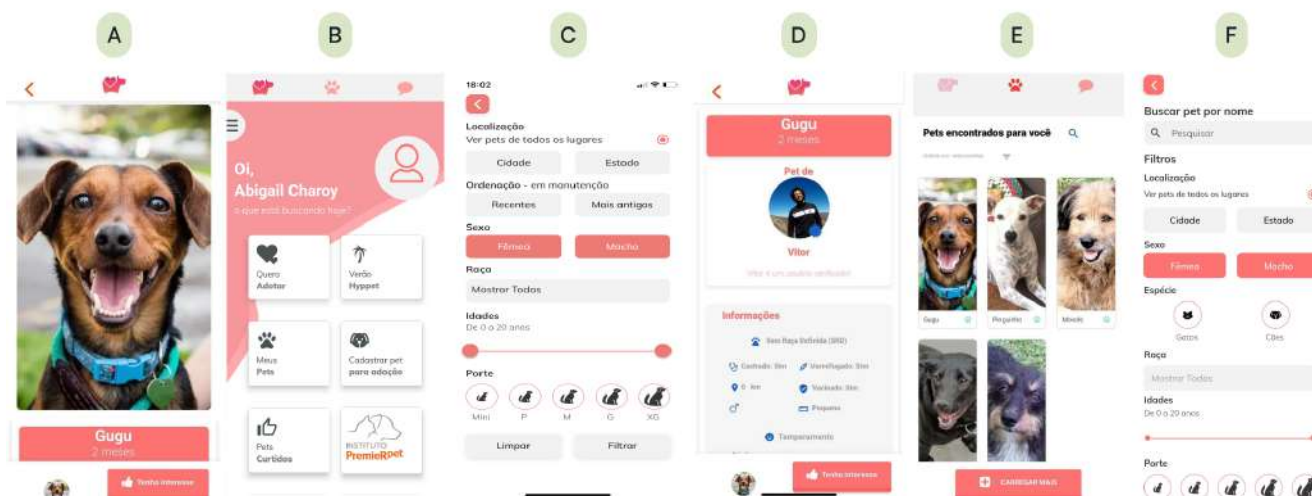
O Hyppet é um aplicativo para adoção e cuidados com animais de estimação, disponível para Android e iOS, tendo 4,4 como nota na Play Store. O objetivo do aplicativo é conectar pessoas interessadas em adotar animais de estimação a abrigos e ONGs que trabalham com resgate e adoção de animais.

Funcionalidades encontradas no aplicativo:

- Busca por animais disponíveis para adoção, que podem ser filtrados por raça, tamanho, idade e gênero;
- Perfis de animais, que incluem fotos, descrições e informações sobre a saúde e a personalidade do animal;
- Perfil e cadastro de abrigos e ONGs, com informações sobre as atividades desenvolvidas, horário de funcionamento e localização;
- Dicas e informações sobre cuidados com animais de estimação, como alimentação, higiene e saúde. Sistema de adoção, que permite que o usuário solicite a adoção do animal através do aplicativo (figura 13, imagem D);
- Mensagem direta: diferente dos outros aplicativos que a comunicação se dá fora do aplicativo, no Hyppet existe no menu superior uma área de mensagens;

- A página home do aplicativo (figura 13, imagem B) é apresentada de forma diferente dos outros aplicativos, em formato de cards, com diversas opções: cadastrar um animal para adoção, procurar um animal para adotar, cadastrar seus animais, pets curtidos, área de finais felizes levando o usuário para o instagram para conhecer as histórias de animais adotados e a opção de ser um parceiro, com conteúdo informativo, também levando o usuário para fora do app para comunicação através de e-mail. A parceria, porém, trata-se de colaboração com empresas e não de trabalho voluntário voltado aos animais diretamente.

Figura 13: App Hyppets



Fonte: Hyppets, adaptado pela autora (2023).

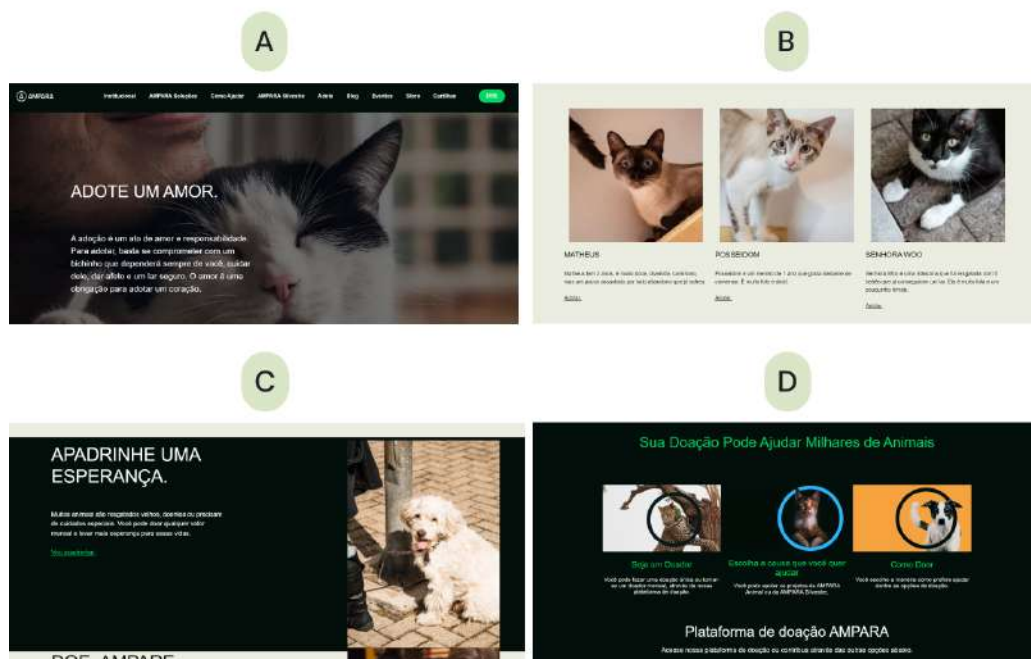
4.4.4 Ampara Animal

A Ampara Animal é uma organização sem fins lucrativos brasileira que atua na defesa e proteção dos animais. A organização surgiu em 2010, com o objetivo de combater o abandono e maus-tratos de animais no país.

O site disponibiliza diversos serviços, como a adoção responsável de animais, campanhas de conscientização, ajuda financeira para animais em situação de risco, educação para crianças e jovens sobre cuidados com animais, entre outros.

Entre as campanhas promovidas pela Ampara Animal, destaca-se a "Desafio dos 21 Dias", que incentiva as pessoas a adotarem hábitos mais saudáveis em relação aos animais, como a alimentação vegana, o fim do uso de produtos testados em animais, a adoção de animais de estimação abandonados e a campanha "Não à Pirotecnicia", que luta contra o uso de fogos de artifício em eventos. Além disso, a Ampara Animal também promove ações de resgate de animais em situação de risco, muitos deles vítimas de maus-tratos e abandono. A organização tem parceria com diversas instituições, empresas e voluntários, que ajudam a garantir a proteção e cuidado aos animais.

Figura 14: Site Ampara Animal



Fonte: Ampara animal, adaptado pela autora (2023).

O site oferece uma plataforma para a adoção de animais, onde é possível encontrar cães e gatos disponíveis para adoção (figura 14, imagem B). Além disso, o site oferece informações importantes sobre o processo de adoção responsável, incluindo cuidados com a saúde e alimentação dos animais (figura 14, imagem A). O site disponibiliza uma opção de apadrinhamento para os animais que ainda não foram adotados (figura 14, imagem C). Os padrinhos podem contribuir financeiramente para os cuidados dos

animais, como alimentação, vacinação e tratamento veterinário. A Ampara Animal recebe doações em dinheiro para manter seus projetos e ações em prol dos animais, no site é possível realizar doações únicas ou se tornar um doador recorrente. O site também disponibiliza informações para quem deseja se tornar um voluntário na organização e podem contribuir em diversas áreas, como cuidados com animais, divulgação de campanhas e eventos.

4.4.5 Análise Comparativa de Similares

Figura 15: Tabela comparativa de similares

	MeAuDote	Appets	Hyppet	Ampara Animal
Foto do animal	✓	✓	✓	✓
Geolocalização	✓	✓	✓	✗
Filtro básico	✓	✓	✓	✓
Filtro avançado	✗	✓	✓	✗
Pets favoritos	✓	✓	✓	✗
Feed de eventos	✓	✗	✗	✗
Trabalho voluntário	✓	✗	✗	✓
Conteúdo informativo	✓	✗	✓	✓
Animais perdidos	✗	✓	✗	✗
Perfil do animal	✓	✓	✓	✓
Serviço – dog walker	✗	✓	✗	✗
Serviço – clínicas	✗	✓	✗	✗
Histórico	✗	✓	✓	✗
Chat	✗	✗	✓	✗
Perfil de ONG	✗	✗	✓	✓

Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

Com base na análise dos aplicativos mencionados anteriormente é possível notar que todos eles possuem como objetivo principal facilitar o processo de adoção de animais de estimação. Cada um apresenta suas características específicas e oferece diferentes funcionalidades para atender às necessidades dos usuários interessados em adotar um animal.

É relevante destacar a diferença que uma boa organização visual faz, assim como o aplicativo Hyppet que logo após a tela de login já oferece as opções de adotar e doar animais, diferente do MeAuDote onde o usuário precisa dar mais passos até chegar a tela de cadastro de um animal para adoção. Nos aplicativos analisados, o objetivo principal é a adoção, enquanto o site Ampara Animal possui conteúdo informativo sobre saúde e comportamento animal, conteúdo que pode ser incluído em um aplicativo.

Entre os aprendizados importantes desta etapa, fica claro que o usuário precisa ser instigado a ficar no aplicativo para interagir com outras funcionalidades, nesta análise foi possível notar que o foco é na adoção, e se o usuário não adota, ele rapidamente fecha o aplicativo, pois não tem nenhum recurso que o cative a ficar por mais tempo.

5. ETAPA DEFINIR

De acordo com a metodologia Double Diamond, a ênfase da etapa "Definir" consiste em transformar os insights em uma declaração de problema específica e acionável. Isso envolve o mapeamento das necessidades e expectativas das partes interessadas. A criação de uma definição de problema bem estruturada e focada proporciona uma base sólida para orientar o restante do processo de design, garantindo que os esforços sejam direcionados de maneira eficaz para alcançar resultados significativos.

5.1 PERSONAS

Segundo Unger e Chandler (2009, p 112) personas são representações detalhadas de usuários-alvo comuns. São ferramentas valiosas para equipes de projeto, partes interessadas e clientes. Com base em pesquisas e descrições adequadas, as personas têm o poder de criar uma compreensão clara de quem são os usuários do site ou aplicativo, e até mesmo como eles interagem com ele. Ainda de acordo com os autores, personas podem ajudar os designers a criarem o sentimento de empatia, aprimorando sua intuição ao imaginar cenários de uso, expectativas e

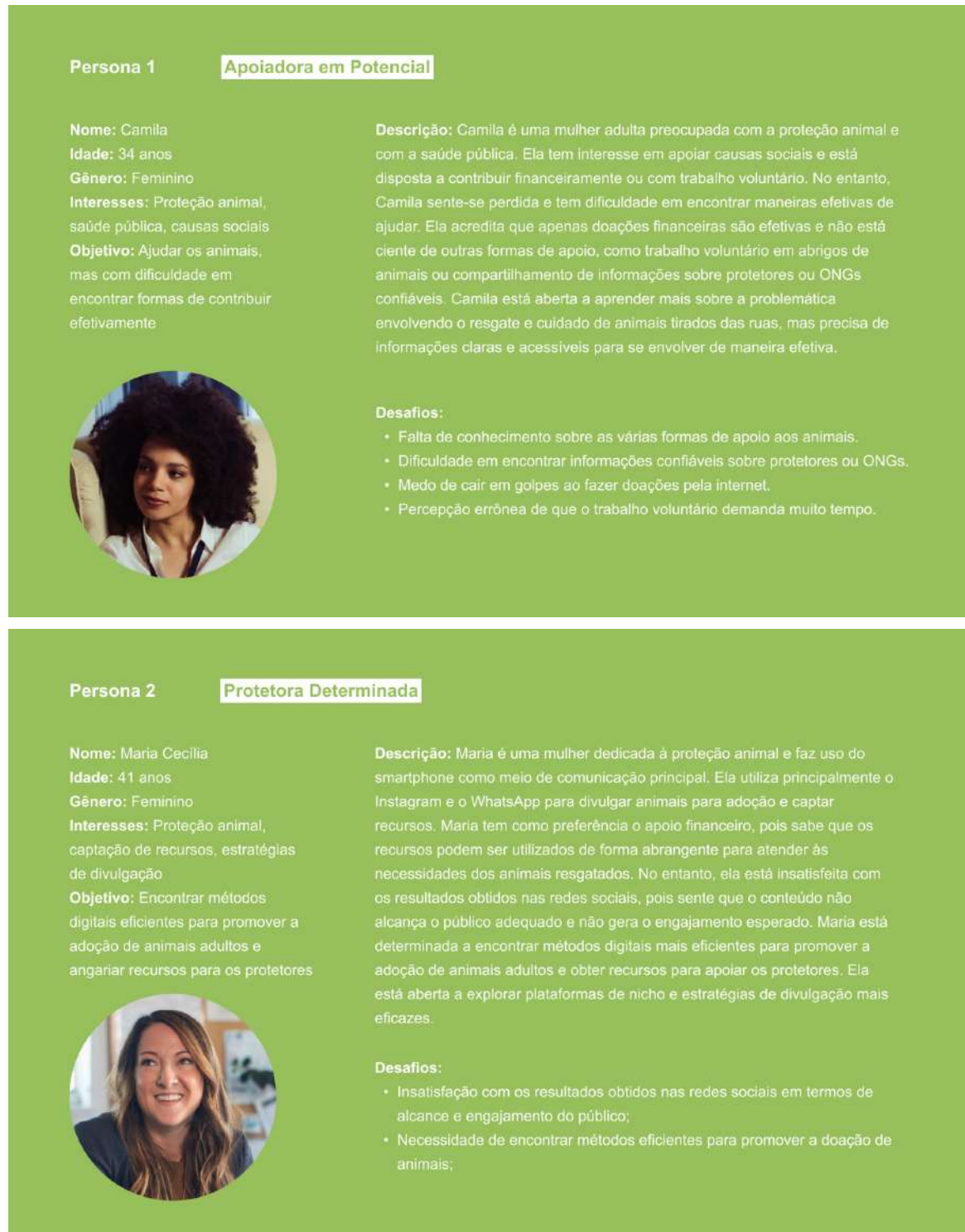
comportamentos. Essa prática também ajuda a reduzir incertezas durante o processo de ideação, proporcionando uma base sólida para a tomada de decisões informadas.

Para desenvolver as personas deste projeto foram usadas as informações obtidas através das entrevistas com usuário e survey na etapa descobrir. Cada resposta foi analisada separadamente para entender o perfil e cruzar dados importantes. Como já visto, o público alvo do projeto divide-se em dois perfis, protetores de animais, usuários os quais irão fornecer os dados dos animais e o usuário interessado em adotar/ajudar, que irão consumir estes dados.

- a) Mulheres são maioria em ambos os perfis;
- b) Das 64 mulheres respondentes, 38 já ajudaram ou ajudam a causa animal (59%);
- c) Ambos os perfis preferem celular para utilizar as redes sociais;
- d) A forma de ajuda mais comum é a financeira esporádica;
- e) Dos 13 homens respondentes, 5 já ajudaram ou ajudam a causa animal (38%);

Assim, foram desenvolvidas duas personas de acordo com as informações obtidas:

Figura 16 e 17: Personas



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

5.2 REQUISITOS DE PROJETO

Com base nos insights obtidos por meio das etapas anteriores de pesquisa, análise de similares, questionários com usuários e *survey*, foi possível compreender as necessidades dos usuários envolvidos e, conseqüentemente, definir de maneira eficiente requisitos e conteúdo a serem incluídos no aplicativo projetado. De acordo com Unger e Chandler (2010), requisitos são conceitos que capturam de maneira eficiente as intenções do projeto, fornecendo componentes rastreáveis para avaliar a validade de uma solução. Nesse sentido, foram estabelecidos necessidades, requisitos do usuário e do sistema para o produto de acordo com as dores do usuário:

Quadro 4: Dores, necessidades e requisitos

Dor do Usuário	Necessidade do Usuário	Requisito do Usuário	Requisito do Sistema
D1. Dificuldade em doar animais.	N1. Facilitar o processo de doação de animais	RU1. Disponibilizar um fluxo de doação intuitivo e objetivo.	RS1. Implementar um formulário de cadastro para doação de animais com campos relevantes, validações e opções de contato.
			RS2. Notificação quando um novo animal é colocado para adoção.
D2. Dificuldade em receber ajuda financeira.	N2. Usuários se sintam seguros para fazer doações financeiras	RU2. Ter opções confiáveis de doação financeira	RS3. Integrar um sistema de doações financeiras seguro e confiável, como vaquinhas online, transferências via PIX ou outras formas de pagamento.
			RS4. Desenvolver mecânicas de gamificação: distintivo no avatar para quem já apoiou, etc.
D3. Dificuldade em educar e conscientizar adotantes em relação aos cuidados com animais	N3. Promover a educação e conscientização dos adotantes sobre os cuidados com animais	RU3. Disponibilizar recursos educativos sobre cuidados com animais no aplicativo	RS4. Incluir uma seção de informações e dicas sobre cuidados com animais.

D4. Dificuldade em conseguir voluntários	N4. Recrutar voluntários para atividades com roteiros específicos	RU4. Encontrar pessoas próximas dispostas a ajudar em tarefas específicas	RS5. Geolocalização
			RS6. Conteúdo informativo sobre voluntariado
D5. Dificuldade em doar animais adultos e especiais	N5. Promover a adoção de animais adultos e especiais	RU5. Mostrar benefícios de adotar um animal adulto e/ou especial	RS7. Histórias de sucesso, informações sobre as vantagens e cuidados necessários.
D6. Não ter controle descrito (e numérico) sobre os animais já adotados.	N6. Ter dados sobre os serviços de doação já prestados	RU6. Ter acesso a publicações de animais que já foram doados	RS8. Histórico com relatório de animais doados linkados com o perfil dos adotantes e protetores.

Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

5.3 DEFINIÇÃO DAS FUNCIONALIDADES

Com base nas etapas anteriores de pesquisa, análise de aplicativos similares, questionários com usuários e a tabela de requisitos do projeto, foi possível compreender as necessidades dos usuários e definir as funcionalidades e conteúdo ideais para o aplicativo a ser projetado. Todos os requisitos do sistema serão desenvolvidos como funcionalidades do aplicativo, tendo 3 funcionalidades base do sistema:

- **Doação de animais:** para cadastrar ou adotar um animal;
- **Apoio:** para doar financeiramente um valor, doar de acordo com necessidade do protetor/ONG ou ser voluntário;
- **Aprender:** material didático e trocas na aba de blog.

5.4 CONCEITO

Com base na metodologia apresentada no Capítulo 6, o conceito formulado representa a conclusão do primeiro diamante deste projeto. As descobertas realizadas durante a

etapa de Descobrir, juntamente com as informações sobre personas e requisitos do projeto definidos na etapa de Definir, serviram de base para o desenvolvimento do conceito: "Ação animal, proteção colaborativa". Este conceito expressa o principal propósito do projeto: colocar o usuário como agente transformador da causa animal. Um aplicativo que promove a adoção responsável, engaja comunidades a apoiar ONGs e protetores de animais, incentivando doações financeiras e ações solidárias para proteger e cuidar dos animais necessitados.

6. ELABORAR

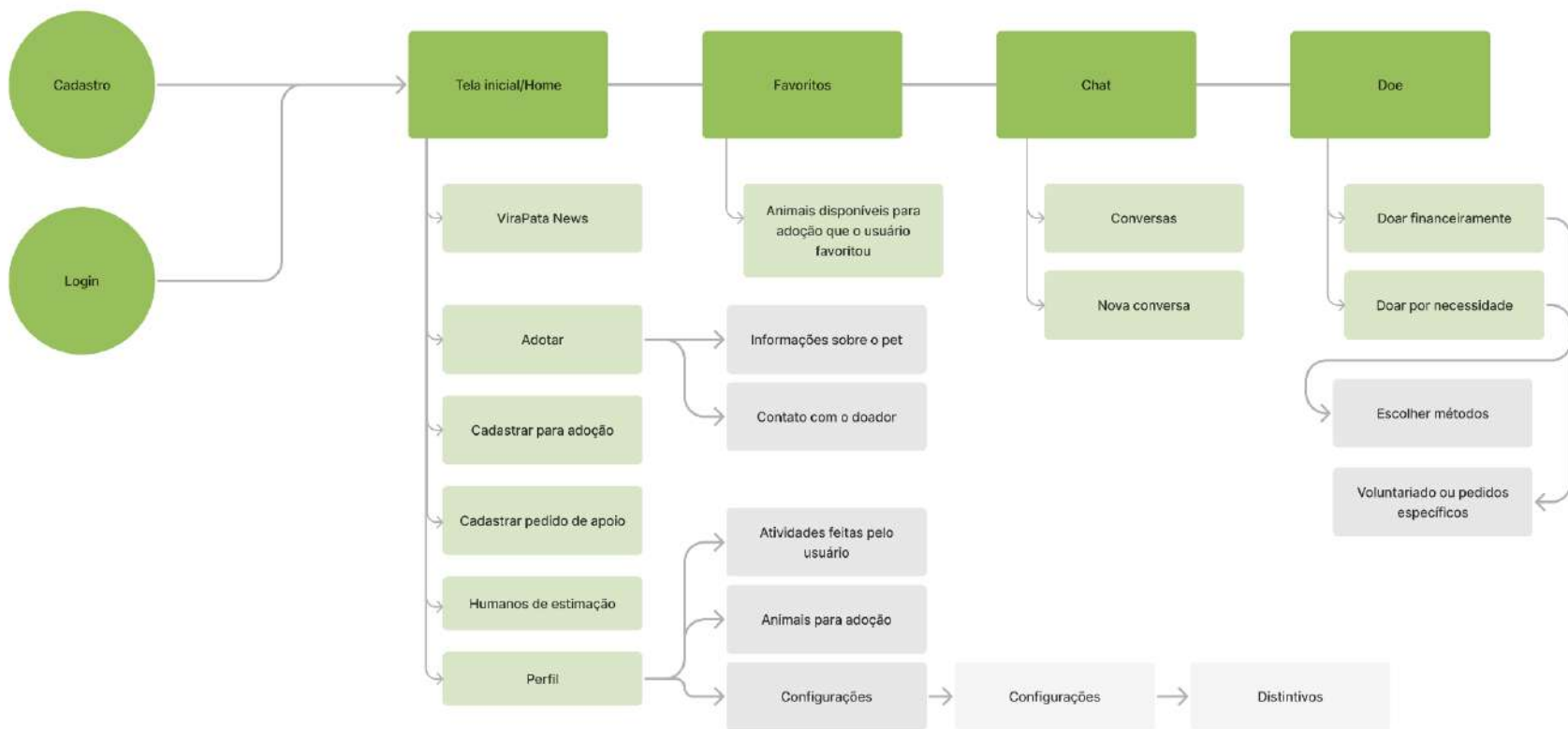
Na etapa Elaborar, são utilizados os conhecimentos e definições adquiridos nas etapas anteriores para gerar soluções para o projeto. Por meio de técnicas como fluxo de tarefas, mapa do sistema, *wireframes* e *storyboard* foram exploradas diversas alternativas, culminando em um processo de seleção. Os próximos subcapítulos irão descrever em detalhes esses processos.

6.1 MAPA DO SITE

Segundo Unger e Chandler (p.166) o mapa do site é uma maneira visual de representar as páginas de um site ou aplicativo. São usados para que se beneficie da identificação de páginas, exibições, estados e instâncias de tudo o que está sendo exibido. Ele fornecerá uma visão geral da navegação do site, bem como exibirá as conexões e ligações entre as diferentes telas e funcionalidades.

Para que fosse possível organizar as telas, foi criado um mapa do aplicativo:

Figura 18: Site map



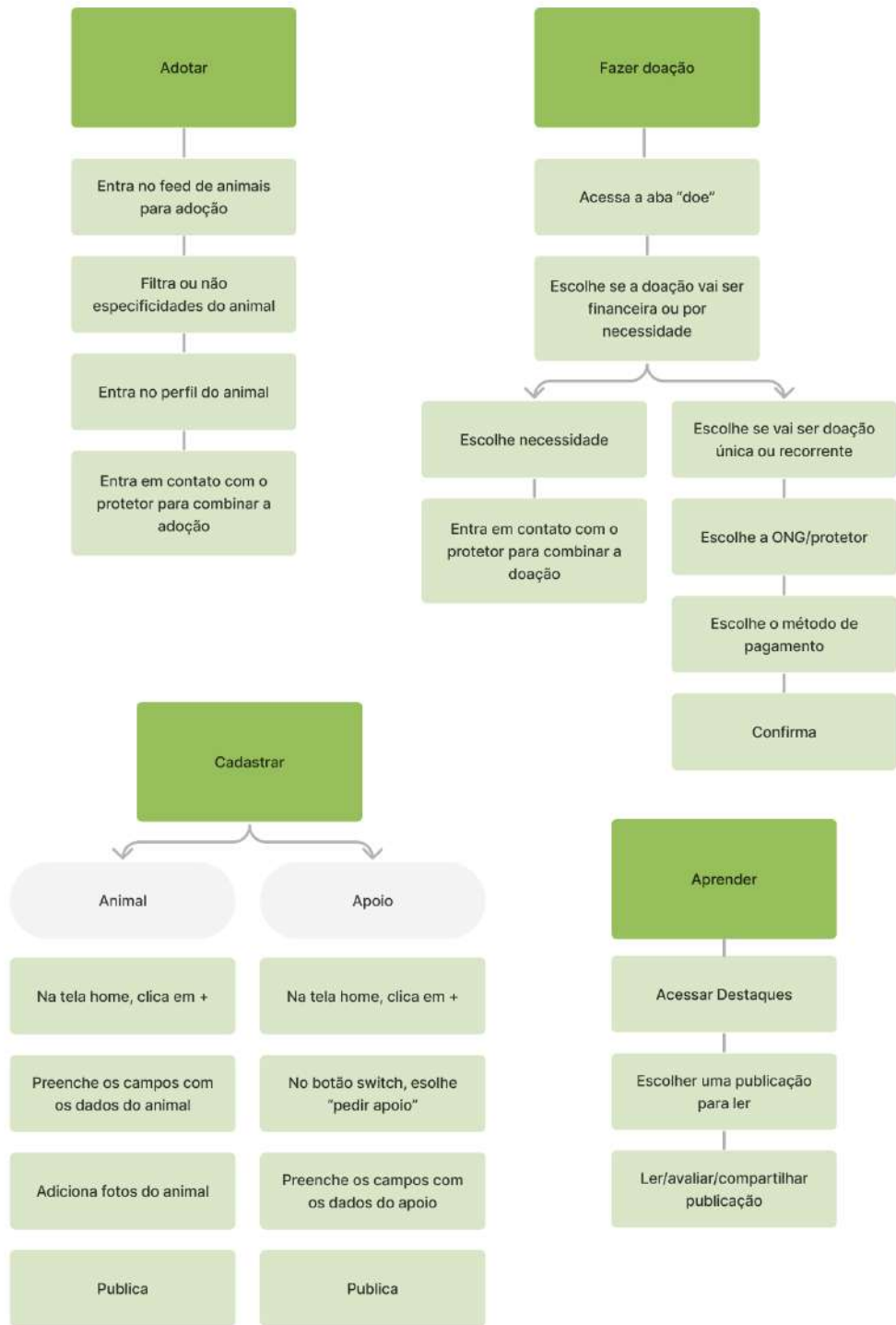
Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

O mapa do site foi desenvolvido de forma a ser o mais enxuto possível, a fim de que pessoas de diferentes faixas etárias possam sentir-se seguras ao utilizar, já que de acordo com o questionário foi possível verificar que pessoas com mais de 40 anos são as mais interessadas no assunto.

6.2 FLUXO DE TAREFAS

Os fluxos de tarefas identificam caminhos ou processos que os usuários seguirão à medida que progredem em um site ou aplicativo. De acordo com Unger e Chandler (p. 165) os fluxos de tarefas além do site do mapa, pois eles identificam os vários cursos de ação que um usuário pode percorrer em uma seção do site. Os fluxos de tarefas estabelecem conexões entre estados de erro, conteúdo e exibições de página, levando em consideração pontos de decisão ao longo do processo. Quando o fluxo de tarefas e mapa do site são usados em conjunto, eles podem fornecer ao público uma imagem clara da estrutura de conteúdo e como o usuário pode navegar, de forma mais precisa e segura. Para isso, foram criados fluxos de tarefas, para as quatro principais funcionalidades do aplicativo:

Figura 19: Fluxo de tarefas

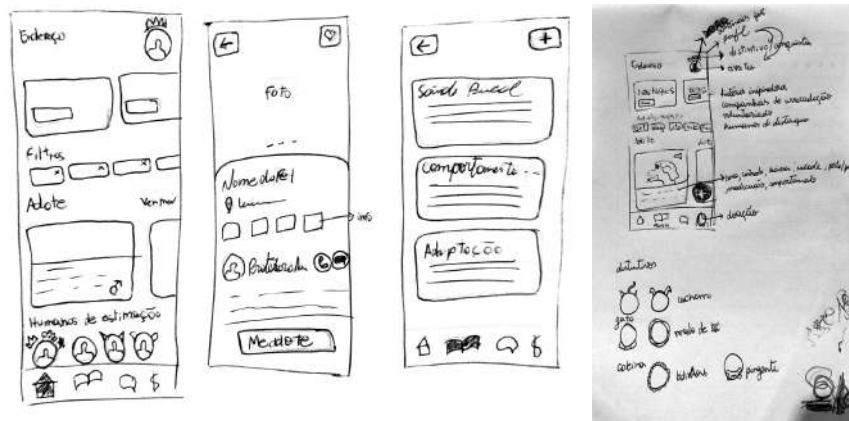


Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

6.3 SKETCHES

Segundo Unger e Chandler, a maioria dos profissionais experientes em UX geralmente inicia seus projetos utilizando abordagens tradicionais, como esboçar em papel, essa etapa inicial permite explorar livremente ideias, concentrando-se no conceito sem se preocupar com ferramentas tecnológicas específicas. A metodologia adotada para o projeto motiva o designer a explorar ideias no papel ou como o designer se sentir mais confortável, mas sem esquecer que esses *sketches* terão que ser traduzidos para o meio digital em breve. Leah Buley, designer de experiência na Adaptive Path diz que “O número de sketches não é tão importante, o importante é forçar-se a ir além das primeiras ideias óbvias”. Tendo isso como base, as primeiras ideias começaram a tomar forma no papel, conforme imagem a seguir:

Figura 20: Sketches



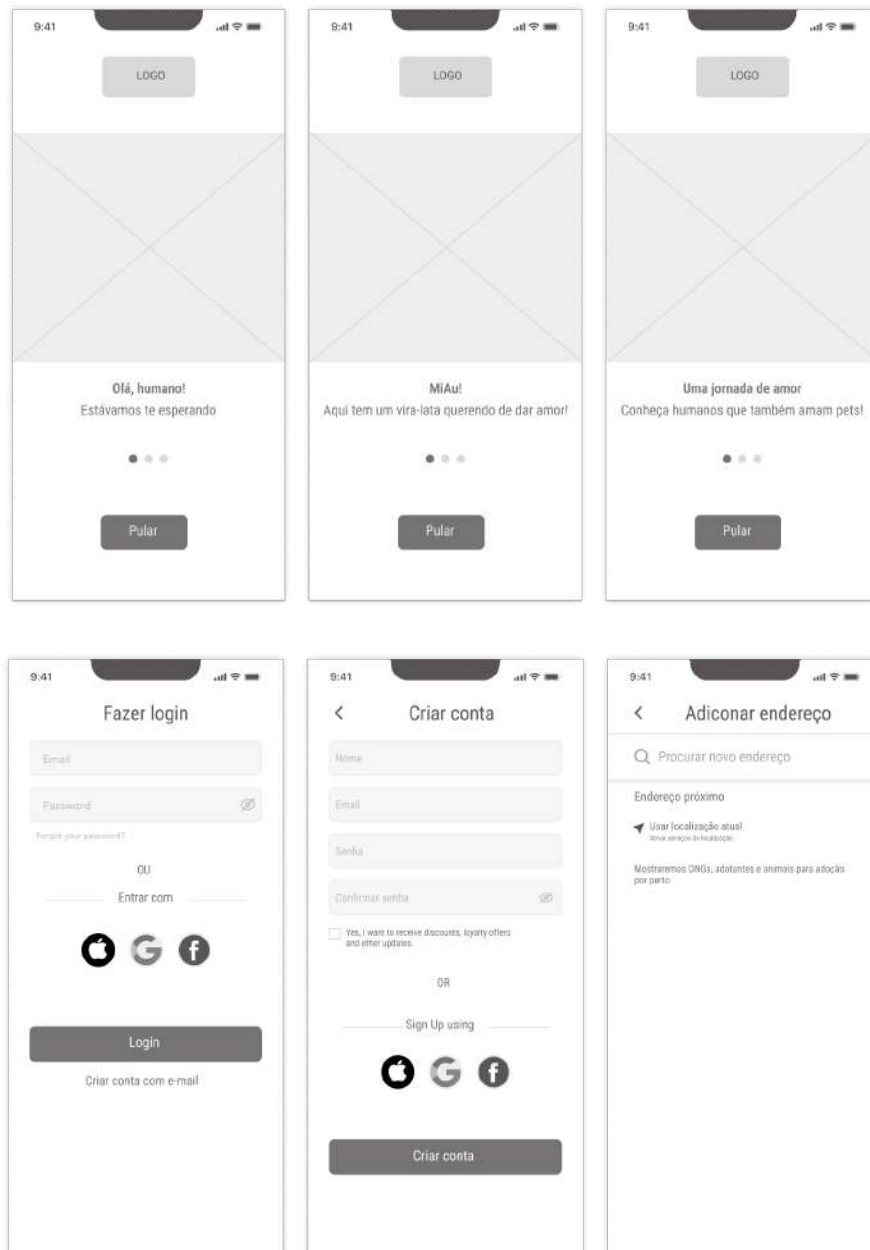
Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

6.4 WIREFRAMES

Wireframes, segundo Unger e Chandler (2009), são utilizados para visualizar e definir o conteúdo, a estrutura e as funcionalidades de uma página da web ou aplicativo. Quando combinados com mapas do site e fluxos de tarefas, esses documentos também são valiosos para identificar situações de prototipagem e testar ideias conceituais. Ainda conforme os autores, os wireframes devem ser apresentados em

escala de cinza e sem conteúdos gráficos e conteúdos finalizados, devem reservar espaço e ser utilizado como orientação para o design visual. Na figura 21 é possível observar a estrutura do onboarding do aplicativo, o cadastro e a permissão da utilização da localização do usuário, para que possam ser mostrados animais perto do local do usuário.

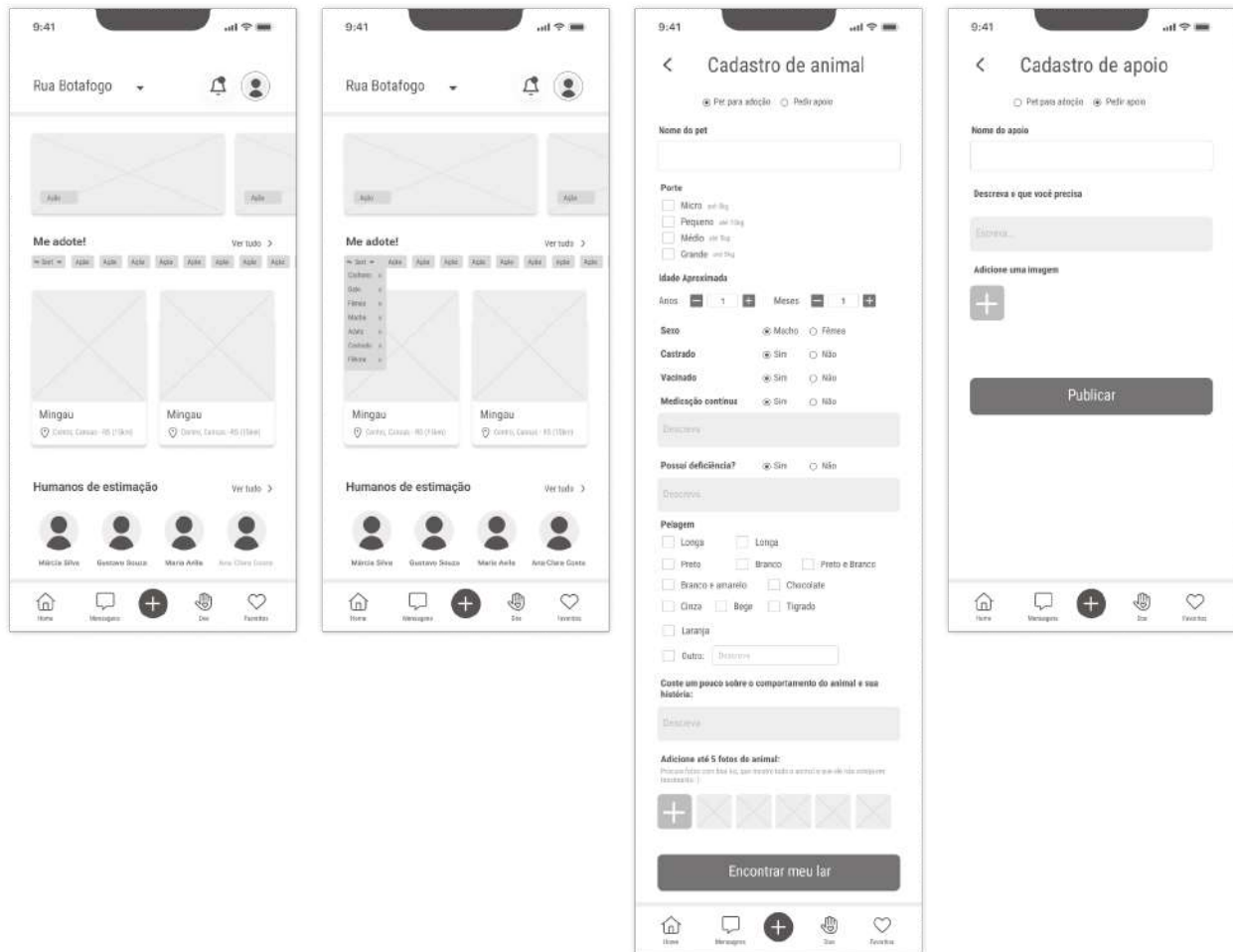
Figura 21: Wireframes iniciais



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

Na figura 22 pode-se observar a tela inicial do aplicativo, onde o usuário tem acesso às principais áreas do aplicativo: artigos do blog, animais para adoção, perfis de usuários e o botão “+”, onde é possível acessar a área de cadastro de animais e apoio. Nessas telas o usuário preenche os campos solicitados e publica o animal ou apoio.

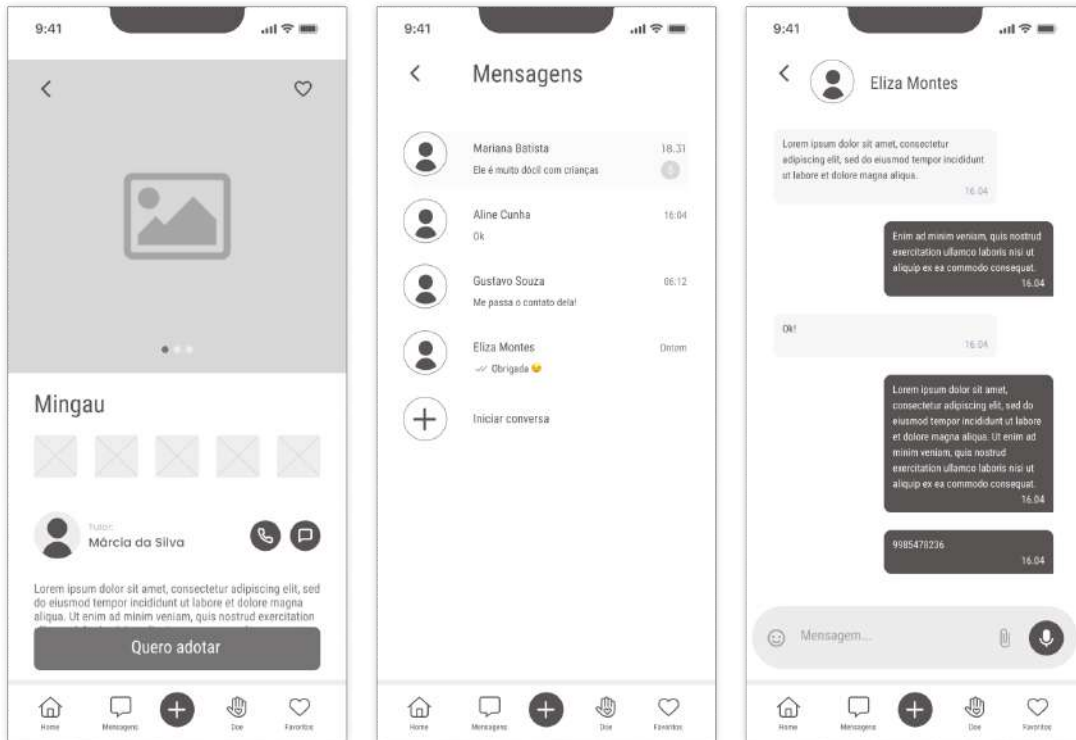
Figura 22: Home e cadastros



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

Na figura 23, está a tela de visualização da publicação: fotos do animal para adoção, logo abaixo as principais informações, descrição do animal e o contato com quem está doando. O contato é feito a partir da área de mensagens do aplicativo e fica salvo no histórico na aba de mensagens.

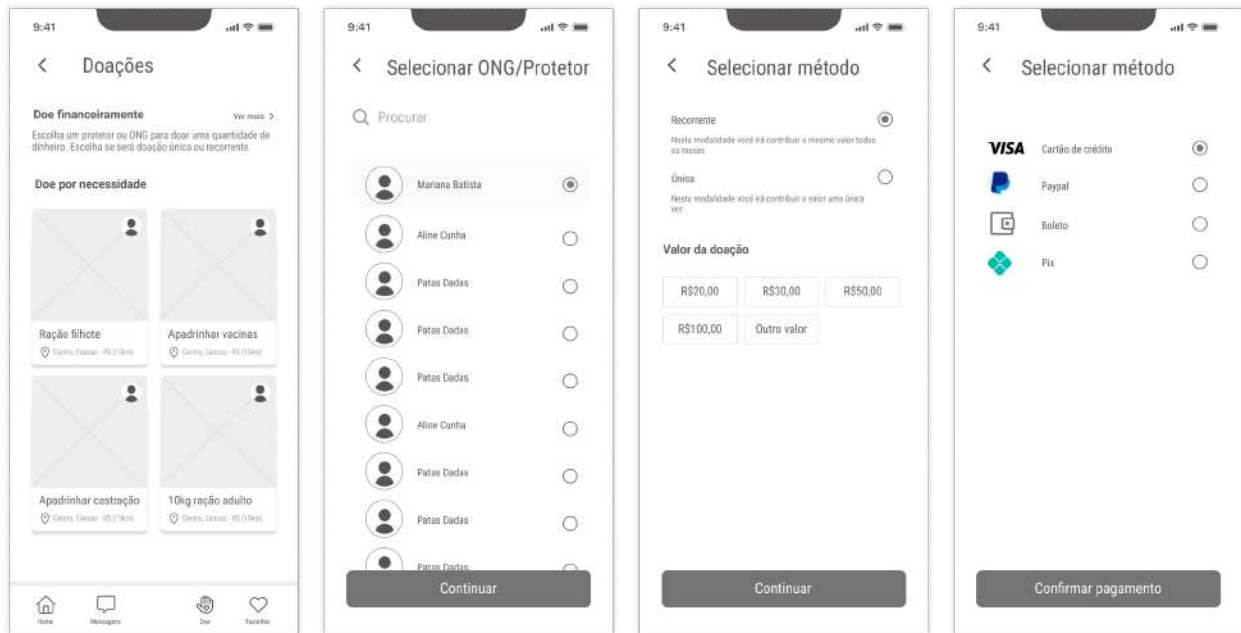
Figura 23: Animal para doação



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

A seguir, na figura 24, o fluxo de doação financeira pode ser visualizado, nele o usuário passa pela tela onde escolhe por doação financeira ou por necessidade, se for escolhida a opção de doação por necessidade, o usuário escolhe o apoio e entra em contato com quem publicou por mensagem. Se escolhida a opção de doação financeira, o usuário escolhe a quem irá doar, contando com um campo de pesquisa. Depois de escolher o destino, o doador é direcionado a página onde escolhe se a doação será única ou recorrente e também o valor da doação, após essa etapa ele é direcionado a página de pagamento onde irá escolher a forma de pagamento e finalizar a doação.

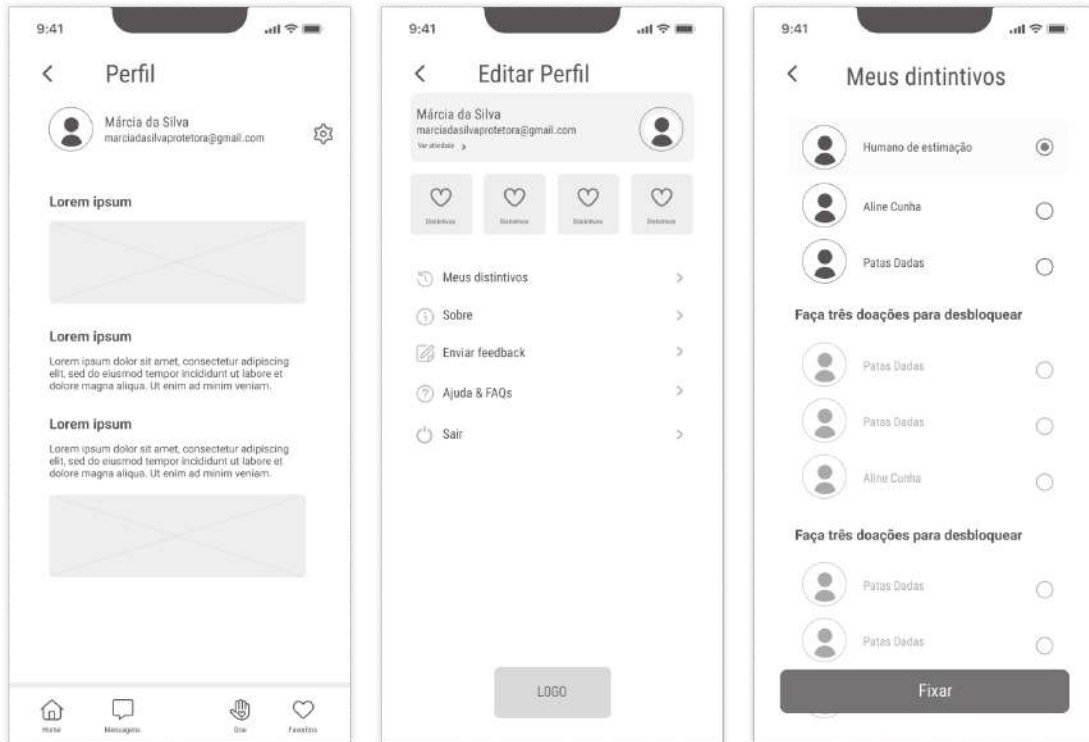
Figura 24: Doação financeira



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

Na figura 25, é possível visualizar a área de perfil e distintivos, no perfil ficam as atividades que foram realizadas pelo usuário, como: comentários deixados em artigos no blog, doações feitas (financeiras e por necessidade), animais que o perfil tem para adoção e animais que foram adotados, distintivos desbloqueados também são publicados no perfil. O usuário pode escolher deixar público ou não essas informações. Na tela de distintivos o usuário consegue visualizar e escolher o distintivo que quer usar, os distintivos que estão bloqueados ficam levemente apagados e com o texto referente à atividade que deve ser realizada para desbloquear.

Figura 25: Perfil e distintivos



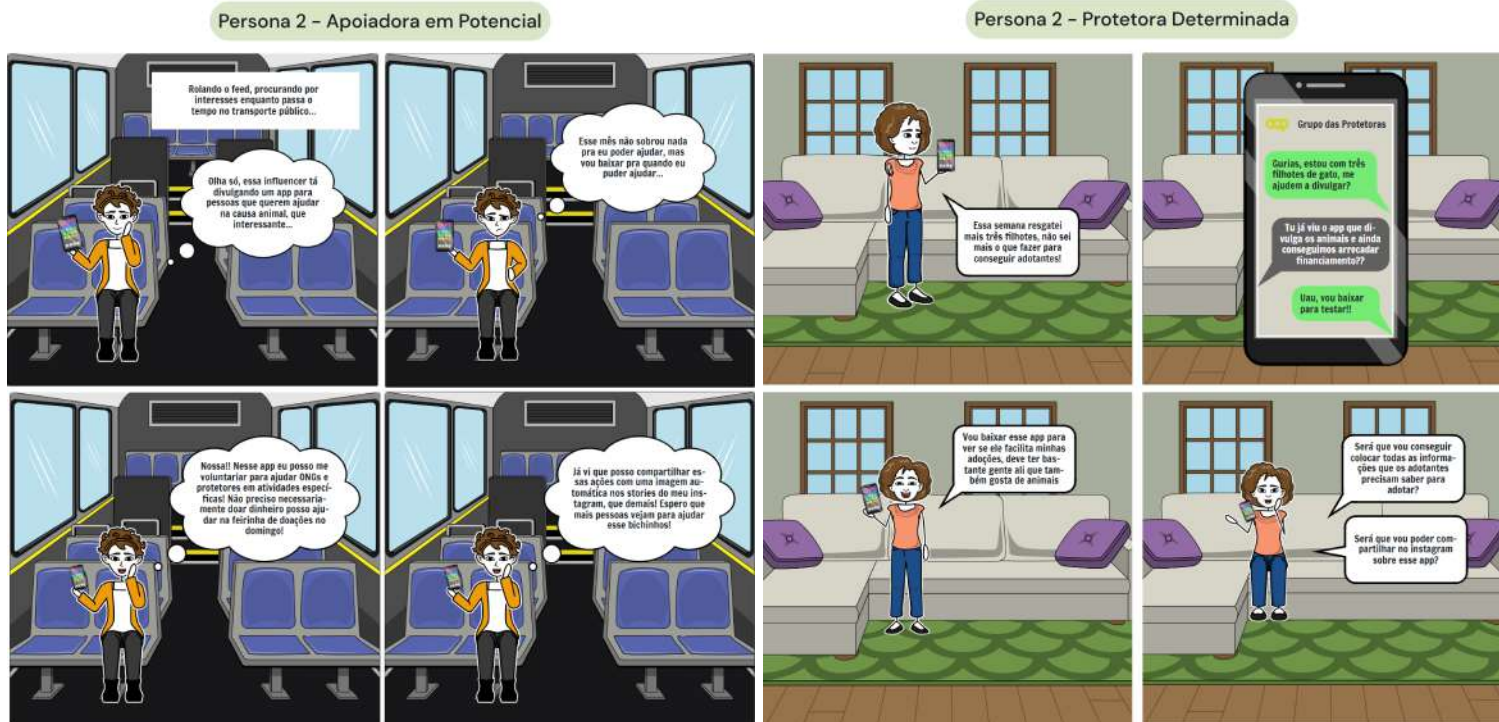
Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

6.5 STORYBOARD

Para auxiliar no processo de brainstorming da criação do aplicativo, foi utilizada a ferramenta de storyboarding. De acordo com Unger e Chandler (2009), a atividade ajuda o designer a ter insights valiosos baseados no comportamento humano inserido no contexto. Foram utilizadas as personas já criadas anteriormente para protagonizar as histórias, trazendo assim um cenário ainda mais confiável.

A situação escolhida para o storyboard foi o momento em que as personas descobrem a existência do aplicativo, pois entende-se que esse é o momento crucial onde elas irão decidir se irão utilizá-lo, quando irão e quais são suas expectativas. Também mostra um pouco do ambiente em que esta persona está inserida e como ela chegou até o aplicativo.

Figura 26: Storyboards



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

Os principais insights que emergiram da atividade de *storyboard* revelaram uma série de percepções valiosas para o desenvolvimento do aplicativo. São elas:

- a) Expor que o aplicativo tem funções diversas e não apenas doação de animais;
- b) O link de compartilhamento que gera a imagem automática precisa ter formato vertical, para que possa ser compartilhado via *stories* (*instagram, facebook, whatsapp, etc*);
- c) Trazer elementos que engajam o usuário (distintivos e linguagem divertida) logo na *splash screen*;
- d) Envolver o usuário com a linguagem, não deixá-lo sentir-se culpado por não poder ajudar financeiramente, manter o usuário animado elogiando suas atitudes altruístas em relação à causa animal.

6.6 ESTRATÉGIA DE MARCA

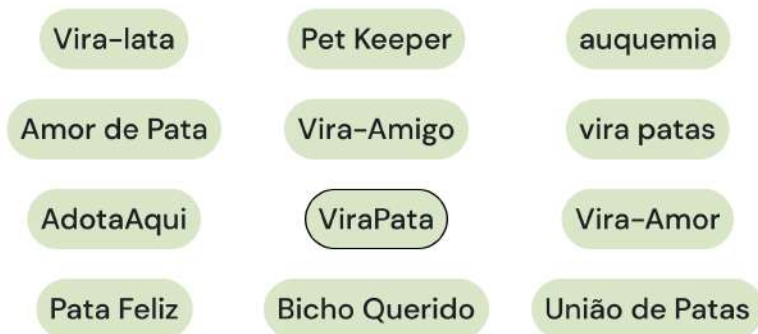
De acordo com Ungler e Chandler, a estratégia de marca tem como objetivo estabelecer conexões sólidas com os principais mercados, por meio da definição e representação coerente dos elementos essenciais da identidade da empresa. Esses elementos podem abranger desde os valores fundamentais da marca, até diretrizes para a linguagem e mensagens utilizadas, além de especificações para a manipulação do logotipo, a escolha de cores e o layout. Para a concepção do aplicativo foi desenvolvido um nome, marca, padrão cromático, ícone do aplicativo, sistema iconográfico e ilustrações.

Cada elemento interage e se integra harmoniosamente, sendo estrategicamente posicionado para formar um ambiente visualmente equilibrado, com o intuito de estabelecer uma ligação significativa e capturar o interesse do público-alvo.

6.7 NAMING

O processo de naming do aplicativo foi conduzido através do exercício de brainstorming, estendendo-se por alguns dias. A cada sessão, uma série de nomes e palavras eram registradas. Esses registros formaram uma lista diversificada, servindo como ponto de partida para a fase subsequente. Nessa etapa, foram empregados alguns critérios de eliminação, como o desejo de ser em português, possuir uma sonoridade agradável e ter uma pregnância memorável. Após avaliações e ajustes, o nome "ViraPata" emergiu como a escolha final. Sua capacidade de atender a todos os requisitos preestabelecidos e, ao mesmo tempo, evocar uma conexão emocional e clara com a missão do aplicativo, tornou-o o nome ideal que captura a essência da plataforma de forma distinta e memorável.

Figura 27: Naming



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

6.8 MARCA

Em um contexto de aplicativo, tanto o logotipo quanto o ícone de acesso desempenham papéis de extrema importância. Especialmente o ícone, por ser a porta de entrada para o app, requer a capacidade de transmitir facilmente a temática do app para que o usuário o reconheça com facilidade. O logotipo é uma das primeiras impressões que o usuário terá do produto, portanto precisa ser assertivo. O objetivo era que a marca fosse rapidamente associada à temática pet, e que fosse de certa

forma afetuosa, com cuidado para não ser “divertida” demais, como em aplicativos de Pet Shop, pois trata-se de uma causa séria. Desse modo, foram desenvolvidos um logotipo e ícone dispostos na figura a seguir.

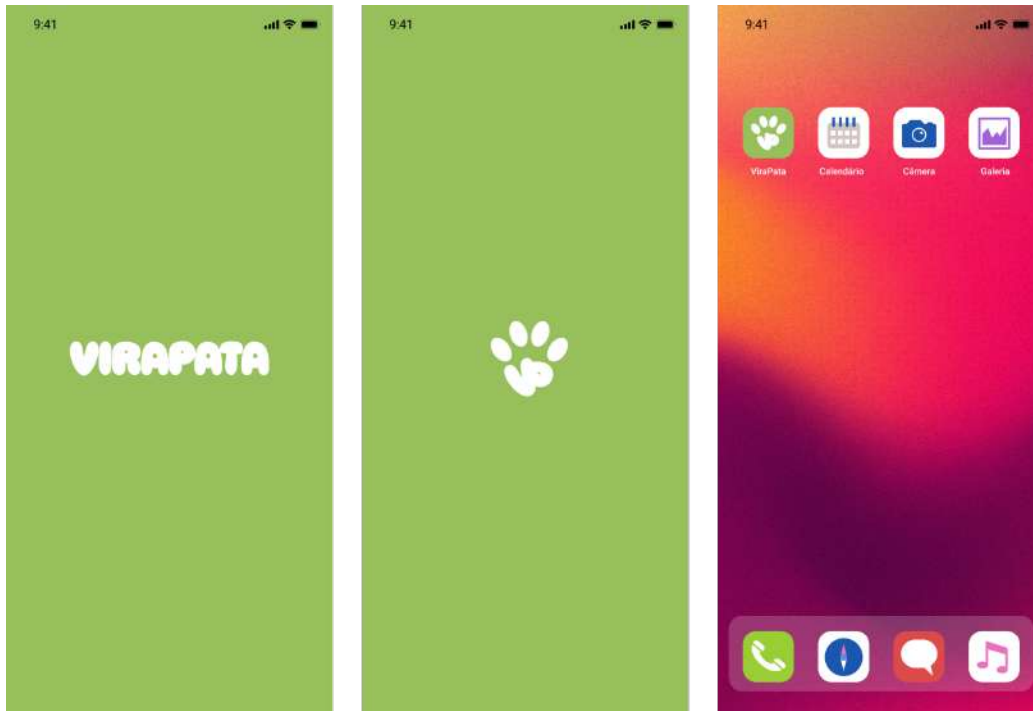
Figura 28: Logotipo e ícone



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

No aplicativo, o logotipo limita-se em aparecer somente nas telas de splash, sendo o ícone o elemento mais importante em um aplicativo, com a necessidade de ser de fácil entendimento, como citado anteriormente. Na figura a seguir (Figura 29), vê-se duas telas de *splash*, onde elas formam uma breve animação em que o logotipo transforma-se no ícone, levando as iniciais VP para o ícone.

Figura 29: Logotipo e ícone aplicados



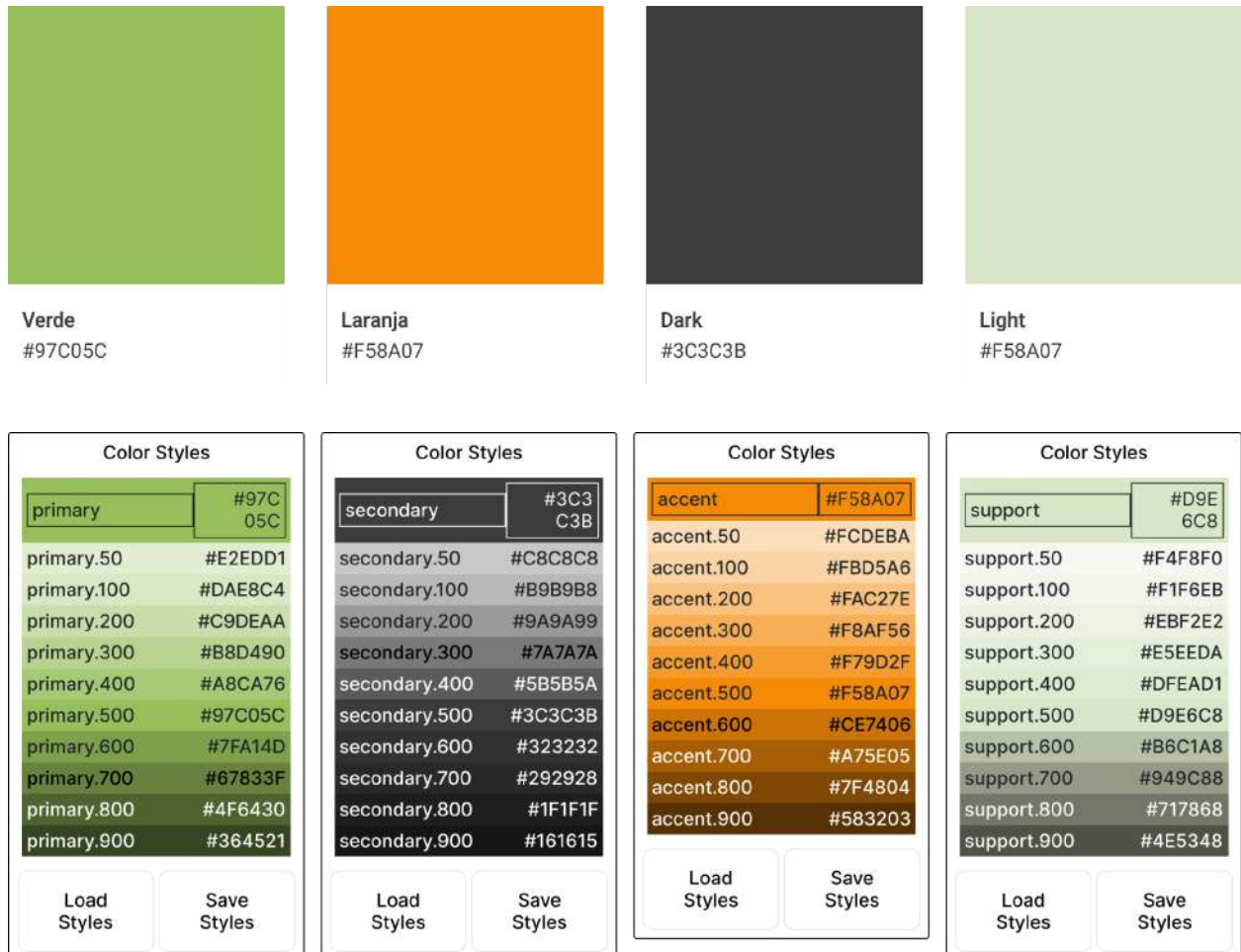
Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

6.9 PADRÃO CROMÁTICO

A seleção da cor verde como elemento central da identidade visual do aplicativo tem como referência a consciência ambiental e a compreensão dos desafios enfrentados pelos animais que vivem nas ruas, como foi visto na fundamentação teórica deste trabalho. Ao considerar que os animais desabrigados podem representar ameaças sérias para o ecossistema natural, optou-se pelo verde, já que esta cor é predominante quando tratam-se de assuntos ambientais. A cor verde expressa a natureza, o equilíbrio e o crescimento, refletindo o compromisso da marca com a preservação do meio ambiente e o respeito pela vida animal. Para a cor secundária da marca, foi escolhida a cor laranja. O laranja acrescenta um elemento visual de destaque que chama a atenção do usuário, conferindo vitalidade e energia à interface. Além disso, o laranja harmoniza com a missão de promover um ambiente acolhedor e afetuoso para os animais em busca de um lar. De acordo com a pesquisa de similares também foi

possível observar o uso de cores quentes e vibrantes em interfaces relacionadas à causa animal. (Alura, 2020)

Figura 30: Padrão cromático e escala de cores



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

Para fins de harmonização na interface e expressar funcionalidades dentro do aplicativo, foi utilizado o plug-in *Color Levels Generator* que desenvolve escala de cores baseado em uma cor escolhida. O plug-in foi utilizado em todas as cores do padrão cromático da marca e utilizado dentro do aplicativo para diferenciar textos, ilustrações e ícones. As cores *dark* e *light* foram escolhidas para trazer contraste ao padrão cromático pensando nas necessidades da interface do aplicativo.

6.10 TIPOGRAFIA

A tipografia desempenha um papel de suma importância na criação de produtos digitais, influenciando a identidade do projeto e a legibilidade do conteúdo. Escolher a família tipográfica adequada não só alinha a identidade do produto ao seu público-alvo, mas também impacta diretamente a facilidade de leitura do conteúdo.

Elegeu-se para o projeto a família Roboto por sua capacidade de representar a essência do projeto de forma coerente e oferecer uma ótima legibilidade mesmo em tamanhos reduzidos. A Roboto foi desenvolvida especificamente para interfaces digitais, garantindo uma leitura fluida em diversos dispositivos, incluindo telas de smartphones. A variedade de pesos disponíveis permitem criar hierarquias visuais claras dentro do texto, tornando-a altamente funcional e esteticamente apropriada (GitHub, 2023).

Figura 31: Padrão cromático e escala de cores

Heading Roboto-regular 24 pt	Title-section Roboto-bold 18 pt	Title-card Roboto-medium 16 pt
Body-text Roboto-regular 14 pt	Small-tittle Roboto-Semi-bold 16 pt	Info-text Roboto-regular 12 pt
Button Roboto-regular 20 pt	Modal-title Roboto-Semi-bold 20 pt	Small-info Roboto-regular 20 pt

Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

6.11 ICONOGRAFIA

Ícones simplificam a compreensão, economizam espaço e agilizam a interação (NIELSEN, J.; MACK, R. L., 1994). Para o aplicativo do projeto optou-se por utilizar pela

biblioteca *Font Awesome*⁶ como fonte de ícones, essa biblioteca oferece uma ampla variedade de ícones, contendo diversas variações, no aplicativo serão usadas a versão regular e solid. A variação *regular* indica onde o usuário pode navegar e a variação *solid* indica onde o usuário está.

Figura 32: Ícones *Font Awesome*



Fonte: *Font Awesome*. (2023)

A Figura 33 ilustra a aplicação dos ícones na barra de navegação do aplicativo ViraPata, já incorporando suas cores e arranjos correspondentes.

Figura 33: Ícones *Font Awesome* no aplicativo ViraPata



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

6.12 ILUSTRAÇÕES

O aplicativo necessitava de ilustrações para atrair e comunicar-se com o público alvo, para isso foram escolhidas uma série de ilustrações disponíveis no site *Freepik*⁷. Foi selecionado um grupo de ilustrações no estilo flat design, que são ilustrações minimalistas, com espaço aberto, limpo e bordas nítidas. O grupo de ilustrações tem permissão para uso comercial e pessoal, tanto impresso como digital e podem ser feitas alterações no seu design.

⁶ Disponível em: <https://fontawesome.com/>

⁷ Disponível em: <https://encurtador.com.br/oryzN>

Figura 34: Ilustrações

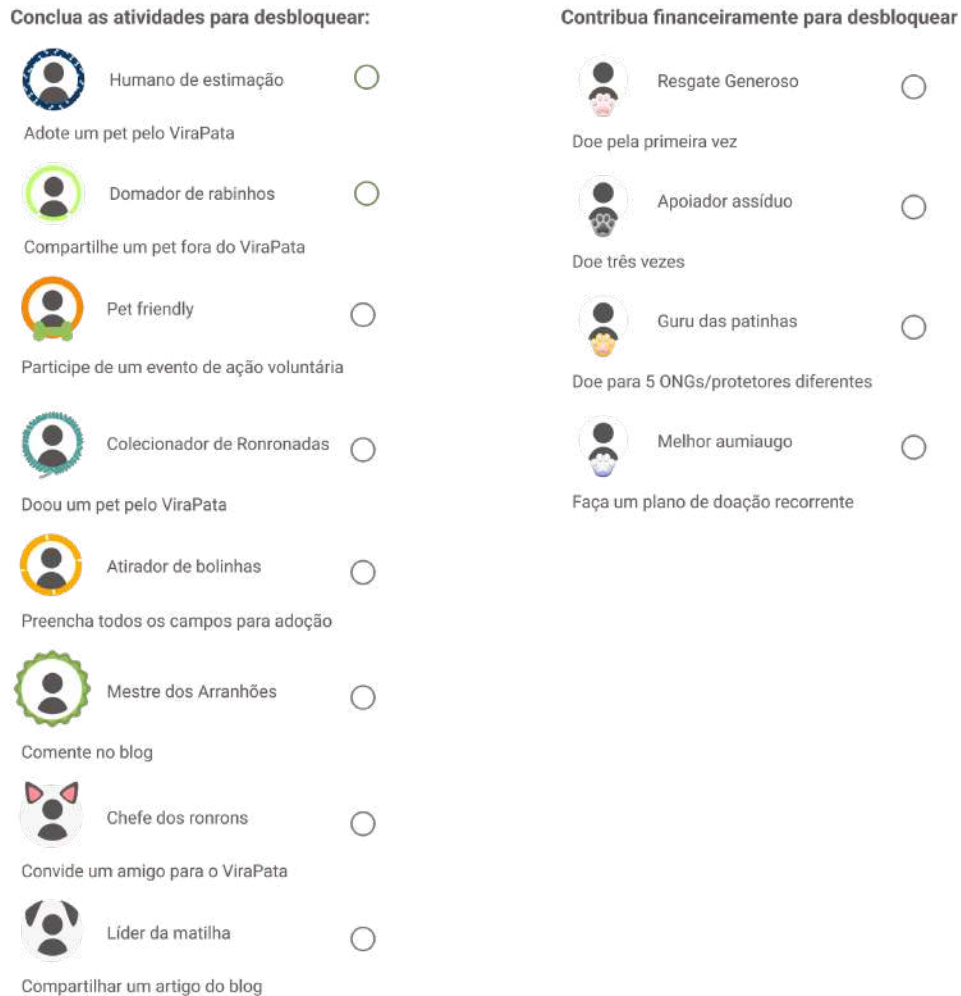


Fonte: Freepik. (2023)

6.13 DISTINTIVOS

Os distintivos funcionam como recompensas tangíveis pelas ações e interações do usuário dentro do aplicativo. Ao criar uma dinâmica de conquista, os usuários são incentivados a participar ativamente, realizar ações positivas, como compartilhar animais para adoção, comentar em postagens do blog e interagir com outros recursos do app. Para isso foram desenvolvidos alguns distintivos para que os usuários possam desbloquear de acordo com as tarefas executadas. Cada distintivo possui uma nomenclatura e uma atividade que deve ser feita para desbloqueá-lo.

Figura 35: Distintivos



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

7. ENTREGAR

Finalizando a etapa Desenvolver, seguindo a metodologia Double Diamond, a próxima etapa trata-se da Entrega, onde será desenvolvido o protótipo em alta fidelidade e executados testes com usuários para obter feedbacks sobre o aplicativo.

7.1 PROTÓTIPO EM ALTA FIDELIDADE

Na Figura 36 é apresentado o fluxo inicial do aplicativo ViraPata para o primeiro contato do usuário com a interface. As duas primeiras telas representam a animação

de entrada no app, logo após, as três telas introdutórias que apresentam o que terá no aplicativo.

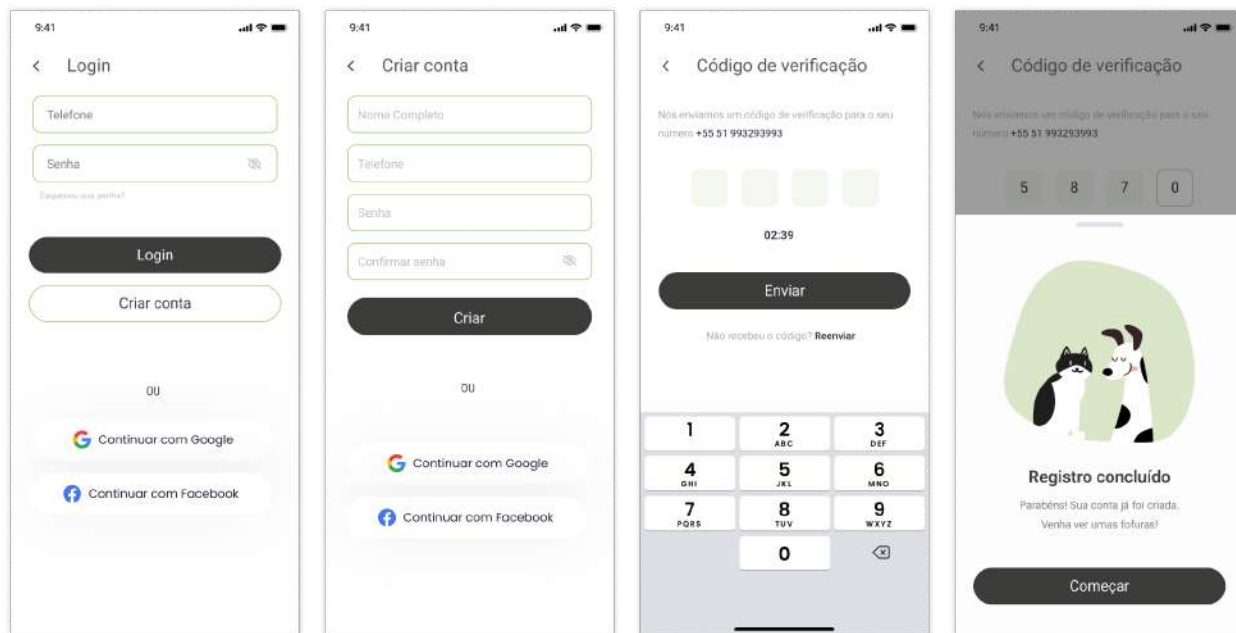
Figura 36: *Splash Screen e Onboarding*



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

Em seguida, na figura 37, estão as telas de login e primeiro registro do usuário:

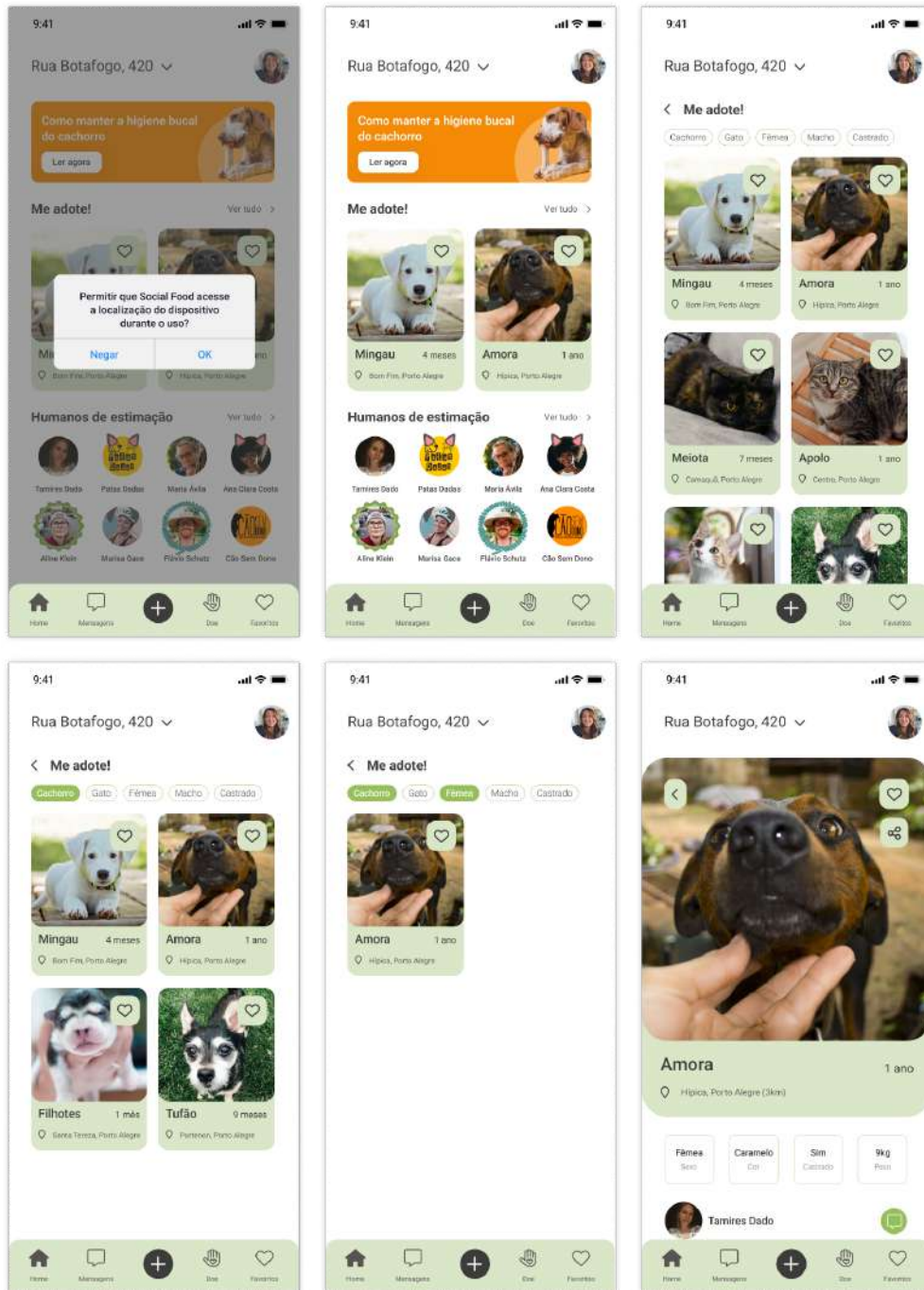
Figura 37: *Login e Sign In*



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

Na figura 38, é apresentada a tela *home*, que inicia com o pedido de permissão de acesso a localização, já que o aplicativo depende da localização para que apareçam animais próximos do local do usuário. Seguindo o fluxo do aplicativo, a área de principal interesse, “Me adote!”, fica localizada no meio da tela aproveitando a zona de atenção central do usuário. Ao posicionar informações importantes nessa região, aumenta-se a probabilidade de que os usuários notem e absorvam a mensagem de maneira mais eficaz. Através do botão “ver mais” o usuário passa para uma área onde tem apenas animais para adoção, podendo escolher opções de filtro. O usuário também pode favoritar no ícone de coração o animal, salvando ele na aba de favoritos. Abrindo a página do animal, o usuário encontra fotos, informações importantes sobre o animal, uma descrição e a opção de contato com quem está doando o animal.

Figura 38: Home e Me Adote



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

A partir da tela de adoção de um animal é possível compartilhar uma imagem gerada automaticamente pelo aplicativo e escolher onde compartilhá-la. Ao permitir que os usuários compartilhem uma imagem nas redes sociais, o alcance da mensagem é ampliado para um público mais amplo, potencialmente alcançando pessoas interessadas em adoção ou na causa animal. A possibilidade de compartilhamento também incentiva os usuários a interagirem diretamente com o aplicativo, aumentando o tempo de uso e a frequência de visitas. Como mencionado na fundamentação teórica, o ato de ajudar a compartilhar também é uma forma de trabalho voluntário e isso pode contribuir de maneira positiva para a causa, resultando em uma conexão mais duradoura com o aplicativo e a marca.

Figura 39: Compartilhar pet

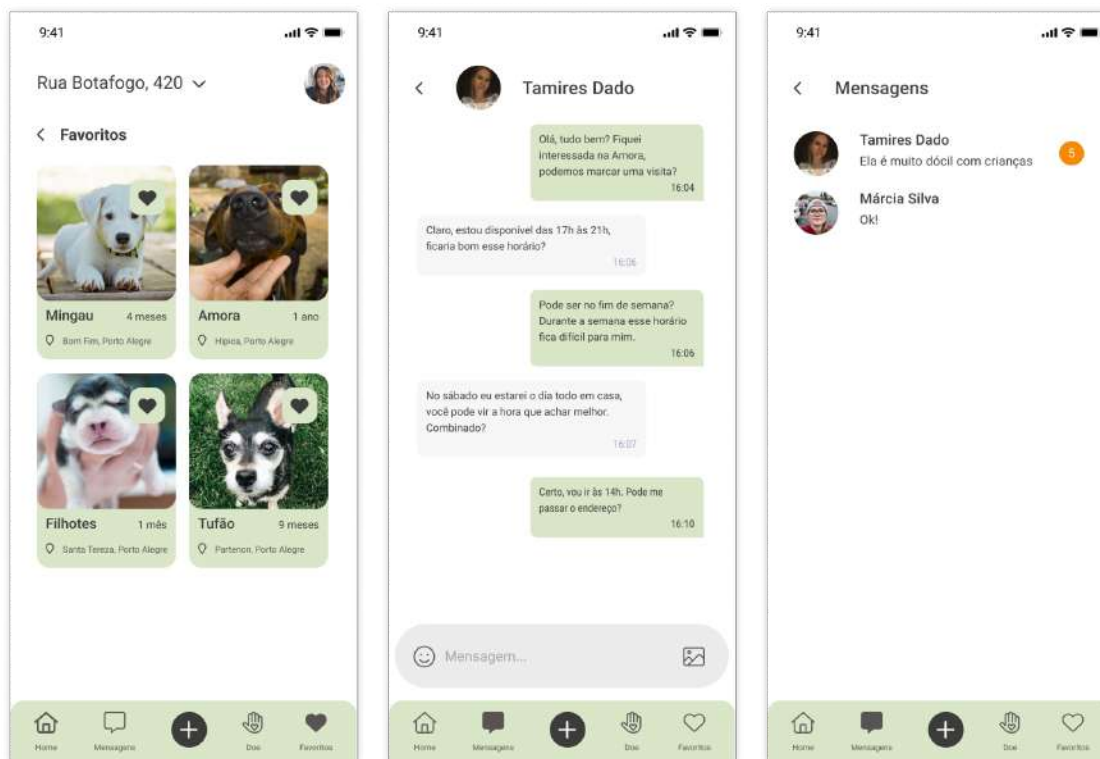


Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

As áreas de mensagem e favoritos (figura 40) localizadas na barra de navegação servem respectivamente para que os usuários possam se comunicar dentro do

aplicativo e para salvar animais que possuem interesse. Tanto as mensagens quanto os favoritos foram aspectos vistos na pesquisa de similares e percebidos como de suma importância para o usuário.

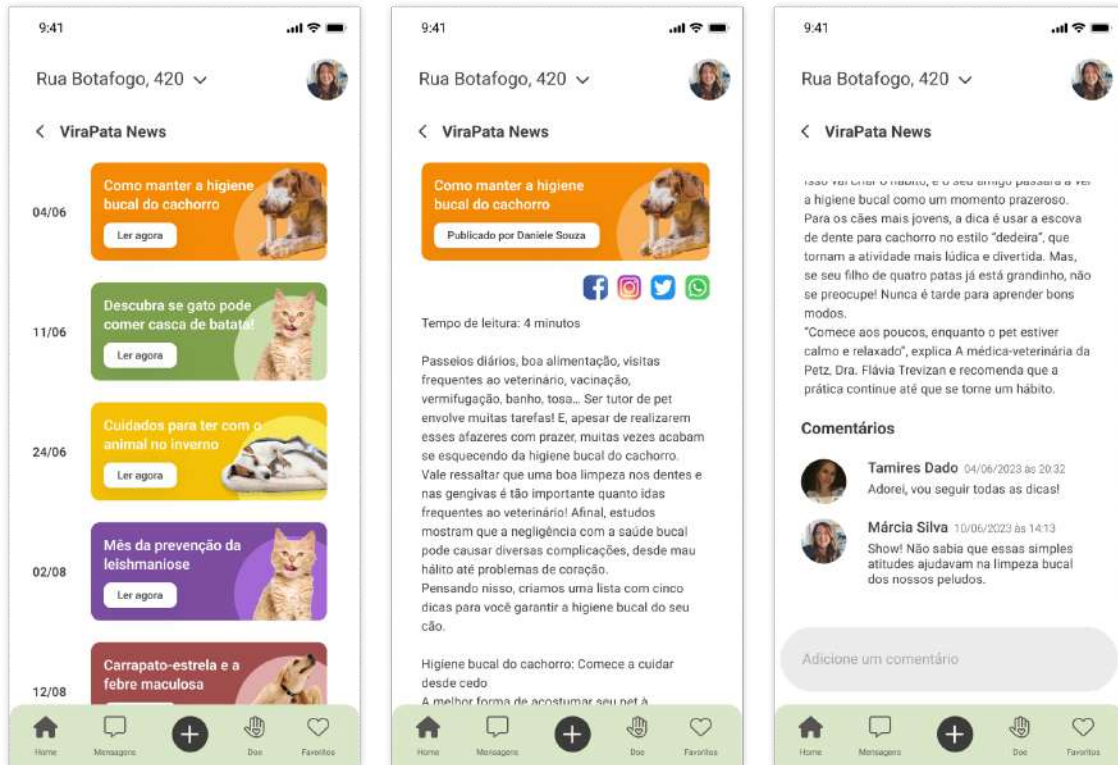
Figura 40: Mensagens e Favoritos



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

A figura 41 demonstra a área chamada “ViraPata News”, que publica periodicamente notícias e informações educacionais sobre cuidados com os animais, nas publicações os usuários podem comentar e interagir, além de que os comentários aparecem também na área de perfil do usuário como atividade. Essa área também é dedicada a aparecerem as publicações de protetores de ONGs após doações de animais, para contar histórias de vitória, incentivando e motivando os usuários a apoiarem a causa animal.

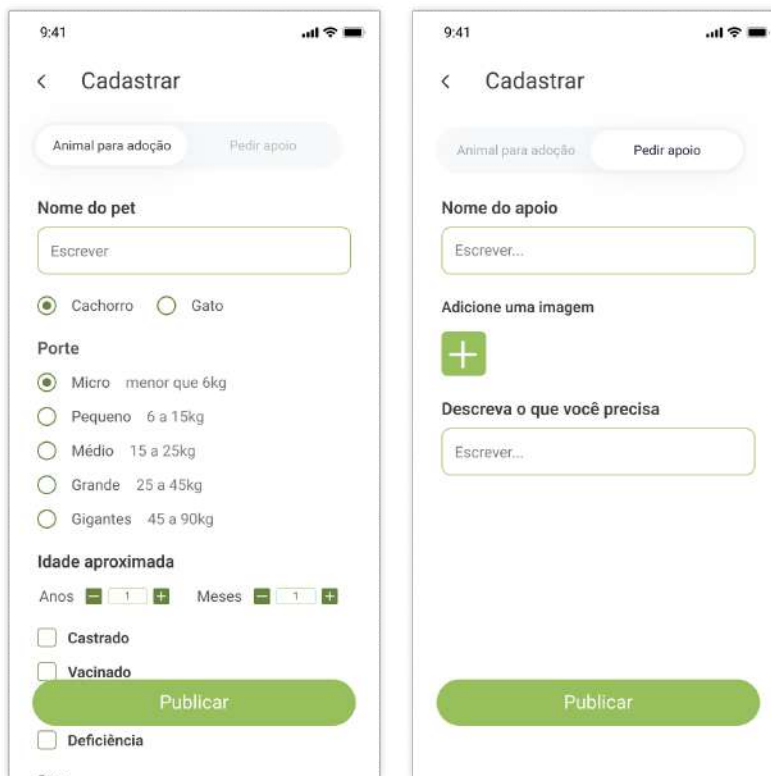
Figura 41: ViraPata News



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

Na figura 42 a seguir é possível visualizar a área de cadastro de animais e apoio. O cadastro é feito a partir do botão “+” da barra de navegação e conta com um botão *switch* para escolher qual tipo de cadastro deve ser feito: para adoção de animal ou para pedido de apoio. Para adoção de animais foram desenvolvidos diferentes campos obrigatórios a serem preenchidos, visto que no *survey* executado na etapa descobrir alguns responderam ser importante já no anúncio do animal saber características do animal a ser adotado, sem necessariamente entrar em contato com o protetor ou ONG para sanar as dúvidas.

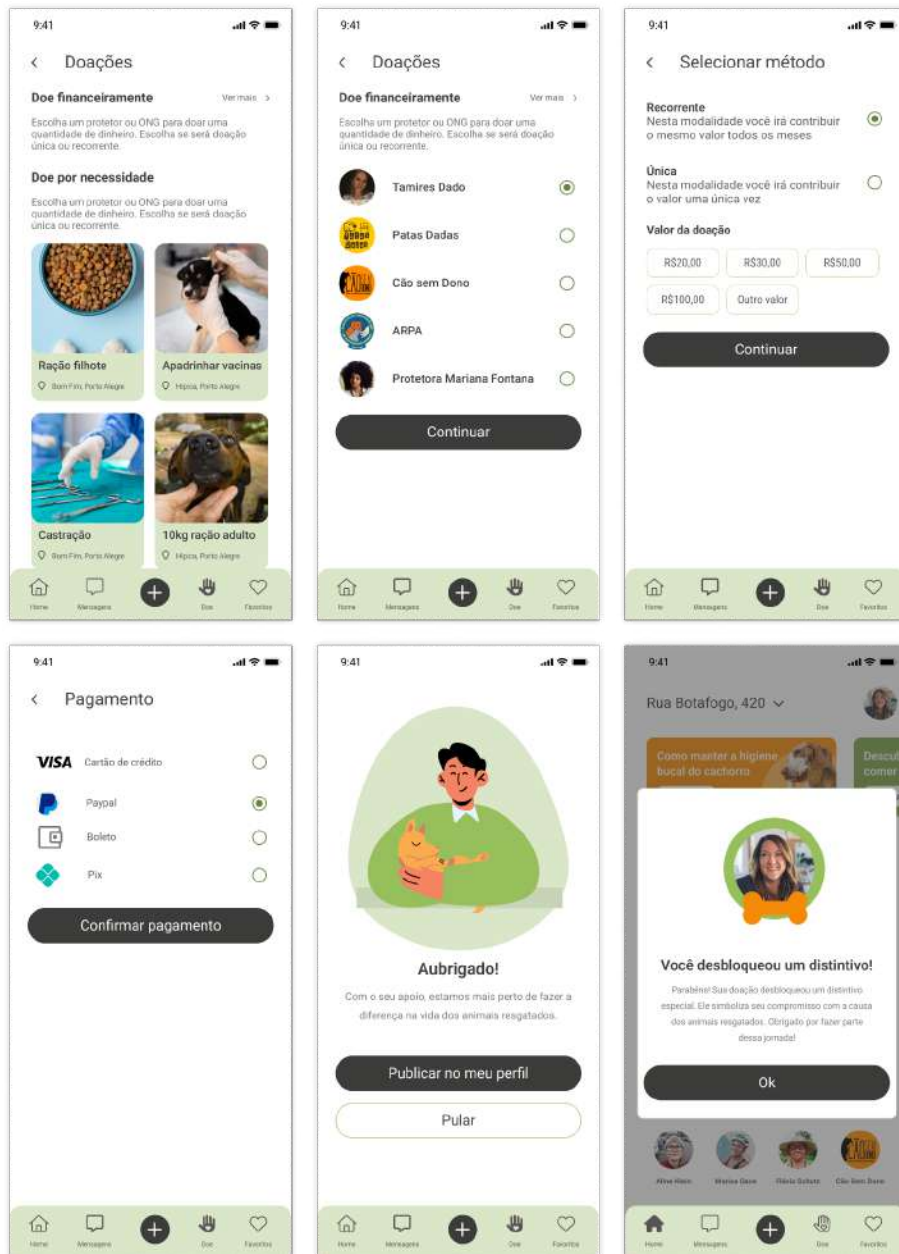
Figura 42: Cadastro



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

A área de doações pode ser acessada a partir da barra de navegação, seguindo o fluxo de navegação, o usuário primeira interage com a tela onde existe a possibilidade de doar de acordo com a necessidade postada no modo pedir apoio, dessa maneira o usuário vai conversar através das mensagens para combinar como será feita a doação ou o trabalho voluntário. Na mesma tela, o usuário pode escolher doar financeiramente, então passa para a tela onde escolherá para quem irá fazer a doação, escolhendo um perfil existente dentro do aplicativo. Após essa etapa, o usuário escolhe se a doação será única ou recorrente e escolhe o valor. Na próxima tela escolhe como irá realizar o pagamento e finalizar a doação. Após realizada a doação, o usuário recebe uma mensagem de agradecimento, e quando volta a página inicial aparecerá um modal notificando-o que desbloqueou um distintivo.

Figura 43: Doações

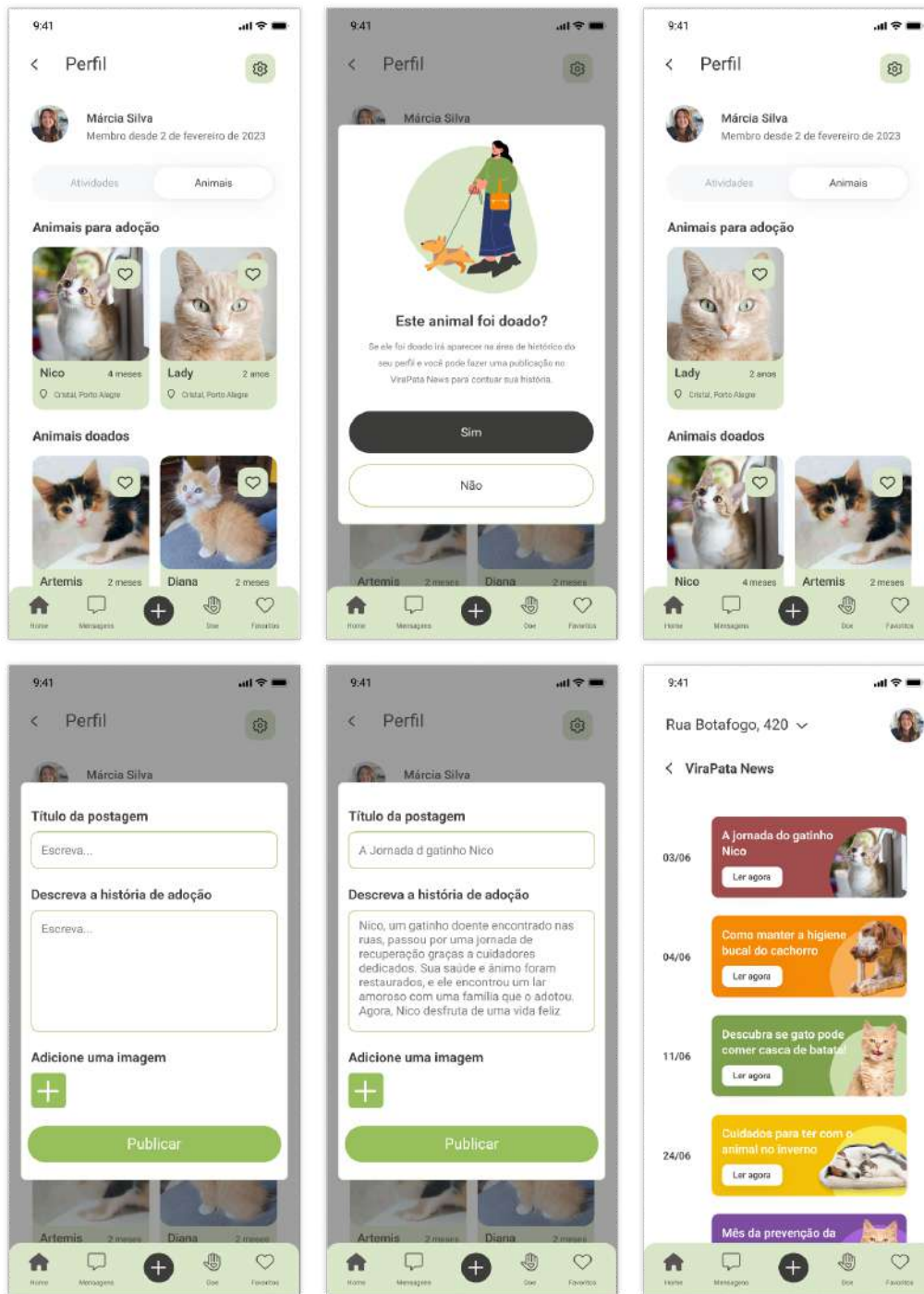


Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

O aplicativo conta com uma área de perfil, onde os usuários podem visualizar uns aos outros e deixar suas atividades no aplicativo visíveis ou não publicamente. Dentro da área de perfil o usuário possui ainda duas áreas: as atividades gerais no aplicativo e a área de animais, nesta parte ficam os animais que estão para doação pelo perfil e

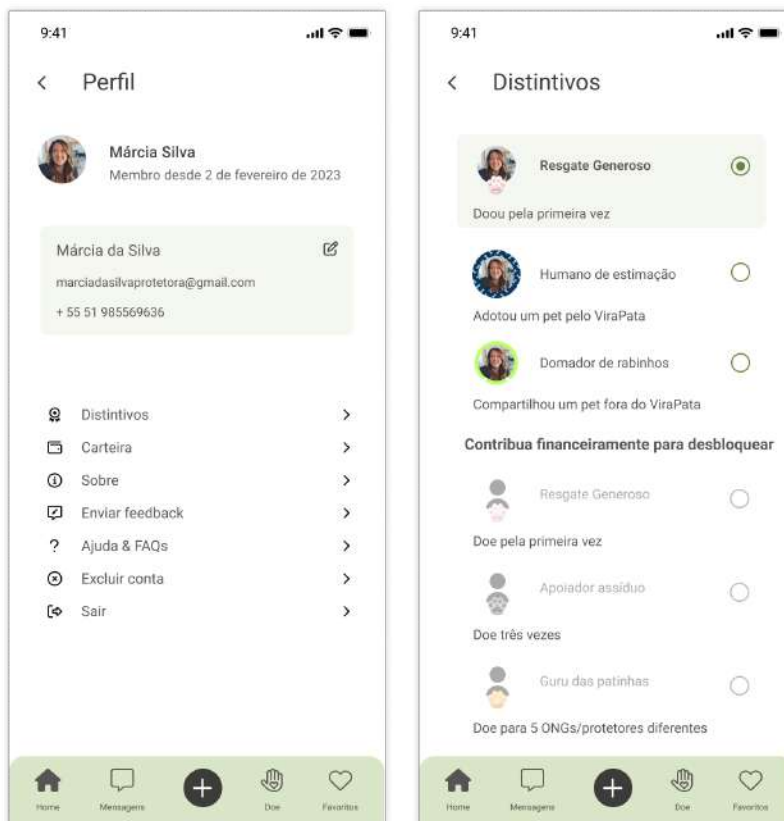
animais que já foram doados. A partir do momento que o animal está na área de animais que já foram doados é possível realizar uma publicação contando a história do animal, que será publicada no ViraPata News. Ainda, na aba de perfil, o usuário pode tocar na engrenagem para configurações e nessa área visualizar seus distintivos (figura 45) e as tarefas que devem ser feitas para desbloquear novos distintivos. O desbloqueio e compartilhamento de distintivos cria uma sensação de realização e também fomenta um senso de pertencimento e comunidade, à medida que os usuários exibem seus distintivos personalizados. Essa gamificação estimula o engajamento contínuo, criando um ciclo virtuoso de interação, adoção e apoio à causa animal.

Figura 44: Perfil



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

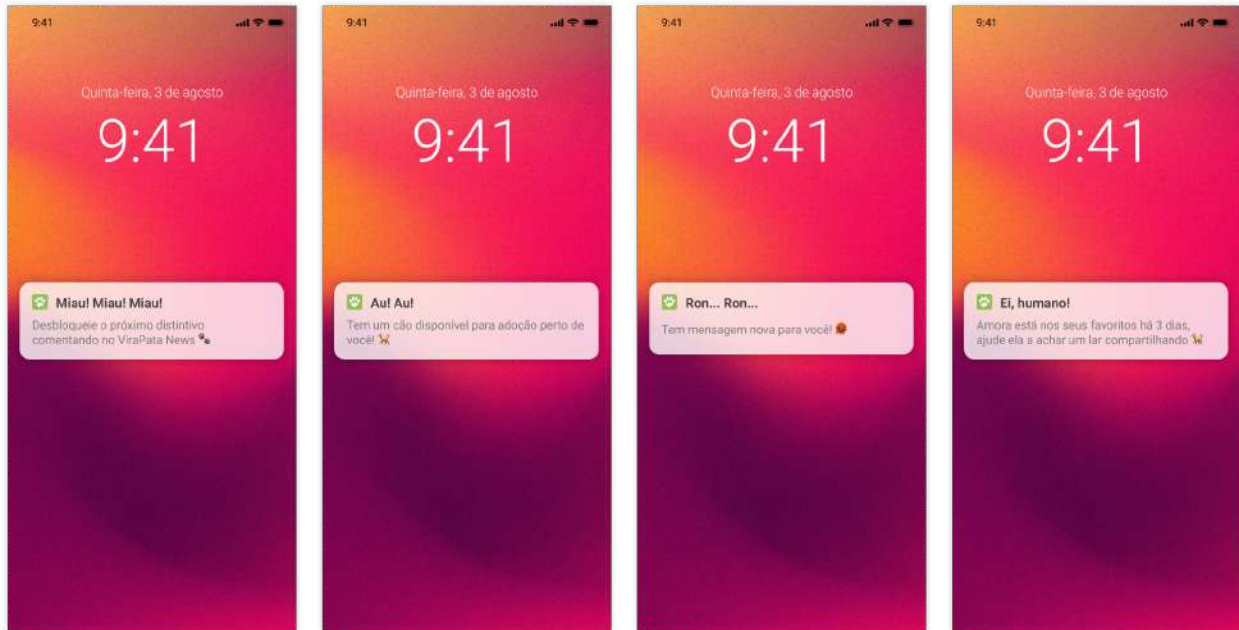
Figura 45: Distintivos



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

Na figura a seguir, são apresentados exemplos de notificações que chegam ao usuário. São notificações que chamam o usuário de volta ao aplicativo para realizar algumas ações como: desbloquear distintivos, avisos de novos animais para adoção, notificação de mensagens novas, de aviso quando um animal está a um determinado tempo nos favoritos e também de novos artigos publicados no ViraPata News.

Figura 46: Notificações



Fonte: Elaborado pela autora. (2023)

7.2 TESTE E FEEDBACK

Durante a etapa de avaliação de usabilidade, um participante interagiu com o protótipo de alta fidelidade do aplicativo, tendo obtido sucesso na realização das tarefas propostas. Contudo, foi feita uma observação pertinente, a preocupação do participante em relação ao contraste da cor dos caracteres na interface. Embora o participante tenha conseguido completar as tarefas, ele ressaltou que a legibilidade e a clareza do conteúdo textual foram prejudicadas devido ao contraste desfavorável. É importante destacar que, posteriormente, houve uma intervenção para otimizar o contraste de cores no aplicativo, visando melhorar a experiência do usuário. Essa foi a última etapa do projeto e representou a iteratividade no processo de design utilizando a metodologia Double Diamond.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No desenvolvimento do ViraPata, o emprego das metodologias de Double Diamond e de Unger e Chandler desempenhou um papel fundamental na construção de uma abordagem estruturada e eficaz, foi utilizando as ferramentas adequadas que tornou-se possível a compreensão da problemática envolvida no projeto: a superpopulação e o abandono de animais nas ruas.

A presença de animais nas ruas é acompanhada por uma série de adversidades que exigem atenção, como a reprodução desenfreada que contribui para o aumento da população de animais desabrigados, a proliferação de zoonoses, intensificando preocupações de saúde pública, a ocorrência frequente de acidentes de trânsito causados por animais em vias urbanas. Esses assuntos são pouco falados e muitas vezes negligenciados pelas autoridades em nosso país. Por isso a importância de conscientizar e engajar o usuário para essa temática, que muitas vezes é evitada por uma carga emocional pesada.

Através do design, é possível fomentar a conscientização, o engajamento e a responsabilidade em relação à causa animal, contribuindo para um futuro mais compassivo e sustentável em relação aos animais. O estudo em questão possibilitou o desenvolvimento de um aplicativo destinado a orientar e sensibilizar os usuários na importância da proteção e do respeito aos animais, com a participação ativa de comunidades e indivíduos engajados. Um produto que busca fortalecer a ligação entre os seres humanos e os animais, promovendo uma mudança positiva nas atitudes e no cuidado com nossos amigos de quatro patas.

Nessas circunstâncias, o design se posiciona como um aliado fundamental neste projeto de transformação cultural crucial. Pois cativar o interesse e o engajamento das pessoas em relação à causa animal, que muitas vezes é percebida como distante de suas preocupações imediatas, representa um grande desafio. No entanto, ao adotar um design atraente, criar um ambiente envolvente e incorporar elementos de

gamificação, é possível capturar a atenção e proporcionar uma educação prática sobre a importância do bem-estar animal. Essa abordagem visa a promoção de uma mudança de mentalidade e comportamento que terá efeitos positivos a longo prazo.

REFERÊNCIAS

ALVES A.J.S.; GUILOUX A.G.A.; ZETUN C.B.; POLO G.; BRAGA G.B.; PANACHÃO L.I.; SANTOS O.; DIAS R.A.; Abandono de cães na América Latina: revisão de literatura / Abandonment of dogs in Latin America: review of literature / Revista de Educação Continuada em Medicina Veterinária e Zootecnia do CRMV-SP / Continuous Education Journal in Veterinary Medicine and Zootechny of CRMV-SP. São Paulo: Conselho Regional de Medicina Veterinária, v. 11, n. 2 (2013), p. 34 – 41, 2013.

ALURA. Psicologia das cores: veja como isso é essencial para o sucesso do designer. Disponível em: <https://www.alura.com.br/artigos/psicologia-das-cores-veja-como-isso-e-essencial-para-o-sucesso-do-designer#:~:text=Verde%3A%20riqueza%2C%20natureza%2C%20crescimento.ajuda%20a%20aliviar%20a%20ansiedade>. Acesso em: 20 ago. 2023.

ASPCA. (2022). Shelter Intake and Surrender. <https://www.aspc.org/animal-homelessness/shelter-intake-and-surrender/pet-statistics>

BBC News. Dos pés à cabeça, os problemas de saúde que a tecnologia pode causar. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-46559922>. Acesso em: 22 mar. 2023.

BERNARD. P.; DEMARET, A. Why have pets? Present and permanent reasons. [artigo científico]. 1996. Disponível em: <<http://www.users.skynet.be/ethologia/study.html>> Acesso em 15 dez. 2022.

CAES E GATOS. Número de cães e gatos em situação de vulnerabilidade dobra em dois anos, aponta pesquisa. Cães e Gatos, 18 set. 2019. Disponível em: <https://caesegatos.com.br/numero-de-caes-e-gatos-em-situacao-de-vulnerabilidade-dobra-em-dois-anos-aponta-pesquisa/>. Acesso em: 26 mar. 2023.

CAETANO, E.C.S. As contribuições da TAA - terapia assistida por animais à psicologia. 2010. 69 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Psicologia) - Curso de Psicologia, Universidade dos Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2010.

COSTA, E. C. (2006). Animais de estimação: uma abordagem psico-sociológica da concepção dos idosos (Dissertação de Mestrado em Saúde Pública). Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza.

DESIGN COUNCIL. Double Diamond: 15 Years of Design Council's Framework for Innovation. Publicado em 05 de maio de 2021. Disponível em: <https://www.designcouncil.org.uk/our-work/news-opinion/double-diamond-15-years>. Acesso em: 19 jan. 2023.

DESIGN COUNCIL. Framework for Innovation: Design Council's Evolved Double Diamond. Disponível em: <https://www.designcouncil.org.uk/our-work/skills-learning/tools-frameworks/framework-for-innovation-design-councils-evolved-double-diamond/>. Acesso em: 19 jan. 2023.

DOAR FÁCIL. Como sobrevive uma ONG? [S.l.], Doar Fácil, [2019]. Disponível em: <https://www.doarfacil.com.br/blog/como-sobrevive-uma-ong/>. Acesso em: 22 dez. 2022.

EGAN, J., & MCPHAIL, C. (2019). Independent Animal Protection in Canada: Motivations, Strategies, and Challenges. *Society & Animals*, 27(4), 403-421. <https://doi.org/10.1163/15685306-12341531>

FARACO, C.B.; SEMINOTTI, N. A relação homem-animal e a prática veterinária. *Revista CFMV Ano x-n.32 p.57-62*. Brasília (2004).

STAFFORD, K. *The Welfare of Dogs*. The Netherlands. Springer. 2007. UNESCO. Declaração dos direitos dos animais, de 27 de janeiro de 1978. Disponível em: http://www.forumnacional.com.br/declaracao_universal_dos_direitos_dos_animais.pdf.

FOLHA DE S. PAULO. Número de animais abandonados cresce, mas adoção não acompanha. São Paulo, Folha de S. Paulo, 30 ago. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2022/08/numero-de-animais-abandonados-cresce-mas-adocao-nao-acompanha.shtml>. Acesso em: 21 dez. 2022.

FOLHA DE PERNAMBUCO. Por que os chamamos de pets? Folha Pet, 11 dez. 2018. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/colunistas/folha-pet/por-que-os-chamamos-de-pets/20538/>. Acesso em: 10 dez. 2022.

GALETI, M.; SAZIMA, I. Impacto de cães ferais em um fragmento urbano de Floresta Atlântica no sudeste do Brasil. *Natureza e Conservação*. v. 4, p. 58-63. 2006.

GOOGLE FONTS. Roboto. Disponível em: <https://github.com/googlefonts/roboto#readme>. Acesso em: 2 mai. 2023.

HUBIFY. Oxfam Brasil. Disponível em: <https://hubify.com.br/cases/oxfam-brasil/>. Acesso em: 12 jan. 2023.

Humane Society International. (2022). How You Can Help Animals. <https://www.hsi.org/help/>

INSTITUTO PET BRASIL. Amor pelos animais impulsiona os negócios. [S.l.], Instituto Pet Brasil, [2021]. Disponível em: <https://institutopetbrasil.com/fique-por-dentro/amor-pelos-animais-impulsiona-os-negocios/>. Acesso em: 16 dez. 2022.

JACQUET, J.; WAGNER, B. Independent Animal Protection in Germany: Motivations, Activities, and Challenges. *Society & Animals*, v. 22, n. 1, p. 20-39, 2014.

KRUG, Steve. Não me faça pensar: uma abordagem de bom senso à usabilidade na web. Rio de Janeiro: Alta Books, 2006.

LAMPERT, Manoela. Benefícios da relação homem-animal. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Medicina Veterinária) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/104881>. Acesso em: 02 fev. 2023.

LANDSBERG, G.; HUNTHAUSEN W.; ACKERMAN L. Problemas comportamentais do cão e do gato. São Paulo: Roca, 2004.

NASCIMENTO, Andréia Cristina Gomes; NETO, Eduardo Simões. A responsabilidade civil e criminal dos tutores ante o abandono dos animais domesticados. Jusbrasil, São Paulo, 24 nov. 2022. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/101320/a-responsabilidade-civil-e-criminal-dos-tutores-ante-o-abandono-dos-animais-domesticados>. Acesso em: 26 mar. 2023.

NEW Jr., J. C.; SALMAN, M. D.; KING, M.; SCARLETT, J. M.; KASS, P. H.; HUTCHISON, J. M. Characteristic of Shelter-Relinquished Animals and Their Owners Compared With Animals And Their Owners in U.S. Pet-Owning Households. Journal of Applied Animal Welfare Science, v. 3, n. 3, p. 179-201, 2000.

NICOLETTI, M. A.; MANUEL, P. R. Terapia assistida por animais (TAA) ou atividade assistida por animais (AAA): incorporação nas práticas integrativas e complementares no SUS. Revista Infarma Ciências Farmacêuticas, v. 31, n. 4, p. 458-464, 2019.

NIELSEN, J. (2012). Usability Engineering. Morgan Kaufmann.

NIELSEN, J.; MACK, R. L. Ten Usability Heuristics. Nielsen Norman Group, [S.l.], 1994. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>. Acesso em: 26 mar. 2023.

NORMAN, D. (2013). The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition. Basic Books.

NUNES, Mark. Os princípios do design em User Interface. Medium, 12 jan. 2018. Disponível em: <https://medium.com/ui-lab-school/os-princ%C3%ADpios-do-design-em-user-interface-80f300cb81e0>. Acesso em: 26 mar. 2023.

PENA, Rodolfo F. Alves. "Terceiro Setor"; Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/geografia/terceiro-setor.htm>. Acesso em: 20 fev. 2023.

PETZ. Como ocorreu a domesticação de animais? Petz Blog, [S.l.], 18 jul. 2022. Disponível em: <https://www.petz.com.br/blog/pets/ong-de-adocao-de-animais/>. Acesso em: 1 mar. 2023.

PETZ. ONG de adoção de animais: como funciona e como ajudar. Petz Blog, [S.l.], 22 set. 2021. Disponível em: <https://www.petz.com.br/blog/pets/ong-de-adocao-de-animais/>. Acesso em: 12 mar. 2023.

Reportei. O que são métricas de vaidade em Marketing Digital. Disponível em: <https://reportei.com/metricas-de-vaidade/#:~:text=O%20que%20s%C3%A3o%20m%C3%A9tricas%2>

[Ode.visualiza%C3%A7%C3%B5es%20de%20um%20v%C3%ADdeo%20promocional](#). Acesso em: 12 mar. 2023.

Resultados Digitais. Engajamento no marketing digital. Disponível em:

<https://resultadosdigitais.com.br/marketing/engajamento/#:-:text=Engajamento%2C%20no%20Marketing%20Digital%2C%20ocorre.em%20uma%20taxa%20de%20engajamento>. Acesso em: 12 mar. 2023.

SILVA, A. M. B.; SERRA, M. A. S.; KUPFER, M. C. M. Terapia assistida por animais: revisão sistemática da literatura. CoDAS, São Paulo, v. 30, n. 1, e20200104, 2018. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/codas/a/ndFPQNGM9n5D5yVHsM9djj/?lang=pt>. Acesso em: 28 mar. 2023

SILVA, Elton Praxedes Carvalho da; VASCONCELOS, Sandra Stöckli de; FILHO, Miguel Arantes Normanha. Captação de recursos para a gestão do terceiro setor, um grande desafio. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 9., 2012, Resende. Anais [...]. Resende: SEGeT, 2012. Tema: Gestão, Inovação e Tecnologia para Sustentabilidade.

SLATER, M.R. The role of veterinary epidemiology in the study of free-roaming dogs and cats. Preventive Veterinary Medicine, v. 48, p. 273-286. 2001.

UK Design Council. (2007). Designing for the 21st Century: Interdisciplinary Methods and Findings.

Disponível em:

https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/Designing_for_the_21st_Century_in_terdisciplinary_methods_and_findings.pdf. Acesso em 12 mar. 2023.

UNGER, R., & CHANDLER, C. (2012). A Project Guide to UX Design. New Riders.

VOLPATO, Elisa. Qual a diferença entre usabilidade e experiência do usuário? 2018. Disponível em:

<https://medium.com/testr/qual-a-diferen%C3%A7a-entre-usabilidade-e-experi%C3%A2ncia-do-usu%C3%A1rio-fdcc834a208b>. Acesso em: 26 mar. 2023.

WEBEX BLOG. O que é colaboração? Disponível em:

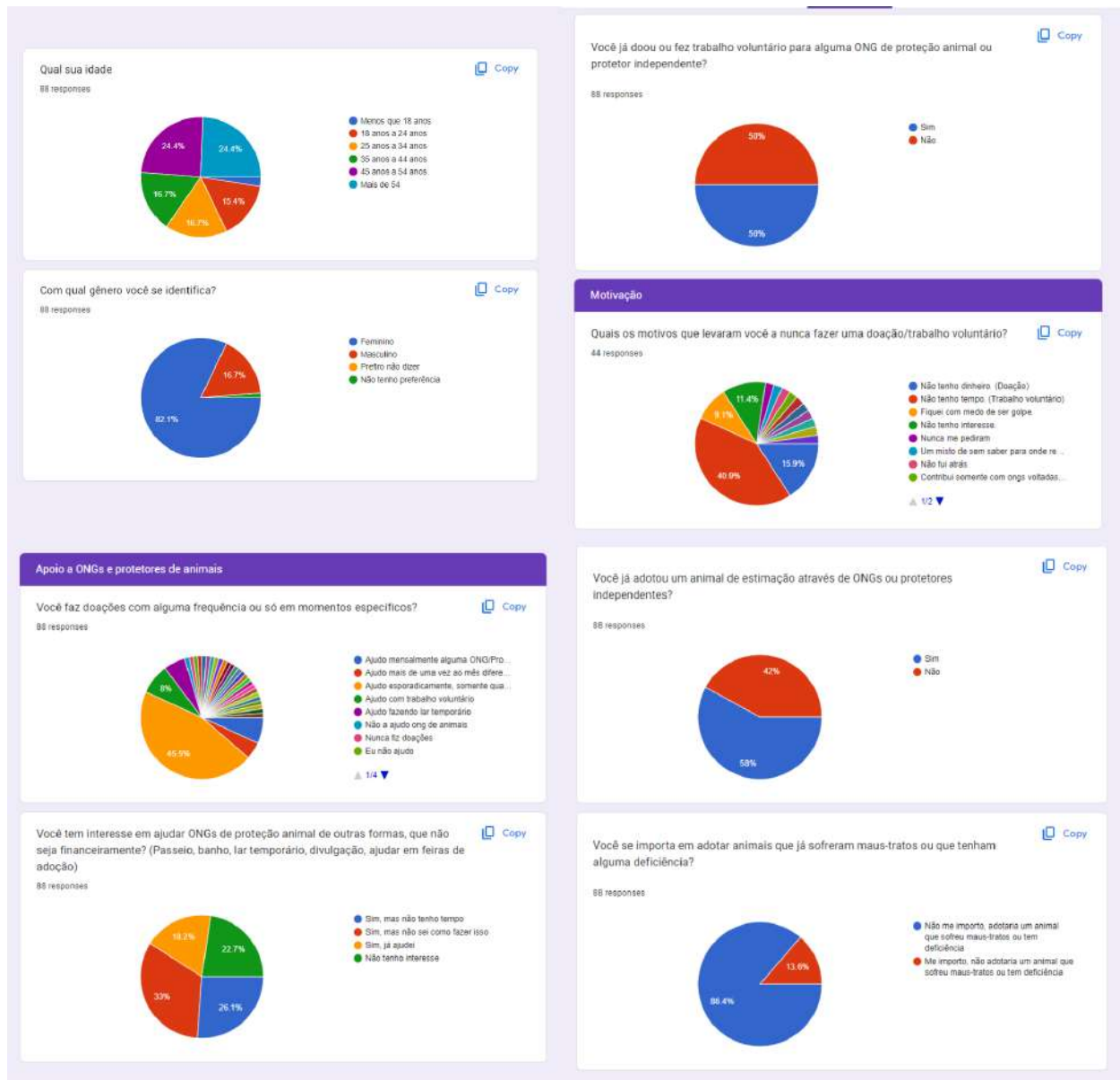
<https://blog.webex.com/pt-br/videoconferencia/o-que-e-colaboracao/>. Acesso em: 12 mar. 2023.

WENG, H. Y.; KASS, P. H.; HART, L. A.; CHOMEL, B. B., Risk factors for unsuccessful dog ownership: An epidemiologic study in Taiwan. Preventive Veterinary Medicine, v. 77, p. 82-85, 2006.

World Animal Protection. (2019). Animal Protection Index.

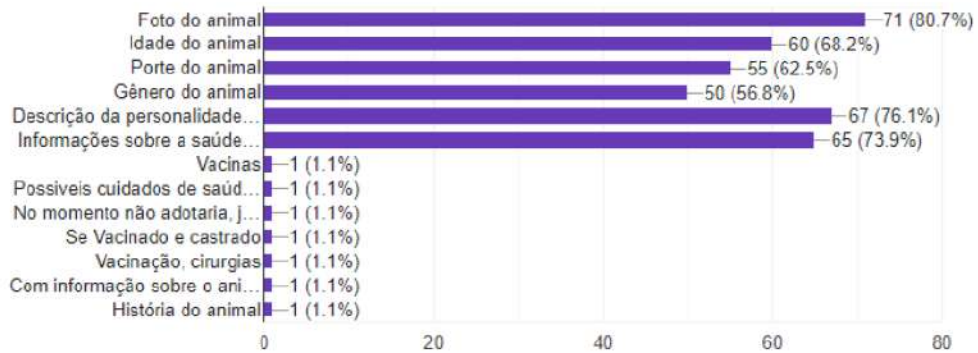
https://www.worldanimalprotection.org/sites/default/files/int_files/api_2019_index.pdf

APÊNDICE



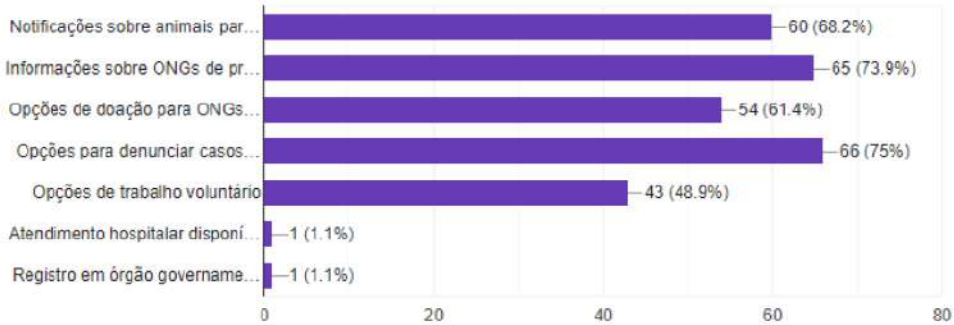
Que tipo de informações você gostaria de ver em um anúncio de adoção de animais? [Copy](#)

88 responses



Que tipo de informações você gostaria de ver em um perfil de protetor de animais? [Copy](#)

88 responses



ANEXO 1

PESSOA 1

1. Qual a principal forma (e mais eficaz) de captar recursos que a instituição que você participa utiliza?

Fazemos o apadrinhamento de empresas e pessoas físicas. No apadrinhamento, uma pessoa se responsabiliza pelos gastos de um animal e paga por exemplo, a ração, as vacinas, castração daquele animal.

2. Cite as três maiores necessidades por ordem de importância que a instituição normalmente precisa.

Alimentação

Infraestrutura (material diversos)

Atendimento veterinário gratuito

3. Quais tipos de apoio você recebe com maior frequência?

Apadrinhamentos de ração

4. Qual tipo de ajuda você prefere dentre as que recebe?

Ajuda financeira

5. Em média, quanto tempo um animal resgatado fica sob os cuidados da instituição até conseguir um tutor?

Muito tempo às vezes até o final da vida. Pois adultos e idosos são menos adotáveis. Não tenho filhotes no abrigo.

6. Como vocês divulgam as adoções de animais? Tem um resultado positivo?

Pelo Instagram, não tem muito resultado

7. Você conhece alguma instituição que utiliza um meio eficaz e diferente de divulgar e se comunicar com os apoiadores? Se sim, cite o nome.

A divulgação na mídia é essencial, mas não tenho tempo para isso.

PESSOA 2

1. Qual a principal forma (e mais eficaz) de captar recursos que a instituição que você participa utiliza?

A forma que encontramos de conseguir ajudar muitos animais é pedindo os custos que tivemos com o pet de volta para o adotante. Temos um pouco mais de dificuldade

em doar pois algumas pessoas não tem os valores para retornar, porém pensamos que muito provavelmente essas pessoas em caso do animal ficar doente não terá os recursos necessários para fazer o tratamento.

2. Cite as três maiores necessidades por ordem de importância que a instituição normalmente precisa.

Ração, antipulgas e produto de limpeza.

3. Quais tipos de apoio você recebe com maior frequência?

A nossa ajuda vem unicamente dos adotantes. Quando um pet é adotado os custos retornam e assim conseguimos suprir a necessidade do momento. Seja ração, castração e etc.

4. Qual tipo de ajuda você prefere dentre as que recebe?

A maneira como fazemos conseguimos, com dificuldade obviamente, manter os animais dando todo o suporte que eles precisam.

5. Em média, quanto tempo um animal resgatado fica sob os cuidados da instituição até conseguir um tutor?

6 meses

6. Como vocês divulgam as adoções de animais? Tem um resultado positivo?

No Instagram. Estamos tendo resultado muito positivo.

7. Você conhece alguma instituição que utiliza um meio eficaz e diferente de divulgar e se comunicar com os apoiadores? Se sim, cite o nome.

Acho que todas passam por muitas dificuldades, lidamos 24 horas por dia com vidas que normalmente chegam até nós doentes seja física ou psicológica, cheios de traumas. Mas oq vejo no Instagram é que quanto mais seguidores mais ajuda se recebe. Acompanho a Paula Lopes.

PESSOA 3

1. Qual a principal forma (e mais eficaz) de captar recursos que a instituição que você participa utiliza?

Utilizamos o apoiase e pix com divulgação pelo instagram. Apoiase é uma plataforma de fazer vaquinha.

2. Cite as três maiores necessidades por ordem de importância que a instituição normalmente precisa.

Sempre financeiro pois temos gastos com veterinários e casos muito específicos. Apadrinhamento.

3. Quais tipos de apoio você recebe com maior frequência?

Financeiro e doação de brinquedos usados

4. Qual tipo de ajuda você prefere dentre as que recebe?

Financeira

5. Em média, quanto tempo um animal resgatado fica sob os cuidados da instituição até conseguir um tutor?

Uns 3 meses em média, mas pode variar de acordo com o tipo de animal.. Filhotes vai mais rápido, adultos ficam anos.

6. Como vocês divulgam as adoções de animais? Tem um resultado positivo?

Instagram sempre funciona

7. Você conhece alguma instituição que utiliza um meio eficaz e diferente de divulgar e se comunicar com os apoiadores? Se sim, cite o nome.

Não.

PESSOA 4

1. Qual a principal forma (e mais eficaz) de captar recursos que a instituição que você participa utiliza?

Pra mim a forma mais eficaz é através dos meus seguidores do instagram, pelos stories, vou mostrando meu dia a dia com os animais e as coisas que eu faço vaquinha, normalmente recebo mais ajuda quando faço vaquinha mesmo. Se eu preciso fazer uma castração, pagar uma vacina, comprar um medicamento, coisas mais específicas.

2. Cite as três maiores necessidades por ordem de importância que a instituição normalmente precisa.

O que mais preciso é de ajuda financeira, pra fazer castração e arcar com despesas médicas, depois o lar temporário, por que não tenho muito espaço e a adoção, sempre estou com um animal para doação.

3. Quais tipos de apoio você recebe com maior frequência?

O que mais recebo é ajuda financeira quando eu faço vaquinha, recebo remédios, roupinhas cirúrgicas, casinha, caixa de transporte, tudo que as pessoas não utilizam mais recebo como doação. As vezes recebo ração de alguém que perdeu o seu animalzinho. Também tenho uma rede de apoio de divulgação, muitas pessoas me ajudam compartilhando no instagram.

4. Qual tipo de ajuda você prefere dentre as que recebe?

Escolher uma coisa mais importante é muito difícil, se eu receber apoio financeiro mas não conseguir doações, vou acumular muitos animais, e ter que arcar com cada vez mais gastos que esses animais que ficam precisam regularmente, como ração, vacinas, vermífugos... Pra mim a parte de adoção é a mais importante para que o trabalho de resgate continue acontecendo e eu possa dar continuidade no trabalho, se minha casa encher de animais sem conseguir doar, não vou conseguir resgatar mais por falta de espaço.

5. Em média, quanto tempo um animal resgatado fica sob os cuidados da instituição até conseguir um tutor?

Isso varia demais, depende do tipo de animal, se é de raça, filhote ou adulto.

Contando de quando o animal está pronto para ser doado, se for gato ou cachorro filhote no máximo um mês. Se for de raça é questão de dias. Às vezes tem animais que são disputados, aparecem 5 adotantes pra um animal. Fazemos entrevista sempre e vemos a melhor opção para aquele animal e quem vai poder oferecer uma vida melhor para ele. Os animais adultos e mais velhos é muito difícil conseguir doação, tenho comigo alguns que eu sei que nunca vou conseguir doar. Tem alguns animais que vivem nas ruas que recebem comida, eu posto sobre ele e se tiver um interessado eu direciono esse animal ao adotante, se não for assim, não consigo trazer ele pra minha casa sabendo que ele nunca vai ser adotado.

6. Como vocês divulgam as adoções de animais? Tem um resultado positivo?

A maior divulgação é redes sociais, principalmente pelo instagram que eu já tenho um público legal e que me ajuda. Se não tiver resultado no instagram eu recorro ao facebook que tem grupos de adoção, mas lá é bem relativo as vezes os adotantes não são muito bons. Outro meio que estamos usando é feirinha de doação, agora vou começar a ir na redenção e lá parece ser um local bem bom. Em feiras de adoção de gravataí e cachoeirinha os adotantes que aparecem não são muito bons.

7. Você conhece alguma instituição que utiliza um meio eficaz e diferente de divulgar e se comunicar com os apoiadores? Se sim, cite o nome.

Percebo que pessoas que já estão em um meio de classe alta, um pouco melhor, que já tem seguidores e mesmo que tenha um animal com baixa saída, com pouca chance de doar, acaba conseguindo bons adotantes por causa da bolha que vive, por estar no meio de pessoas com maior poder aquisitivo. Protetores que são baixa renda, que vivem em regiões periféricas conseguem menos visibilidade, às vezes até por que não sabem utilizar as redes sociais, não sabe tirar uma boa foto e ter um bom diálogo com o público, acaba não conseguindo doações e adotantes. Eu conheço dois casos de protetores que conseguem bastante doação e adotantes, um caso é uma menina de Gravataí, ela é de classe mais alta e conhece pessoas que ajudam muito ela e conheço o caso de um menino que viralizou na internet, principalmente no twitter, quando ele fez um resgate de mais de 40 gatos da casa de uma senhora acumuladora.

PESSOA 5

1- Qual a principal forma (e mais eficaz) de captar recursos que a instituição que você participa utiliza?

Post em redes sociais, tanto no feed quanto nos stories.

2- Cite as três maiores necessidades por ordem de importância que a instituição normalmente precisa.

Alimento; Remédio; Castração;

3- Quais tipos de apoio você recebe com maior frequência?

Alimento, recebemos com certa frequência doação de rações.

4- Qual tipo de ajuda você prefere dentre as que recebe?

Remédios, pois recebemos muitos animais doentes e também remédios pós cirurgia da castração são sempre necessários.

5- Em média, quanto tempo um animal resgatado fica sob os cuidados da instituição até conseguir um tutor?

De 2 meses à anos.

6- Como vocês divulgam as adoções de animais? Tem um resultado positivo?

Divulgo sempre nas redes sociais, os resultados não são muito bons, infelizmente.

7- Você conhece alguma instituição que utiliza um meio eficaz e diferente de divulgar e se comunicar com os apoiadores? Se sim, cite o nome.

Não conheço.

PROTÓTIPO DO APP

Acesse em:

<https://www.figma.com/proto/94GRt5GeaGjm4sXHN6DEnB/Abigail-Charoy's-Final-Paper?type=design&node-id=848-7945&t=LlazLrvqw0LNqkxc-1&scaling=scale-down&page-id=301%3A41&starting-point-node-id=614%3A816&show-proto-sidebar=1&mode=design>