



Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Faculdade de Arquitetura
Curso de Design Visual

LAURA DE SOUZA LIMA MALABARBA

**DESENVOLVIMENTO DE UMA FERRAMENTA VIRTUAL DE
INFORMAÇÕES SOBRE ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO E PARA ADOÇÃO**

Porto Alegre

2016/2

LAURA DE SOUZA LIMA MALABARBA

**DESENVOLVIMENTO DE UMA FERRAMENTA VIRTUAL DE
INFORMAÇÕES SOBRE ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO E PARA ADOÇÃO**

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

Orientador: Prof. Mário Furtado Fontanive

Porto Alegre

2016/2

LAURA DE SOUZA LIMA MALABARBA

***DESENVOLVIMENTO DE UMA FERRAMENTA VIRTUAL DE
INFORMAÇÕES SOBRE ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO E PARA ADOÇÃO***

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

Orientador: Prof. Mário Furtado Fontanive

Porto Alegre

2016/2

AGRADECIMENTOS

Agradeço às pessoas que me proporcionaram a oportunidade de obter minha educação e que levaram à realização deste trabalho. Aos meus pais, Maria Claudia de Souza Lima Malabarba e Luiz Roberto Malabarba, que sempre foram exemplos de bons profissionais e boas pessoas, e que nunca deixaram de me apoiar a cada passo que tomei. Ao meu irmão, Artur de Souza Lima Malabarba, que me auxiliou nos estudos e muitas vezes foi uma referência para as minhas conquistas. Dedico este trabalho também aos meus amigos que me acompanharam nesta jornada, me proporcionando alegrias e momentos de lazer quando necessitei.

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso em Design Visual da Universidade Federal do Rio Grande do Sul tem foco na temática de animais de estimação e animais abandonados, e pretende desenvolver uma ferramenta de armazenagem e compartilhamento de fotos e vídeos que os auxilie. A partir de pesquisas, são levantados dados sobre adoção de animais, redes sociais com seus públicos alvos, e com estas informações serão definidos os requisitos, necessidades e restrições do projeto. Após a definição destes, inicia-se uma análise de similares e uma pesquisa bibliográfica sobre o desenvolvimento de interfaces. A partir de todos os dados obtidos, parte-se para o desenvolvimento do aplicativo para *smartphones*. O aplicativo é desenvolvido baseado nas diretrizes definidas durante a pesquisa, incluindo elementos de interface centrada no usuário, ícones, identidade visual, até a validação com usuários. O resultado então é o um aplicativo de rede social chamado *Pet App* para o compartilhamento de informações sobre animais de estimação, promovendo a divulgação de animais para adoção e perdidos, além de proporcionar um local onde a comunidade que se preocupa com o bem-estar dos animais possa se desenvolver.

Palavras-chave: Aplicativo, Design de Interface, Animais de Estimação, Rede Social.

ABSTRACT

This Graduation Project in Visual Design from the Universidade Federal do Rio Grande do Sul focuses on the theme of abandoned animals, and intends to develop a tool for storing and sharing pictures and videos that will help them. From researches, data is gathered about animal adoption, social networks and their audience, and with those informations requirements, needs and restrictions of the project will be defined. After their definition, an analysis of similars and a bibliografic research is made. From the data obtained, the development of the smartphone app will begin. The application is based in the directives defined during the research, including user centered interface elements, icons, visual identity, up until the validation with the user. The result is a semi-functional prototype of a social media application to share information about pets, promoting animals up for adoption and lost animals, besides also providing a place where a community that cares about animal well care may develop.

Keywords: Application, Interface Design, Pets, Social Network.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01 – APLICATIVOS MAIS UTILIZADOS POR BRASILEIROS EM 2015	14
FIGURA 02 – ETAPAS DO MÉTODO DE GARRET	17
FIGURA 03 – METODOLOGIA ADOTADA	20
FIGURA 04 – APLICATIVO FACEBOOK	34
FIGURA 05 – FROM HEAD TO TOE	36
FIGURA 06 – AMIGO NÃO SE COMPRA	37
FIGURA 07 – RESULTADOS PESQUISA 1	44
FIGURA 08 – GRÁFICO PALAVRAS	45
FIGURA 09 – PAINEL 1 QUESTIONÁRIO ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO	46
FIGURA 10 – PAINEL 2 QUESTIONÁRIO	47
FIGURA 11 – PAINEL DE EXPRESSÃO	51
FIGURA 12 – PAINEL DE ESTILO DE VIDA	52
FIGURA 13 – VACINAS PARA CÃES	55
FIGURA 14 – VERMÍFUGOS PARA CÃES	55
FIGURA 15 – VACINAS PARA GATOS	56
FIGURA 16 – VERMÍFUGOS PARA GATOS	56
FIGURA 17 – MAPA MENTAL	62
FIGURA 18 – ESBOÇO DA INTERFACE	63
FIGURA 19 – ESBOÇO DA INTERFACE	63
FIGURA 20 – <i>WIREFRAMES</i>	64
FIGURA 21 – SELEÇÃO DE CORES	65
FIGURA 22 – PALHETA DE CORES	66
FIGURA 23 – MAPA MENTAL ÍCONES	67
FIGURA 24 – ALTERNATIVAS DO LOGO 1	68
FIGURA 25 – ALTERNATIVAS DO LOGO 2	68
FIGURA 26 – LOGO PET APP	69
FIGURA 27 – ÍCONE	70
FIGURA 28 – GRID	71
FIGURA 29 – ÍCONES PLACEHOLDERS	71
FIGURA 30 – ÍCONES FINALIZADOS	72
FIGURA 31 – FAMÍLIA ROBOTO	73
FIGURA 32 – TELAS	74
FIGURA 33 – LOGIN E CONTA	77
FIGURA 34 – PÁGINA PRINCIPAL	78
FIGURA 35 – POSTAGEM 1	79
FIGURA 36 – POSTAGEM 2	81

FIGURA 37 – PESQUISA.....	82
FIGURA 38 – ANIMAIS PERDIDOS.....	84
FIGURA 39 – INFORMAÇÕES	85
FIGURA 40 – PERFIL DO USUÁRIO.....	86
FIGURA 41 – PERFIL DE OUTRO USUÁRIO	87
FIGURA 42 – PROTÓTIPO	88

SUMÁRIO

1	PLANEJAMENTO DO PROJETO	12
1.1	INTRODUÇÃO	12
1.2	JUSTIFICATIVA	13
1.3	PROBLEMA DE PROJETO	15
1.4	OBJETIVOS	15
1.5	DELIMITAÇÕES DO TRABALHO	16
1.6	METODOLOGIA.....	16
1.6.1	Metodologia de Garret	16
1.6.1.1	Estratégia	17
1.6.1.2	Escopo	17
1.6.1.3	Estrutura	18
1.6.1.4	Esqueleto	18
1.6.1.5	Superfície	18
1.6.2	PROJETO DE PRODUTO DE BAXTER	18
1.6.2.1	Painel de Estilo de Vida	19
1.6.2.2	Painel de Expressão do Produto	19
1.6.2.3	Painel do Tema Visual	19
1.6.3	MÉTODO ADOTADO	19
1.6.3.1	Conceituação	20
1.6.3.2	Esqueleto	21
1.6.3.3	Design Gráfico	22
1.6.3.4	Finalização	23
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	24
2.1	Design de Interfaces	24
2.1.1	Design Centrado no Usuário	26
2.2	REDES SOCIAIS	28
2.2.1	Valores e Capital Social	28
2.2.2	Comunidades	30
2.3	Adoção e Posse Responsável	30
2.3.1	Posse Responsável	32
2.3.2	Denúncia de Maus Tratos	33
3	ANÁLISE DE SIMILARES	34
3.1	Facebook.....	34
3.2	From Head to Toe	36
3.3	Amigo não se Compra.....	37
4	DEFINIÇÃO DA PROPOSTA.....	39
4.1	Requisitos.....	41

5 PROJETO	43
5.1 Conceituação	43
5.1.1 Definição do Problema	43
5.1.2 Coleta e Análise de Dados	43
5.1.2.1 Questionário Online	43
5.1.2.2 Pesquisa com Especialistas	48
5.1.2.3 Análise de Resultados	48
5.1.3 Definição do Objetivo do Produto	50
5.1.4 Criação dos Painéis	50
5.1.5 Definição do Conceito	52
5.2 Esqueleto	53
5.2.1 Requisitos da Interface	53
5.2.2 Definição do Conteúdo	54
5.2.2.1 Informação	54
5.2.2.2 Painel	58
5.2.2.3 Postagem	58
5.2.2.4 Animais perdidos	58
5.2.2.5 Perfil do Usuário	59
5.2.3 Definição da Arquitetura de Informação	59
5.2.4 Definição do Nome	61
5.2.5 Definição dos Wireframes	62
5.2.6 Navegação	64
5.3 Design Gráfico.....	65
5.3.1 Identidade Visual	65
5.3.1.1 Logo	66
5.3.1.2 Ícone	69
5.3.2 Desenvolvimento das telas	70
5.3.2.1 Grid	70
5.3.2.2 Ícones	71
5.3.2.3 Tipografia	72
5.3.2.4 Telas	73
5.4 Finalização	74
5.4.1 Teste com usuários	75
5.4.2 Refinamentos	76
5.4.2.1 Login e Criação de Conta	76
5.4.2.2 Página principal	77
5.4.2.3 Postagem	79
5.4.2.4 Pesquisa	82
5.4.2.5 Animais Perdidos	83
5.4.2.6 Informações.	84
5.4.2.7 Perfil	86
5.4.3 Finalização do Projeto	87
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	89

REFERÊNCIAS	91
ANEXO A (RELATÓRIO 101 VIRALATAS - 2015)	94
APÊNDICE A (QUESTIONÁRIO).....	96
APÊNDICE B (RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO).....	100
APÊNDICE C (TROCA DE EMAILS)	104
APÊNDICE D (10 MANDAMENTOS DA GUARDA RESPONSÁVEL).....	106
APÊNDICE E (ARQUITETURA DE INFORMAÇÃO)	107

1 PLANEJAMENTO DO PROJETO

No primeiro capítulo será apresentada a proposta do projeto, consistindo do tema, justificativa, objetivos e delimitações, e a metodologia a ser utilizada para sua execução.

1.1 INTRODUÇÃO

Uma pesquisa realizada pela ANDA (Agência de Notícias de Direitos Animais) em Dezembro de 2014, estimou um número de 30 milhões de animais abandonados no Brasil, dos quais 20 milhões de cães e 10 milhões de gatos. Nesta mesma pesquisa, foi determinado que nas cidades grandes, há um cachorro para cada cinco habitantes, e 10% destes estariam abandonados.

Em Porto Alegre está presente a SEDA (Secretaria Especial dos Direitos dos Animais), que se responsabiliza pela proteção, defesa, saúde e bem-estar do animal. Entre seus objetivos, encontram-se o controle do crescimento populacional de cães e gatos, a redução dos maus tratos a animais, a redução significativa do número de animais abandonados e a consolidação dos valores relacionados à guarda responsável de animais pela população porto alegreense. A SEDA possui um website com informações sobre cuidado de animais, instruções para socorro, além de notícias envolvendo a instituição. A SEDA também possui uma página no Facebook para divulgação de eventos e um site que possibilita a divulgação de animais abandonados. O site é constantemente atualizado, e as informações podem ser fornecidas por qualquer indivíduo. Entretanto, o apelo visual é baixo e os usuários são obrigados a expor informações pessoais como telefone e endereço para contato.

Na região metropolitana de Porto Alegre, além da SEDA, também a ONG 101 Viralatas existe com o propósito de abrigar e cuidar de animais abandonados. Desde seu último registro em Dezembro de 2015 (Anexo A), ela abriga cerca de 350 animais, incluindo cães, gatos e cavalos. Esse alto número leva a um grande consumo de vacinas, alimento, água, e outros recursos. Tornando a adoção de seus animais uma prioridade. Entretanto, o site da ONG 101 Viralatas não possui um banco de dados sobre os animais a serem adotados. A associação possui uma página na rede

social Facebook, com álbuns de fotos dos animais disponíveis para adoção. Contudo, a página é de difícil navegação, dificultando o processo de visualização.

Este problema está presente não só nos casos citados anteriormente, mas em grande parte dos abrigos para animais de estimação. No entanto, apesar da crescente preocupação no meio social, há uma grande escassez de informação sobre adoção e cuidado de animais. A adoção é a alternativa mais acessível e mais considerada por indivíduos procurando um animal de estimação. A possibilidade de compartilhamento de informações tanto verbais quanto visuais sobre animais de estimação, quer já estejam sob o cuidado de famílias, ou então, ainda se encontrem esperando pela adoção, estimularia o desenvolvimento de uma comunidade preocupada com o bem estar dos mesmos. Atualmente, o crescente número de usuários de smartphones demonstra que esta é uma forte plataforma para este tipo de ferramenta, se assemelhando muito a um site de rede social.

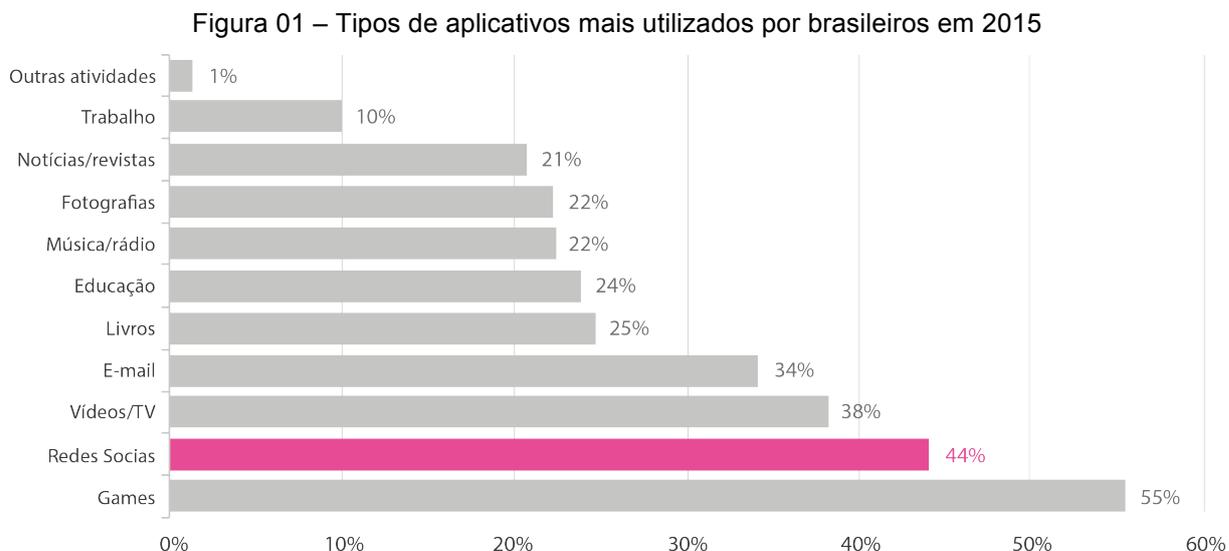
No Brasil, uma pesquisa realizada pela Google com mais de 1,2 mil de pessoas, mostrou que a quantidade de usuários conectados entre os meses de maio de 2014 e 2015 através de seus *smartphones* e dispositivos móveis aumentou de 13,94% para 29,51%. Isso demonstra um crescimento de 112% em apenas um ano. De acordo com a Nielsen Ibope (2015), o número de brasileiros utilizando seus dispositivos móveis para acessar a internet atingiu 68,4 milhões no primeiro semestre de 2015. Só a região Sul concentra 15% dos *smartphones* abrigados no país. Além disso, a pesquisa determinou que entre os serviços mais acessados estão os sites de redes sociais, que também compõem sete dos vinte aplicativos mais utilizados.

1.2 JUSTIFICATIVA

Como exemplo, a ONG 101 Viralatas registrou só no ano de 2015, um total de 137 casos de abandonos e resgates. No mesmo ano, houveram 287 adoções, todas com termos de responsabilidade. Mesmo assim, em dezembro de 2015 ainda haviam 350 animais na ONG.

O cuidado destes animais não é algo fácil. Além de assistência médica e atenção, são necessários 250kg de ração para alimentá-los diariamente. Em função destas dificuldades, o principal objetivo da ONG, além de cuidar destes animais, é

encontrar lares responsáveis para estes animais, onde serão cuidados e não sofrerão as consequências do abandono.



Fonte: Adaptado de “Mobile Report, Nielsen IBOPE – Maio 2015”

Como apontado anteriormente, o uso de *smartphones* tem crescido consideravelmente nos últimos anos, favorecendo sua escolha como plataforma para a ferramenta virtual proposta aqui. Levando em consideração também o fato que sete redes sociais estão entre os aplicativos mais utilizados entre os brasileiros na pesquisa da Google, moldar a ferramenta de acordo com redes sociais irá torná-la mais atrativa aos usuários. Além disso, a popularidade de fotos e vídeos de animais na internet é inegável. Em dezembro de 2015 a CBS publicou uma lista dos animais mais famosos do ano nas redes sociais. Cinco dos seis animais listados possuem contas em redes sociais como Instagram e Facebook, e três destes possuem mais de dois milhões de seguidores. Dentre estes, destaca-se o “Grumpy Cat”, um gato que possui mais de 8 milhões de seguidores no Facebook, uma estátua de cera no museu Madame Tussaud’s em São Francisco e um longa metragem que foi lançado direto para televisão. Isto demonstra que fotos e vídeos de animais atraem a atenção do público e possuem um grande potencial para se tornarem virais. Portanto, a proposta resume-se em um aplicativo de *smartphone* que funcione como uma rede social para aqueles interessados em animais de estimação, que estimule a adoção de animais abandonados e promova a conscientização do cuidado com os animais.

Como ocorre em redes sociais, o aplicativo possibilitará o compartilhamento de imagens e vídeos, além de incorporar funções como a de seguir outros usuários, comentar e gostar. Entretanto, o que é postado vai ser compartilhado em uma sessão com todos os usuários, e os posts de animais para adoção receberão destaque. Além disso, é importante haver informações sobre o cuidado de animais e a posse responsável. Uma possibilidade também interessante seria o usuário marcar animais abandonados ou perdidos com seu GPS e postar no aplicativo para facilitar o resgate.

1.3 PROBLEMA DE PROJETO

Como desenvolver uma plataforma para um dispositivo digital que facilite o compartilhamento de informações sobre animais abandonados e estimule a conscientização e a preocupação pelo bem estar dos animais de estimação?

1.4 OBJETIVOS

Este trabalho tem como objetivo principal projetar um aplicativo que permita a armazenagem e compartilhamento de informações sobre animais de estimação, possibilitando este mesmo serviço para animais abandonados, promovendo a adoção destes. Além disso, haverá uma sessão para o compartilhamento de informações sobre animais abandonados para facilitar o resgate destes.

Como objetivos específicos, estão:

- a) Pesquisar sobre o processo de adoção e Posse Responsável;
- b) Identificar os requisitos e restrições do produto;
- c) Analisar interfaces de aplicativos similares para smartphones;
- d) Definir as diretrizes do Design da interface;
- e) Projetar a interface do aplicativo.

1.5 DELIMITAÇÕES DO TRABALHO

O projeto focará na região metropolitana de Porto Alegre, tendo como alvo o público de usuários de smartphones. O aplicativo possibilitará que abrigos de animais na região façam o registro de seus animais para adoção, facilitando o compartilhamento de informações.

1.6 METODOLOGIA

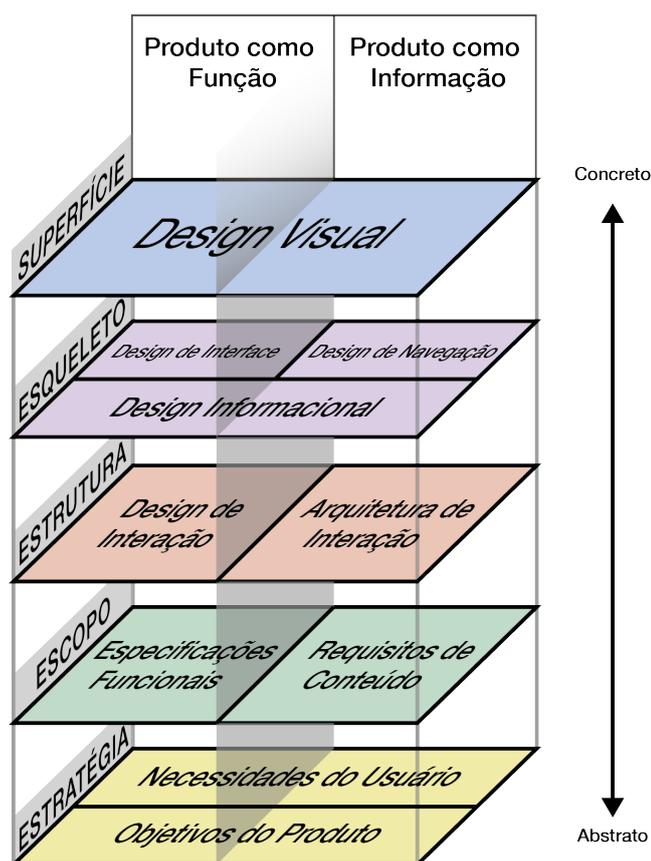
Uma vez definido o problema de projeto, é necessário escolher uma metodologia. A ferramenta escolhida como método de projeto deve auxiliar a cumprir todos os objetivos específicos, e por consequência, o objetivo principal.

1.6.1 Metodologia de Garret

Em 2011, James Garret publicou o livro *“The Elements of User Experience: User Centered Design For the Web”*, que apresentava uma metodologia para o desenvolvimento de *websites*. Entretanto, anos depois, o autor publicou uma segunda edição do livro, desta vez com o subtítulo *“User-Centered Design for the Web and Beyond”*. Neste livro ele explica que nos dez anos que se passaram desde a primeira edição, muito mudou em termos de possibilidades de *web* e design voltado para o usuário. Além disso, ele descobriu que muitas pessoas, predominantemente designers, estavam utilizando sua metodologia para outros projetos que não envolviam *websites*. Portanto, esta edição apresenta a mesma metodologia e o mesmo centro voltado para *web*, porém com uma visão muito mais abrangente mostrando que é possível aplicá-la a diferentes interfaces.

Este método consiste de cinco planos, do abstrato ao concreto, divididas em funcionalidade e informação. Estes cinco planos são interdependentes, e não é necessária a finalização de um para a realização do próximo. Uma melhor alternativa é se certificar que o trabalho em um plano só possa ser finalizado se o plano anterior estiver finalizado. A realização simultânea de etapas adjuntas possibilita a reavaliação de problemas anteriores (Garret, 2011).

Figura 02 – Etapas do Método de Garret



Fonte: Adaptada de Garret (2011)

1.6.1.1 Estratégia

Este plano consiste de duas partes: as necessidades do usuário e os objetivos do produto. As necessidades dos usuários consistem primordialmente do que eles querem do projeto, necessitando assim de uma pesquisa do público alvo. Os objetivos do produto são definidos por quem desenvolve a interface, baseado no seu objetivo principal.

1.6.1.2 Escopo

Nesta etapa, a divisão entre funcionalidade e conteúdo é mais definida. Na parte da funcionalidade, apresentam-se as especificações funcionais necessárias para a realização da ideia definida na Estratégia. Na outra parte, apresentam-se os requisitos de conteúdo, consistindo do que o usuário irá encontrar no aplicativo, como imagens, textos, e outras mídias e informações.

1.6.1.3 Estrutura

Do lado da funcionalidade, o a estrutura é formada através do design de interação, que define como o sistema responde ao usuário. Em questão de informação, esta etapa trata do arranjo dos elementos informacionais de modo a facilitar a compreensão pelos usuários, conhecido pelo termo “arquitetura de informação”.

1.6.1.4 Esqueleto

O esqueleto é composto de três partes. A parte que abrange tanto a funcionalidade quanto a informação trata do design de informação, previamente mencionado na etapa da Estrutura. Na área da funcionalidade, explora-se o design de interfaces. Este consiste na disposição de elementos da interface, de modo a permitir o usuário a interagir com elementos da funcionalidade. No lado da informação, explora-se o design de navegação, que consiste dos elementos de tela que possibilitam o usuário a navegar pela arquitetura de informação.

1.6.1.5 Superfície

A Superfície é a última etapa e, independente das questões de funcionalidade ou informação, ela trata da experiência sensorial que o produto irá fornecer, tratando-se então do Design Sensorial.

1.6.2 PROJETO DE PRODUTO DE BAXTER

Em sua obra, “Projeto de Produto: O Guia Prático para o Design de Novos Produtos”, Baxter (2008) apresenta a utilização de painéis visuais para auxiliar na criação de um conceito. Embora em seu livro Baxter (2008) foque no design de produto, eles são uma ferramenta visual útil para este projeto na etapa na conceituação. Estes painéis consistem de imagens que remetem os sentimentos e a experiência que o produto deve prover ao usuário, e são divididos em quatro tipos.

1.6.2.1 Painel de Estilo de Vida

Este painel serve para mapear o estilo de vida do potencial usuário. Ele consiste de imagens que refletem os pontos positivos das vidas dos consumidores, como valores sociais e pessoais (Baxter, 2008). Uma gafe é presumir que o produto atenda somente um tipo de usuário. Por tanto, é necessário apresentar imagens que explorem diferentes faixas de usuários a fim de encontrar os valores comuns entre eles.

1.6.2.2 Painel de Expressão do Produto

Com os resultados obtidos do painel de estilo de vida, identifica-se a expressão do produto. De acordo com Baxter (2008), esta consiste do sentimento que o produto expressa ao usuário em um primeiro momento. Evita-se a utilização de imagens de produtos similares para que podem limitar a criação. O painel deve remeter a emoção que o produto deve expressar, como por exemplo, alegria e leveza.

1.6.2.3 Painel do Tema Visual

A partir do painel anterior realiza-se o painel do tema visual, que consiste de imagens de produtos bem sucedidos que possuam a mesma essência do projeto (Baxter, 2008). Estes produtos não precisam ser relacionados, pois eles servem apenas como inspiração visual para o produto a ser realizado.

1.6.3 MÉTODO ADOTADO

De acordo com J.J. Garret (2011), seu método se assimila a caixas, correspondendo a diferentes etapas. Porém, ele não deve ser visto desta maneira. Na realidade os problemas não podem ser divididos tão claramente em etapas, e devem ser analisados de diferentes pontos de vista para se encontrar a melhor solução. O importante é lembrar que o que será mais valorizado pelo usuário é o conteúdo. Portanto, o método de Garret será utilizado mais como um guia do que como uma regra fechada. Segue abaixo o método proposto, adaptado do método de Garret.

Figura 03 – Metodologia Adotada

CONCEITO	ESQUELETO	DESIGN GRÁFICO	FINALIZAÇÃO
Definição do Problema	Requisitos da Interface	Definição da Identidade	Teste com Usuários
Coleta e Análise de dados	Definição do Conteúdo	Definição das Telas	Refinamentos
Definição do Objetivo do Produto	Definição da Arquitetura de Informação		Finalização do Projeto
Criação dos Painéis	Definição dos Wireframes		Desenvolvimento de um Vídeo Promocional
Definição do Conceito	Navegação		

Fonte: Autor

1.6.3.1 Conceituação

Na primeira etapa, o assunto do projeto deve ser estudado a fim de chegar a um conceito. Para isto, se seguirá os seguintes passos:

1.6.3.1.1 Definição do problema

Será definido o problema que se deseja resolver com o projeto, a partir de pesquisa sobre a atual situação dos animais abandonados em Porto Alegre.

1.6.3.1.2 Coleta e análise de dados

Nesta etapa é necessária a coleta de dados relevantes ao problema, como necessidades do usuário e conteúdo necessário. Serão coletados dados quantitativos e qualitativos relacionados ao problema através de questionários com usuários e entrevistas com especialistas. Estes dados serão analisados para determinar os requisitos e restrições do projeto.

1.6.3.1.3 Definição do objetivo do produto

Será definido o objetivo principal do aplicativo pelo desenvolvedor, considerando o problema de projeto e os dados analisados.

1.6.3.1.4 Criação dos painéis

A partir das informações sobre os usuários e a definição do objetivo principal, serão criados o painel de estilo de vida e o painel de expressão do produto. Estes auxiliarão na definição da essência do produto.

1.6.3.1.5 Definição do conceito

Esta etapa define, baseado nos dados coletados nas etapas anteriores, o conceito do projeto. Este consiste da essência do projeto, que experiência ele deverá prover ao usuário.

1.6.3.2 Esqueleto

Nesta etapa será definida a estrutura do aplicativo, levando em consideração a navegação e tendo ainda em mente o conceito do projeto.

1.6.3.2.1 Requisitos da interface

Serão definidas, a partir de pesquisa bibliográfica, as principais características que a interface necessita para ser de boa compreensão e fácil navegação.

1.6.3.2.2 Definição do conteúdo

Neste momento será definido todo o conteúdo disponível no aplicativo, baseado na etapa de conceituação do projeto, para atender às expectativas dos usuários e ao objetivo do produto.

1.6.3.2.3 Definição da Arquitetura de Informação

Seguindo o pensamento de Garret (2011), a arquitetura de informação irá definir a disposição dos elementos gráficos das telas, a fim de promover a melhor navegação para o usuário.

1.6.3.2.4 Definição dos wireframes

Por fim, os *wireframes* servem como esqueletos da interface, e serão realizados baseados nos resultados obtidos na Arquitetura de Informação. Será realizada uma versão simplificada de cada tela, com elementos representando e definindo a posição de cada elemento gráfico.

1.6.3.2.5 Navegação

Por meio de *mock ups* de papel será analisado o fluxo de navegação das telas e entre elas a partir dos *wireframes* realizados.

1.6.3.3 Design Gráfico

Esta etapa tem o propósito de desenvolver a parte gráfica do aplicativo, construindo em cima dos *wireframes* definidos.

1.6.3.3.1 Definição da identidade

Será definida a identidade visual com base no conceito definido na primeira etapa. Esta consta do ícone do aplicativo, logo, palheta de cores e sistemas de apoio.

1.6.3.3.2 Desenvolvimento das telas

Nesse momento é definido a aparência final de cada tela, com todos os elementos gráficos necessários, como ícones, papéis de parede, botões. Estes devem

condizer com a identidade visual do aplicativo. Além disto será feita a diagramação dos textos.

1.6.3.4 Finalização

1.6.3.4.1 Teste com usuários

Com o objetivo de melhorar o aplicativo, serão realizados testes com usuários, provendo-lhes com telas do aplicativo para analisar sua experiência e obter mais informações relevantes ao projeto.

1.6.3.4.2 Refinamentos

Esta etapa está reservada para refinamentos no projeto a partir dos resultados dos testes com usuários.

1.6.3.4.3 Finalização do Projeto

Será realizado um protótipo não funcional do aplicativo em forma impressa ou alguma outra forma virtual de prototipagem.

1.6.3.4.4 Desenvolvimento de vídeo promocional

Será desenvolvido um curto vídeo promocional com o objetivo de apresentar as funções do projeto e promover a utilização do aplicativo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo contém o referencial teórico necessário para a compreensão do problema e embasamento do trabalho proposto.

2.1 DESIGN DE INTERFACES

A interface é a parte de um *software* com a qual o usuário consegue interagir, seja vendo, tocando, ouvindo, ou até falando. De acordo com Galitz (2007), o design de interfaces digitais faz parte da Interação Humano-Computador, um campo de estudo que foca na interação entre pessoas e computadores, com o objetivo de satisfazer da melhor maneira as expectativas das pessoas. A melhor interface é aquela que passa despercebida pelo usuário, de modo com que ele veja apenas as informações que ele troca com o *software*, e não os mecanismos utilizados para a troca destas informações.

Uma boa interface é de extrema importância para os usuários, pois é a parte visível do sistema. Pelo mesmo motivo, para muitos, a interface é vista como o próprio sistema. Portanto, a distribuição de elementos em uma tela pode afetar o usuário de diferentes maneiras. Se o *layout* for confuso e de difícil compreensão, ele elevará a dificuldade do usuário de realizar as tarefas que deseja, levando a erros e podendo até resultar em sentimentos de frustração e estresse. Sendo assim, uma interface ruim que causa estes efeitos no usuário pode afastá-lo do *software* ao ponto de ele não querer usá-lo novamente.

Em contrapartida, um bom *layout* pode levar a resultados positivos por parte dos usuários. Em seu livro, "Elements of Good User Interface", Galitz (2007) explica dois exemplos de pesquisas envolvendo bons designs de interfaces. Na primeira, um pesquisador tornou telas menos poluídas por informação separando itens, que antes estavam aglomerados juntos, em linhas diferentes. Esta mudança resultou em um melhoramento em 20% na produtividade dos usuários. Na outra pesquisa citada por Galitz (2007), um pesquisador afirmou que após modificar telas de inquérito seguindo princípios para um bom design de interface, o tempo de decisão do usuário reduziu em 40%, o que correspondeu a 79 anos-pessoa.

A interface deve tanto conectar quanto separar o usuário e a máquina. Ela deve permitir que acesse, ou se conecte ao poder do computador, porém deve impedir que qualquer um dos lados danifique o outro. Caso a interface seja falha, o *software* pode levar a danos psicológicos ao usuário, como estresse e frustração, e estes sentimentos podem fazer com que o usuário danifique o computador fisicamente. Por isso, a interface deve ser divertida e fácil de utilizar, de modo a estimular o usuário querer utilizá-la, e não aprendê-la.

Ao longo da história, pesquisadores buscaram estabelecer princípios para o design de interfaces. No mesmo livro mencionado anteriormente, Galitz (2007) apresenta uma compilação destes princípios, que são nada menos que características da interface que podem ser aplicadas a todos seus aspectos. Os resultados dos princípios reunidos por Galitz são: esteticamente agradável, clareza, compatibilidade, compreensibilidade, configurabilidade, consistência, controle, objetividade, eficiência, familiaridade, flexibilidade, tolerância, previsibilidade, recuperação, responsividade, simplicidade, transparência e *trade-off*. Dentre estes princípios, levando em consideração os objetivos do projeto, estão listados abaixo os que apresentarão uma maior prioridade durante o desenvolvimento da interface:

- a) Esteticamente Agradável: Uma interface com uma estética agradável atrai a atenção do usuário subliminarmente, tornando o sistema convidativo e acessivo. Já a falta de uma composição visualmente agradável resulta no oposto, desorientando e confundindo o usuário, além de poder mascarar a intenção do software. Dentre os princípios que constituem um bom apelo visual, está o contraste entre elementos de tela, alinhamento de elementos, agrupamentos espaciais, representação de profundidade, e a utilização de elementos gráficos e cores apropriados.
- b) Clareza: Elementos visuais devem ser de fácil compreensão e condizer com os conceitos e funções do contexto do usuário. A interface em geral deve ser clara, e seus elementos de texto não podem apresentar termos de difícil compreensão, como jargões digitais.
- c) Consistência: A consistência é importante pois facilita a aprendizagem de novas funções, relacionando-as a funções já conhecidas. Além disto, a falta de consistência pode resultar em mais erros pelo

usuário e um maior tempo de aprendizagem necessário pelo mesmo. A consistência é obtida através do estabelecimento de guias a serem seguidas ao longo do desenvolvimento das telas.

- d) **Objetividade:** As ações devem ser realizadas de forma objetiva. O usuário deve poder realizar a ação que quiser de forma simples e direta, e vê-la sendo realizada.
- e) **Familiaridade:** A familiaridade parte do princípio de construir sobre o conhecimento prévio do usuário. Para isso, utiliza-se conceitos e imagens aos quais o usuário já está familiarizado, que possibilitam uma rápida aprendizagem e produtividade.
- f) **Simplicidade:** Muitas funções e ações levam a uma alta complexibilidade, e isto muitas vezes afasta e confunde usuários novos ou casuais. Por isso, o ideal é uma interface simples, com poucos pontos de alinhamento, elementos que se tornam presentes apenas quando necessário, ações frequentes que se realizam de modo simples, uniformidade e consistência.

2.1.1 Design Centrado no Usuário

De acordo com Norman (1988) em sua obra “The Design of Everyday Things”, grande parte dos erros repetitivos na utilização de mecanismos é resultado de uma má interface desenvolvida pelo designer. Entretanto, muitas vezes o usuário culpa a si mesmo pelos erros e até busca justificá-los com desculpas como pouco conhecimento no assunto. Com isto em mente, o design centrado no usuário tem como objetivo fazer produtos utilizáveis e compreensíveis para usuários. Isso se resume em garantir que o usuário saiba o que fazer e entenda o que ele está fazendo.

O design deve operar considerando as relações já existente do usuário com o ambiente, como noções que o usuário já possui. É importante apresentar o mínimo de instruções, e se possível apenas uma vez. Qualquer explicação sobre a função do produto deve ser de fácil compreensão do usuário. Neste caso, se usuário falhar em entender o produto, o design é falho. Para simplificar tarefas difíceis e facilitar sua compreensão, há sete passos que o designer pode tomar durante o desenvolvimento do produto:

- a) Utilizar Conhecimentos Existentes: É importante observar que quando usuário já possui um conhecimento interno sobre o assunto, a performance se torna mais fácil e eficiente. Portanto, deve-se explorar este conhecimento do usuário, facilitando sua compreensão do funcionamento do produto. De certa forma, isto se assemelha ao quesito de “familiaridade” apresentado anteriormente por Galitz (2007).
- b) Simplificar Estruturas de Tarefas: Tarefas devem apresentar estruturas simples para serem realizadas, diminuindo o tempo necessário para a sua compreensão e realização. Caso uma tarefa seja muito complexa, exigindo muitos passos ou um conhecimento ainda não obtido pelo usuário, ela deve ser reestruturada. Isto pode ser realizado fornecendo auxílios informacionais, tornando certas ações mais visíveis, automatizando certas ações ou mudando a natureza da tarefa.
- c) Tornar as Coisas Visíveis: Tornar a execução de ações mais visíveis possibilita que o usuário entenda como o produto funciona. É importante também que o usuário receba uma resposta de que sua ação tenha sido tomada. Assim, o usuário pode observar que ações ele está tomando e o efeito delas no sistema, facilitando sua compreensão.
- d) Corrigir o mapeamento: Projetar para mapeamentos já conhecidos pelo usuário facilita a aprendizagem do produto. Isto consiste em entender onde o usuário espera que informações e controles estejam posicionados, baseado em experiências anteriores.
- e) Explorar o Poder de Restrições: Restrições de certas ações fazem com que apenas um modo de realizar uma tarefa seja possível. Isso reduz a possibilidade de erro e facilita a compreensão do produto.
- f) Projete para Erro: Consiste de manter em mente que todo e qualquer erro pode e vai acontecer. Para isto, é necessário entender o que o usuário espera do produto e entender o caminho que ele toma para realizar uma ação. É importante sempre fornecer um modo de retornar ou desfazer uma ação.
- g) Padronizar: Caso todo o resto falhe, a alternativa mais segura é padronizar o sistema. Padronizar o mapeamento, tornar todas as ações

semelhantes, criando um padrão novo mas que o usuário possa aprender.

2.2 REDES SOCIAIS

Em seu livro, Raquel Recuero (2009) estuda a comunicação social por meio de computadores, que ganhou força nos últimos anos através das redes sociais. Os dois elementos que definem as redes sociais são os atores e suas conexões (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999). Os atores são os nós da rede, mais conhecidos como pessoas, grupos ou instituições. As conexões são os laços sociais e as interações entre os autores. Por exemplo, um ator pode ser um perfil no Facebook, enquanto as conexões são trocas de comentários em posts, mensagens, *likes*; qualquer tipo de interação no *website* com outros perfis.

Redes sociais, entretanto, diferenciam-se de sites de redes sociais. Os sites são parte dos softwares de redes sociais, plataformas que permitem que as redes sociais se formem. De acordo com Recuero (2009), eles são sistemas que possibilitam: perfis e páginas sociais para a construção de uma persona; a interação entre personas através de comentários; e a exposição pública das redes sociais formadas de cada ator. Portanto, é de grande importância esclarecer que os sites de redes sociais são apenas o sistema onde elas se formam. Quem forma as redes sociais de fato são os atores, com suas interações.

2.2.1 Valores e Capital Social

Em sua obra, Recuero (2009) também explica valores construídos nas redes sociais, e o capital social relacionado a estes valores. O capital social é construído a partir das interações entre atores nas redes sociais. A principal relação é que as redes sociais permitem a formação de capital social, que seria normalmente difícil no mundo *offline*. Por exemplo, um indivíduo pode possuir mais de 400 amigos no Facebook, o que seria um feito difícil fora desta plataforma *online*. Os valores mais relacionados aos sites de redes sociais e seus atores são:

- a) Visibilidade: A visibilidade consiste da conexão entre nós. Quanto mais visível um nó (ator), mais conexões ele possui. A visibilidade

consiste um valor porque permite que os nós estejam mais conectados, levando assim a uma maior troca de informações e suporte social. Em um exemplo citado por Ellison, Steinfield e Lampe (2007), duas pessoas em lugares distantes podem manter laços sociais, isso graças a sua visibilidade na rede. Portanto, a visibilidade está ligada ao capital social relacional (Bertolini & Bravo, 2001). Ela é um valor por si só, que existe basicamente pela presença do nó na rede, porém serve de fundação para outros valores.

- b) **Reputação:** A reputação é um dos valores principais das redes sociais. Ela baseia-se, de acordo com Buskens (1998), na impressão que os atores possuem uns dos outros. Ela é uma percepção qualitativa, que determina quem o ator pode ou não confiar. Nas redes sociais, entretanto, é mais fácil construir sua reputação do que no mundo *offline*. O ator possui mais controle sobre o tipo de informação que ele libera, controlando assim a impressão que ele passa a outros autores, facilitando a construção da reputação. A reputação está ligada ao capital relacional, porque ela depende das conexões entre os atores, e ao capital cognitivo, pois ela está relacionada ao tipo de informação compartilhada pelo ator.
- c) **Popularidade:** A popularidade consiste da posição de um ator dentro de sua rede social. Ela está relacionada à audiência, que se apresenta de forma mais abundante e acessível na Internet. A popularidade é medida através das conexões e referências feitas a um indivíduo. Quanto mais pessoas conectadas a um nó, mais centralizado ele é, o que o torna mais influente em sua rede do que os outros nós. Isso o torna, portanto, mais popular. A popularidade se assemelha muito à visibilidade. Entretanto, enquanto a visibilidade está ligada ao número de conexões de um nó, a popularidade está relacionada à posição do nó na rede. Portanto, todos os nós possuem visibilidade, mas nem todos são populares. Ainda assim, a popularidade também está relacionada ao capital social relacional.
- d) **Autoridade:** A autoridade consiste do poder de influência de um nó na rede. Diferente da popularidade, ela não é simplesmente a posição ou

a centralidade de um nó. Ela é uma medida da efetividade da influência de um ator sobre sua rede, junto à percepção de sua reputação pelos outros atores. Ela compreende a reputação, mas não depende somente dela. Atores que buscam autoridade geralmente a buscam em assuntos específicos. Portanto, tornar-se a autoridade em algum assunto consiste em sua influência em gerar conversações sobre este assunto.

2.2.2 Comunidades

De acordo com Rheingold (1996), comunidades virtuais consistem de agregados sociais na Internet, quando discussões públicas são geradas por uma quantidade suficiente de indivíduos por um tempo suficiente, envolvendo sentimentos humanos e assim formando relações sociais. Essas comunidades são simbólicas, pois os membros estão conectados mais por trocas simbólicas, como mensagens, do que por interação face a face.

Com a Internet, a mudança do sentido de "lugar" amplificou-se. Antes, era possível comunicar-se através de cartas ou telefonemas sem se preocupar com a localização dos indivíduos. Através da Internet, no entanto, esta comunicação se tornou muito mais facilitada, ao ponto de que o "lugar" geográfico já não é mais uma necessidade para o desenvolvimento de comunidades sociais. De acordo com a teoria de Oldenburg (1998), a escassez e falta de segurança em lugares como bares, parques, e outros locais de lazer, facilitou com que a Internet se tornasse um local para socialização. Graças a essa nova forma de socialização, de acordo com Recuero (2009), vários grupos estão surgindo com características comunitárias, gerando laços sociais.

2.3 ADOÇÃO E POSSE RESPONSÁVEL

Quando se trata de adicionar um animal à família, a adoção deve ser a primeira opção. Como mencionado anteriormente, de acordo com a Organização Mundial da Saúde, em Dezembro de 2014, foram estimados cerca de 30 milhões de animais abandonados no Brasil. Ao adotar um animal de estimação, o indivíduo ou família

estão auxiliando a diminuir este número e controlar a população de animais abandonados. Estarão ainda proporcionando uma melhoria da qualidade de vida do animal, além do cuidado e atenção que ele merece. De acordo com o blog "Animal Things", o único caso em que se recomenda a compra de animais é quando se busca uma função específica do animal, como pastoreio e guarda. Caso contrário, a adoção é a melhor opção.

Entretanto, a adoção de um animal envolve mais etapas do que a compra. Elas servem para garantir que o animal vá para um lar apropriado que atenda todas suas necessidades. O *websíte* BluPet formou um guia de adoção, que explica o processo genérico de adoção em maioria das ONGs, além da preparação da família anterior à adoção, e que considerações devem ter em mente ao querer um animal de estimação.

Antes da adoção, há basicamente quatro questões que devem ser abordadas. Primeiro, todas as pessoas que vivem na residência devem estar de acordo com a decisão de adotar um animal. A desaprovação de algum membro pode levar ao abandono do animal posteriormente, ou a maus tratos. A segunda questão a ser abordada é o tempo. Animais de estimação requerem de muito tempo e atenção, por isso os que querem adotá-lo devem ter certeza que terão tempo em sua rotina para cuidar do animal. Além disto, cuidar de um animal acompanha custos financeiros. Seja com ração, brinquedos, consultas veterinárias, o dono necessita cobrir estes custos, portanto deve possuir dinheiro o bastante para manter o animal feliz e saudável. Por último, o indivíduo que quer adotar tem que manter em mente que um animal de estimação não é uma decisão que afeta somente o presente, mas sim os próximos dez a quinze anos da sua vida. Por isso, a adoção envolve planejamento e considerações, para garantir-se que é a escolha certa.

De acordo com o BluPet, quando se trata de ONGs que abrigam animais, todas possuem processos de adoção relativamente parecidos. Primeiramente, as ONGs querem conhecer quem deseja adotar, isto pode incluir entrevistas e visitas domiciliares. Isto é necessário para garantir que o animal vá para um bom lar. Em casos onde a ONG acredite que o animal possa estar ser utilizado para exercer funções como cão de guarda ou controle de pestes, ela pode não aprovar a adoção. Nos casos de aprovação, a ONG exige algum documento de identidade, e maioria das vezes exigem que o responsável tenha no mínimo 21 anos de idade. Em certas

ocasiões, a adoção pode vir com custos para cobrir serviços, como castração e vacinação. Por fim, algumas ONGs podem querer acompanhar a adaptação do animal adotado, para garantir seu bem estar e auxiliar a família com possíveis problemas.

2.3.1 Posse Responsável

A lei municipal Nº 9.945 instituiu, em janeiro de 2006, o Programa de Proteção a Animais Domésticos. A principal finalidade deste programa é estimular a posse responsável, com o objetivo de evitar o descontrole da procriação, o sacrifício e a eutanásia de animais domésticos. De acordo com o Art. 3º da lei, a posse responsável consiste do tratamento adequado à espécie, que inclui vacinação para evitar doenças, e cuidados necessários para a subsistência do animal.

A ARCA, uma entidade não governamental e sem fins lucrativos, expandiu a definição da posse responsável e criou dez mandamentos, a fim de explicar melhor o que é necessário saber ao adotar um animal. Primeiramente, eles abordam a noção de que maior parte dos animais domésticos vivem em torno de 12 anos, e é necessário garantir que todos os envolvidos estão de acordo em adotar e cuidar do animal durante estes próximos anos. Os mandamentos também abordam a importância de adotar de abrigos ao invés de comprar, e de informar-se sobre as características e necessidades do tipo do animal.

Os mandamentos se aplicam também às responsabilidades do dono durante a posse do animal. Estas incluem manter o animal sempre dentro de casa, e nunca soltos na rua. Em caso de passeios de cães, estes devem ser realizados regularmente com guias e coleiras, e com alguém que seja capaz de contê-los. O dono deve sempre cuidar da saúde física e psicológica do animal, garantindo a ele abrigo, alimento, e visitas ao veterinário, além de atenção e carinho. Se necessário, pode-se educar o animal por meio de adestramento, mas sempre respeitando suas características. Todos os dejetos devem ser jogados fora em locais apropriados. O animal deve ser registrado no Centro de Controle de Zoonoses ou similar, com uma plaqueta. Pode-se escolher uma alternativa mais permanente, como um *chip*. Por fim, deve-se evitar a cria indesejada de cães e gatos através da castração.

2.3.2 Denúncia de Maus Tratos

Para garantir o bem estar de todos dos animais, é importante denunciar qualquer caso de maus tratos. Para isto, existem duas leis que tratam de maus tratos de animais: a Lei Federal Nº 9.605, conhecida como “Lei dos Crimes Ambientais”, e o Decreto Lei Nº 24.645, que define os maus tratos a animais. Classificam-se como maus tratos aos animais: abandono do animal; agressões físicas; prisão do animal por correntes ou cordas; manter o animal em lugares sem ventilação ou entrada de luz; prender o animal em locais com pouco espaço e sem condições higiênicas; manter o animal desprotegido contra condições climáticas como chuva e vento; não alimentar o animal adequadamente; negar atendimento ao animal ferido ou doente; forçar o animal a tarefas exaustivas; submeter o animal a espetáculos que possam causar-lhe estresse ou pânico; capturar animais silvestres.

Caso qualquer dessas situações sejam testemunhadas, e de grande importância que o indivíduo denuncie o caso. Para facilitar o processo, há certos passos que podem ser tomados. Primeiro, é importante que haja alguma forma de evidência ou testemunho que comprovam os maus tratos, como fotos ou vídeos dos animais ou do ato em si. É de grande auxílio fornecer o maior número de informações possível sobre o agressor, como nome completo, endereço e profissão. Já em casos de atropelamento ou abandono, é necessária a placa do veículo para levantar a identificação do mesmo no Detran. Contudo, o mais importante é não ter medo de denunciar. O indivíduo que denunciar o caso será considerado apenas uma testemunha. Para denunciar casos de maus tratos de animais no Rio Grande do Sul o número a ser ligado é o 181. Também é possível fazer a denúncia online através do site da Delegacia de Polícia Online¹.

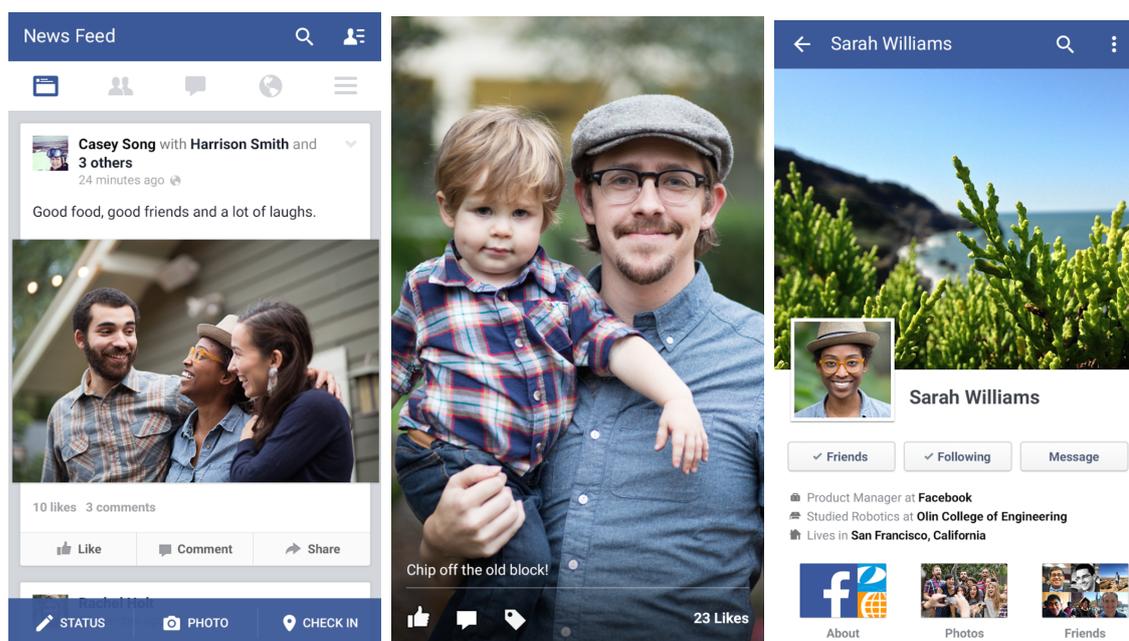
¹ <https://www.delegaciaonline.rs.gov.br/dolpublico/index.jsp>

3 ANÁLISE DE SIMILARES

Neste capítulo, será realizada uma análise de similares. A análise focará principalmente em aplicativos de redes sociais que possuem uma dinâmica parecida ao que se pretende fazer no projeto. Além disto, serão analisados sites ou blogs de adoção de animais.

3.1 FACEBOOK

Figura 04 – Aplicativo Facebook



Fonte: Google Play Store

Fundado por Mark Zuckerberg, Facebook é uma rede social que permite compartilhamento de fotos, textos, vídeos, além de criação de eventos e grupos, além de uma gama de outras ações. De acordo com a Alexa², o Facebook é o terceiro maior site do mundo, o Google ocupando o primeiro lugar e o Youtube em segundo.

O aplicativo do Facebook para *smartphone* consegue exibir uma grande quantidade de informações de uma maneira organizada, sem poluir a tela do usua-

² Empresa da Amazon responsável por dados analíticos para melhorar negócios na web.

rio. A primeira tela após o *login*³ apresenta o *feed*⁴ de notícias, com as postagens mais recentes de todos os contatos (amigos) do usuário e propagandas. No início do *feed* também há um espaço para o usuário. Nas postagens, é possível comentar ou reagir, de modo positivo ou negativo. Na parte superior da tela há ícones para navegar entre outras telas, como a de amigos, notificações. E o menu pessoal. Neste último, aparecem os grupos dos quais o usuário participa, além de páginas que ele possa ter curtido e opções para alterar seu perfil.

De uma maneira geral, o aplicativo do Facebook apresenta consistência, e consegue organizar suas informações com clareza. Entretanto, ainda não é tão instintivo. Apesar de apresentar objetividade para as ações mais utilizadas, como comentar e realizar postagens, certas ações ainda são relativamente difíceis de realizar. Por exemplo, navegar pelo álbum de fotos da Associação 101 Viralatas é uma tarefa relativamente difícil, pois por mais organizado, não há como pesquisar as fotos ou filtrá-las por *tags*⁵. Portanto, é interessante observar a interface do aplicativo em termos de clareza e consistência, mas em termos de armazenagem e compartilhamento de imagens, ela não é tão relevante para o projeto.

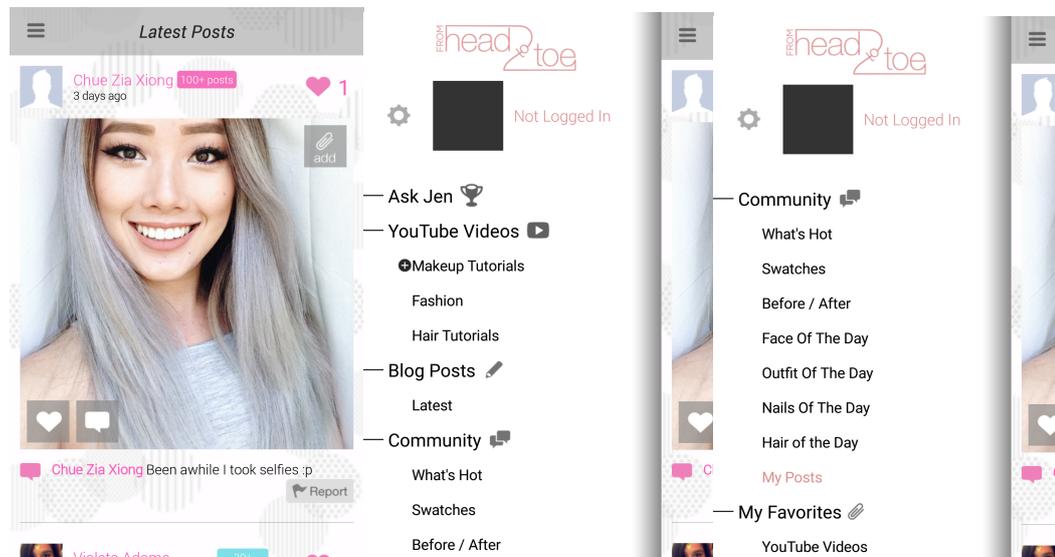
³ Termo em inglês usado para simbolizar o acesso a uma conta na internet, como e-mail.

⁴ Termo em inglês para representar um agregado de notícias em constante atualização.

⁵ “Etiquetas” definidas por palavras para identificar uma postagem, muitas vezes precedidas pelo símbolo “#”.

3.2 FROM HEAD TO TOE

Figura 05 – From Head To Toe



Fonte: Aplicativo “From Head To Toe”

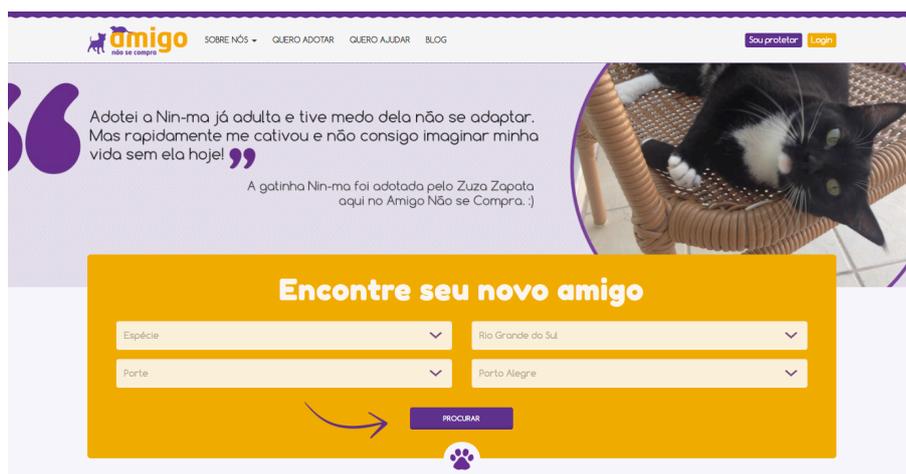
From Head to Toe é um canal no Youtube de moda e maquiagem. Sua criadora, Jenn, publica vídeos sobre este tema todas as semanas, em um horário estabelecido. Atualmente o canal possui mais de 1 milhão de seguidores, e mais de 400 vídeos. Em Janeiro de 2014, Jenn lançou um aplicativo para Android e iOS sob o nome de seu canal, From Head to Toe.

O aplicativo funciona como uma rede social, porém foca nos temas do canal, que são moda e beleza. O interessante deste aplicativo é que ele não possui uma dinâmica de seguidores ou amigos. Um usuário pode visualizar as postagens de todos os outros em sua tela inicial, sem precisar conhecê-los. Considerando que todos os atores da rede estão presentes por um interesse em comum, isto permite que haja o desenvolvimento de uma comunidade interessada em moda e beleza. Atores podem comentar e gostar de fotos de outros, sempre estimulados a manter uma atmosfera positiva. Além da tela principal, há um menu lateral onde o usuário pode visualizar apenas as postagens que lhe interessa. Seja por roupas, unhas, maquiagem ou cabelo, ou até mesmo postagens apenas da criadora do aplicativo. Ainda há uma sessão com os vídeos do canal do YouTube, mantendo uma ligação entre o canal e o aplicativo. Entretanto, o aplicativo não permite buscas de usuários, hashtags ou postagens.

O aplicativo “From Head to Toe” então apresenta clareza e simplicidade, com uma interface esteticamente agradável e de fácil compreensão. Ele explora também a questão da familiaridade, utilizando ícones com os quais os usuários já estão acostumados em sua interface, como a imagem de uma câmera para tirar fotos.

3.3 AMIGO NÃO SE COMPRA

Figura 06 – Amigo Não Se Compra



The screenshot shows the homepage of the 'Amigo Não Se Compra' website. At the top, there is a navigation bar with the logo 'amigo não se compra' and links for 'SOBRE NÓS', 'QUERO ADOPTAR', 'QUERO AJUDAR', and 'BLOG'. There are also buttons for 'Sou protetor' and 'Login'. The main content area features a quote: 'Adotei a Nin-ma já adulta e tive medo dela não se adaptar. Mas rapidamente me cativou e não consigo imaginar minha vida sem ela hoje!'. Below the quote, it says 'A gatinha Nin-ma foi adotada pelo Zuza Zapata aqui no Amigo Não se Compra. :)'. A large yellow search box is centered on the page with the heading 'Encontre seu novo amigo'. It contains four dropdown menus: 'Espécie' (set to 'Rio Grande do Sul'), 'Porte' (set to 'Porto Alegre'), and two others. A 'PROCURAR' button is at the bottom of the search box, with a paw print icon below it.

Fonte: Retirado do site <http://www.amigonaosecompra.com.br/>

“Amigo não se Compra” é um *website* onde ONGs e protetores de animais podem divulgar seus animais para adoção. Eles se registram no site, e publicam fotos e informações de animais. As pessoas que estiverem à procura de um animal podem navegar pelas publicações. Após escolherem seu animal, elas entram em contato com a ONG ou Protetor para obter mais informações e finalizar a busca.

A página inicial do site consiste basicamente de notícias de animais. Há partes onde se pode aprender mais sobre a iniciativa, aprender dicas sobre cuidados de animais ou como escolher seu animal. Na parte de adoção, o usuário pode pesquisar por espécie (cão ou gato), porte (pequeno, médio e grande) e localização do animal (cidade e estado). Após os filtros serem aplicados, as fotos dos animais aparecem abaixo, com a espécie, porte, localização e gênero do animal especificados junto ao nome. A pesquisa pode, assim, ser realizada de forma bem objetiva, com os filtros necessários. Caso o usuário apresente interesse em algum animal, ele pode clicar na foto para obter mais informações. Nesta página, há um pequeno texto com

a história do animal, de onde veio e como ele é. As informações de porte e gênero estão presentes novamente, assim como a idade, saúde e personalidade do animal.

O site consegue assim apresentar todas as informações relevantes ao animal de forma clara e bem distribuída, aumentando a quantidade de informações em relação ao interesse do usuário. Entretanto, apesar de ser responsivo, o *website* não se adapta bem a smartphones. Certas informações acabam cortadas ou escondidas atrás de imagens, dificultando a navegação.

4 DEFINIÇÃO DA PROPOSTA

Levando em consideração as informações coletadas no capítulo anterior, a proposta deste trabalho é projetar um aplicativo que sirva como uma referência para uma comunidade de indivíduos que apresentam interesse em animais de estimação poderem socializar e compartilhar suas experiências. Além disto, ele deve possibilitar a divulgação de animais abandonados, seja em abrigo ou na rua, para estimular o resgate destes.

O aplicativo funcionará como uma rede social onde os atores a manterão funcionando. Cada indivíduo terá sua própria conta, com dados pessoais como foto e nome. A conta será regida através de um cadastro com o e-mail do usuário, necessitando de uma senha para *login*. A tela principal apresentará as postagens mais recentes. Os posts consistirão de fotos ou vídeos de animais de estimação, e poderão ser classificados pelo tipo do animal. As postagens feitas por abrigos de animais terão algum destaque visual.

Além do usuário poder filtrar os posts por tipo de animal, ele também poderá escolher visualizar animais apenas de abrigos, ou animais perdidos. Isto tem como objetivo trazer mais atenção a animais que necessitam de um lar. As postagens de animais de abrigos apresentarão mais dados sobre o animal, como raça, porte e idade. Será necessária a análise da necessidade de uma função para registro de animais perdidos com a utilização de GPS para resgate.

As interações entre atores funcionarão principalmente via postagens. Todos os atores podem “gostar” de postagens e deixar comentários positivos, fortificando uma comunidade saudável. Como o similar “From Head to Toe”, o aplicativo não possuirá a dinâmica de seguidores. Todos estarão visíveis para todos. A popularidade poderá ser medida na quantidade de interações que o ator recebe em suas postagens, e as postagens com mais interações possuirão alguma forma de destaque. As postagens dos abrigos terão mais uma forma de interação, onde outros usuários poderão entrar em contato com o abrigo, caso tenham a intenção de adotar o animal. A partir desta interação o abrigo será responsável em coletar as informações que ele achar necessárias do usuário, e deverá proceder com seu próprio processo de adoção.

Adicionalmente, haverá uma sessão informativa, com os dez mandamentos da posse responsável, escritos pela ARCA. Esta sessão tem o objetivo de conscientizar e estimular a posse responsável, para garantir que todos os animais estejam em lares seguros e apropriados.

4.1 REQUISITOS

Baseado nesta primeira etapa do Trabalho de Conclusão de Curso em Design Visual, estabelecem-se os próximos passos para a continuação deste projeto. Através da pesquisa foi possível estabelecer os requisitos para interface, funcionamento e conteúdo. O aplicativo funcionará como uma rede social para compartilhamento de fotos e vídeos de animais de estimação para fortalecer e estimular a comunidade de pessoas que prezam pelo bem estar dos animais. Entretanto, ele possui dois diferenciais principais: a possibilidade de divulgar animais para adoção e a possibilidade de divulgar sobre animais perdidos ou abandonados, marcando-os com GPS.

A interface deverá seguir, da melhor maneira, os princípios escolhidos pelo autor para a realização de uma boa interface. Estes são: estética agradável, clareza, consistência, objetividade, familiaridade e simplicidade. Ou seja, o aplicativo deve apresentar suas informações de modo claro, para facilitar sua compreensão. A utilização de uma paleta de cores única, elementos gráficos que se repetem e uma diagramação em um grid único permitirá que haja uma consistência entre as telas do aplicativo. Deve-se procurar utilizar o mínimo de telas possíveis para realizar uma ação, a fim de manter a objetividade, porém sem comprometer a estética do aplicativo. Serão empregados ícones similares aos mais comumente utilizados em redes sociais para garantir a familiaridade com o usuário.

Como o aplicativo funcionará como uma rede social, durante seu planejamento deve se prestar atenção aos valores gerados por redes sociais. A visibilidade é o valor mais importante, pois é a base de todos os outros valores. Como a popularidade não poderá ser medida por números de seguidores ou contatos, deve se achar outra maneira de fortalecer este valor, como dar destaque a postagens com mais reações ou a atores que interagem frequentemente na rede. A reputação será controlada principalmente pelo próprio ator, porém há de se considerar a necessidade de interferência de administradores caso a insatisfação de outros atores por alguém determinado ocorra. Isto é para prevenir desentendimentos e garantir que a rede seja um lugar seguro. Os atores com autoridade serão as ONGs, e receberão algum modo de destaque no aplicativo. Acima de tudo, entretanto, deve se priorizar o aspecto comunitário do aplicativo. O objetivo principal da rede é servir como um local

para a socialização de indivíduos que se interessam por animais de estimação, e para o estímulo da adoção de animais.

Por fim, deve-se reunir toda a informação necessária para o aplicativo, filtrando qualquer dado que não seja útil. As informações necessárias, para postagens por ONGs de animais para adoção, consistem de: nome, espécie, porte, sexo, idade, saúde e personalidade. As informações necessárias para postagens por outros usuários consistirão de nome, espécie, e um comentário opcional do autor. Todas as postagens deverão apresentar uma foto ou vídeo do animal. Deve-se garantir também a disponibilidade de informações sobre posse responsável, e escolher a melhor maneira para serem apresentadas.

Seguindo estas diretrizes, será possível projetar a interface de um aplicativo que seja consistente com a proposta, realizando seus objetivos e fortalecendo uma comunidade preocupada com o bem estar de animais de estimação.

5 PROJETO

Nesta etapa o projeto será executado seguindo a metodologia apresentada anteriormente, mantendo em mente as diretrizes resumidas no capítulo anterior.

5.1 CONCEITUAÇÃO

A primeira etapa consiste de pesquisas com público e especialistas, além da definição do conteúdo e ferramentas como os painéis visuais para definir o conceito do aplicativo.

5.1.1 Definição do Problema

O alto índice de animais abandonados mostra uma falta de cuidado e conscientização por parte da população. Este abandono resulta em abrigos com mais animais do que podem cuidar, arcando com gastos muito altos e resultando assim em dívidas. Portanto sua maior prioridade é a adoção de seus animais, entretanto esta se torna difícil com a falta de um meio próprio de divulgação. Chegamos assim ao principal problema de projeto: Como promover um ambiente de socialização e conscientização para uma comunidade de pessoas que prezam o bem estar de animais através de um aplicativo?

5.1.2 Coleta e Análise de Dados

Após a definição do problema, serão coletados dados necessários para a conceituação do produto. Estes consistem, principalmente, de um questionário com usuários potenciais e entrevistas com associações que cuidam de e abrigam animais abandonados.

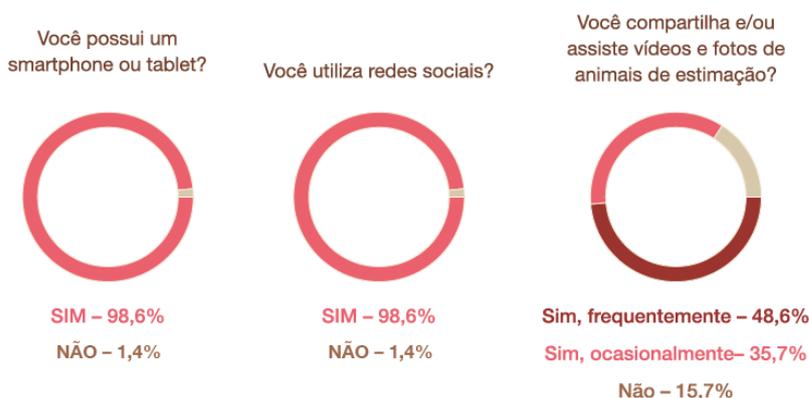
5.1.2.1 Questionário Online

Para melhor definir o público alvo do aplicativo e coletar informações para os painéis que serão realizados posteriormente, foi realizado um questionário online

utilizando a ferramenta “Google Forms”, qual foi divulgado através de redes sociais. Este formulário (Apêndice A), além de medir o interesse dos indivíduos nos assuntos de redes sociais e animais de estimação, auxiliou na definição de uma faixa etária (Apêndice B). A pesquisa foi anônima e sem definição de gênero ou status social.

A idade média calculada dos participantes foi de 29,7 anos, sendo que 36 dos 70 participantes tinham entre 20 e 29 anos de idade. Apesar das idades variarem de 17 a 61 anos, é clara a tendência que indivíduos mais jovens tem à utilização de redes sociais. Contudo, em relação à posse de smartphones e contas em redes sociais, o resultado foi quase unânime (Figura 07). Dos 70 participantes, 98,6% participam de redes sociais e possuem *smartphones* ou *tablets*. Quando perguntados sobre as redes sociais que mais utilizam, foram apresentadas nove opções de para seleção: Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, Pinterest, Whatsapp, Telegram, Tumblr e Outras. As redes sociais foram retiradas do artigo “Quais são as redes sociais mais usadas no Brasil”, pelo site *marketingdeconteúdo*, excluindo-se redes cujas funções pouco se relacionavam ao projeto proposto, como Google+ e LinkedIn. Das opções fornecidas aos participantes, as que apresentaram mais usuários foram o Facebook (94,2% das respostas), o Whatsapp (94,2% das respostas) e o Instagram (63,8% das respostas).

Figura 07 – Resultados Pesquisa 1



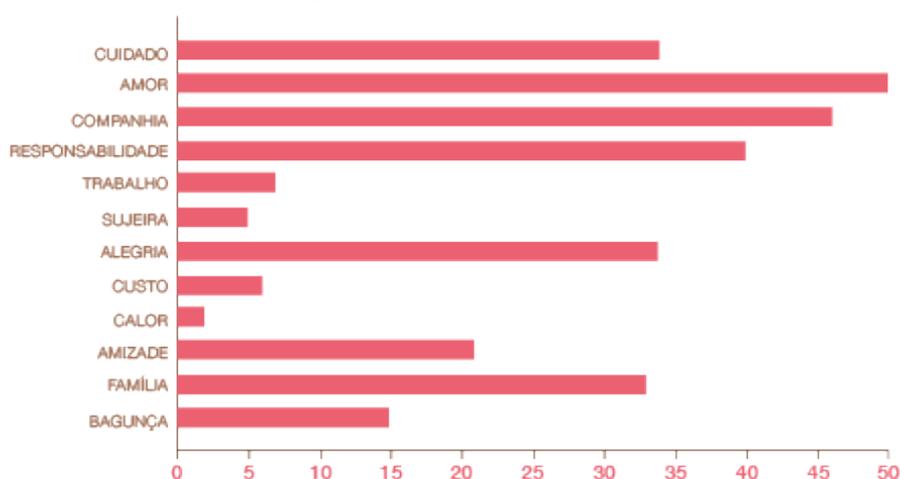
Fonte: Autor

Após os aspectos do uso da tecnologia e de redes sociais serem definidos, partiu-se para a questão temática do aplicativo, que se trata dos animais de estimação. De acordo com os resultados, 64 indivíduos possuem ou possuíam recentemente animais de estimação, o que equivale a 91,4% dos participantes. Quando

questionados se eles compartilham informações como fotos e vídeos de seus próprios animais de estimação, 79,6% de 70 participantes responderam que sim. Em geral, a frequência destes variou entre ocasionalmente, pelo menos 2 vezes por semana, e raramente, menos de uma vez a cada dois meses. Entretanto, a quantidade de indivíduos que frequentemente compartilha vídeos e fotos de animais de estimação é de 34, o que corresponde à 48,6% dos 70 participantes. Do restante, 35,7% respondeu que compartilha ocasionalmente, e 15,7% respondeu que não compartilha. Além disso, quando questionados se interagem com contas de redes sociais sobre animais de estimação ou para adoção, 71,4% das respostas foram positivas. Com esta etapa do formulário, pôde-se determinar que há um público que compartilha do mesmo interesse por animais de estimação e que gosta de demonstrar este interesse.

Por fim, a última etapa do formulário focou na parte conceitual do aplicativo. Ela serviu principalmente para determinar que experiência os indivíduos esperam de animais de estimação, que sentimentos e imagens eles associam ao cuidado destes animais, e que imagens eles associam aos seus estilos de vida pessoais. A primeira questão desta última etapa buscou palavras que os participantes associam ao cuidado de animais de estimação. Foram fornecidas doze palavras, positivas e negativas, das quais os indivíduos eram estimulados a escolher quatro. As palavras fornecidas foram: cuidado, amor, companhia, responsabilidade, trabalho, sujeira, alegria, custo, calor, amizade, família e bagunça (Figura 08).

Figura 08 – Gráfico Palavras



Fonte: Autor

Das palavras com conotações negativas (trabalho, sujeira, custo e bagunça), a única que obteve mais de 8% das seleções foi “bagunça”. As palavras com conotações positivas receberam um grande diferencial a mais de seleções. Dentre elas, destacam-se “Amor” com 71,4% (50 seleções), “Companhia” com 65,7% (46 seleções), “Responsabilidade” com 57,1% (40 seleções) e “Cuidado” com 48,6% (34 seleções). Assim, é evidente que a grande maioria dos participantes considera a experiência de cuidar de um animal de estimação algo positivo, e isto deve ser levado em conta na realização do projeto. A questão seguinte forneceu onze imagens (Figura 09) relacionadas a animais de estimação, e pediu para que os participantes selecionassem três que eles mais associassem ao cuidado de animais de estimação. Todas as imagens utilizadas neste formulário foram retiradas do site *Pixabay*⁶ todas com direito à reprodução e modificação.

Figura 09 – Painel 1 Questionário Animais de Estimação



Fonte: Autor, adaptado de Pixabay

⁶ <https://pixabay.com/>

Das imagens apresentadas, as mais selecionadas foram as de número 3 com 72,5%, 7 com 53,6%, 10 com 44,9% e 4 com 37,7%. Estas imagens podem ser facilmente relacionadas às palavras selecionadas anteriormente como amor e companhia, novamente aspectos positivos relacionados ao tema. Por último, foram fornecidas mais imagens (Figura 10) para que os participantes pudessem selecionar as três que mais refletem seus estilos de vida.

Figura 10 – Painel 2 Questionário



Fonte: Autor, adaptado de Pixabay

Neste segundo painel, das imagens apresentadas a com o maior índice de seleção foi a imagem 5, com 72,6%. Em segundo, com foi a imagem 9 com 44,9%, seguida pela 7 com 31,9%, a imagem 2 com 24,6% e a imagem 8 com 27,5%. Isso mostra que apesar de possuírem estilos de vida diferentes, a grande maioria dos participantes tem em comum a utilização do smartphone e outras tecnologias em suas vidas pessoais, como demonstrado na imagem 5.

5.1.2.2 Pesquisa com Especialistas

Para a consulta com especialistas, foram trocados e-mails com responsáveis pela Associação 101 Viralatas. Nestes e-mails (Apêndice C), se discutiu o que seria interessante ter no aplicativo relativo à adoção e cuidado dos animais. De acordo com Ariane, uma das responsáveis pela associação, as informações relevantes relacionadas aos animais seriam: o nome do animal, o tipo do animal (cão ou gato), o gênero do animal (macho ou fêmea), a idade aproximada, o porte (pequeno, médio ou grande), se é castrado, o temperamento, e o histórico do animal. Ela define o histórico do animal como informações sobre vacinas, vermífugo, anti-pulgas, teste FiV/FelV, se o animal possui algum tipo de restrição ou deficiência, doenças diagnosticadas e outras informações relevantes. Estes dados entretanto, para o aplicativo em mente, só serão necessários para os animais divulgados pelas ONGs para adoção. Não há necessidade, para os usuários que utilizam o aplicativo para compartilhar imagens de seus próprios animais, de apresentar todas estas informações.

Além disto, Ariane deu a sugestão de uma parte de conscientização no aplicativo. Como já foi mencionado anteriormente, informações sobre posse responsável estarão disponíveis no aplicativo. Entretanto, outras informações foram recomendadas pela ONG 101 Viralatas. Entre estas incluem-se os direitos dos animais, os benefícios da castração, informações sobre vacinas e vermífugos, o que fazer em caso de maus tratos e abandono e como ajudar um animal abandonado. Como última sugestão, ela mencionou informações sobre o processo de adoção e a importância deste, dicas de adestramento e uma lista de veterinários com preços acessíveis.

5.1.2.3 Análise de Resultados

A partir dos dados coletados, foi possível melhor definir o público do aplicativo, bem como as informações consideradas na divulgação de animais de estimação. Foi evidenciado que a idade dos usuários de smartphones não possui muitas restrições, variando de 17 a 61 anos. Como a pesquisa foi principalmente divulgada na rede social Facebook, grande maioria das respostas foram de usuários de idade semelhante, por isso muitos apresentavam entre 20 e 30 anos. Ainda assim, praticamente todos os indivíduos possuem smartphones e contas em redes sociais. Isso

demonstra que há um público muito grande e variado para este tipo de aplicativo. Portanto, além da utilização de smartphones, a grande similaridade entre todos é o interesse por animais de estimação.

Embora nem todos os participantes possuam animais de estimação, a grande maioria tem interesse no compartilhamento de fotos e vídeos deles. Por isso, o aplicativo deve explorar, principalmente, a experiência benéfica que os animais de estimação trazem, como mencionado anteriormente nas palavras amor e companhia. O conceito deve refletir estas palavras e representá-las da melhor maneira. Ainda em relação aos usuários, é evidente que as redes sociais mais populares entre eles são o Facebook, o Whatsapp e o Instagram. Todas estas redes apresentam a possibilidade de compartilhamento de imagens, sendo o Instagram o principal representante deste aspecto. Portanto o aplicativo proposto possui um público para este tipo de mídia. Mais interessante ainda, é buscar aspectos desses aplicativos, como as funções de compartilhamento e postagens, para aplicá-los de forma similar ao projeto, de modo que mantenha a familiaridade, facilitando a aprendizagem por parte do usuário.

Todas as informações fornecidas pela Associação 101 Viralatas são de grande importância, porém elas são muito numerosas, e não podem distrair do aspecto da rede social. Afinal, o excesso de informações pode levar a uma interface visualmente poluída e de difícil compreensão. Portanto, as informações consideradas prioritárias para o tema do aplicativo são: posse responsável, como adotar, lista de vacinas e vermífugos e como denunciar maus tratos a animais. Se possível, o restantes das informações serão adicionados. Em relação às postagens de animais de abrigos para adoção, grande parte das informações apresentadas por Ariane são necessárias. Contudo, elas podem ser filtradas. Para manter uma interface clara, as informações dispostas prioritariamente serão as de nome do animal e tipo, junto com uma legenda que possa ter descrições do temperamento e saúde do animal. Posteriormente, acessando a postagem ou mais informações sobre a mesma, estarão dispostos o resto dos dados do animal, que consistem de porte, gênero e castração. Desta maneira, a postagem dará mais destaque aos dados que o usuário busca sobre o animal e, caso ele apresente interesse, ele pode acessar as demais informações.

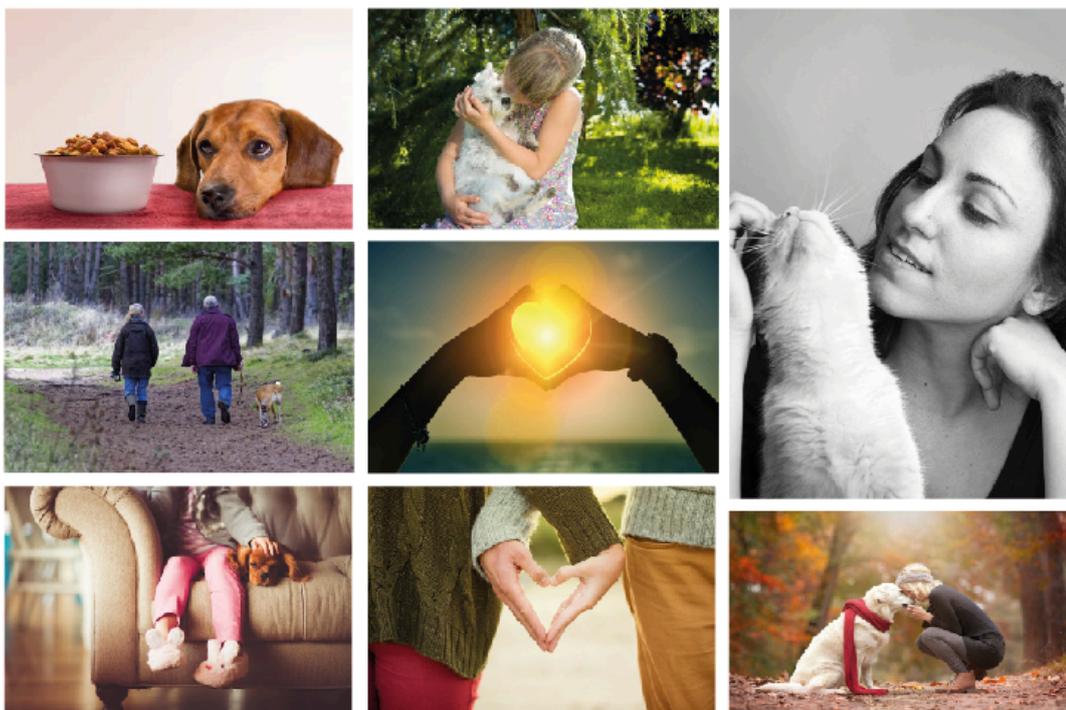
5.1.3 Definição do Objetivo do Produto

Baseando-se na coleta e análise de dados, pode-se definir o objetivo do produto. De acordo com Garret (2011), o objetivo do produto serve para definir o que o produto deve cumprir, para esclarecer a estratégia a ser abordada. O objetivo não pode ser vago nem específico demais ao ponto de tornar-se confuso e muito restritivo. Ele deve abordar o resultado que se espera do produto e suas condições, sem definir o trajeto. Portanto, o objetivo deste produto pode ser definido por: estimular uma comunidade que preze pelo bem estar animal e promover a conscientização sobre posse responsável e adoção.

5.1.4 Criação dos Painéis

A partir da pesquisa realizada com usuários, foi possível coletar imagens para a criação dos painéis de estilo de vida e de expressão do produto. Estes painéis auxiliarão na definição do conceito do produto. Para a realização dos painéis de expressão do produto e estilo de vida foram utilizadas as quatro imagens mais votadas do formulário nas perguntas "*Das imagens acima, escolha 3 (três) que você mais associe ao cuidado de animais de estimação*" e "*Das imagens acima, escolha 3 (três) que mais remetem ao seu estilo de vida*", respectivamente. Além dessas imagens, foram coletadas mais imagens com significados similares, para apresentar uma maior variedade visual, enquanto mantendo a identidade de cada painel.

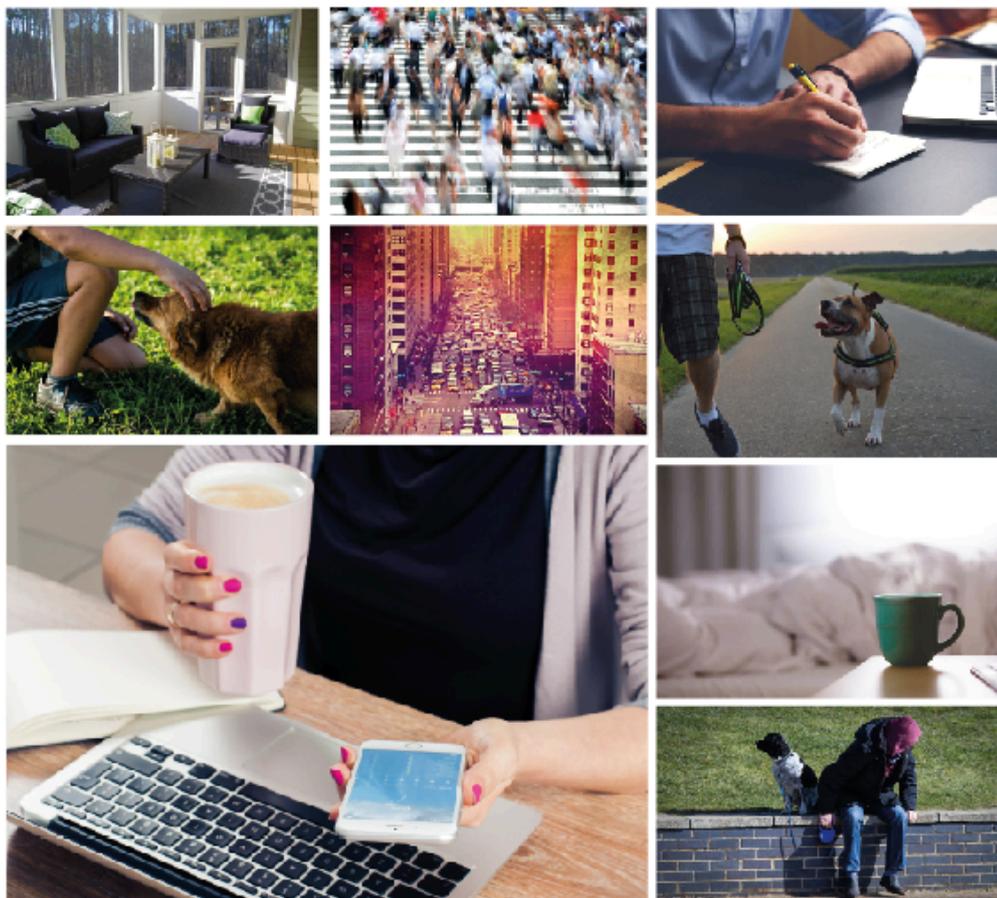
Figura 11 – Painel de Expressão



Fonte: Autor

No painel de expressão do produto (Figura 11), foram utilizadas as imagens de número 3, 4, 7 e 10 da questão "*Das imagens acima, escolha 3 (três) que você mais associe ao cuidado de animais de estimação*". O produto deve expressar os sentimentos positivos que remetem a animais de estimação, portanto, também foram utilizadas imagens que lembrassem as palavras mais selecionadas pelos participantes anteriormente, que foram: amor, cuidado, companhia e responsabilidade. Com isso foi possível criar um painel que expressa não somente a vida com um animal de estimação, mas o amor e alegria que ela traz.

Figura 12 – Painel de Estilo de Vida



Fonte: Autor

No painel de estilo de vida (Figura 12), foram utilizadas as imagens de número 2, 5, 7 e 9 da questão "*Das imagens acima, escolha 3 (três) que mais remetem ao seu estilo de vida*". Assim como no painel anterior, foram escolhidas mais imagens que se assemelhassem as primeiras. No caso do painel de estilo de vida, as imagens devem refletir o estilo de vida do usuário. Buscando imagens similares, o painel apresenta um estilo de vida com grande presença da tecnologia, como computadores e smartphones. Além disso, ele apresenta um estilo de vida corrido, com compromissos e horários, apesar de apresentar também horas de lazer e descanso, principalmente com a companhia de um animal de estimação.

5.1.5 Definição do Conceito

Com os dados coletados e analisados nesta etapa de conceituação, junto aos painéis construídos, foi possível chegar ao conceito do produto. O conceito deve re-

presentar o objetivo principal do projeto e a experiência que ele pretende promover de forma resumida. Focou-se então no objetivo de fornecer não apenas um local para a divulgação de animais para adoção, mas um espaço amigável e seguro para qualquer um que queira compartilhar informações de seus animais de estimação. Ou seja, uma plataforma onde uma rede de pessoas com o mesmo interesse possam interagir e construir relações saudáveis, que promova a posse responsável e o bem estar de animais possibilitando, também, a divulgação de animais abandonados ou perdidos que necessitem de ajuda.

O projeto deve fornecer uma experiência positiva e receptiva, reforçando as responsabilidades que as pessoas tem em relação aos animais de estimação enquanto mantendo um ambiente alegre e social. Os deveres das pessoas com seus animais devem estar presentes, porém não devem ofuscar o objetivo principal que é a experiência de socialização e nem intimidar o usuário de forma que o desestimele a utilizar o aplicativo.

5.2 ESQUELETO

Nesta etapa, será definida a estrutura da interface.

5.2.1 Requisitos da Interface

O próximo passo é definir que sistemas são necessários para interface. Eles consistem tanto no que o usuário espera quanto no que é necessário para realizar o objetivo do produto. Tendo isto em mente, deve-se definir os requisitos para os indivíduos que utilizam o aplicativo apenas como rede social e para as ONGs que o utilizariam para a divulgação de seus animais, pois eles possuem requisitos diferentes. Sendo assim, os requisitos são:

- a) O sistema deve poder utilizar a câmera do aparelho para a publicação de imagens. Ele também deve ter acesso à galeria de fotos do aparelho, ou equivalente, para a publicação de imagens;
- b) O sistema deve permitir login por redes sociais já existentes (facebook e Google+) ou pelo cadastro de uma conta utilizando o email do

usuário. Ele deve possibilitar o registro de ONGs para facilitar a postagem por estas;

- c) O sistema deve possibilitar um meio de interações por postagens, apresentando ações de "curtir" e "comentar" em uma postagem. Para postar o usuário deve fornecer o nome do animal e o tipo (cão, gato ou outro), podendo também adicionar um texto à postagem;
- d) Para postagens de ONGs de animais, as seguintes informações serão necessárias: nome, gênero (macho ou fêmea), porte (pequeno, médio ou grande), tipo do animal (cão ou gato), castração (sim ou não), idade e saúde do animal;
- e) O aplicativo deverá possibilitar a filtragem de postagens por tipo do animal e propósito da postagem (estimação, adoção ou perdido);
- f) O sistema deve poder acessar o GPS do aparelho para possibilitar a divulgação da localização de animais perdidos ou abandonados por parte do usuário;
- g) O aplicativo deve armazenar informações necessárias para o cuidado com animais de estimação. Essas consistem de: mandamentos da posse responsável pela ARCA; informações de vacinas e vermífugos; o que fazer em caso de maus tratos; como funciona o processo de adoção e sua importância.

5.2.2 Definição do Conteúdo

Partindo das funções definidas anteriormente, foi possível reunir todo o conteúdo necessário para o aplicativo. Ele se divide principalmente nas sessões informação, painel, postagem, animais perdidos e perfil do usuário.

5.2.2.1 Informação

Para a parte informacional do aplicativo, foram reunidas todas as informações necessárias considerando as sugestões feitas pela ONG 101 Viralatas. Estas estão listadas abaixo.

5.2.2.1.1 O que é posse responsável?

Nesta seção, serão apresentados os dez mandamentos da ARCA (Apêndice D), além de um link para o site⁷ da ARCA com mais informações sobre o assunto.

5.2.2.1.2 Vacinas e Vermífugos para Cães

Para vacinas e vermífugos para cães, serão apresentadas duas tabelas com as datas de cada dose. Estas tabelas (Figuras 13 e 14) foram baseadas nos dados apresentados pelo site WebAnimal, que seguem abaixo.

Figura 13 – Vacinas para cães

45 a 60 dias	1ª dose da vacina múltipla * 1ª dose da vacina contra Giardia Vacina contra a Tosse dos canis
21 dias após a primeira dose	2ª dose da vacina múltipla 2ª dose da vacina contra Giardia
21 dias após a segunda dose	3ª dose da vacina múltipla
A partir de 4 meses de idade	Antirrábica

* Protege o animal de cinamose, hepatite, parvovirose, 4 tipos de leptospirose, coronavirose, parainfluenza e laringotraqueite.

Fonte: Adaptado de WebAnimal

Figura 14 – Vermífugos para cães

30 dias de idade	1ª dose de vermífugo
45 dias de idade	2ª dose de vermífugo
60 dias de idade	3ª dose de vermífugo

Fonte: Adaptado de WebAnimal

⁷ <http://www.arcabrasil.org.br/10-mandamentos-posse-responsavel.php>

5.2.2.1.3 Vacinas e Vermífugos para Gatos

Assim como na seção para os cães, a seção de vacinas e vermífugos para gatos apresentará duas tabelas (Figuras 15 e 16) baseadas nas informações do website WebAnimal, com as datas das doses e suas funções. Além disso, haverá uma nota sobre a importância de consultar um veterinário para buscar mais informações.

Figura 15 – Vacinas para gatos

45 a 60 dias	1ª dose da vacina múltipla *
21 dias após a primeira dose	2ª dose da vacina múltipla
A partir de 4 meses de idade	Antirrábica

* Protege o animal de rinotraqueíte, calicivirose, panleucopenia e leucemia felina, clamidiose.

Fonte: Adaptado de WebAnimal

Figura 16 – Vermífugos para gatos

30 dias de idade	1ª dose de vermífugo
45 dias de idade	2ª dose de vermífugo
60 dias de idade	3ª dose de vermífugo

Fonte: Adaptado de WebAnimal

5.2.2.1.4 Denuncie

Tendo como preocupação o bem estar de todos os animais, serão fornecidas informações de como denunciar abandono e maus tratos de animais. Serão citados o Decreto Lei 24.645/1934, que decreta que todos os animais são tutelados do Es-

tado e define o que pode ser considerado como maus tratos, e a Lei Federal 9.605/98, que define a punição para atos de abuso, maus tratos e mutilação de qualquer animal. Além dessas leis, também serão apresentadas dicas de como identificar casos de maus tratos.

Seguindo estas informações, serão fornecidos números de contato para denúncia de abandono em cada região do país, além de um link para o website⁸ do governo onde o indivíduo pode fazer o boletim de ocorrência online.

5.2.2.1.5 Como funciona adoção

Primeiramente, esta seção explicará como proceder com adoções através do aplicativo. Para isto, o usuário que quer adotar deverá entrar em contato com o usuário que postou sobre o animal para adoção. Ele pode entrar em contato através de mensagens pelo perfil do usuário, ou pode comentar na postagem para demonstrar interesse e perguntar diretamente para o usuário como prosseguir com a adoção.

Após isso, esta seção explicará de uma forma simples como todo o processo funciona, desde a pré-adoção, questionando se o indivíduo tem o tempo e dinheiro para cuidar de um animal de estimação, até a possível verificação da adaptação do animal em seu novo lar. Apesar de existirem vários abrigos de animais, o processo de adoção é relativamente similar. Ele consiste primeiro da verificação por parte do abrigo ou indivíduo da família que quer adotar, verificando por meio de entrevistas ou visitas se o novo lar do animal será apropriado para ele. Somente após a aprovação do indivíduo que vai adotar, são requeridos documentos de identidade, e possivelmente alguma quantia para cobrir gastos com castração e vacinas. Após a adoção, o abrigo previamente responsável pelo animal pode exigir alguma forma de acompanhamento do animal, para garantir que tenha ido para um lar seguro. Todos estes passos serão explicados de forma clara e simples, para facilitar sua compreensão, estimulando a adoção de mais animais.

⁸ <https://www.delegaciaonline.rs.gov.br/dolpublico/index.jsp>

5.2.2.2 Painel

O painel consiste da tela principal do aplicativo. O conteúdo principal do painel são as postagens dos usuários. Elas estarão dispostas junto com uma legenda, que é opcional por parte do usuário. Caso a legenda seja muito longa, com mais de três linhas de leitura, o resto do texto será oculto, possuindo um link para o seu acesso. Os comentários também estarão visíveis. Os dois comentários mais recentes estarão expostos junto com o post no painel, enquanto aqueles mais antigos estarão ocultos da mesma maneira, com um link possibilitando a visualização de todos. Postagens de ONGs de animais para adoção e postagens de animais perdidos apresentarão uma faixa de destaque. Além disso, ações de “gostar”, “comentar”, “denunciar” e “compartilhar” estarão disponíveis em todas as postagens.

5.2.2.3 Postagem

O conteúdo na área de postagem será ramificado entre estimação e adoção. Ambas apresentarão conteúdos similares, consistindo de foto ou vídeo do animal, tipo do animal, e a possibilidade de compartilhamento com outras redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram e Tumblr). Porém, como mencionado anteriormente, para postar sobre um animal para adoção também será necessário, por parte do usuário, fornecer a idade do animal, porte, castração, gênero e saúde.

5.2.2.4 Animais perdidos

Na sessão de animais perdidos, haverá inicialmente um tutorial interativo de como postar sobre um animal perdido. Apesar desse processo ser similar ao das outras postagens, ele se diferencia em alguns aspectos. Um deles é a possibilidade de marcar em um mapa o local onde o usuário perdeu o animal ou viu o animal perdido utilizando o GPS do smartphone. Outro aspecto é que, após o upload da foto por parte do usuário, o aplicativo fornecerá fotos de postagens similares para que o usuário possa identificar se já existe alguma postagem sobre este mesmo animal. Se sim, o aplicativo poderá calcular um raio aproximado de onde o animal está. Para

aplicativos Android, o Google Maps pode ser integrado junto ao aplicativo, possibilitando o funcionamento de seu GPS.

Sendo assim, o principal diferencial desta função é a possibilidade de limitar uma área no mapa onde é possível os diferentes animais perdidos, facilitando sua divulgação. Mais um aspecto em relação a esta sessão é que caso alguém adicione informações a uma postagem já existente, o usuário que postou primeiramente sobre o animal perdido receberá uma notificação sobre onde seu animal pode ser encontrado no momento.

5.2.2.5 Perfil do Usuário

O conteúdo presente nesta seção é referente ao usuário. Ele consistirá da foto do perfil, uma descrição opcional por parte do usuário, o nome do usuário, e suas postagens. Também será possível enviar mensagens ao usuário e denunciar o seu perfil caso haja algum indício de maus tratos a animais ou de má conduta com outros usuários.

O perfil do usuário que está *logado* no aplicativo possuirá um conteúdo muito similar. Porém, ao invés da possibilidade de enviar mensagens, ele poderá visualizar sua caixa de mensagens. Não haverá uma opção de denunciar seu próprio perfil, porém haverá uma opção do usuário editar dados de sua conta, podendo mudar informações como nome, foto, descrição e até senha.

5.2.3 Definição da Arquitetura de Informação

De acordo com Garret (2011), a arquitetura de informação consiste da criação de esquemas organizacionais e de navegação que priorizam a navegação fácil e eficiente por parte dos usuários. Ela representa os caminhos que podem ser tomados pelo usuário para realizar as funções do aplicativo. Tendo isso em mente, a arquitetura de informação foi organizada em cinco ramos principais, representando as cinco principais seções do aplicativo. Estas são:

- a) Login: consiste da tela inicial, apresentando a função de login na conta do usuário, podendo ser efetuado por meio de contas em outras redes sociais ou criar sua própria conta ligada ao aplicativo;
- b) Painel: consiste da tela principal, o painel de informações, onde estarão disponíveis todas as postagens do aplicativo. O usuário poderá interagir com as postagens, além de ter acesso às outras funções através de um menu;
- c) Postar: onde o usuário, seja ele um indivíduo ou ONG, poderá postar imagens do seu animal de estimação e as compartilhar com os outros usuários;
- d) Conscientização: a seção do aplicativo que apresentará informações sobre adoção e cuidado de animais de estimação, promovendo a conscientização da posse responsável;
- e) Animal perdido: onde o usuário poderá divulgar informações sobre qualquer animal perdido, quer ele tenha encontrado ou perdido o animal;
- f) Pesquisa: a função de pesquisa permitirá que o usuário procure por postagens filtrando pelo tipo (adoção, estimação ou perdido) e outros filtros que ele pode aplicar utilizando *hashtags*;
- g) Perfil: consiste da tela de perfil onde o usuário poderá visualizar sua própria conta e editar suas informações como nome e foto de perfil;

Apesar de existirem várias funções diferentes, todas necessitam de interfaces com diretrizes similares. Essas diretrizes serão retiradas dos princípios de Galitz (2007) selecionados anteriormente, e aplicados no desenvolvimento da arquitetura de informação para as funções do aplicativo proposto. Estas são:

- a) Clareza: a interface deve ser clara a fim de facilitar sua compreensão. Como o aplicativo apresenta muitas funções, estas devem estar organizadas de maneira clara para que o usuário não se sinta intimidado pela interface;
- b) Objetividade: as ações devem ser apresentadas de modo objetivo, requerendo poucos passos para efetuar-las. Mesmo que apresentem

vários passos, estes devem fazer sentido ao usuário para facilitar a aprendizagem por sua parte;

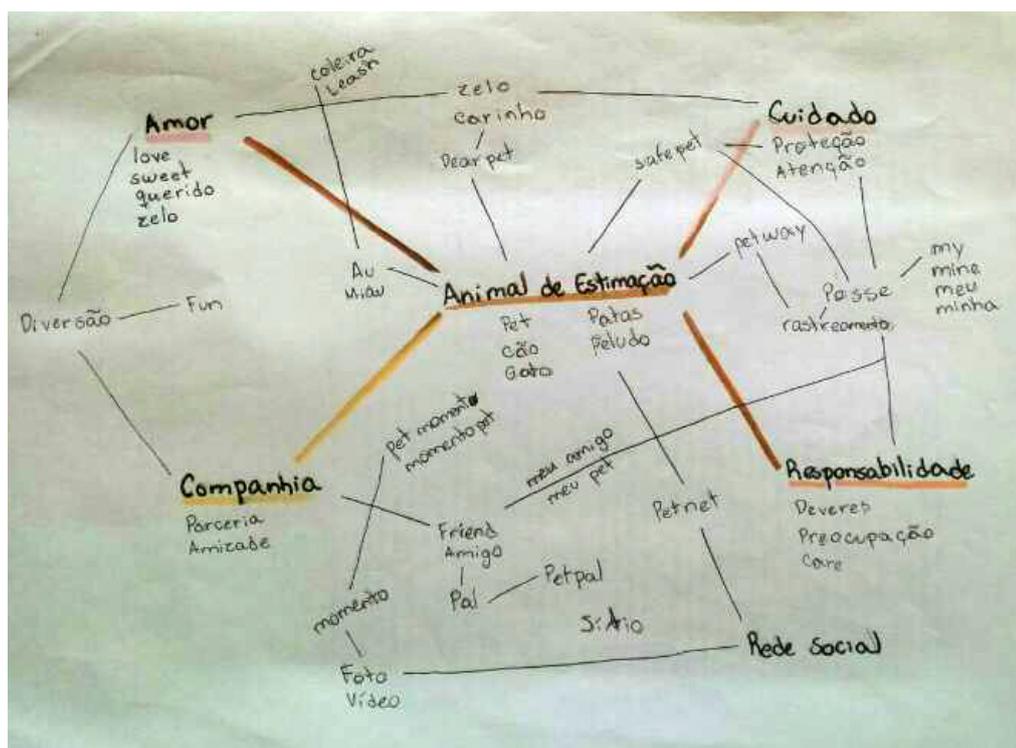
- c) Familiaridade: o aplicativo deve ser familiar ao usuário, suas ações se assemelhando a ações de outros aplicativos similares como Facebook e Instagram. Estas redes sociais são muito utilizadas e apresentam semelhanças, por exemplo, na maneira de postar. Estas semelhanças podem ser exploradas a fim de tornar a utilização do aplicativo mais instintiva e dinâmica;

Seguindo estas diretrizes, a arquitetura de informação ficou como representada no Apêndice E.

5.2.4 Definição do Nome

Com o conceito definido, partiu-se então para a criação do nome. Para isso, foi realizado um mapa mental. Primeiramente, foram escritos seis termos que representassem o que o aplicativo quer expressar, quatro das quais retirados do questionário apresentado na etapa de coleta de dados. As palavras utilizadas foram: animal de estimação, amor, cuidado, companhia, responsabilidade e rede social. Destes termos foram ramificadas mais palavras, tanto em português quanto em inglês, que fossem sinônimos ou derivados. Foram então feitas conexões entre estas ramificações, buscando formar diferentes nomes (Figura 17).

Figura 17 – Mapa mental



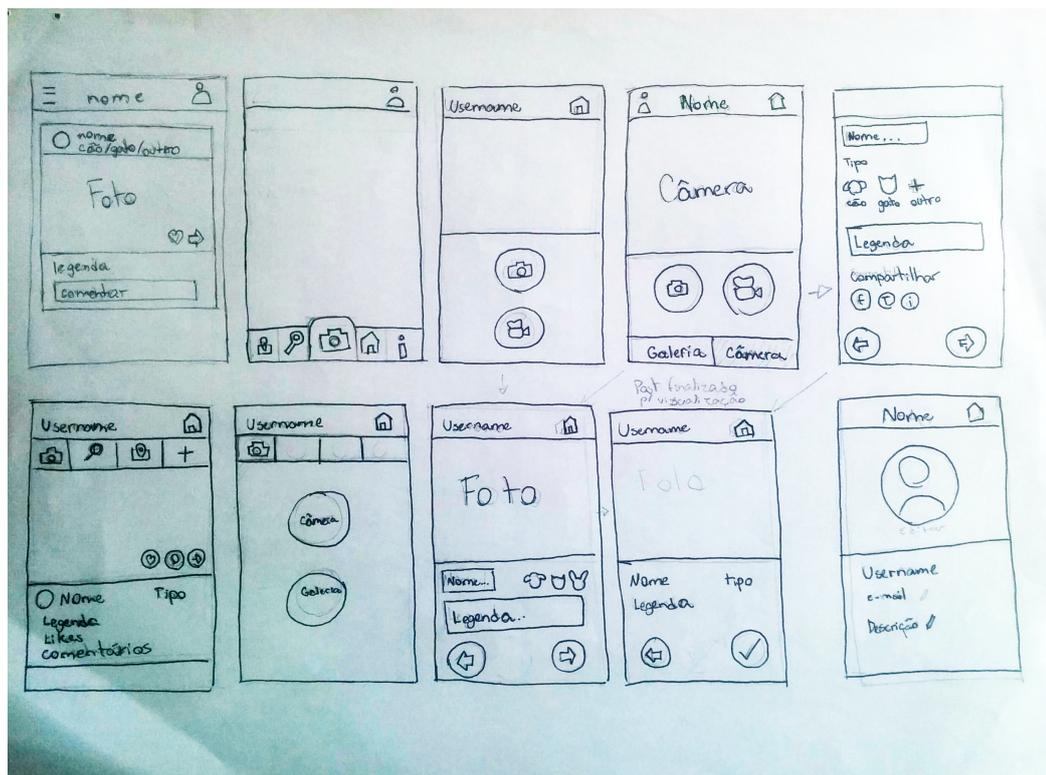
Fonte: Autor

Para facilitar a escolha do nome, foram definidos alguns requisitos. Ele precisaria ser curto, fácil de pronunciar e com palavras familiares ao vocabulário dos brasileiros. Além disso, ele não poderia já estar sendo utilizado para algum aplicativo já existente e disponível. Sendo assim, chegou-se ao nome “Pet App”. Pet é uma palavra em inglês, mas que também é bastante utilizada por brasileiros, que significa animal de estimação. App é uma abreviação para a palavra inglesa “application”, e também é utilizada no português, principalmente com a expansão do mercado de smartphones.

5.2.5 Definição dos Wireframes

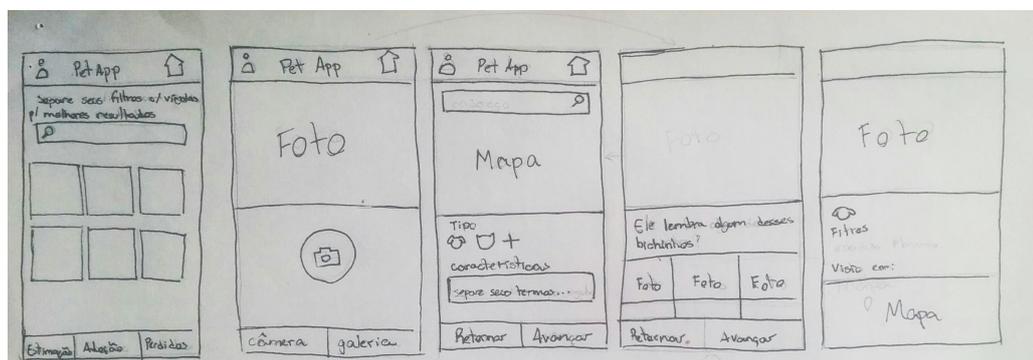
Após a definição do conceito, iniciou-se o desenvolvimento da interface. Primeiramente foram realizados esboços dos *wireframes* (Figura 18 e 19), testando as possíveis disposições dos elementos para depois escolher a alternativa que melhor cumprisse com os requisitos da interface e suas diretrizes definidos previamente.

Figura 18 – Esboço da interface



Fonte: Autor

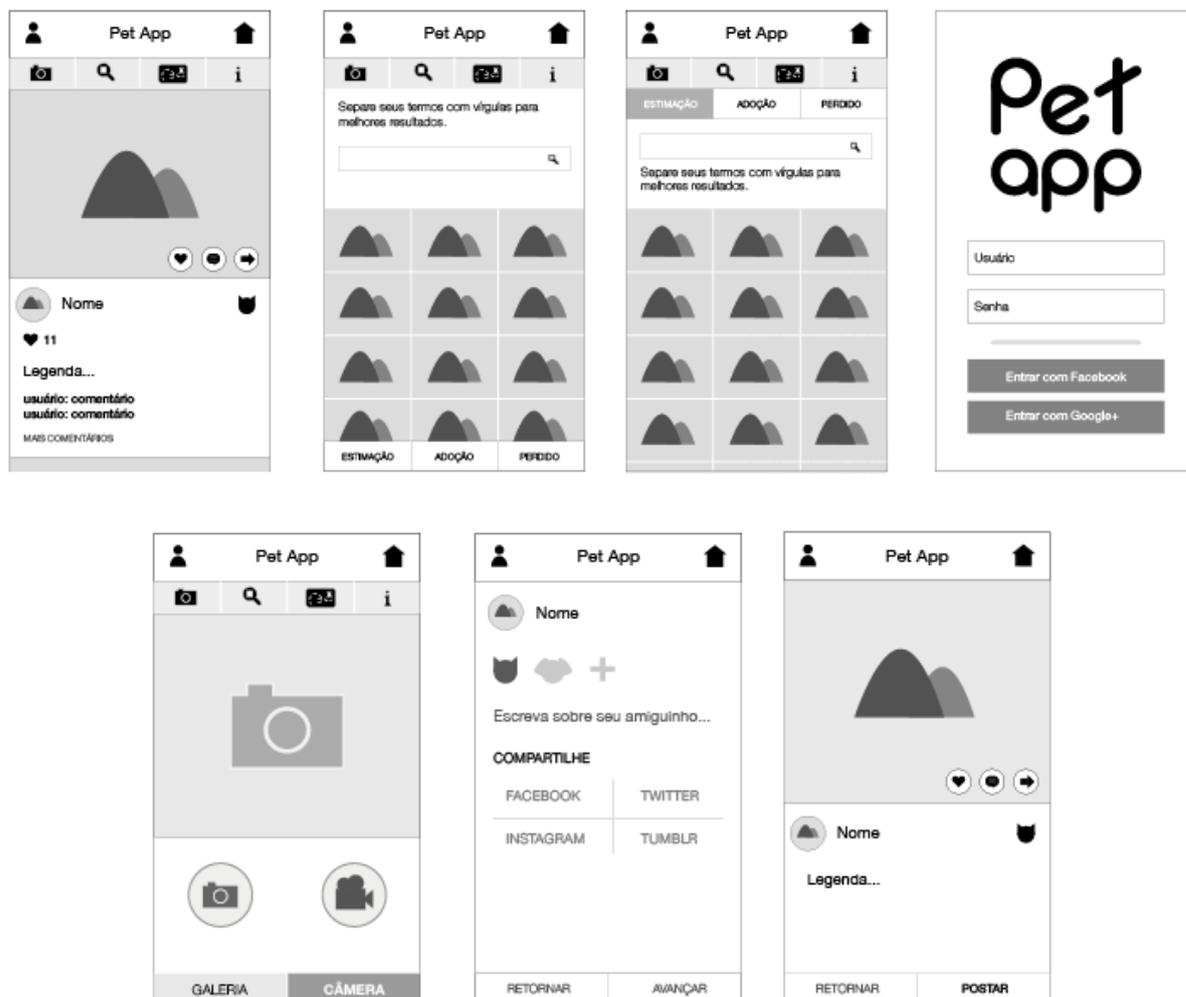
Figura 19 – Esboço da interface



Fonte: Autor

Após a escolha da melhor alternativa, foram feitos os *wireframes* (Figura 20) para melhor visualizar a disposição das informações e a estrutura do aplicativo.

Figura 20 – Wireframes



Fonte: Autor

5.2.6 Navegação

Para a navegação entre telas seguiu-se principalmente a arquitetura de informação. Como visto em similares e outros aplicativos de redes sociais, foi decidido reunir as ações mais importantes em um menu, neste caso na parte superior da tela. Para melhor analisar a navegação, algumas telas dos wireframes foram impressas. Após a impressão, foi possível corrigir alguns detalhes. Por exemplo, observou-se a necessidade dos botões do menu superior serem maiores para facilitar sua seleção. Além disso há também a necessidade de especificar o tipo de postagem antes de selecionar a foto, para definir quais informações do animal serão pedidas posteriormente.

5.3 DESIGN GRÁFICO

Com as informações definidas nas etapas anteriores pode-se agora iniciar o desenvolvimento da parte gráfica do aplicativo, consistindo da sua identidade visual e de sua interface.

5.3.1 Identidade Visual

O primeiro passo no desenvolvimento da identidade visual foi a definição da paleta de cores. Para isso, foi utilizado o painel de expressão do produto. Das imagens presentes no painel, foram selecionadas diferentes cores (Figura 21).

Figura 21 – Seleção de cores

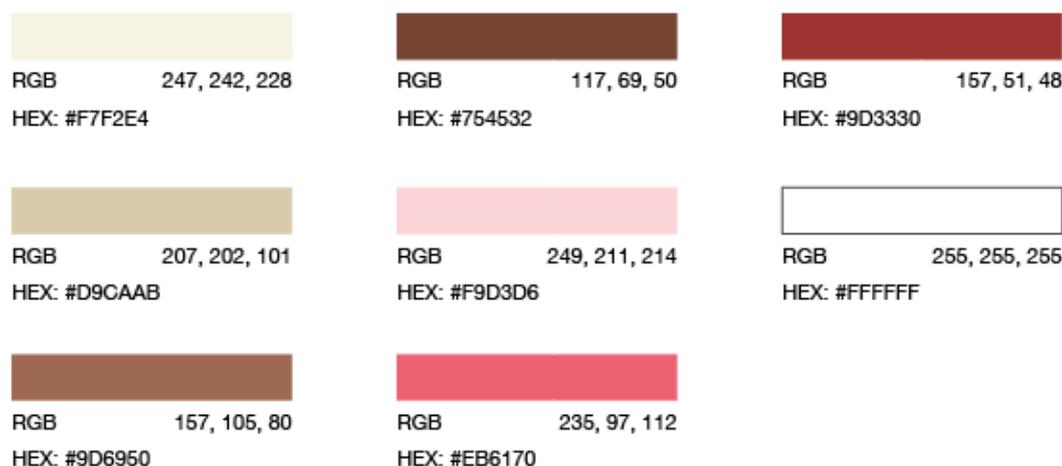


Fonte: Autor

Dessas cores foram escolhidas as que estavam não só mais presentes, mas também aquelas que melhor representavam as palavras selecionadas no questionário utilizado na etapa de levantamento de dados. Os tons de marrom remetem mais

a ideia de animal e aconchego, enquanto que os tons de rosa representam mais os sentimentos de amor e amizade. Além disto, as cores apresentarem um bom contraste entre si (Figura 22).

Figura 22 – Palheta de cores

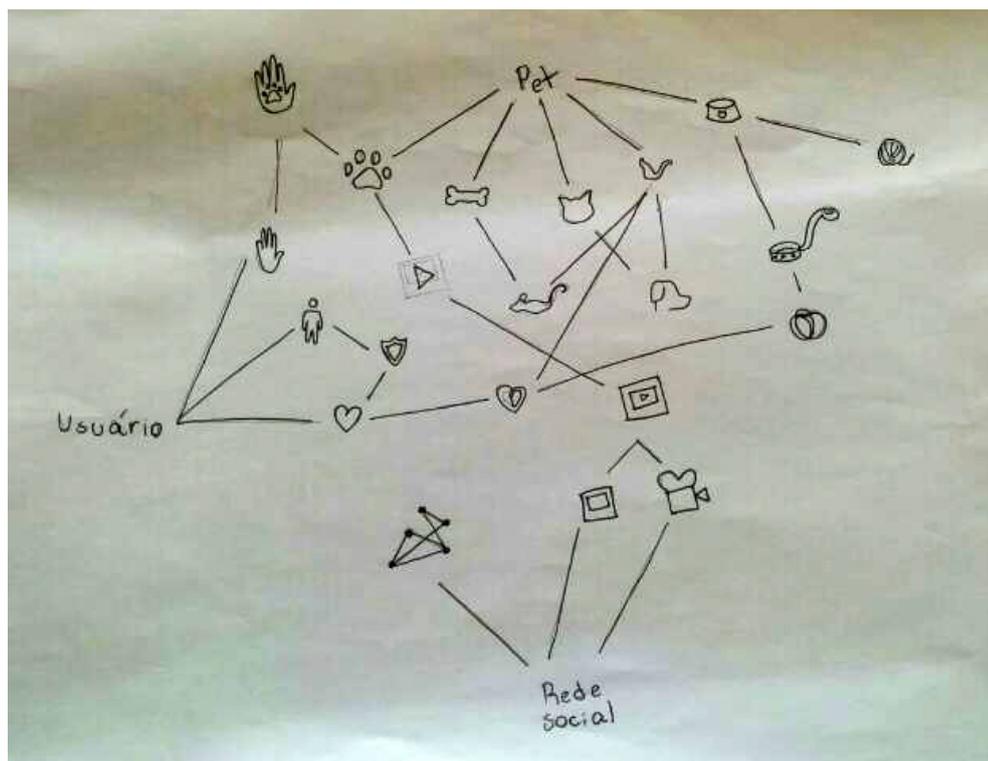


Fonte: Autor

5.3.1.1 Logo

Após definidas as cores, partiu-se para o desenvolvimento do logo do aplicativo. Para isso, foi novamente realizado um mapa mental (Figura 23), mas ao invés de palavras, foram utilizados desenhos de símbolos frequentemente associados ao assunto do aplicativo, que são os animais de estimação. Buscou-se a união entre alguns ícones, explorando a possibilidade de diferentes imagens para servir como logo, mas não foi possível chegar a um resultado satisfatório.

Figura 23 – Mapa mental ícones



Fonte: Autor

Foi considerada então a ideia de um logo utilizando o nome do aplicativo ao invés de um símbolo. A partir desta ideia, buscou-se uma fonte que fosse de fácil legibilidade e expressasse um sentimento de casualidade e conforto. A fonte *organo*, que apresenta caracteres arredondados e geométricos foi escolhida como referência. A tipografia do logo foi desenhada a partir desta fonte, porém com alterações, como a espessura dos traços, o raio relativo entre as letras, kerning e a altura 'x'. Com a vetorização do nome, foram realizadas também experimentações com diferentes símbolos que já haviam sido reunidos no mapa mental, buscando de alguma maneira unir o nome a uma representação simbólica (Figura 24).

Figura 24 – Alternativas do logo 1



Fonte: Autor

Após esses resultados, foram realizadas mais alternativas, desta vez procurando dispor o nome de forma horizontal e experimentando mais com a forma dos caracteres. Assim, a primeira letra “p” foi alterada de maneira que sua forma lembrasse um rabo (Figura 25). O rabo é uma imagem que remete imediatamente à ideia do animal, mas não é tão óbvio a ponto de se destacar da palavra em si, mantendo um bom equilíbrio.

Figura 25 – Alternativas do logo 2



Fonte: Autor

Com a definição do formato do logo foi possível então experimentar com as diferentes cores da palheta já definida anteriormente. A melhor opção foi identificar as palavras “Pet” e “App” com diferentes cores para facilitar sua leitura e compreensão. Desta maneira, o usuário pode identificar as duas palavras mesmo que não haja um espaço entre elas. Além disso, alterou-se novamente o “t”, para tirar a possibilidade de ele se assemelhar a uma cruz. Com todas essas alterações, chegou-se, finalmente, no logo do aplicativo (Figura 26).

Figura 26 – Logo Pet App



Fonte: Autor

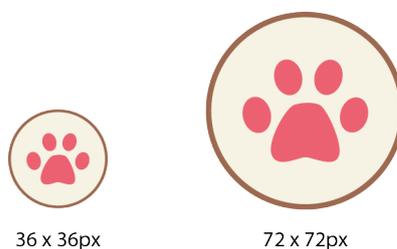
5.3.1.2 Ícone

Como o projeto se trata de um aplicativo, ele necessita de um ícone para seu acesso no smartphone. De acordo com o site Developers⁹ do Android, o ícone deve atender três requisitos: contar a história do aplicativo e promover a marca; facilitar o descobrimento do aplicativo por usuários na loja de aplicativos (Google Play); e funcionar bem com a interface. Para cada requisito eles seguem com mais sugestões, como utilizar cores que combinem com a marca, fazer algo memorável e único e evitar por o nome do aplicativo no ícone, pois este estará presente sempre abaixo do ícone. Para funcionar bem com a interface, ele deve ser de fácil compreensão em tamanhos reduzidos e sobre fundos claros ou escuros. Aplicativos para Android não precisam apresentar ícones restritamente quadrados ou redondos. Uma silhueta única para o ícone facilita sua identificação. Entretanto, é importante que ele não cubra uma área muito pequena, se não ele pode ser ofuscado por outros ícones. Por fim, a versão mais reduzida do ícone deve caber em uma área de 36x36px.

⁹ https://developer.android.com/guide/practices/ui_guidelines/icon_design_launcher.html

Considerando todas estas especificações, decidiu-se adotar um símbolo para o ícone que resumisse o propósito do aplicativo. Com isto em mente, foi utilizada a imagem do botão de “curtir”, que consiste de uma pata dentro de um círculo. No entanto, as cores foram alteradas para condizer com o aplicativo (Figura 27).

Figura 27 – Ícone



Fonte: Autor

5.3.2 Desenvolvimento das telas

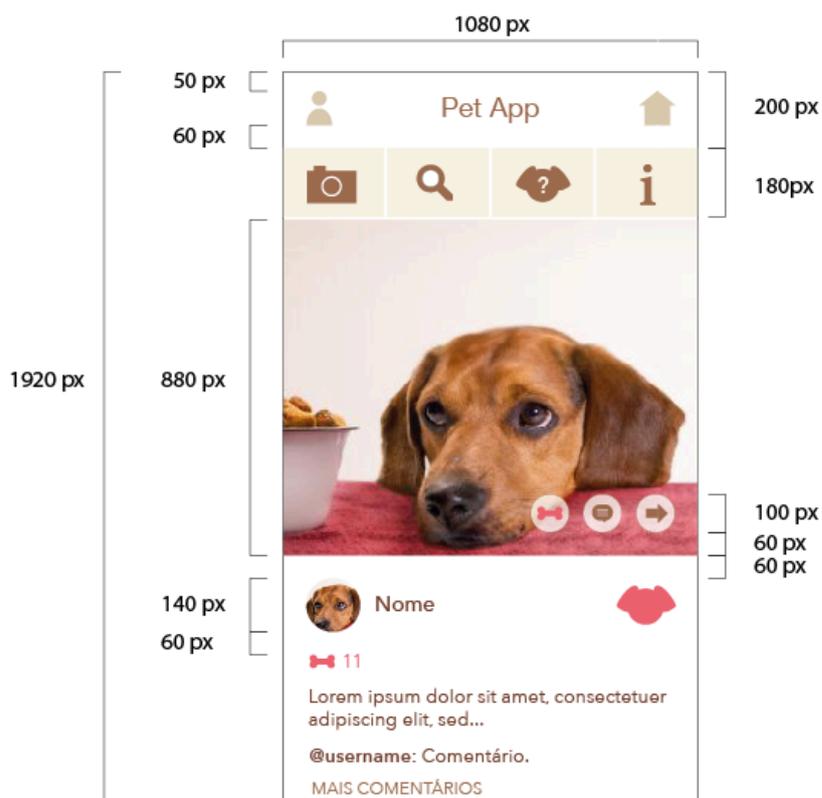
Com os wireframes realizados e a identidade visual definida, foi iniciado o desenvolvimento das telas.

5.3.2.1 Grid

O primeiro passo da realização das telas foi a definição de suas dimensões. Como de acordo com “Site de Curiosidades”, os cinco smartphones mais comprados por brasileiros em 2016 apresentavam a plataforma Android, portanto o design da interface focou nas dimensões necessárias para esta plataforma. Além disso, dois destes smartphones (Samsung Galaxy S5 e Sony Xperia Z3+) possuem uma resolução de 1080px por 1920px, enquanto os demais, apesar das resoluções diferentes, apresentam a mesma proporção de 16:9. Portanto, estas foram as dimensões utilizadas durante o desenvolvimento das telas.

Com base nessas dimensões, foi possível desenvolver o grid para servir como um guia na disposição dos elementos da interface. Foi determinada uma margem superior, inferior e em ambas laterais de 60px para todos os elementos de textos ou ícones. A faixa superior, com o nome do aplicativo e acesso ao perfil e a página principal, deve apresentar uma altura de 200px, e o menu abaixo dela uma altura de 180px. Sendo assim, o grid fica como apresentado na Figura 28.

Figura 28 – Grid

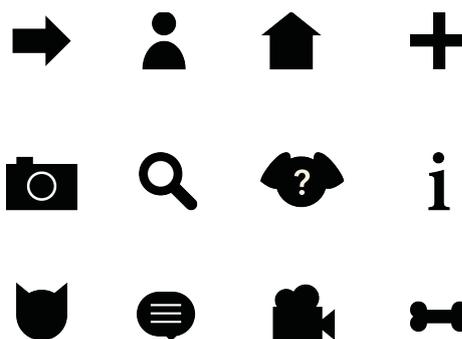


Fonte: Autor

5.3.2.2 Ícones

Os ícones foram desenvolvidos ao longo da criação da interface. Primeiramente, foram utilizados *placeholders*; ícones simplificados presentes somente para representar a função de cada ação (Figura 29).

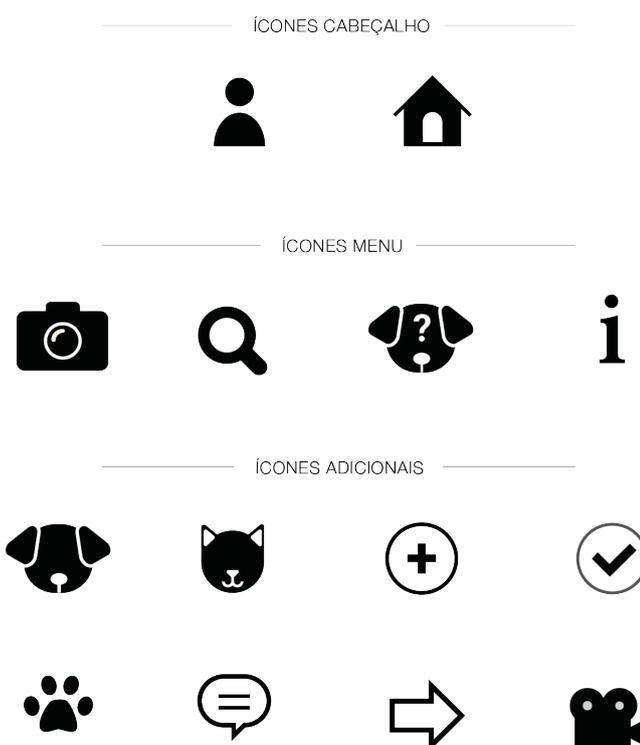
Figura 29 – Ícones placeholders



Fonte: Autor

Mais tarde, eles foram refinados e substituídos pelos ícones que seriam utilizados na interface pronta. Durante seu desenvolvimento, foi mantida a característica da familiaridade, mencionada em capítulos anteriores. Desta maneira, foram utilizados símbolos como uma câmera para postagem e uma casa para a tela principal. Para a função de “curtir” para postagens, foi utilizada a imagem de uma pata, se diferenciando do usual coração. Abaixo a Figura 30 mostra os ícones finalizados em preto e branco.

Figura 30 – Ícones finalizados



Fonte: Autor

5.3.2.3 Tipografia

Para a tipografia utilizada no aplicativo, foi considerada principalmente a legibilidade da família tipográfica em elementos pequenos e sua aparência em relação ao logo, para que não se diferenciasse demais dela. Primeiro foi considerada a família *Avenir Next*. Entretanto, não é certa sua disponibilidade em smartphones, principalmente os que utilizam *Android*. Por isso, foi utilizada a família *Roboto* (Figura 31). Esta é uma fonte fornecida pela *Android*, gratuita e planejada especialmente para

elementos pequenos. Atualmente, esta é a fonte mais utilizada para aplicativos desta plataforma.

Figura 31 – Família Roboto

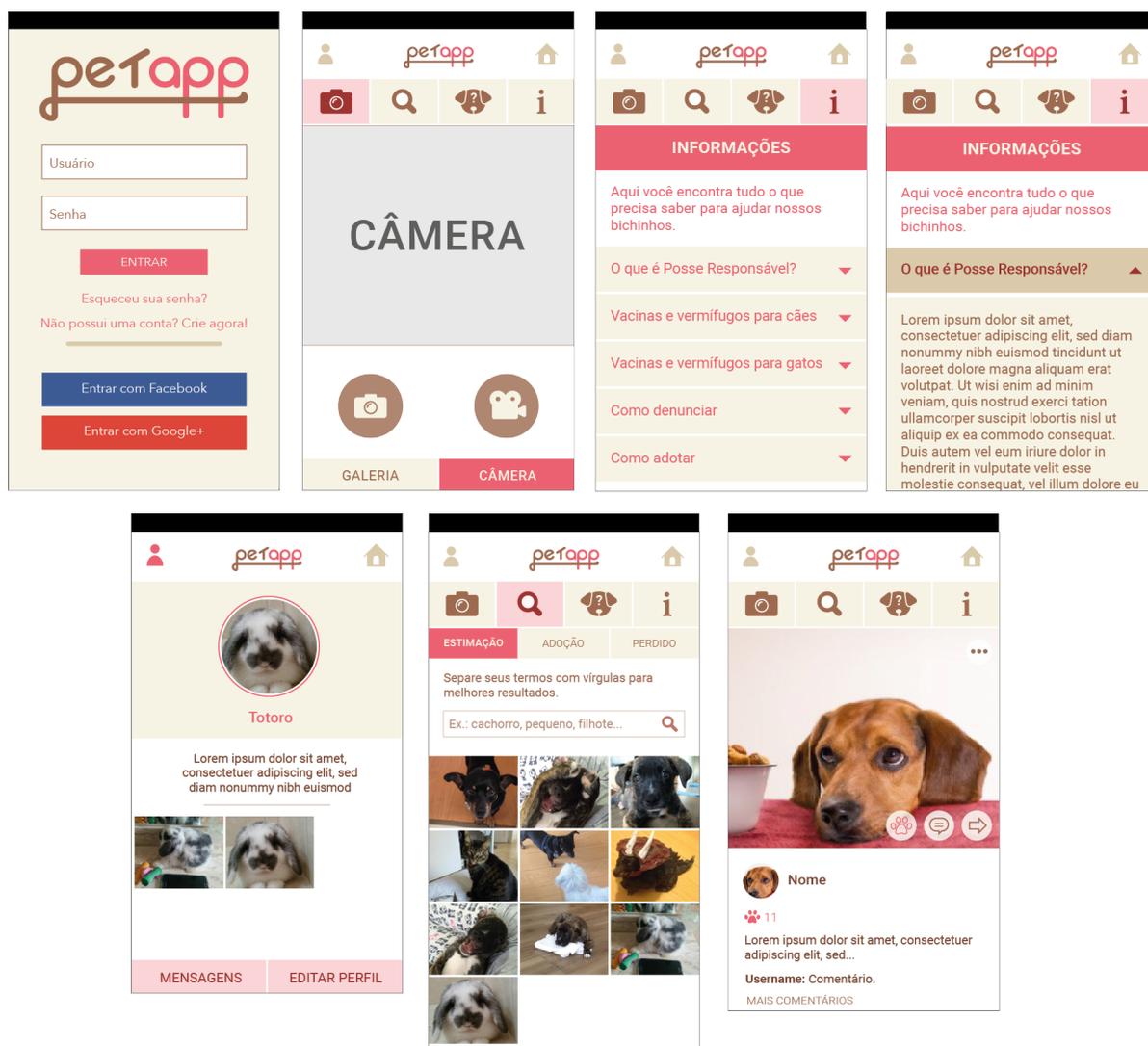


Fonte: Autor

5.3.2.4 Telas

Após definidos todos os elementos gráficos, o que restou foi o desenvolvimento das telas da interface. Durante o desenvolvimento, novamente foram ressaltados os requisitos de clareza, simplicidade, consistência, objetividade e familiaridade. O grid foi o principal guia do desenvolvimento das telas, principalmente no quesito de consistência. Foi utilizada uma faixa preta superior de 72px, representando a barra de status do smartphone. A barra de status é onde informações como bateria, sinal e notificações estão presentes (Figura 32).

Figura 32 – Telas



Fonte: Autor

5.4 FINALIZAÇÃO

Na etapa final do projeto, foi desenvolvido um protótipo simples na plataforma online Invision. Como ressaltado por Norman (1989), o feedback do usuário é de grande importância no desenvolvimento da interface, pois possibilita o descobrimento de qualquer erro que o criador possa não ter percebido. Este protótipo serviu para testar a navegação entre telas e a familiaridade do usuário com a interface, se ele seria capaz de realizar tarefas sem a necessidade de um tutorial. A plataforma Invision, apesar de apenas fornecer ações simples como navegação entre telas e scroll, permitiu uma boa simulação do aplicativo para o propósito do teste.

5.4.1 Teste com usuários

Os testes com usuários serviram para avaliar a interface, principalmente sua familiaridade, simplicidade, apelo visual e a navegação entre páginas. Para isto, o protótipo do aplicativo foi fornecido em um smartphone (Nexus 5). Todos os testes foram realizados com a presença do avaliador, para melhor observar o comportamento do usuário. O teste foi realizado com 10 (dez) usuários, com idades entre vinte e trinta anos. Dois eram empregados, um era estudante de mestrado e os outros sete eram estudantes de graduação. Primeiro foi dado um resumo do que é o aplicativo e quais são seus diferenciais. Durante este tempo, o usuário pode se familiarizar com a interface, interagindo com ela da maneira que quisesse. Após esta breve introdução, foram dadas uma série de tarefas simples para o usuário realizar.

- a) Curtir a primeira postagem da tela principal;
- b) Postar a segunda imagem da galeria no modo animal de estimação;
- c) Achar as informações sobre posse responsável;
- d) Ir para página de pesquisa;
- e) Ir para a sessão de animais perdidos;
- f) Ir para seu perfil;
- g) Retornar para a página principal.

Além disso, foi permitido um tempo após a realização das tarefas para qualquer feedback que o usuário quisesse fornecer em relação ao aplicativo. Os testes apresentaram um feedback muito positivo por parte dos usuários. Todos se interessaram pela temática do aplicativo e pelo design gráfico das telas. Isto demonstrou que a interface atende o requisito de apelo visual. Em relação às tarefas, grande parte delas foram realizadas sem dificuldade. As únicas dificuldades que se destacaram foi em relação a página inicial e à página de animais perdidos. Alguns usuários, ao invés de utilizar o ícone da “casa” para retornar a página inicial, tentavam clicar no logo no topo da página. Quando não havia resposta, eles ficavam confusos. Já na tarefa de ir para a página de animais perdidos, alguns não sabiam onde clicar. Porém eram poucos, e mesmo não sabendo como acessar a seção, todos apresentaram curiosidade quanto ao ícone de animais perdidos e clicaram nele de qualquer maneira.

5.4.2 Refinamentos

Algumas decisões foram tomadas a partir do resultado dos testes. Em sua maior parte, a navegação permaneceu igual. Porém, foi implementada a ação de poder retornar para a tela principal pressionando no logo do aplicativo posicionado no cabeçalho. Além disso, apesar da seção de animais perdidos permanecer no local, foi decidido adicionar um tutorial interativo para a primeira vez que o usuário acessar esta sessão. Ele serviria para explicar o propósito da função e como utilizá-la. A partir destas alterações, foi possível finalizar as telas do aplicativos e suas funções, que serão apresentadas a seguir.

5.4.2.1 Login e Criação de Conta

Quando o usuário abrir o aplicativo pela primeira vez, a primeira tela que ele vai encontrar é a tela de *login* (Figura 33). Nesta tela ele terá a possibilidade de criar uma conta ou fazer seu *login* com uma conta já existente, seja do aplicativo ou de outra rede social, neste caso Facebook ou Google+. Caso o usuário queira criar uma conta, ele vai ser direcionado à próxima página, onde ele deverá por suas informações. Após criar sua conta, o usuário será encaminhado à página principal e esta se tornará a primeira página do aplicativo nas próximas vezes que ele o utilizar.

Figura 33 – Login e Conta

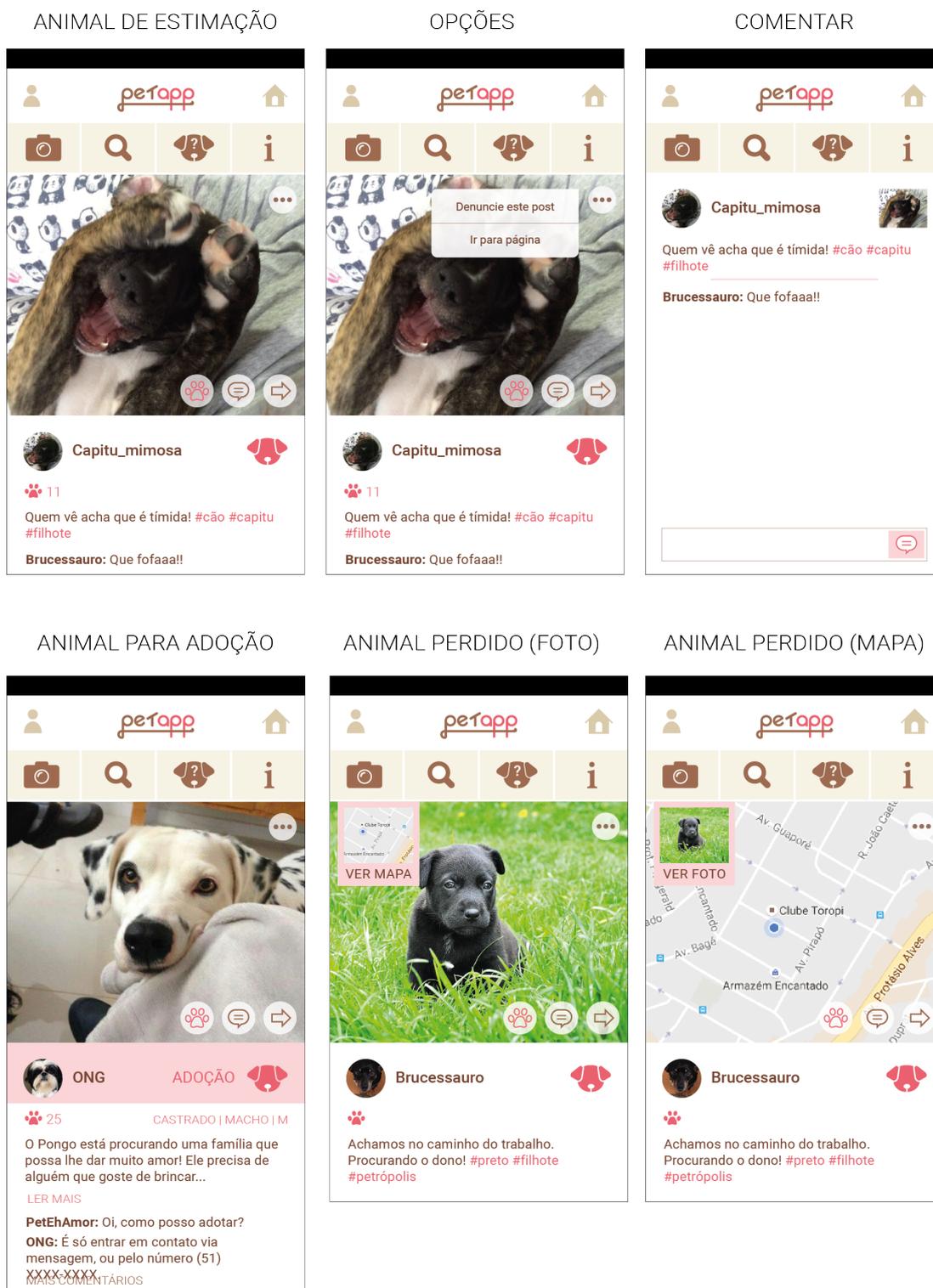
The image displays two mobile application screens side-by-side. The left screen, titled 'LOGIN', features the 'petapp' logo at the top. Below the logo are two input fields labeled 'Usuário' and 'Senha'. A red 'ENTRAR' button is positioned below the fields. Underneath the button are two lines of text: 'Esqueceu sua senha?' and 'Não possui uma conta? Crie agora!'. At the bottom of the screen are two buttons: 'Entrar com Facebook' (blue) and 'Entrar com Google+' (red). The right screen, titled 'CRIAR CONTA', also features the 'petapp' logo at the top. Below the logo is a circular placeholder for a profile picture with the text 'ALTERAR FOTO' underneath. Below this are four input fields labeled 'USUÁRIO', 'E-MAIL', 'SENHA', and 'CONFIRMAR SENHA'. At the bottom of the screen are two buttons: 'RETORNAR' (light green) and 'CRIAR CONTA' (light red).

Fonte: Autor

5.4.2.2 Página principal

A página principal consiste do “painel” (Figura 34). Ela reúne todos os posts dos diferentes usuários, dispondo-os verticalmente. Além disso, seu cabeçalho apresenta o logo do aplicativo e um ícone de *home*, ambos que retornam o acesso à página principal, e um ícone para acesso ao perfil do usuário. Este cabeçalho está presente em todas as telas, exceto na tela de *login*. Abaixo do cabeçalho apresenta-se o menu do aplicativo, com ícones que acessam na seguinte ordem: postagem, pesquisa, animais perdidos e informações. O menu de ícones permite a organização de diferentes informações de uma forma compacta e clara, facilitando a sua utilização.

Figura 34 – Página principal



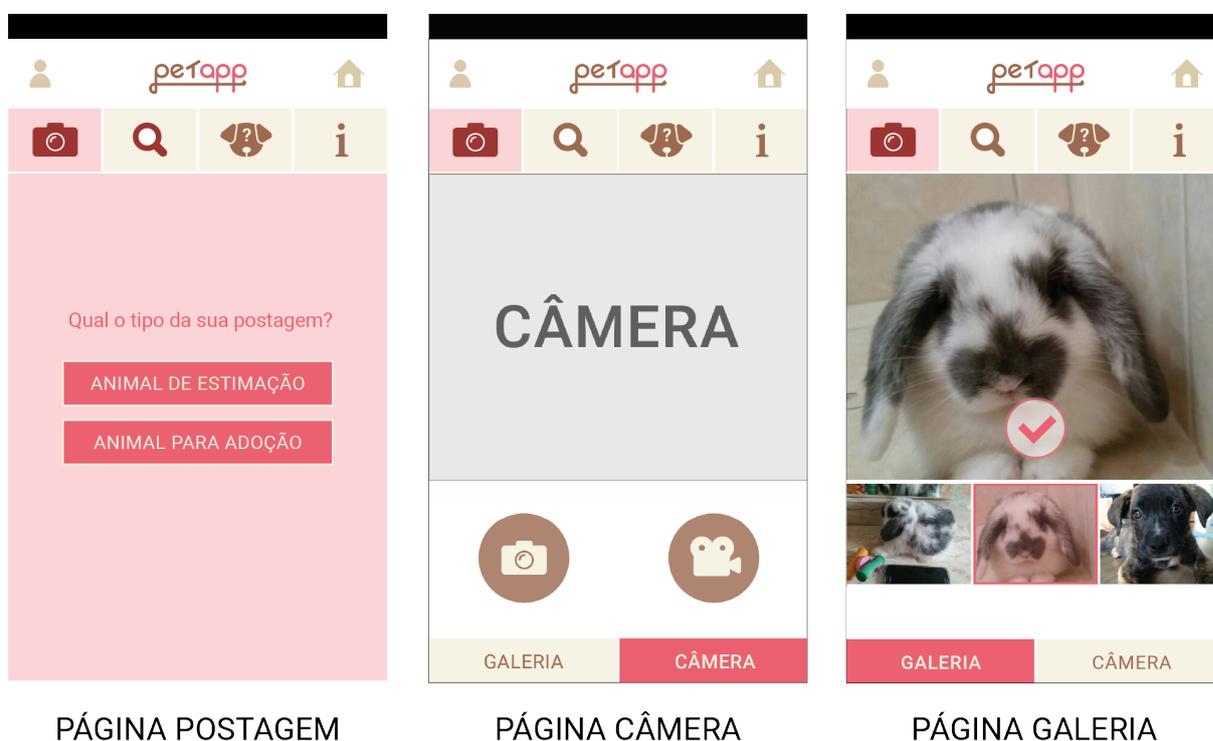
Fonte: Autor

Quando selecionados, cada ícone do menu mudará de cor, representando sua seleção. O ícone do perfil do usuário também mudará de cor quando for selecionado.

5.4.2.3 Postagem

Para postar fotos ou vídeos, o usuário irá selecionar a primeira “aba” do menu superior, representada por uma câmera. A primeira página desta sessão consiste de duas opções de postagem, uma para animal de estimação e outra para animal para adoção (Figura 35). Após a seleção, o usuário poderá escolher entre capturar a foto ou vídeo, ou utilizar um arquivo de sua galeria.

Figura 35 – Postagem 1



Fonte: Autor

Com o vídeo ou foto selecionado, ele será encaminhado para a página onde poderá inserir as informações sobre a postagem (Figura 36). Nesta etapa, as postagens de animais de estimação apresentarão apenas legenda, tipo do animal, e a possibilidade de compartilhamento em outras redes sociais como Facebook, Twitter, Instagram e Tumblr. Caso o usuário esteja postando sobre um animal para adoção,

ele deverá também inserir informações de porte, sexo, castração e idade. Por fim, com todas as informações inseridas, o usuário poderá visualizar uma prévia do post finalizado. Se ele estiver satisfeito, ele poderá então postar a foto ou vídeo, e esta estará presente na página principal e em seu perfil.

Figura 36 – Postagem 2

ANIMAL DE ESTIMAÇÃO

pe1app

Usuário

Insira sua legenda aqui. Dica: use #hashtags!

TIPO

CÃO GATO OUTRO

COMPARTILHE

FACEBOOK TWITTER

INSTAGRAM TUMBLR

RETORNAR AVANÇAR

ANIMAL PARA ADOÇÃO

pe1app

Usuário

Insira sua legenda aqui. Lembre de adicionar o nome do animal, idade e qualquer informação importante sobre saúde. Dica: use #hashtags!

TIPO

CÃO GATO OUTRO

PORTE

P M G

CASTRADO

SIM NÃO

SEXO

FÊMEA MACHO

COMPARTILHE

FACEBOOK TWITTER

INSTAGRAM TUMBLR

RETORNAR AVANÇAR

pe1app

PRÉVIA

Usuário

Legenda #hashtags

RETORNAR POSTAR

pe1app

PRÉVIA

Usuário ADOÇÃO

CASTRADO | FÊMEA | P

Legenda #hashtags

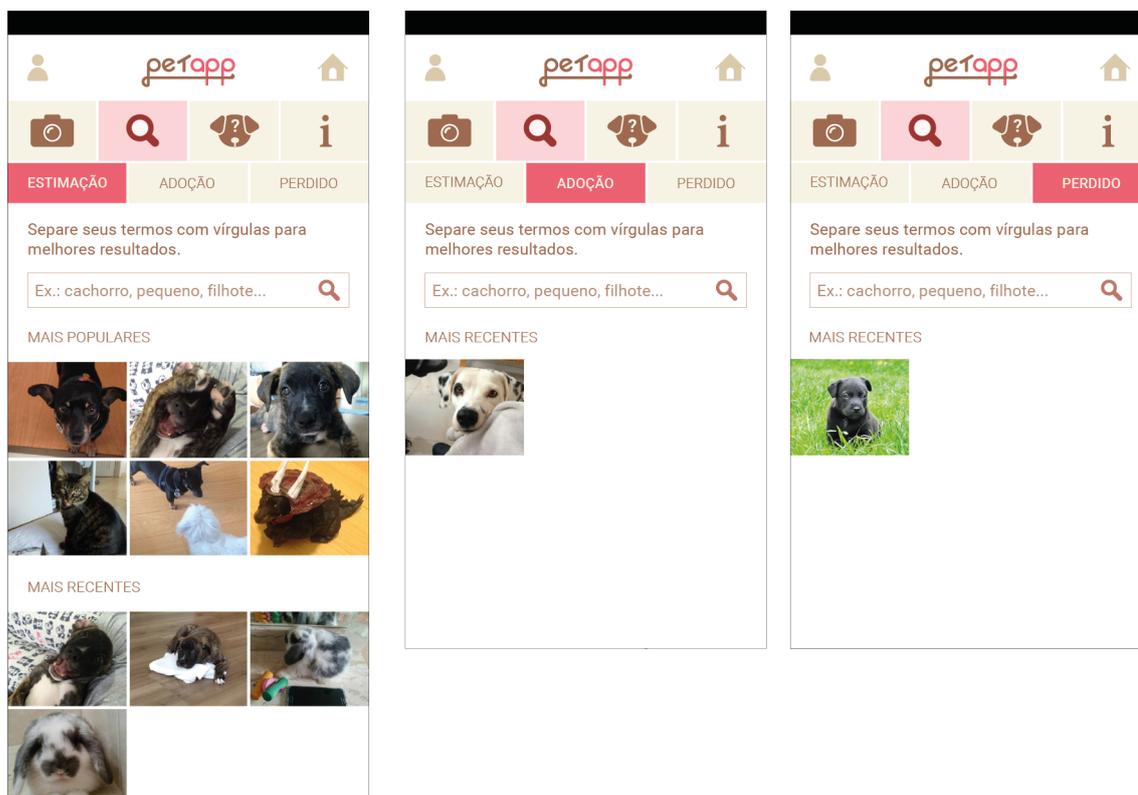
RETORNAR POSTAR

5.4.2.4 Pesquisa

A página de pesquisa consiste também de três partes diferentes, separando as postagens de animais por estimação, adoção e perdidos (Figura 37). Todas as partes são iguais, porém elas filtram as postagens por seu tipo. Além disso, o usuário pode inserir termos de pesquisa que serão transformados em *hashtags* para filtrar mais postagens. Por exemplo, se o usuário usar a palavra cão ou cachorro, todos os posts de cachorros serão apresentados. Se o usuário utilizar a palavra coelho, todos os posts com a *hashtag* “#coelho” serão apresentados, e assim por diante.

Os posts estarão organizados de forma cronológica, do mais ao menos recente. Entretanto, para posts de animais de estimação estarão em primeiro lugar as postagens com mais interações, sejam estas comentários ou “curtidas”. Isso valoriza a questão da popularidade e incentiva os usuários a postar e interagir mais.

Figura 37 – Pesquisa

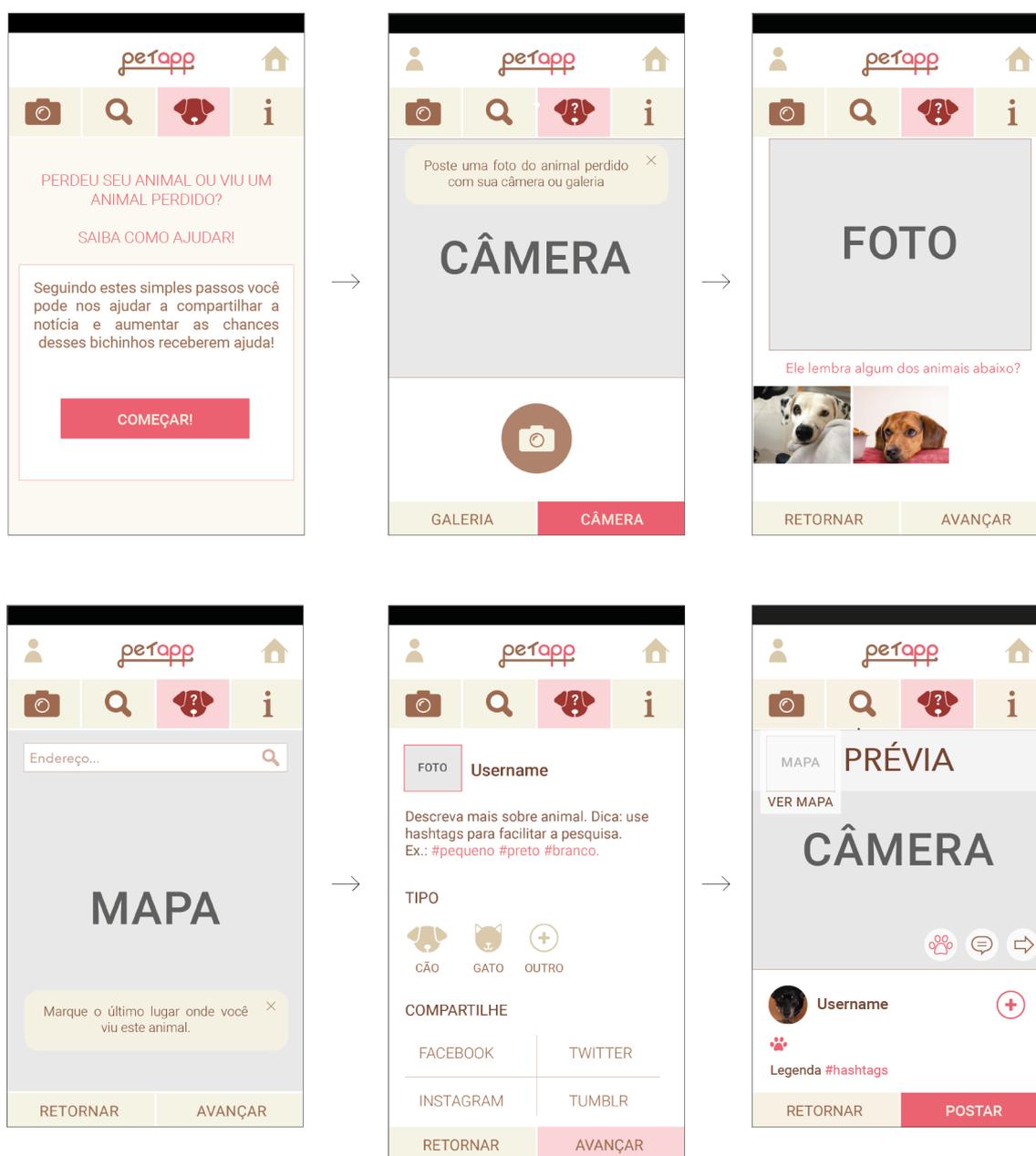


Fonte: Autor

5.4.2.5 Animais Perdidos

Como mencionado anteriormente, a parte de animais perdidos apresentará um tutorial interativo para familiarizar o usuário a esta função (Figura 38). Primeiro será apresentada uma tela introduzindo a função ao usuário. Cada tela a seguir então apresentará uma bolha de texto que guia o usuário ao próximo passo. Apesar de se assemelhar bastante ao processo de postagem de animais de estimação, a postagem de animais perdidos apresenta alguns diferenciais. Por exemplo, após a seleção da foto, o aplicativo irá fornecer postagens anteriores cujas fotos se assemelham em cor. Caso o usuário reconheça o animal em alguma dessas fotos, ele pode selecioná-la e adicionar suas informações à postagem já existente. Outro diferencial é a possibilidade de marcar com o GPS do smartphone onde o animal foi visto. Sendo assim, caso o usuário esteja adicionando esta informação a uma postagem já existente, o dono da postagem receberá uma notificação sobre a possível localização do animal. O aplicativo poderá traçar uma rota dos lugares onde o animal já esteve, mesmo que não seja exata.

Figura 38 – Animais perdidos

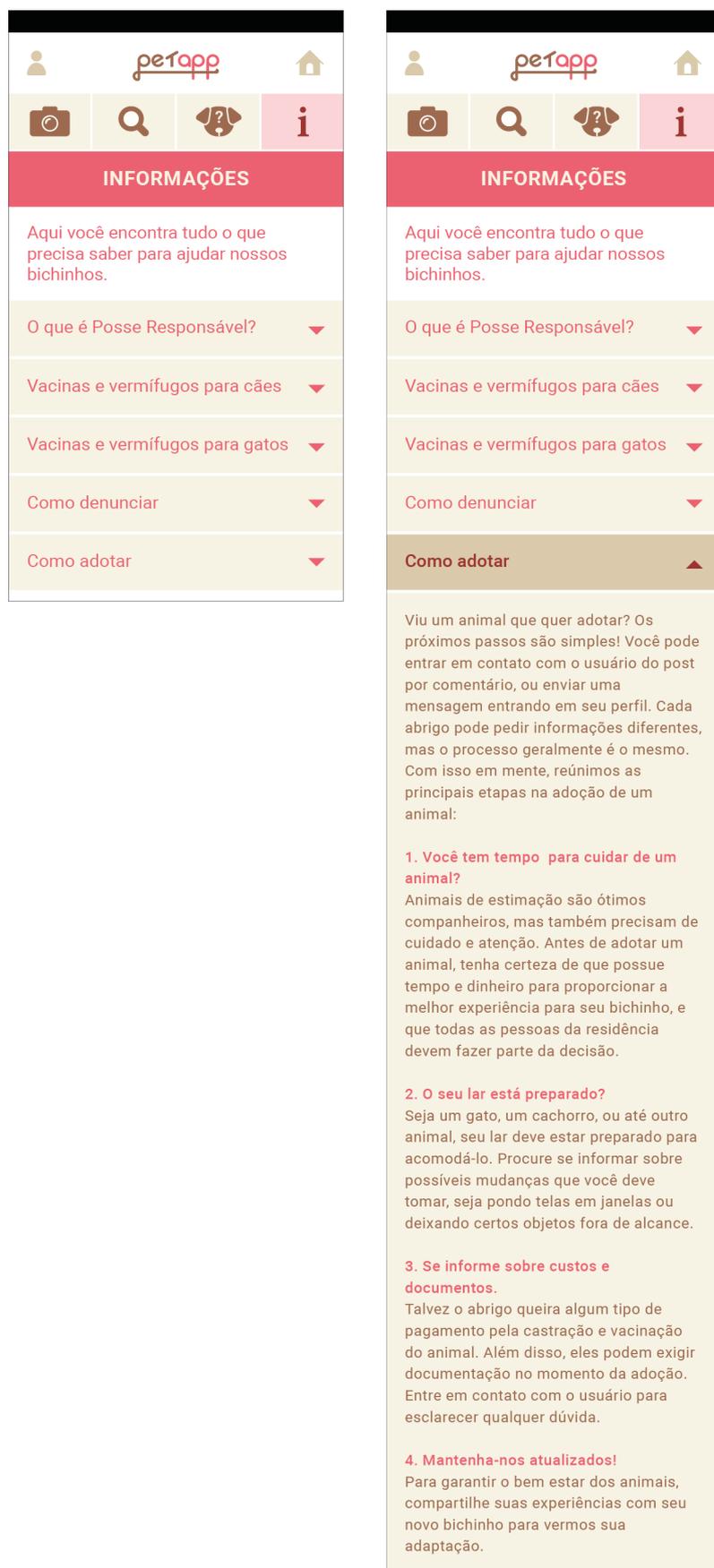


Fonte: Autor

5.4.2.6 Informações.

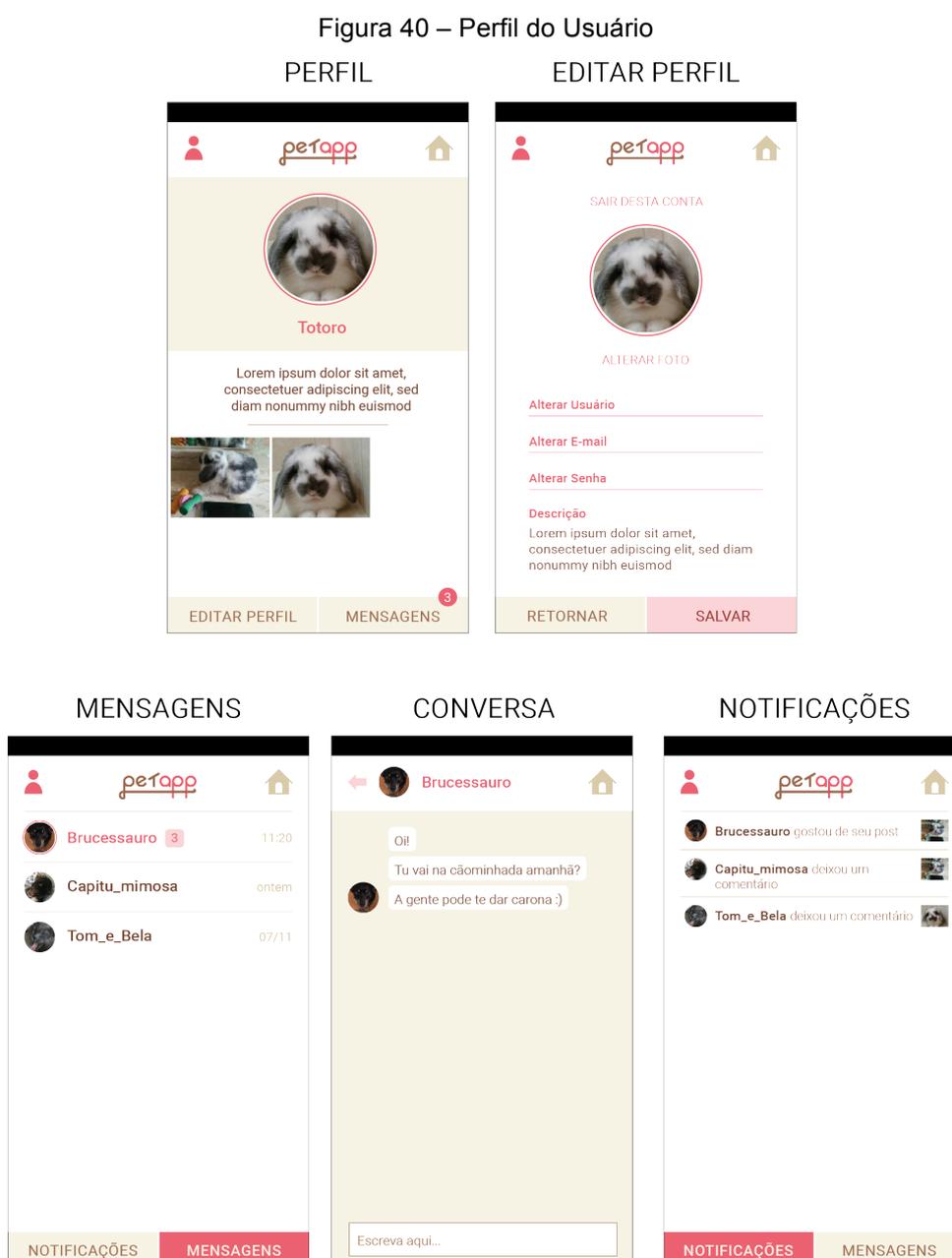
Para melhor organizar todas as informações disponíveis sobre animais de estimação e conscientização, foram utilizadas abas (Figura 39). Assim, a informação só estará visível se o usuário selecionar a aba necessária, expandindo-a. Também é possível compactá-la novamente através de outro toque na aba.

Figura 39 – Informações



5.4.2.7 Perfil

O perfil do usuário é acessível através do ícone superior esquerdo do cabeçalho. Em seu perfil (Figura 40), o usuário pode visualizar suas informações e suas postagens. Além disso, ele pode acessar sua conta e sua caixa de mensagens. Na página da sua conta, o usuário pode alterar informações ou sair de sua conta. Na página de mensagens o usuário pode checar notificações em suas postagens e visualizar suas mensagens com outros usuários.



Fonte: Autor

O perfil de outros usuários é apresentado de forma similar (Figura 41). Entretanto, onde o usuário visualizaria suas mensagens apresenta-se a opção de enviar uma mensagem ao usuário do perfil. Assim como ao invés de uma opção de editar a conta, apresenta-se a opção de denunciar o usuário.

Figura 41 – Perfil de outro usuário



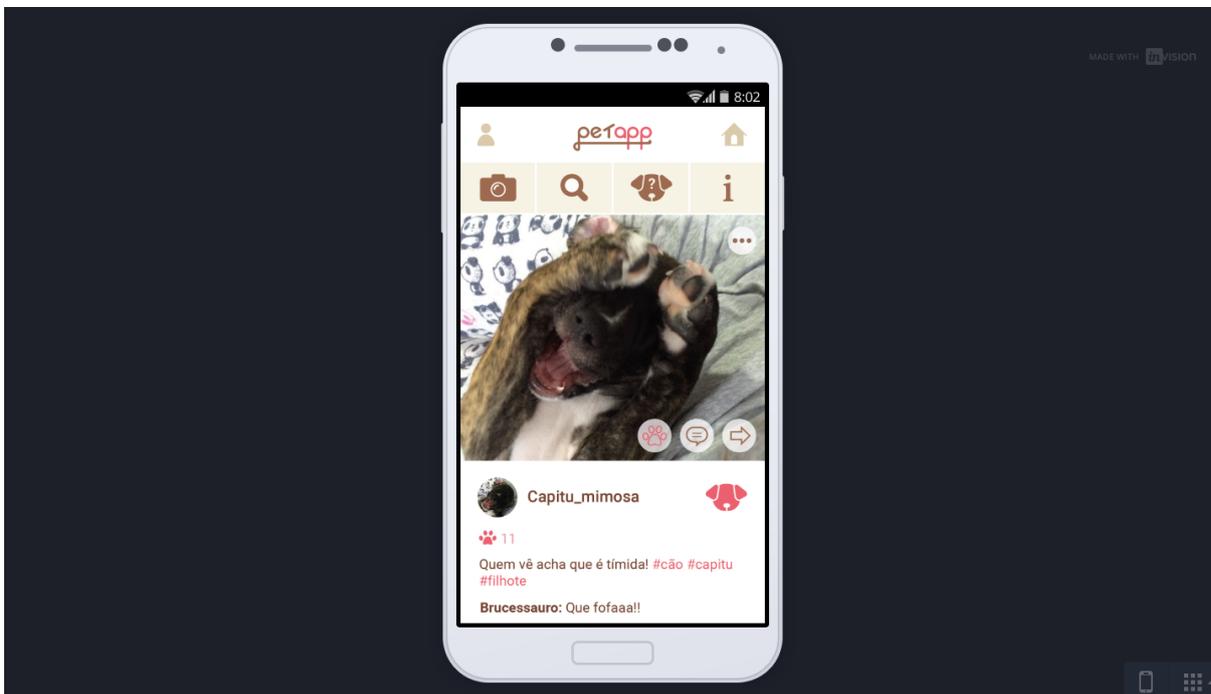
Fonte: Autor

5.4.3 Finalização do Projeto

Com as telas finalizadas, o protótipo semi-funcional pode também ser finalizado. O protótipo funciona para exemplificar ao usuário como o aplicativo irá funcionar. Ele não poderá postar fotos, criar sua própria conta ou até mesmo interagir com postagens, já que isto exigiria um servidor funcional. Porém, este protótipo permite que o usuário navegue entre páginas, simule uma postagem e outras ações como interações com postagens e visualização de perfil.

Este protótipo está disponível através do site “<https://invis.io/A6997442W>”, e pode ser acessado tanto pelo computador (Figura 42) quanto por *smartphones*.

Figura 42 – Protótipo



Fonte: Site <https://invis.io/A6997442W>

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ideia deste projeto surgiu a partir do grande número de animais abandonados e a crescente preocupação por eles. Grande parte das pessoas tem um carinho por animais, principalmente animais de estimação. Entretanto, este carinho não é o bastante sem a conscientização. O número de animais abandonados ainda é alarmante, e as organizações e abrigos em prol destes animais não possuem os recursos para cuidar de todos eles. A adoção é extremamente importante e é evidente a falta de divulgação deste processo, mas tão importante quanto é reforçar as ideias de posse responsável para prevenir mais abandonos ou maus tratos.

Sendo assim, o propósito deste projeto não é só informar, mas promover o desenvolvimento de uma comunidade que dá a devida importância a estes assuntos e está disposta a trabalhar para melhorar a atual situação. A disponibilização de um ambiente para essas pessoas de interesse permitirá a conscientização de forma divertida e social de mais pessoas, garantindo assim o bem estar de mais animais.

Embora o tema e o propósito sempre mantiveram-se os mesmos, o projeto foi sendo alterado à medida de seu desenvolvimento, buscando a melhor maneira de abordar este tema. A metodologia adaptada de Garret permitiu estas alterações, pois apesar das etapas serem divididas, muitas delas foram realizadas simultaneamente. Deste modo, foi possível o ajuste de decisões que já haviam sido tomadas em etapas anteriores para melhor acomodarem mudanças realizadas posteriormente.

Por fim, o resultado final atingiu os principais aspectos valorizados no início do projeto. Foi possível desenvolver uma rede social focada em animais de estimação, com os diferenciais dos animais para adoção e animais perdidos. A ideia foi bem recebida com todos os usuários durante o teste do protótipo, demonstrando que o aplicativo é realmente único em relação a outras redes sociais.

Ainda assim, o projeto desenvolvido ainda tem muito a crescer. Por exemplo, se possível, seria interessante buscar algum tipo de parceiro para ajudar no desenvolvimento da ferramenta. Apesar de não terem sido incluídas na finalização da interface, informações sobre clínicas e veterinários seriam úteis. É difícil definir quais fariam parte do aplicativo, e deve-se considerar a possibilidade destas clínicas fornecerem algum tipo de financiamento. Até mesmo parceria com organizações de

animais seriam muito valorizadas, pois mesmo que elas não forneçam algum tipo de financiamento, elas são as que mais poderiam se beneficiar com este tipo de aplicativo. Com mais tempo também seria possível realizar testes com mais usuários, buscando um maior número de respostas quanto a interface e até adicionando mais funções. Também seria útil, posteriormente, desenvolver uma versão para browser do mesmo aplicativo, caso o usuário necessitasse utilizá-lo no computador.

REFERÊNCIAS

ANDA. **Brasil tem 30 milhões de animais abandonados**. Disponível em: <<http://anda.jusbrasil.com.br/noticias/100681698/brasil-tem-30-milhoes-de-animais-abandonados>>. Acesso em: 23 mar. 2016.

ALEXA. **Top Sites in Brazil**. Disponível em: <<http://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>. Acesso em: 2 jun. 2016.

ANIMAL THINGS. **Adoção X Compra**. Disponível em: <<http://aniimalthings.blogspot.com.br/p/adocao-x-compra.html>>. Acesso em: 1 jun. 2016.

ARCA. **Os Dez Mandamentos da Posse Responsável**. Disponível em: <<http://www.arcabrasil.org.br/10-mandamentos-posse-responsavel.php>>. Acesso em: 1 jun. 2016.

ASSOCIAÇÃO 101 VIRALATAS. **Sobre a ONG**. Disponível em: <<http://www.101viralatas.com.br/home/content.aspx?t=2&item=2>>. Acesso em: 20 mar. 2016.

BAXTER, M. **Projeto de Produto: Guia prático para o design de novos produtos**. 2. ed. São Paulo: BLUCHER, 2008.

BERTOLINI, S.; BRAVO, G. **Social capital, a multidimensional concept**. Disponível em: <<http://www.ex.ac.uk/shipss/politics/research/socialcapital/other/bertolini.pdf>> Acesso em: 20 mai. 2016.

BLUPET. **Guia Completo de Doação de Cães e Gatos**. Disponível em: <<http://www.blupet.com.br/guia-adocao/>>. Acesso em: 1 jun. 2016.

BUSKENS, V. The social structure of trust. **Social networks**, v. 20, n. 3, p. 265-289, 1998.

CBS NEWS. **The most famous animals of 2015 on social media**. Disponível em: <<http://www.cbsnews.com/news/the-most-famous-animals-of-2015-on-social-media/>>. Acesso em: 15 mai. 2015

GALITZ, W. O. **The Essential Guide to User Interface Design**. 2. ed. New York: John Wiley & Sons, Inc., 2007.

GARRET, J. J. **The Elements of User Experience: User centered design for the web and beyond**. 2. ed. Berkeley: New Riders, 2011.

DEGENNE, A; FORSÉ, M. **Introducing social networks**. London: Sage, 1999.

ELLISON, N. B.; STEINFIELD, C.; LAMPE, C. The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 12, n. 4, p. 1143-1168, 2007.

FUTURECOM. **Google aponta que o Brasil teve um crescimento de 112% no uso de smartphones para acesso à internet.** Disponível em: < <http://blog.futurecom.com.br/google-aponta-que-o-brasil-teve-um-crescimento-de-112-no-uso-de-smartphones-para-acesso-a-internet/>>. Acesso em: 23 mar. 2016.

MARKETINGDECONTEÚDO. **Quais são as redes sociais mais usadas no Brasil.** Disponível em: < <http://marketingdeconteudo.com/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>>. Acesso em: 19 set. 2016.

NIELSEN IBOPE. **68 Milhões usam a internet pelo smartphone no Brasil.** Disponível em: <<http://www.nielsen.com/br/pt/press-room/2015/68-milhoes-usam-a-internet-pelo-smartphone-no-Brasil.html>>. Acesso em: 23 mar. 2016.

NIELSEN IBOPE. **Redes Sociais Lideram em Aplicativos Mais Usados no Brasil.** Disponível em: <<http://www.nielsen.com/br/pt/press-room/2015/Redes-sociais-lideram-em-aplicativos-mais-usados-do-Brasil.html>>. Acesso em: 10 mai. 2016.

NORMAN, D. A. **The Design of Everyday Things.** New York: Bantam Doubleday Dell Publishing Group, Inc., 1988.

PEA. **Como denunciar.** Disponível em: < <http://www.pea.org.br/denunciar.htm>>. Acesso em: 30 out. 2016.

PETMAG. **Maus-tratos e abandono de animais: como denunciar?** Disponível em: <<http://www.petmag.com.br/13498/como-fazer-a-denuncia-de-maus-tratos-a-animais/>>. Acesso em: 30 out. 2016.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

RHEINGOLD, H. **A Comunidade Virtual.** Lisboa : Gradiva, 1996.

SEDA. **A SEDA.** Disponível em: < http://www2.portoalegre.rs.gov.br/seda/default.php?p_secao=7>. Acesso em: 22 mar. 2016.

SITE DE CURIOSIDADES. **Quais os celulares mais vendidos em 2016?** Disponível em: < <http://www.sitedecuriosidades.com/curiosidade/quais-os-celulares-mais-vendidos-em-2016.html>>. Acesso em: 24 set. 2016.

TECMUNDO. **Acesso à internet via smartphones aumentou 112% no último ano no Brasil.** Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/pesquisa/85386-acesso-internet-via-smartphones-aumentou-112-ultimo-ano-no-brasil.htm>>. Acesso em: 23 mar. 2016.

TABLELESS. **Design de aplicativos para Android- Parte 2.** Disponível em: < <http://tableless.com.br/design-de-aplicativos-para-android-parte-2/>>. Acesso em: 15 out. 2016.

WASSERMAN, S; FAUST, K. **Social network analysis: Methods and applications.** Cambridge: Cambridge university press, 1994.

WEBANIMAL. **WebAnimal: O portal dos animais de estimação.** Disponível em: <<http://www.webanimal.com.br/cao/index.asp?especie=cao>>. Acesso em: 24 out. 2016.

ANEXO A (RELATÓRIO 101 VIRALATAS - 2015)

Relatório Geral - Associação 101 Viralatas - Ano 2015



ATENDIMENTOS VETERINÁRIOS:

Hospital Veterinário Pronto Vet:

55 atendimentos (consultas, exames, internações e cirurgias)

Vet Max:

34 atendimentos (consultas, internações e cirurgias)

30 testes FIV/FELV

10 quimioterapias

ARPA:

50 castrações

VERMÍFUGOS:

Ministrado no meses: Fevereiro e Agosto (Vermífugos utilizados: Zmax Iver Plus e Canex Premium)

VACINAS ANUAIS:

Aplicadas em 18 de Dezembro (Vacinas aplicadas: Polivalente importada Recombitek®C6/CV e anti-rábica)

ANTI-PULGAS:

Aplicação bimestral durante o verão e trimestral durante o inverno (Anti-pulgas utilizados: Fipronil e Topline Red)

DEDETIZAÇÃO DE CANIS - CARRAPATICIDA:

Realizada a cada 15 dias, com aplicação de Butox em todos os canis

PASSEIOS VOLUNTÁRIOS:

21/04/15 - 1ª edição

01/05/15 - 2ª edição

04/06/15 - 3ª edição

04/07/15 - 4ª edição

12/09/15 - 5ª edição

12/10/15 - 6ª edição

07/11/15 - 7ª edição

05/12/15 - 8ª edição

Página do evento: <https://www.facebook.com/passeadoresvoluntarios101/>

BRECHÓS:

40 brechós realizados no total, nos seguintes locais:

Brechó Voluntário ao lado da Prefeitura de Viamão

Bazar Princess

Eventos do Me Gusta

Evento FoodTruck College

Bicho Mania

Festival da Boa Vizinhança

Mundo Pet

Bichanus

Relatório Geral - Associação 101 Viralatas - Ano 2015



FEIRAS DE ADOÇÃO:

60 feiras realizadas no total, nos seguintes locais:

Fashion Dog
Studio Q - Pic Nic
Pet Petit Botique
Mundo Pet
Terra Integra
Totó Pet
Budha Khe Rhi
Spa dos Mimos
Pets Day
Pet Free
Bicho Chic
FoodTruck College
Pet da Barão

TOTAL DE ANIMAIS EM DEZEMBRO DE 2014: 500 animais

TOTAL DE ADOÇÕES EM 2015: 287 adoções (Todos com termo de responsabilidade)

TOTAL DE ABANDONOS E REGASTES EM 2015: 137 casos

TOTAL DE APADRINHAMENTOS: 98 animais com padrinhos em 2015

TOTAL DE ANIMAIS EM DEZEMBRO DE 2015: 350 animais



SOBRE A ONG:

Localizada em Viamão, no Rio Grande do Sul, a 101 Viralatas é uma ONG que abriga e cuida atualmente de mais de 350 animais que foram vítimas do abandono na região metropolitana de Porto Alegre. Cuidar de tantos animais não é nada fácil, por isso contamos com a ajuda de doações, brechós, venda de produtos institucionais e parcerias com empresas.

Diariamente lutamos para garantir ração suficiente para todos, pois são necessários 250Kg por dia para alimentá-los. Portanto, nosso principal objetivo é cuidar desses peludinhos e buscar um lar com adotantes responsáveis para que nunca mais tenham que sofrer a dor do abandono e do descaso humano.

Razão Social: Associação 101 Viralatas

CNPJ: 11.307.796/0001-46

Redes Sociais:

Facebook: <https://www.facebook.com/ONG101viralatas>

Instagram: <https://www.instagram.com/101viralatas/>

Twitter: twitter.com/101viralatas

Site: www.101viralatas.com.br (no site conta a história da ONG)

E-mail: contato@101viralatas.com.br

APÊNDICE A (QUESTIONÁRIO)

Formulário Aplicativo para Pets

https://docs.google.com/forms/d/1K_GTwNXhYkCZNd9GF...

Formulário Aplicativo para Pets

*Obrigatório

1. Idade *

.....

2. Você possui um smartphone ou tablet? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

3. Você utiliza redes sociais? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

4. Se sim, quais as redes sociais que utiliza mais frequentemente?

Marque todas que se aplicam.

Facebook

Instagram

Snapchat

Twitter

Pinterest

Whatsapp

Telegram

Tumblr

Outras

5. Você é ou foi, recentemente, dono de algum animal de estimação? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

6. Com que frequência você compartilha informações (exemplo: fotos, vídeos, texto) sobre seu animal de estimação em redes sociais?

Marcar apenas uma oval.

- Frequentemente, pelo menos 1 (uma) vez por semana
- Ocasionalmente, pelo menos 2 (duas) vez por mês
- Raramente, menos de uma vez a cada dois meses
- Nunca

7. Você interage com (segue, comenta, curte) contas de rede sociais sobre animais de estimação ou animais para adoção? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

8. Você assiste e/ou compartilha vídeos e fotos de animais de estimação? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, frequentemente
- Sim, ocasionalmente
- Não

9. Escolha 4 (quatro) palavras que você associe mais com a vida com um animal de estimação *

Marque todas que se aplicam.

- Cuidado
- Amor
- Companhia
- Responsabilidade
- Trabalho
- Sujeira
- Alegria
- Custo
- Calor
- Amizade
- Família
- Bagunça

Figura 1



10. Das imagens acima, escolha 3 (três) que você mais associe ao cuidado de animais de estimação.

Marque todas que se aplicam.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- 11

Figura 2



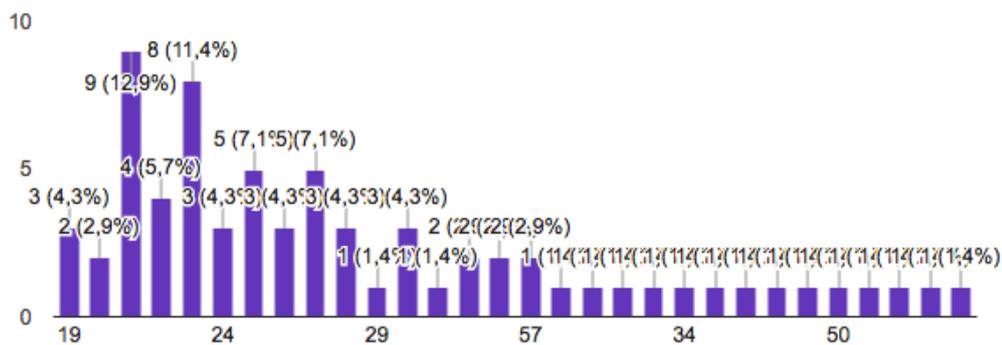
11. Das imagens acima, escolha 3 (três) que mais remetem ao seu estilo de vida.
Marque todas que se aplicam.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- 11

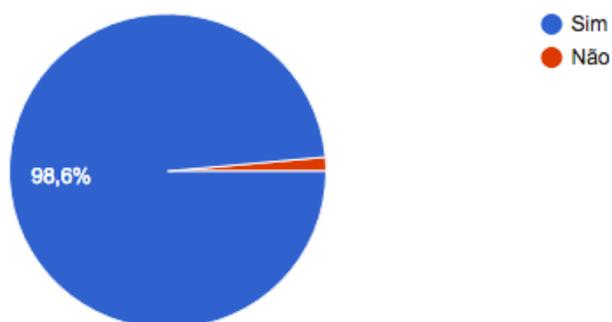
Obrigada pela participação!

APÊNDICE B (RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO)

Idade (70 respostas)



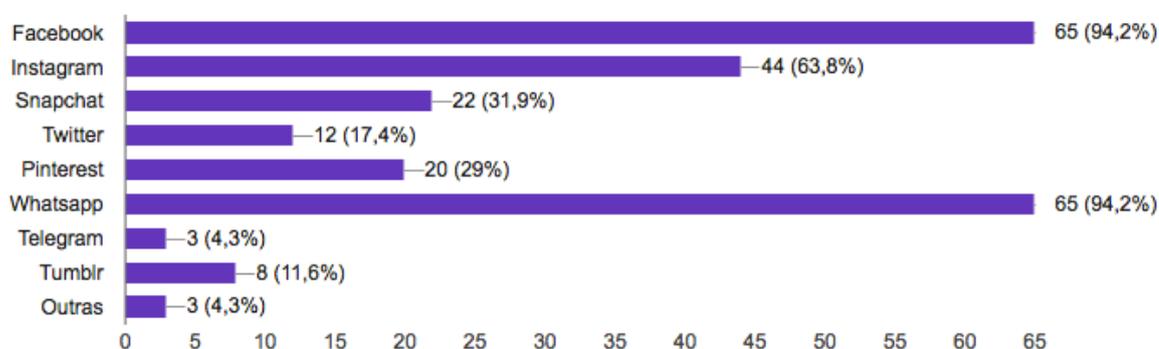
Você possui um smartphone ou tablet? (70 respostas)



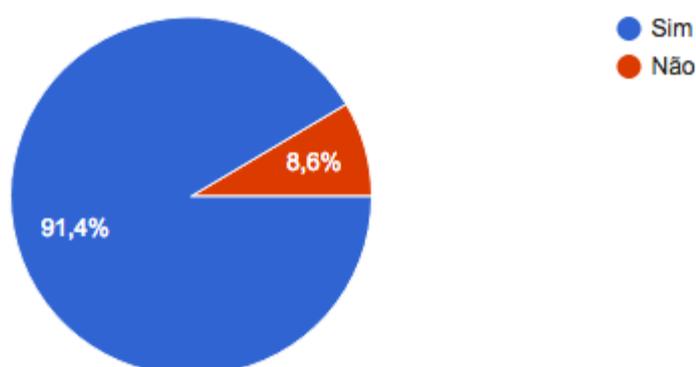
Você utiliza redes sociais? (70 respostas)



Se sim, quais as redes sociais que utiliza mais frequentemente? (69 respostas)

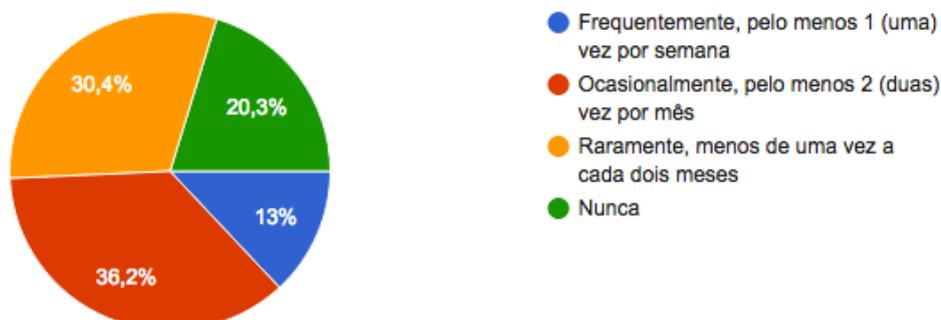


Você é ou foi, recentemente, dono de algum animal de estimação? (70 respostas)



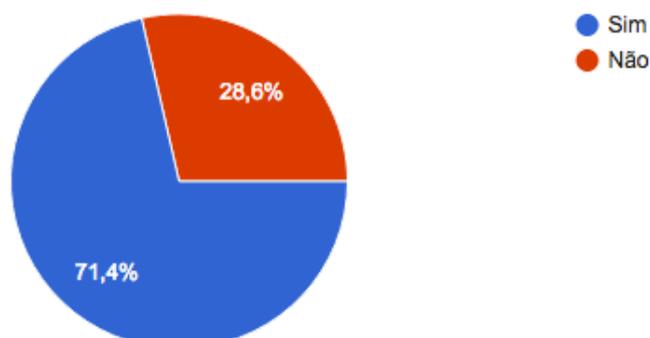
Com que frequência você compartilha informações (exemplo: fotos, vídeos, texto) sobre seu animal de estimação em redes sociais?

(69 respostas)



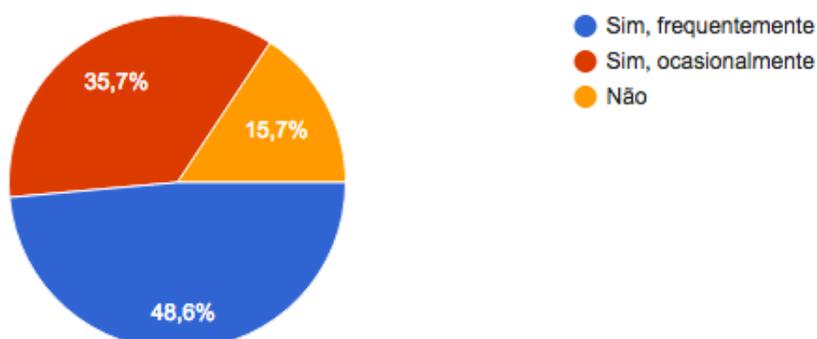
Você interage com (segue, comenta, curte) contas de rede sociais sobre animais de estimação ou animais para adoção?

(70 respostas)



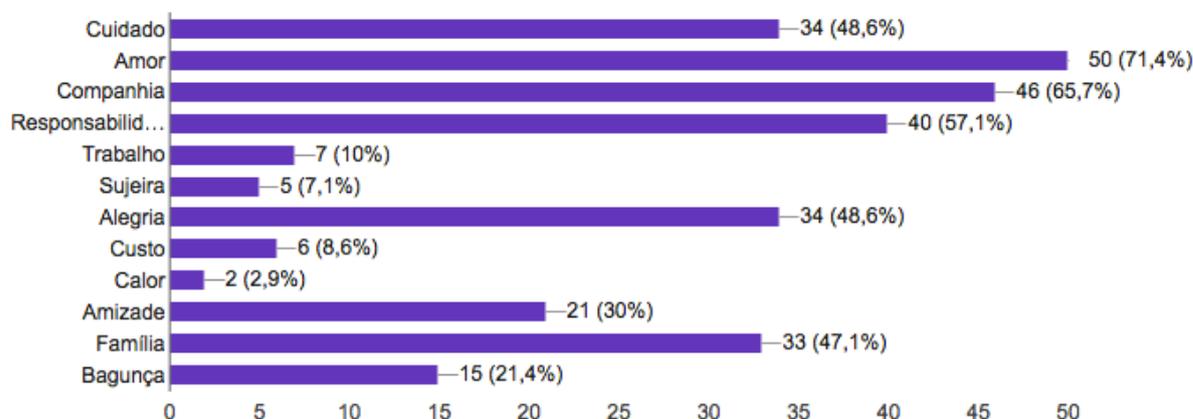
Você assiste e/ou compartilha vídeos e fotos de animais de estimação?

(70 respostas)



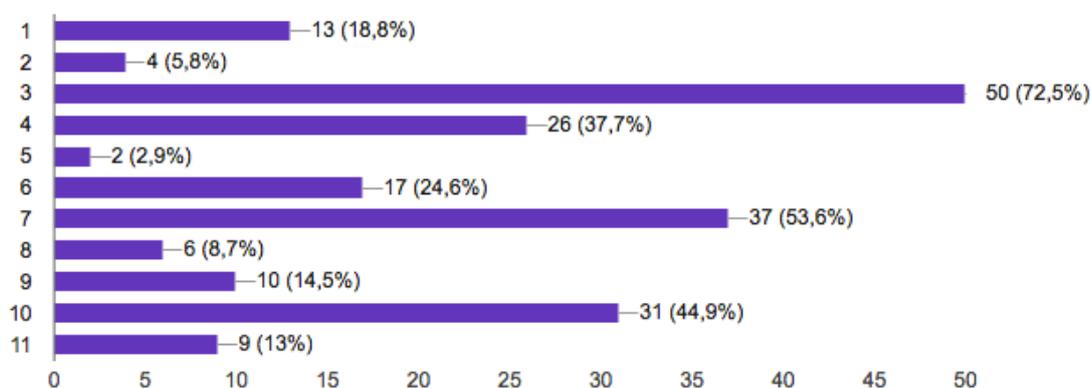
Escolha 4 (quatro) palavras que você associe mais com a vida com um animal de estimação

(70 respostas)



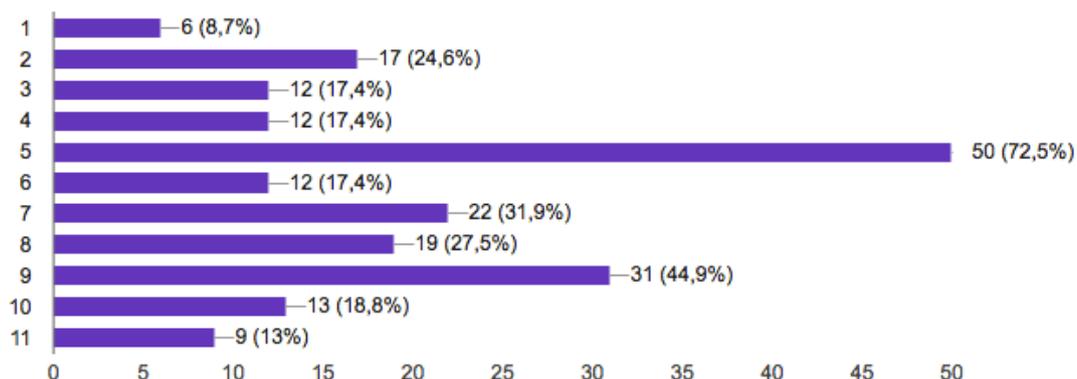
Das imagens acima, escolha 3 (três) que você mais associe ao cuidado de animais de estimação.

(69 respostas)



Das imagens acima, escolha 3 (três) que mais remetem ao seu estilo de vida.

(69 respostas)



APÊNDICE C (TROCA DE EMAILS)

Re: Projeto TCC Laura

101 Viralatas

qua 09/03/2016 23:25

Para: Laura . <lauraslm@hotmail.com>;

 1 anexos (257 KB)

Relatório Geral de Atividades 2015 - ONG 101 Viralatas.pdf;

Oi Laura,

Quem está respondendo é a Ariane, falamos também pelo whats.

Nós criamos recentemente o nosso próprio APP então acho que vou poder te dar um auxílio bem bacana.

As informações que seriam interessantes ter:

Nome do cão, gênero (macho/fêmea), espécie (canino/felino), porte (P/M/G), idade aproximada, castrado (sim/não), temperamento, histórico do animal: vacinas, vermífugo, anti-pulgas, teste FIV/FelV, se é adoção especial (animais com algum tipo de deficiência ou restrição), doenças diagnosticadas, informações relevantes.

Para ficar mais bacana, o teu APP poderia ter uma parte de conscientização:

- ➔ posse responsável e bem estar animal
- ➔ direito dos animais
- ➔ benefícios da castração
- * vacinas, vermífugo
- ➔ o que fazer em caso maus tratos e abandono
- ➔ como ajudar um animal abandonado

Outra coisa bacana de colocar é uma apresentação falando sobre a importância da adoção, processos de adaptação do animal, dicas de adestramento, lista de veterinários que atendem a preços acessíveis.

Sobre a 101, vou te mandar em anexo um relatório das nossas atividades em 2015 para que você conheça melhor o nosso trabalho.

Temos muitos voluntários, acredito que em torno de 100 pessoas ativas e outras mais esporádicas.

Qualquer dúvida, estou à disposição.

Ariane - Família 101 Viralatas

Em 09.03.2016 15:18, Laura . escreveu:

Oi Aline, tudo bem?

Estou te escrevendo para explicar meu projeto de TCC. No momento, só estou começando a trabalhar na parte teórica, mas o meu projeto consiste basicamente de uma ideia para um aplicativo que auxilie e estimule a adoção de animais.

Funcionaria como uma rede social pra animais. Existiriam perfis pros diferentes animais, onde o usuário poderia fazer upload de fotos e vídeos, além de outras informações. Queria focar na 101 Viralatas para as pessoas que trabalham com vocês poderem criar estes perfis para os animais que precisam de uma família, com o objetivo de facilitar a visualização dos bichinhos para quem está procurando adotar. Poderiam disponibilizar quantas fotos e vídeos curtos quanto quisessem, pois sabemos que as pessoas gostam muito de assistir animais, e que muitas vezes só conseguimos ver a personalidade deles pelas ações deles. Em cada perfil, o usuário interessado poderia apertar algum botão dizendo que ele deseja adotar. A partir disso, vocês poderiam entrar em contato para conhecer a pessoa, e ver se realmente é a família certa para o animal.

A ideia do aplicativo não é apenas para a 101 Viralatas, mas para todas as pessoas que possuem animais de estimação poderem compartilhar fotos e vídeos de seus bichinhos, como uma comunidade. Acho que seria legal também se houvesse uma parte onde pudesse se postar sobre animais perdidos ou abandonados, pra auxiliar no resgate deles.

Enfim, são várias ideias que eu tenho para o aplicativo, mas me ajudaria muito se eu pudesse conversar contigo para saber das suas ideias. Gostaria de saber como funciona a 101 Viralatas, a adoção dos animais, se há uma comunidade envolvida para ajudar a ONG. Também gostaria de saber o que tu acha legal que houvesse no aplicativo, que tipo de informações sobre os animais precisa ter, etc. Eu não sei se de que maneira preferem fazer isso. Se estiveres muito ocupada, podemos nos manter em contato por e-mail e whatsapp. Se não, talvez seja legal marcarmos um dia para conversarmos bem sobre isso.

Como eu sou aluna do Design Visual, eu irei apenas projetar a interface (as telas) do aplicativo, e tenho que apresentar isto finalizado até o fim deste ano. Portanto, não vou fazer de fato um aplicativo. É como se fosse um projeto ideológico. Entretanto, caso se interessem pelo projeto no final, podemos buscar alguém que possa programá-lo, e ver se futuramente podemos disponibilizá-lo. De qualquer maneira, eu ficaria muito grata pela ajuda de vocês, pois me possibilitará fazer um bom trabalho.

Abraço,

Laura

APÊNDICE D (10 MANDAMENTOS DA GUARDA RESPONSÁVEL)

DOE AGORA

BUSCA:

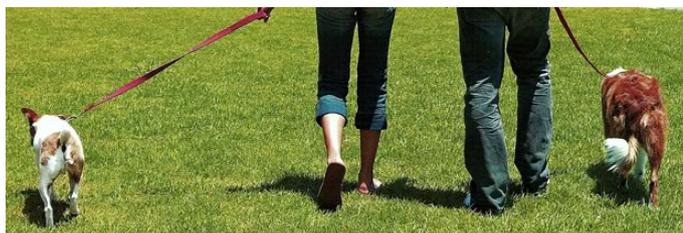
OK



HOME SOBRE A ARCA PARCERIAS AÇÕES AMIGO É PARA SEMPRE ANIMAIS AJUDE NOTÍCIAS LOJA FAQ CONTATO

10 Mandamentos da Guarda Responsável

Conheça os 10 mandamentos criados pela Arca Brasil e saiba o necessário antes de fazer um novo amigo.



01

Antes de adquirir um animal, considere que seu tempo médio de vida é de 12 anos. Pergunte à família se todos estão de acordo, se há recursos necessários para mantê-lo e verifique quem cuidará dele nas férias ou em feriados prolongados.

02

Adote animais de abrigos públicos e privados (vacinados e castrados), em vez de comprar por impulso.

03

Informe-se sobre as características e necessidades da espécie escolhida - tamanho, peculiaridades, espaço físico.

04

Mantenha o seu animal sempre dentro de casa, jamais solto na rua. Para os cães, passeios são fundamentais, mas apenas com coleira/guia e conduzido por quem possa contê-lo.

05

Cuide da saúde física do animal. Forneça abrigo, alimento, vacinas e leve-o regularmente ao veterinário. Dê banho, escove e exercite-o regularmente.

06

Zele pela saúde psicológica do animal. Dê atenção, carinho e ambiente adequado a ele.

07

Eduque o animal, se necessário, por meio de adestramento, mas respeite suas características.

08

Recolha e jogue os dejetos (cocô) em local apropriado.

09

Identifique o animal com plaqueta e registre-o no Centro de Controle de Zoonoses ou similar, informando-se sobre a legislação do local. Também é recomendável uma identificação permanente (microchip ou tatuagem).

10

Evite as crias indesejadas de cães e gatos. Castre os machos e fêmeas. A castração é a única medida definitiva no controle da procriação e não tem contra-indicações.



Veterinário Solidário

Profissional chave na conquista do bem-estar animal



ASSINE AGORA

Peça para o McDonald's eliminar as celas de gestação também na América Latina



O CÃO NÃO É O VILÃO

PARTICIPE DA CAMPANHA

165

Cadastre-se e receba informações da ARCA:

NOME:

E-MAIL:

OK

APÊNDICE E (ARQUITETURA DE INFORMAÇÃO)

