

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE  
DEPARTAMENTO DE DESIGN  
BACHARELADO EM DESIGN

ELIZA MIZZIARA MESQUITA DUARTE

**O DESIGN COMO FERRAMENTA DE MUDANÇA SOCIAL UTILIZANDO  
ABORDAGEM CENTRADA NO USUÁRIO: DESENVOLVIMENTO DE UM SITE  
PARA ADOÇÃO DE ANIMAIS**

NATAL  
2021

ELIZA MIZZIARA MESQUITA DUARTE

O DESIGN COMO FERRAMENTA DE MUDANÇA SOCIAL UTILIZANDO  
ABORDAGEM CENTRADA NO USUÁRIO: DESENVOLVIMENTO DE UM SITE  
PARA ADOÇÃO DE ANIMAIS

Trabalho de conclusão de curso  
apresentado ao curso de Design na  
Universidade Federal do Rio Grande do  
Norte - como parte dos requisitos para  
obtenção do título de Bacharel em Design.

Orientador: Dr. José Guilherme da Silva  
Santa Rosa

NATAL  
2021

ELIZA MIZZIARA MESQUITA DUARTE

**O DESIGN COMO FERRAMENTA DE MUDANÇA SOCIAL UTILIZANDO  
ABORDAGEM CENTRADA NO USUÁRIO: DESENVOLVIMENTO DE UM SITE  
PARA ADOÇÃO DE ANIMAIS**

Trabalho de conclusão de curso  
apresentado ao curso de Design na  
Universidade Federal do Rio Grande do  
Norte - como parte dos requisitos para  
obtenção do título de Bacharel em Design.

Natal, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. José Guilherme da Silva Santa Rosa  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

---

Prof. Dino Lincoln Figueiroa Santos  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

---

Prof. Jamille Noretza De Lima Lanutti  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN  
Sistema de Bibliotecas - SISBI  
Catalogação de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Departamento de Artes - DEART

Mesquita, Eliza Mizziara.

O Design como ferramenta de mudança social utilizando abordagem centrada no usuário: desenvolvimento de um site para adoção de animais / Eliza Mizziara Mesquita Duarte. - Natal, 2022.

118 f.: il.

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Departamento de Design, Bacharelado em Design.

Orientador: Prof. Dr. José Guilherme da Silva Santa Rosa.

1. Design - interação homem computador - monografia. 2. Design - Monografia. 3. Design de interfaces - Monografia. I. Santa Rosa, José Guilherme da Silva. II. Título.

RN/UF/Biblioteca Setorial do Departamento de Artes. CDU 004.5

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de agradecer em primeiro lugar a minha mãe que sempre se esforçou para me proporcionar a melhor educação possível e que sempre me incentivou a correr atrás dos meus sonhos. A minha tia por ter me acolhido e me ensinado a viver no presente, a amar e a cuidar. A todos os animais que já passaram pela minha vida, como parte da família ou temporariamente. Uma criança que cresce amando animais se torna um adulto com mais compaixão. Eu só tenho a agradecer pela oportunidade de ter crescido cercada de mulheres fortes que me deram liberdade para explorar a vida. Gostaria de agradecer também pela educação pública de qualidade da UFRN, como estudante desta universidade desde o ensino médio, sou testemunha de todas as dificuldades enfrentadas, mas também dos professores maravilhosos que contribuíram com a minha jornada acadêmica, em especial ao orientador deste presente trabalho, Professor José Guilherme Santa Rosa, agradeço pelos ensinamentos e pela calma e compreensão nesse tempo atípico que estamos vivendo.

## RESUMO

O objetivo principal deste trabalho é o desenvolvimento de um site para adoção de animais. Para tal, foram utilizadas técnicas para obtenção de dados quantitativos e qualitativos, os quais justificam a necessidade do projeto e norteiam seu andamento. A metodologia escolhida para o referido projeto é uma metodologia centrada no usuário, juntamente com a metodologia dos cinco planos desenvolvida pelo pesquisador na área de experiência do usuário, Garrett. Tendo em vista a situação alarmante que os animais em condição de vulnerabilidade do Rio Grande do Norte se encontram, busquei encontrar o meu papel enquanto designer para auxiliar no controle dessa situação. O RN possui diversas ONGs, abrigos e instituições de proteção animal, e a maioria delas vive exclusivamente de doação de pessoas físicas. Uma possível solução para auxiliar essas instituições e, principalmente, os animais e as pessoas que estão dispostas a ajudá-los, é o desenvolvimento de uma ferramenta que possibilite, de maneira efetiva e otimizada, a divulgação de animais disponíveis para adoção e a doação de recursos financeiros. Com isso, foram realizadas pesquisas sobre a interação humano-computador e ergonomia informacional. Foram concluídas as cinco etapas da metodologia de Garrett. A etapa estratégica, contou com uma pesquisa com a população geral do Rio Grande do Norte, a qual resultou em 2.401 (duas mil quatrocentos e uma) respostas, uma entrevista com a presidente do Abrigo Mossoró, uma instituição de proteção animal regulamentada que atua desde 2014. Pesquisa e análise de sites nacionais para adoção de animais e um grupo focal com usuários. A etapa escopo dá início a materialização do projeto, com os dados obtidos da etapa estratégica foi possível desenvolver uma lista de especificações funcionais e elementos requeridos para o site. Para etapa estrutura foram desenvolvidas personas e um cenário para auxiliar no fluxo de navegação e mapa do site. Na etapa esqueleto foram feitos *wireframes* das telas e uma avaliação cooperativa com usuários. Para finalizar, na etapa de superfície, foi criada toda a identidade visual do projeto e as telas foram finalizadas.

Palavras-chave: *Site*; Adoção de animais; Design de experiência; Design de interfaces.

## **ABSTRACT**

The main objective of this thesis is to accomplish the initial phases of website development for animal adoption. For such, techniques were used to obtain quantitative and qualitative data, which justify the necessities of the project and guide its development. The chosen methodology for the project is user-based, alongside the five planes methodology developed by the user experience researcher, Garrett. Keeping in mind the shocking situation of the stray animals of Rio Grande do Norte (Brazilian state), I tried to find my place as a designer to aid in the control of the situation. The state of Rio Grande do Norte has various NGOs (non-governmental organization), shelters and institutions for animal protection, and the majority of them survives on donations made by common citizens. A potential solution to better aid these shelters and, mainly, the animals and the people who are willing to help them, is the development of an appliance that allows, in an effective and optimized way, the advertising of adoption-ready animals and financial donations. Thereby, research about human-computer interaction and informational ergonomics was made. The two first steps out of the five planes Garrett methodology were made. The strategy plane, counted with a general population of Rio Grande do Norte survey, that resulted in 2.401 (two thousand four hundred and one) answers, an interview with the president of Abrigo Mossoró, a regulated animal protection institution that has operated since 2014. Research and analysis of national (Brazil) websites for animal adoption and a focus group with users. The scope plane begins the materialization of the project, with data from the strategic plane, it was possible to develop a list of functional specifications and required elements for the website. For the structural plane, personas and a user scenario were developed to guide the website and userflow. In the skeleton plane the wireframes were made, and those were analyzed in a cooperative evaluation with users. The last plane, the surface, all the visual identity and final screens of the project were completed.

Key-words: Site; Animal adoption; User experience; User interface.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 01</b> - Diferença de escopo temporal de avaliação - usabilidade e <i>user experience</i> .....	27
<b>Figura 02</b> - Página inicial Adote Petz.....	42
<b>Figura 03</b> - Página inicial Adote um Gatinho.....	43
<b>Figura 04</b> - Menu do botão quero adotar.....	44
<b>Figura 05</b> - Página inicial do site Olhar animal.....	44
<b>Figura 06</b> - Página adoção especial do site Olhar animal.....	45
<b>Figura 07</b> - Página inicial do site Amigo não se compra.....	46
<b>Figura 8</b> - Cabeçalho do site Amigo não se compra.....	52
<b>Figura 9</b> - Filtros inteligentes do site Amigo não se compra. Ênfase no filtro "porte".....	53
<b>Figura 10</b> - Filtros inteligentes do site Amigo não se compra. Ênfase no filtro "cidade".....	53
<b>Figura 11</b> - Filtros inteligentes do site Amigo não se compra. Ênfase no filtro "todos os bichos".....	55
<b>Figura 12</b> - Logotipo do site Amigo não se compra.....	55
<b>Figura 13</b> - Espaço para selecionar o valor da doação mensal do site Amigo não se compra.....	55
<b>Figura 14</b> - Diagrama de afinidades do grupo focal para análise do site Amigo não se compra.....	56
<b>Figura 15</b> - Persona 1: Ana Cláudia.....	58
<b>Figura 16</b> - Persona 2: João Miguel.....	59
<b>Figura 17</b> - Persona 3: Vera Lúcia.....	60
<b>Figura 18</b> - Jornada do usuário: Persona 1: Ana Cláudia.....	62
<b>Figura 19</b> - Os 5 Planos de Garrett.....	66
<b>Figura 20</b> - Síntese da metodologia adotada para o presente TCC; Método dos 5 planos de Garrett.....	67

<b>Figura 21</b> - Síntese dos resultados do plano estratégico.....	68
<b>Figura 22</b> - Fluxo de navegação .....	71
<b>Figura 22</b> - Fluxo de navegação .....	71
<b>Figura 22</b> - Mapa do site .....	71
<b>Figura 24</b> - <i>Wireframe</i> da página <i>home</i> .....	73
<b>Figura 25</b> - <i>Wireframe</i> da página de formulário para colocar para adoção.....	74
<b>Figura 26</b> - <i>Wireframe</i> da página de adoção.....	74
<b>Figura 27</b> - Exemplo de uso tipográfico. Título em Chivo e subtítulo em Amiko.....	78
<b>Figura 28</b> - Logotipo com <i>tagline</i> .....	78
<b>Figura 29</b> - Exemplo de utilização de ícones no site Happie.....	80
<b>Figura 30</b> - Interface do Figma com o site do projeto .....	82
<b>Figura 31</b> - Interface do Figma com os componentes do site .....	83
<b>Figura 32</b> - Tela de <i>Login</i> do site .....	83
<b>Figura 33</b> - Tela <i>Home</i> do site .....	85
<b>Figura 34</b> - Tela “quero adotar” do site .....	85

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 01</b> - Resultado da pergunta 01 da pesquisa.	
"Onde você reside atualmente?" .....	31
<b>Gráfico 02</b> - Resultado da pergunta 02 da pesquisa.	
"Com qual frequência você vê animais em situação de rua?".....	32
<b>Gráfico 03</b> - Resultado da pergunta 03 da pesquisa.	
"Você já adotou algum animal?".....	33
<b>Gráfico 04</b> - Resultado da pergunta 04 da pesquisa.	
"Você já colocou algum animal para adoção?".....	34
<b>Gráfico 05</b> - Resultado da pergunta 05 da pesquisa.	
"Você pretende adotar um animal?".....	35
<b>Gráfico 06</b> - Resultado da pergunta 07 da pesquisa.	
"Você conhece/acompanha ONGs de proteção animal ou protetores individuais?"	.36
<b>Gráfico 07</b> - Resultado da pergunta 08 da pesquisa.	
"Você conhece/convive com pessoas que já adotaram algum animal?".....	37
<b>Gráfico 08</b> - Resultado da pergunta 09 da pesquisa.	
"Você já realizou doações para a causa animal?".....	38
<b>Gráfico 09</b> - Resultado da pergunta 10 da pesquisa. "Você acredita que as leis e políticas públicas para a proteção animal são eficientes?"	.....39
<b>Gráfico 10</b> - Resultado da pergunta 11 da pesquisa.	
"Você utilizaria um site para adoção de animais?".....	40
<b>Gráfico 11</b> - Resultado da pergunta 12 da pesquisa.	
"Você realizaria doações para a causa animal?".....	41

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 01</b> - Relação ONGs/Abrigos/Associações e seus municípios de atuação (RN).....	19
<b>Tabela 02</b> - Conjunto integrador de critérios, princípios, regras e heurísticas para a ergonomia das interfaces e para a experiência do usuário Inspirado nos critérios ergonômicos de Bastien e Scapin.....	23
<b>Tabela 03</b> - Análise de Similares.....	47
<b>Tabela 04</b> - Relação das tarefas recebidas pelos participantes do grupo focal.....	51
<b>Tabela 04</b> - Relação dos participantes do grupo focal.....	38

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

**ACV** - Animais em condição de vulnerabilidade

**ASPAN-RN** - Associação de proteção animal

**CTA** - *Call to action* "chamar para ação"

**IPB** - Instituto Pet Brasil

**ONG** - Organização não-governamental

**UX** - Experiência do usuário

**UFRN** - Universidade Federal do Rio Grande do Norte

**RN** - Rio Grande do Norte

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>13</b>
1.1 TEMA	14
1.2 OBJETIVOS	14
1.2.1 OBJETIVO GERAL	14
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
1.3 MOTIVAÇÃO	15
1.4 JUSTIFICATIVA	15
1.4.1 CENÁRIO NACIONAL DE ONGS DE PROTEÇÃO ANIMAL	17
1.4.2 CENÁRIO ESTADUAL DE ONGS DE PROTEÇÃO ANIMAL	17
1.5 PAPEL SOCIAL DO DESIGNER NO ÂMBITO DA PROTEÇÃO ANIMAL	19
<b>2. FUNDAMENTOS DA ERGONOMIA E INTERAÇÃO HUMANO-COMPUTADOR</b>	<b>22</b>
2.1 PRINCÍPIOS ERGONÔMICOS	22
2.1.1 DENSIDADE INFORMACIONAL	24
2.1.2 LEGIBILIDADE	24
2.1.3 BREVIDADE	24
2.2 USABILIDADE	25
2.3 EXPERIÊNCIA DE USUÁRIO	25
<b>3. MÉTODOS E TÉCNICAS</b>	<b>28</b>
3.1 ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA COM INTEGRANTE DE ONG DE PROTEÇÃO ANIMAL	28
3.2 PESQUISA COM A COMUNIDADE UNIVERSITÁRIA E A POPULAÇÃO EM GERAL DO RN	30
3.3 ANÁLISE DE SIMILARES	41
3.3.1 SÍNTESE DA ANÁLISE DE SIMILARES	46
3.4 GRUPO FOCAL	48
3.5 PERSONAS	56
3.7 JORNADA DO USUÁRIO	61
3.8 AVALIAÇÃO COOPERATIVA	63
<b>4. METODOLOGIA</b>	<b>66</b>
4.1 PLANO ESTRATÉGICO	68
4.2 PLANO ESCOPO	68
4.3 PLANO ESTRUTURA	69
4.3.1 ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO	70
4.3.2 DESIGN DE INTERAÇÃO	70
4.4 PLANO ESQUELETO	72
4.4.1 WIREFRAMES	72
	12

4.5 PLANO SUPERFÍCIE	75
4.5.1 IDENTIDADE VISUAL	75
4.5.2 VALORES DA MARCA	75
4.5.3 NAMING	76
4.5.4 TAGLINE	76
4.5.5 CORES	76
4.5.6 TIPOGRAFIA	77
4.5.7 LOGOTIPO	78
4.5.8 ELEMENTOS DE INTERFACE NA WEB	79
4.5.8.1 Ícones	79
4.5.8.2 Botões	80
4.5.8.3 Menus	81
4.5.8.5 Ilustrações	81
4.5.8.6 Fotografias	81
4.6 PROTÓTIPO DE ALTA FIDELIDADE	82
<b>5. CONCLUSÃO</b>	<b>86</b>
<b>6. DESDOBRAMENTOS FUTUROS</b>	<b>87</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>88</b>

## **1. INTRODUÇÃO**

Para esse Trabalho de Conclusão de Curso , tem-se como objetivo principal pesquisar sobre a interação humano-computador, justificar a necessidade do projeto e fundamentar teoricamente. Para tal, nos baseamos em autores como Preece et al. (Design de Interação), Garrett (*The Elements of User Experience: User-centered*) e Cybis (Ergonomia e Usabilidade), além de artigos científicos e outros autores. O presente trabalho busca desenvolver um site funcional, intuitivo e relevante para a população do Rio Grande do Norte. Por se tratar de um projeto centrado no usuário, serão aplicadas técnicas para garantir que o usuário esteja inserido em todo processo de desenvolvimento do site. Neste trabalho foi realizada uma pesquisa com a população do Rio Grande do Norte; Entrevista com uma representante de ONG (organização não-governamental) de proteção animal; um grupo focal para análise de um site similar; análise de sites nacionais para adoção de animais; criação de personas e avaliação cooperativa.

### **1.1 TEMA**

Desenvolvimento de um site para adoção de animais.

### **1.2 OBJETIVOS**

#### **1.2.1 OBJETIVO GERAL**

Desenvolver um site para facilitar o processo de busca e adoção de animais e, conseqüentemente, reduzir o número de animais em condição de vulnerabilidade.

#### **1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- i) Levantamento bibliográfico a respeito da adoção de animais e de experiências relacionadas ao desenvolvimento de sites ou aplicativo para esse fim;
- ii) Realizar entrevistas e grupos focais com representantes de ONGs e possíveis usuários;

- iii) Realizar análise de Similares, para identificar pontos positivos, negativos e lacunas e oportunidades detectadas;
- iv) Desenvolver o projeto de um site e avaliá-lo, quanto à funcionalidade, utilidade e usabilidade.
- v) Criação de fluxo de navegação e *sitemap* da interface;
- vi) Criação de *wireframes* das telas presentes na interface;
- vii) Realizar testes de usabilidade com usuários;
- viii) Desenvolver e aplicar a identidade visual do projeto na interface;
- ix) Desenvolver um protótipo de alta-fidelidade.

### **1.3 MOTIVAÇÃO**

Minha história com animais de estimação começou no momento do meu nascimento, não possuo memórias de uma vida sem um animal ao meu lado, eles estiveram presentes em todos os momentos, me ensinaram a amar incondicionalmente, a me comunicar sem palavras e a cuidar, literalmente, de uma vida. Meu primeiro contato com a adoção foi aos 10 anos de idade, dois cachorros da família faleceram em um curto intervalo, sobrando uma cachorrinha, que entrou em depressão por estar sozinha, decidimos visitar uma feira de adoção. Foi um caminho sem volta, cuidar daqueles que mais precisam se tornou uma grande paixão. Agora na vida adulta, já vivenciei a emoção de alguns resgates e um deles me adotou, esse projeto é inspirado no meu grande companheiro, Godofredo Jorge, o melhor cachorro do mundo. Eu espero com esse projeto ajudar outros animais, humanos e não-humanos, a encontrar uns aos outros e viver lindas histórias juntos.

## 1.4 JUSTIFICATIVA

A falta de políticas públicas efetivas para o controle populacional dos animais em situação de rua, junto com a falta de consciência social dos indivíduos que abandonam animais, contribuem diretamente para o aumento desenfreado desses animais no nosso país. Ficando a cargo da população controlar essa situação. No Brasil existem cerca de 370 ONGs atuando na proteção animal (ver tópico 1.4.1), a grande maioria sobrevive puramente de doações e vivem diariamente com a insegurança alimentar, veterinária e de abrigo dos seus animais.

O número real desses animais abandonados é pouco preciso e não oficial. Algumas fontes dizem que existem cerca de 200.000 cães e gatos somente na capital de SP, outras fontes dizem que são mais de 1 milhão de animais vivendo nas ruas, praças e parques (ÍNDICE ESTATÍSTICO DE ANIMAIS DOMÉSTICOS RESGATADOS DA RUA vs ADOÇÃO, 2016).

O problema do abandono de animais no Brasil é enorme e não se resume apenas a esse momento de crise. A OMS estima que existam no país cerca de 10 milhões de gatos e 20 milhões de cães abandonados no país. Uma pesquisa de 2015 do IBOPE e Instituto Waltham mostrou que seis em cada dez brasileiros deixariam seu animal caso tivessem que se mudar de casa, sendo esse o principal motivo de abandono entre as pessoas que já tiveram um cão ou gato. Entre os motivos evitáveis ainda estão a falta de tempo, questões comportamentais e a chegada de um filho. (GONÇALVES, 2021)

A população pet no Brasil é de cerca de 140 milhões de animais, entre cães, gatos, peixes, aves e répteis e pequenos mamíferos. A maioria é de cachorros (54,2 milhões) e felinos (23,9 milhões), num total de 78,1 milhões de animais. Desses, 5% são Animais em Condição de Vulnerabilidade (ACV), o que representa 3,9 milhões de pets. (INSTITUTO PET BRASIL, 2019)

Do total da população ACV, cães representam 69% (2,69 milhões), enquanto os gatos correspondem a 31% (1,21 milhões). Os dados são do Instituto Pet Brasil (IPB). Os Animais em Condição de Vulnerabilidade são aqueles que vivem sob tutela das famílias classificadas abaixo da linha de pobreza, ou que vivem nas ruas, mas recebem cuidados de pessoas. (INSTITUTO PET BRASIL, 2019)

Segundo o último estudo realizado em 2010, os principais motivos de abandono de cachorros e gatos foram: ninhadas inesperadas (14%), mudança de casa (13,7%), fatores econômicos (13,2%), perda de interesse pelo animal (11,2%) e comportamento problemático do animal de estimação (11%). Entre os motivos menos frequentes temos: fim da temporada de caça (10,2%), alergia de algum membro da família (7,7%), nascimento de um filho (6,4%), internamento ou morte do proprietário (3,5%), férias (2,6%) ou o medo de pegar toxoplasmose durante a gravidez (2,4%) (ÍNDICE ESTATÍSTICO DE ANIMAIS DOMÉSTICOS RESGATADOS DA RUA vs ADOÇÃO, 2016).

Já Sandresch (2011) afirma que tem outros motivos que levam ao abandono de animais, como por exemplo os animais não castrados; compra irresponsável; adoção não meditada; presentear com animais; desconhecimento das necessidades do animal; problema de adaptação (condições inadequadas para ter um animal); problemas familiares (mudança, férias, situação econômica); e ninhadas não desejadas. (ÍNDICE ESTATÍSTICO DE ANIMAIS DOMÉSTICOS RESGATADOS DA RUA vs ADOÇÃO, 2016)

Abandonar animais é crime federal a principal lei que protege os animais é a Lei Federal 9.605/98, conhecida como Lei dos Crimes Ambientais, Art.32 – Praticar ato de abuso, maus-tratos, ferir ou mutilar animais silvestres, domésticos ou domesticados, nativos ou exóticos. A pena será de 3 meses a 1 ano de prisão e multa, aumentada de 1/6 a 1/3 se ocorrer a morte do animal. A Constituição Federal de 1.988 diz em seu artigo 225, Parágrafo 1º, que cabe ao Poder Público, VI – promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e conscientização pública para a preservação do meio ambiente, VII – proteger a fauna e a flora, vedadas, na forma da lei, as práticas que coloquem em risco sua função ecológica, provoquem a extinção de espécies e submetam os animais a crueldade (PARQUE FRANCISCO DE ASSIS, 2014).

O Projeto de Lei nº 1.095/2019 que se transformou na Lei Federal nº 14.064/2020 (Lei Sansão) recentemente sancionada e publicada no Diário Oficial da União trouxe uma novidade que impactou positivamente o art. 32, da Lei nº 9.605/1998 (Lei do Meio Ambiente) – ainda que remanesça margens para as críticas de alguns pontos. (LEITÃO, 2020)

#### 1.4.1 CENÁRIO NACIONAL DE ONGS DE PROTEÇÃO ANIMAL

O levantamento do Instituto Pet Brasil apurou a existência de 370 ONGs atuando na proteção animal. Dessas 46%, ou 169 ONGs, estão na região Sudeste, seguida pelas regiões Sul (18%), Nordeste (17%), Norte (12%) e, por fim, Centro-Oeste (7%). Essas instituições tutelam mais de 172 mil animais. Desses, 165.200 (96%) são cães e 6.883 (4%) são gatos. (INSTITUTO PET BRASIL, 2019)

#### 1.4.2 CENÁRIO ESTADUAL DE ONGS DE PROTEÇÃO ANIMAL

De acordo com Marília, integrante, a Associação de Proteção Animal (ASPAN-RN) que atualmente está com 62 cães, mas já chegou a ter mais de 100 ao mesmo tempo, gasta em média R\$ 25 mil por mês e as doações correspondem a cerca de 10% desse valor, sendo que o restante é custeado pelos membros da organização. “Quando é um caso que ganha mais visibilidade na mídia conseguimos arrecadar mais, porém não é sempre que isso acontece”, contou Marília. (AGORA RN, 2020)

A ASPAN-RN recebe cães resgatados pela Delegacia Especializada em Defesa ao Meio Ambiente (Deprema), ou animais que estão em condições extremas com risco de morrer, de março deste ano até outubro a ONG acolheu 216 animais. (AGORA RN, 2020)

Helena Priscila do abrigo Animal Esperança, que atualmente cuida de 9 cães e 6 gatos, conta que durante a pandemia recebe por média 4 pedidos de resgate por dia, a maioria são denúncias de maus-tratos, antes eram 3 pedidos por semana. As doações também caíram consideravelmente nesse período. (AGORA RN, 2020)

Liebermann Farias do Instituto Senhores Patas relatou que a ONG também sobrevive através de doações, a instituição está com 80 cães, 4 burros (incluindo uma fêmea grávida) e 2 gansos, e atualmente funciona em uma granja. A ONG usa as redes sociais para conseguir arrecadar fundos para manter os animais. (AGORA RN, 2020)

Buscando compreender melhor o cenário estadual de ONGs de proteção animal no RN, foi feito um levantamento das ONGs e Associações de proteção mais conhecidas e seu município de atuação.

ONGs/Abrigos/Associações	Município de atuação
ASPAN-RN	Natal
Instituto Senhores Patas	Parnamirim
Patamada	Natal

Instituto Esperança Animal	Mossoró
Amigo dos Animais Baraúna	Baraúna
Abrigo Mossoró	Mossoró
SOS Pets UFERSA	Mossoró
Gatinhos da UFRN	Natal
ACAPAM Caicó	Caicó
Núcleo Dádiva	Natal
Amor de 4 Patas RN	Natal

**Tabela 01** - Relação ONGs/Abrigos/Associações e seus municípios de atuação (RN)

## 1.5 PAPEL SOCIAL DO DESIGNER NO ÂMBITO DA PROTEÇÃO ANIMAL

"o Design está indissociavelmente relacionado a impacto sobre a sociedade e, portanto, está sujeito a questionamentos quanto ao seu papel nesse processo" (WANDERLEY, ANDRADE, et al, 2017)

"Design social é uma abordagem de projeto que implica tanto metodologias participativas como motivações projetuais e consequências sociais do processo de Design. É possível afirmar ainda que o Design Social também promove valores como sustentabilidade e desenvolvimento sociocultural." (MARTIN, CUNHA, 2011)

Segundo a pesquisadora Ana Verónica Pazmino (2007), o conceito de Design Social, se refere à atuação em áreas que não são industriais e que suas soluções podem proporcionar qualidade de vida. Estando então ligado a uma responsabilidade moral e produção solidária.

"Design para a sociedade consiste em desenvolver produtos que atendam às necessidades reais específicas de cidadãos menos favorecidos, social, cultural e economicamente; assim como, algumas populações como pessoas de baixa-renda ou com necessidades especiais devido à idade, saúde, ou inaptidão". (PAZMINO, 2007)

No texto Bases Comuns do Design: uma discussão sobre o impacto e papel social do design de Wanderley, Andrade et al (2017) é evidenciado que todo design é social. E que o engajamento do designer em programas "humanitários" (saúde,

segurança pública, segurança no trabalho, planejamento familiar, direitos humanos, prevenção de crimes, etc) é uma maneira mais direta de expor sua relação com o social - o impacto social do design - ou ainda um possível comprometimento moral - papel social do design - guiando suas produções para soluções que agreguem na qualidade de vida para as populações. Além disso, o texto também aponta que ao invés de modalidade, o design social seria melhor aproveitado como quesito a ser elencado no processo de design, na metodologia do design comprometida moralmente com um papel social.

"Partindo, então, do impacto social irrevogável do design, o que vem mudando, como o passar do tempo, é de que maneira se dá essa relação design e sociedade, por exemplo, via metodologias de projeto aplicadas." (WANDERLEY, ANDRADE, et al, 2017)

Mesmo que designers busquem estudar e propor soluções para controlar e erradicar a população de animais em situação de rua, não seria uma tarefa fácil, mas possível, a Holanda por exemplo, conseguiu praticamente zerar os números de animais de rua. Esse feito foi explicado por Freya Sawbridge, em um artigo intitulado *How did the Netherlands managed to become the first country to have no stray dogs?* (Como a Holanda conseguiu se tornar o primeiro país sem cachorros de rua?). Nesse artigo ela conta que existem quatro classificações para animais de rua, sendo elas:

1. Animais soltos com dono (voltam para casa eventualmente).
2. Animais soltos sem dono (abandonados).
3. Animais da comunidade (não possuem donos mas são cuidados pela comunidade).
4. Animais domésticos "Selvagens" (não recebem nenhum tipo de cuidado).

Cada uma dessas parcelas precisa de soluções diferentes, retomando o exemplo da Holanda, para conseguir o controle total de animais em situação de rua foram tomadas algumas medidas estratégicas. Os animais não foram eutanasiados, duas medidas foram implantadas:

- I. Aumentar as taxas para aquisição de animais domésticos (incentivando a adoção).

- II. Programa de castração (resgate, castração, vacinação e devolução).
- III. Criação da polícia de proteção animal (monitora crimes contra animais e realiza resgates complexos).

Se essas três medidas apresentadas anteriormente não forem implementadas, diminuir os números de ACV é quase impossível. Atualmente no RN as ONGs são as protagonistas em todas essas etapas, um papel muito complicado e injusto, já que faltam políticas públicas para garantir o bem estar animal.

Para resolver o problema 1 (animais soltos com tutor) é preciso conscientização e penalização; para o problema 2 (abandono), a punição dos tutores deve ser efetuada (multa ou reclusão). O problema 3 (animais de comunidade), é ideal para a medida II (resgate, castração, vacinação e devolução); e o problema 4 ("selvagens"), é o mais complicado de se resolver, pois, coletar, castrar e vacinar todos os animais de rua do RN, atualmente, seria uma tarefa custosa e precisaria ser muito bem planejada. Mesmo assim, a devolução desses animais para as ruas está longe de ser ideal, as penas e monitoramento de crimes contra animais são muito falhas, devolver um animal para a rua quando ele não tem um comunidade para cuidar de suas necessidades beira a crueldade.

Se não podemos seguir o exemplo da Holanda nesse ponto II, como reduzir e garantir o bem-estar dos animais em situação de rua? Possivelmente, através da adoção. Cabe enfatizar que as ONGs precisam de ajuda para conseguir lares para os animais por elas acolhidos, tendo em vista que, quando um animal é adotado, geralmente a ONG abre uma nova vaga para recebimento de novos animais de rua.

## **2. FUNDAMENTOS DA ERGONOMIA E INTERAÇÃO HUMANO-COMPUTADOR**

De acordo com Preece et al. (2015), um dos principais objetos do design de interação é reduzir os aspectos negativos, como frustração e irritabilidade, da experiência do usuário enquanto os aspectos positivos, engajamento e diversão, são aumentados. O principal ponto é desenvolver um produto interativo que seja utilizável, mas que também seja fácil, efetivo e prazeroso para o usuário. Para tal, é preciso levar em consideração quem, como e onde aquela interface vai ser utilizada. Mas o que é Design de Interação? Segundo Preece et al. (2015), significa projetar um produto interativo para apoiar a maneira que as pessoas se comunicam e interagem na sua vida cotidiana e no trabalho. Basicamente é sobre criar experiências de usuário que irão melhorar e otimizar como as pessoas trabalham, se comunicam e interagem. Para criar essas experiências, o designer precisa entender vários aspectos que permeiam não só os usuários, mas também sobre as tecnologias envolvidas e comportamento humano, como as pessoas se comunicam e interagem umas com as outras.

Para tanto, o design de interação é realizado à luz da ergonomia e da interação humano-computador, que segundo Santa Rosa e Moraes (2012), tem como principal objetivo, o desenvolvimento de sistemas com o propósito de melhorar a eficácia, eficiência e a satisfação do usuário. Para Santa Rosa e Moraes (2012), interação humano-computador é a área a que se destina ao estudo de como projetar, implementar e utilizar sistemas computacionais interativos e como os computadores e sistemas afetam indivíduos, organizações e sociedades.

### **2.1 PRINCÍPIOS ERGONÔMICOS**

Os critérios ergonômicos de Bastien e Scapin (conjunto de critérios, princípios, regras ergonômicas das interfaces) juntamente com as as Heurísticas de Nielsen, Regras de Ouro de Shneiderman, Princípios de design do Android e os Princípios de Diálogo da Norma ISO/ABNT 9241:110 foram organizados por Cybis (2015) em um conjunto integrador de critérios, princípios, regras e heurísticas para a ergonomia das interfaces e para a experiência do usuário (ver tabela 02).

PRINCÍPIOS	SUBPRINCÍPIOS
Poder de marcar a experiência	Poder de encantar Poder de surpreender Poder de simplificar a vida
Qualidade da ajuda	Qualidade da documentação de ajuda Adequação do aprendizado
Condução às ações dos usuários	Apresentação do estado do sistema Convite Feedback Imediato
Qualidade das apresentações	Significado dos códigos e das denominações Legibilidade Agrupamento e distinção por localização Agrupamento e distinção por formato
Carga de trabalho	Brevidade das entradas individuais Concisão das apresentações individuais Ações mínimas Densidade informacional
Controle do Usuário	Ações explícitas Controle do Usuário
Adaptabilidade	Flexibilidade Personalização Consideração da experiência do usuário
Gestão de erros	Proteção de erros Tolerância aos erros Qualidade das mensagens de erro Correção de erros
Homogeneidade/coerência	Coerência interna a uma aplicação Coerências externas a uma plataforma
Compatibilidade	Compatibilidade com o usuário Compatibilidade com as tarefas do usuário

**Tabela 02** - Conjunto integrador de critérios, princípios, regras e heurísticas para a ergonomia das interfaces e para a experiência do usuário. Inspirado nos critérios ergonômicos de Bastien e Scapin

Fonte: Adaptado de Ergonomia e Usabilidade (Cybis, 2015)

"É possível estabelecer algumas relações entre aspectos do contexto de operação dos sistemas e os critérios ergonômicos a priorizar em uma atividade de projeto e/ou avaliação de usabilidade" Cybis (2015). Com base nessa afirmação, são feitas uma série de considerações sobre quais princípios devem ser priorizados a depender da função primária da interface e do público-alvo. Com base no tema e objetivos do

presente projeto de TCC, foram selecionadas três das 9 considerações feitas pelo autor (Cybis 2015) e seus respectivos critérios. São elas:

- Quando um público geral, incluindo novatos e intermitentes, *estiver realizando tarefas de busca de informação*, a **densidade informacional** deverá ser um critério prioritário.
- A **legibilidade** é um critério importante quando a tarefa é de leitura e o público-alvo é composto de pessoas idosas ou com problemas de visão (como o site de um hospital ou de um laboratório de análises clínicas).
- Quando profissionais usam sistemas aplicativos para realizar suas tarefas em situação de trabalho intenso e por vezes repetitivo, todos os critérios de **brevidade** aplicam-se necessariamente.

#### 2.1.1 DENSIDADE INFORMACIONAL

Segundo Cybis (2015), o critério densidade informacional preconiza a redução da carga de trabalho perceptiva e cognitiva do usuário em relação ao conjunto total de itens de informação apresentados em uma tela. Sendo assim, quanto maior a densidade informacional, mais frequentes são os erros, reduzindo o desempenho do usuário.

#### 2.1.2 LEGIBILIDADE

Todos os usuários são afetados pela legibilidade, entretanto, os usuários idosos ou pessoas com problemas de visão serão ainda mais impactados. A legibilidade é composta por características que podem dificultar ou facilitar a leitura dos textos. Exemplos dessas características são: O tamanho da fonte; O contraste letra-fundo; O espaçamento entre linhas e o comprimento das linhas.

#### 2.1.3 BREVIDADE

De acordo com Cybis, o *software* ergonômico deve respeitar a capacidade de trabalho perceptivo, cognitivo e físico do usuário. Ele dividiu o conceito de brevidade em duas qualidades elementares: *Concisão* e *Ações Mínimas*. A concisão diz

respeito a minimização da carga perceptiva, cognitiva e motora do usuário. Sendo assim, uma interface concisa irá apresentar títulos e descritivos curtos, valores *default*<sup>1</sup> adequados, facilidades de seleção (listas, *checkboxes*, botões), apoio às entradas de dados repetitivas e preenchimento automático. Já a qualidade de ações mínimas preconiza minimização e a simplificação do conjunto de ações necessárias para o usuário realizar a atividade, limitando o número de telas limita-se também a carga de trabalho e a ocorrência de erros. Uma interface ágil oferece ao usuário atalhos de favoritos, funções de produtividade (repetição de entradas realizadas) e a manipulação direta de objetos gráficos.

## 2.2 USABILIDADE

Segundo a ISO 9241-210, usabilidade é a capacidade de um sistema em permitir que usuários específicos atinjam metas específicas com eficácia, eficiência e satisfação em contextos específicos de uso. Os autores Shackel (1991 apud Schlemmer, 2012 ) e Chapanis (1991 apud Padovani, Schlemmer, et al, 2012) definem usabilidade de maneira similar, tal como a “capacidade do sistema em ser utilizado facilmente e eficazmente por uma gama específica de usuários, com suporte e treinamento, para executar uma série específica de tarefas em uma série específica de cenários ambientais”

"Rubin & Chisnell (2008) simplificam o conceito de usabilidade, tornando-o menos formal, mais subjetivo e próximo à *user experience*. Os autores argumentam que o que torna algo “usável” é a ausência de frustração durante o uso. Complementam essa ideia com a seguinte assertiva: “quando um sistema é realmente usável, o usuário pode fazer o que ele quer da forma como ele imagina que será capaz de fazê-lo, sem interferência/obstrução, hesitação ou questões”. Nesse caso, além da ampliação dos componentes subjetivos presentes na definição, esta se aproxima de *user experience* por incluir as expectativas pré interação dos usuários." (PADOVANI, SCHLEMMER, et al, 2012)

## 2.3 EXPERIÊNCIA DE USUÁRIO

De acordo com a norma ISO 9241-210 a experiência de usuário diz respeito às percepções e respostas dos usuários resultantes do uso e/ou antecipação do uso de

---

<sup>1</sup> Valor ou uma opção de entrada que o sistema oferece automaticamente ao usuário. (Cybis. 2015)

um produto, sistema ou serviço. De acordo com Roto (2007) a experiência de usuário é um fenômeno individual e dinâmico, composto de percepções subjetivas de uma pessoa, resultam de expectativas, do uso efetivo e das reflexões sobre o uso do produto em um contexto individual e social. Hassenzahl (2005) afirma que essa experiência pode ser medida de maneira subjetiva, pelos níveis de apelo (atração), prazer e satisfação que o uso de um produto causa no usuário. Esses níveis variam tanto de usuário para usuário, quanto em um mesmo usuário com o passar do tempo. Por isso é fundamental a participação do usuário no desenvolvimento de uma interface, tanto em sua concepção quanto ao longo do tempo, quando esse usuário já amadureceu sua experiência com o produto. A experiência do usuário (UX) é um elemento fundamental para o design de interação, segundo Garrett (2010) "Todo produto que é usado por alguém tem experiência de usuário: jornais, garrafas de ketchup, poltronas reclináveis, casacos de lã." Preece et al. (2015) nos lembra que não se pode projetar uma experiência de usuário, somente para uma experiência de usuário. Ela dá como exemplo que não se pode projetar uma experiência sensual, mas sim projetar algo que evoque isso.

"Não é suficiente que nós projetemos produtos que funcionem, que sejam compreensíveis e usáveis, nós precisamos projetar também alegria e excitação, prazer e diversão, e sim, beleza para a vida das pessoas." (NORMAN, 2004)

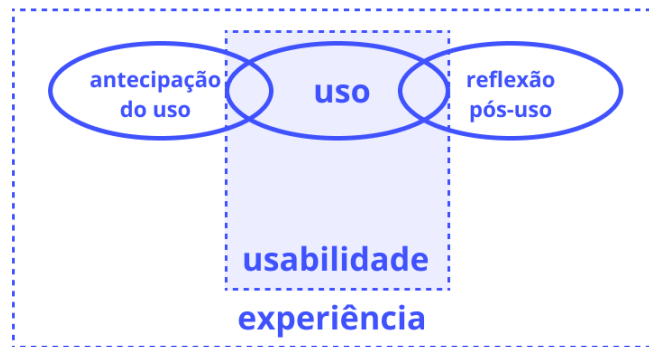
Padovani, Schlemmer, et al (2012) elencaram as semelhanças e diferenças entre Usabilidade e Experiência de Usuário, sendo elas:

Conclusões sobre as comunalidades entre usabilidade e user experience em seus aspectos conceituais:

- Ambas avaliam a qualidade da interação dos usuários com produtos e sistemas;
- Ambas incluem aspectos objetivos e subjetivos nessa avaliação;
- Ambas incluem a visão do avaliador e do próprio usuário sobre sua qualidade de interação.

Diferenças entre usabilidade e user experience nos aspectos conceituais:

- A usabilidade não necessariamente inclui aspectos emocionais e de preferência estética, partes da user experience;
- A usabilidade é uma qualidade do sistema, ou seja, algo que necessita ser avaliado, enquanto a user experience é um conjunto de percepções e respostas do usuário que não necessariamente precisa ser analisada do ponto de vista avaliativo;
- A usabilidade é medida no momento da interação, enquanto a user experience pode ser medida na antecipação do uso e/ou reflexão pós-uso (ver figura 1).



**Figura 01** - Diferença de escopo temporal de avaliação - usabilidade e user experience

Fonte: Adaptado de Usabilidade & User Experience, Usabilidade Versus User Experience, Usabilidade Em User Experience? Uma discussão Teórico-metodológica Sobre Comunalidades E Diferenças. 2021

### **3. MÉTODOS E TÉCNICAS**

Neste capítulo serão explicados os métodos e técnicas utilizados ao longo do projeto. Os dados quantitativos e qualitativos serviram para embasar as escolhas de projeto realizadas no capítulo 4 (Metodologia). Optou-se por discorrer de todos os métodos e técnicas para facilitar a compreensão, visto que os resultados foram frequentemente consultados ao longo de todas as etapas de desenvolvimento.

#### **3.1 ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA COM INTEGRANTE DE ONG DE PROTEÇÃO ANIMAL**

Para a entrevista semi-estruturada com um integrante de ONG de proteção animal, o objetivo é entender as principais necessidades e dificuldades dessas instituições. A coleta desses dados qualitativos irá auxiliar no desenvolvimento de soluções para integrar de maneira efetiva as ONGs dentro do site a ser projetado, tanto em questão de visibilidade quanto de doações.

##### Roteiro de perguntas:

1. Quantos animais estão sob tutela da ONG atualmente?
2. Quantas adoções são realizadas mensalmente, em média?
3. Quantos resgates e pedidos de abrigos são aceitos mensalmente, em média?
4. A ONG recebe algum tipo de patrocínio? Ou sobrevive puramente de doações?
5. As doações são suficientes para garantir o bem-estar desses animais?
6. A ONG possui o programa de apadrinhamento? Se sim, quantos animais foram apadrinhados?
7. A ONG possui abrigo próprio?
8. Qual a maior dificuldade da ONG no momento?
9. Você acredita que o cenário de adoções no estado está melhorando?
10. Onde os animais disponíveis para adoção são divulgados? Você acredita que está sendo eficiente?
11. Vocês possuem patrocinadores individuais mensais?
12. Você acredita que um site de adoção de animais seria efetivo para aumentar o número de adoções e doações?

A entrevista foi realizada de maneira telepresencial, a entrevistada é a atual (2021) presidente (Gleice Barbosa) do Abrigo Mossoró, uma instituição de proteção animal atuante no município de Mossoró-RN. A entrevista pode ser visualizada na íntegra ([https://drive.google.com/file/d/13l4JyUuXcfGAI2\\_FbbZj1sLApvFqm3Zy/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/13l4JyUuXcfGAI2_FbbZj1sLApvFqm3Zy/view?usp=sharing)).

#### Resumo da entrevista:

O abrigo Mossoró foi fundado em 2014 e foi registrado com ONG em 2015, ele foi fundado pela mãe de Gleice, atualmente conta com a ajuda da filha para gerir as questões burocráticas. Atualmente o abrigo está com 35 animais, sendo eles, 10 cães e 25 gatos. Ela relatou que não existe uma média de adoções mensais, no mês de junho (2021) houveram 8 adoções de gatos, já no mês seguinte eles não tiveram animais adotados, inclusive dois foram devolvidos. Gleice disse que eles recebem inúmeros pedidos de resgate diariamente, e que inclusive tiveram que mudar o abrigo de terreno e manter o novo endereço em sigilo, pois as pessoas utilizavam o antigo endereço como ponto de abandono. A ONG funciona exclusivamente com doações de pessoas físicas, eles possuem uma campanha no site Apoia-se (site de doação) onde o dinheiro arrecadado ajuda a pagar o salário de uma funcionária de limpeza. Eles também lançam campanhas de arrecadação de medicamentos e ração quando necessário. O abrigo também possui o sistema de apadrinhamento (pessoas escolhem um animal para "apadrinhar" e cobrir os custos de alimentação e veterinários). Mesmo assim, ela disse que as doações não são suficientes para manter o bem-estar dos animais, mas que devido a confiança conquistada nos últimos anos, ela conta com o apoio de lojistas e veterinários para realizar consultas e comprar medicamentos "fiados" ( o abrigo tem uma pequena dívida devido a essa prática). Atualmente a ONG não possui abrigo próprio, ela funciona em um terreno cedido por uma pessoa física, o que gera atritos segundo Gleice e também impede que o abrigo possa investir em infraestrutura para os animais. Ela relatou que as principais dificuldades do abrigo é essa questão do terreno, as dívidas e alguns animais com necessidades especiais, que são custosos de tratar e recebem pouco interesse de adotantes. Ela também relatou a falta de interesse público, que nesses 7 anos de atuação somente agora em 2021, um vereador demonstrou interesse em ajudar o abrigo de fato. Ela disse que faltam campanhas de conscientização e

iniciativas públicas por parte do governo. O cenário de adoções vem melhorando segundo ela nesses últimos anos, ela relata que a população está mais receptiva para adotar um animal sem raça e que passou a entender a importância da castração dos animais. A divulgação dos animais se dá exclusivamente pelas redes sociais, especificamente o instagram. Ela disse que é uma rede social mais dinâmica, onde ela pode responder às pessoas com posts já feitos pelo abrigo. Para finalizar, expliquei um pouco sobre como um site poderia ajudar as ONGs na divulgação desses animais e reduziria um pouco a carga de trabalho delas, pois só é necessário cadastrar o animal uma vez, já nas redes sociais é preciso sempre anunciar os animais disponíveis repetidas vezes.

### **3.2 PESQUISA COM A COMUNIDADE UNIVERSITÁRIA E A POPULAÇÃO EM GERAL DO RN**

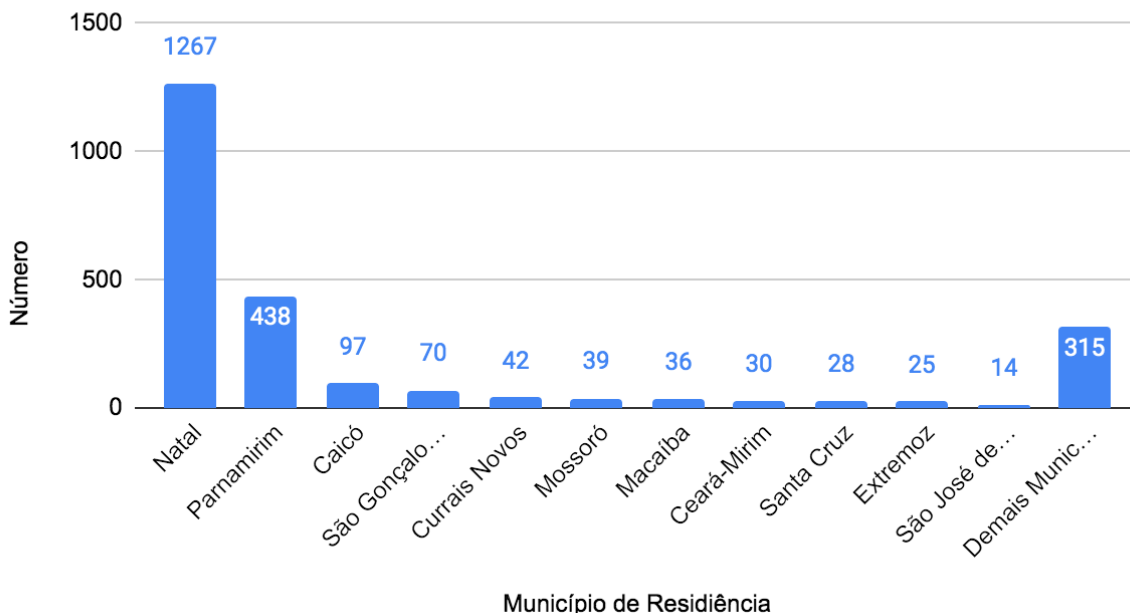
Preece et al. (2015) discute alguns métodos de análise, interpretação e apresentação de dados. A combinação de técnicas para obtenção de dados tanto de caráter quantitativo quanto qualitativo é o mais indicado para a melhor compreensão do comportamento ou tarefa a ser realizada.

Segundo Preece et al. (2015), um dado quantitativo é apresentado em formato numérico ou que pode ser facilmente traduzido em números (idade dos participantes ou porcentagem de participantes que moram em determinada cidade, por exemplo). Já o dado qualitativo não é expresso em formato numérico. Esse tipo de dado inclui: descrições, transcrições de áudios, vídeos de entrevistas.

A pesquisa foi direcionada de maneira generalista para toda a população do estado do Rio Grande no Norte. Ela ficou aberta para receber respostas por duas semanas e obteve 2.401 (duas mil quatrocentos e uma) respostas. Ela foi distribuída nas redes sociais (whatsapp e instagram) e via e-mail da universidade (UFRN) para o maior número de pessoas possíveis. Por ter um cunho generalista, nenhum pré-requisito em relação à adoção de animais foi estabelecido. O objetivo principal com a pesquisa foi obter dados quantitativos sobre a necessidade do projeto. O objetivo secundário foi obter alguns dados sobre animais em situação de vulnerabilidade e a percepção da população sobre esse problema, seja

simplesmente notando animais em situação de rua no dia-a-dia ou até mesmo doação financeira para a causa animal. O questionário pode ser visualizado na íntegra no apêndice deste trabalho.

### Município de Residência



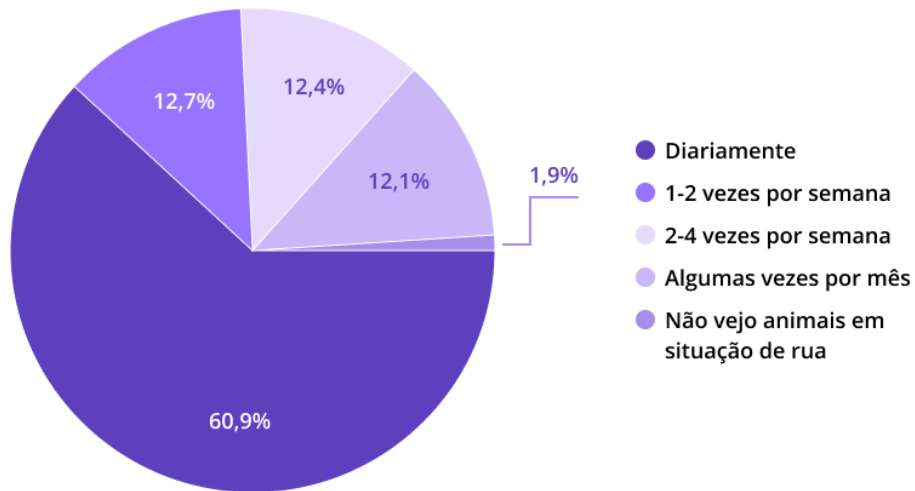
**Gráfico 01** - Resultado da pergunta 01 da pesquisa. "Onde você reside atualmente?"

Fonte: Autora

Analisando os resultados da primeira pergunta, pode-se perceber no gráfico 01 que a maioria dos participantes reside na região da grande Natal (Natal, Parnamirim, São Gonçalo do Amarante, Macaíba, etc.). O interior do estado também foi amplamente contemplado pela pesquisa, auxiliando no entendimento do cenário estadual como um todo. Da totalidade de 2.401 respostas, pouco mais de 50% vieram da capital do estado (1.267). Sendo então, uma pesquisa válida para análise do cenário estadual de animais em situação de vulnerabilidade e intenção de adoção.

Com qual frequência você vê animais em situação de rua?

2.401 respostas



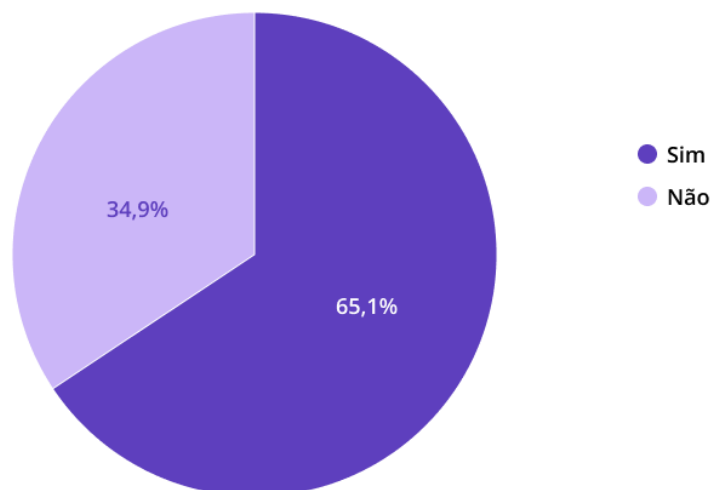
**Gráfico 02** - Resultado da pergunta 02 da pesquisa. "Com qual frequência você vê animais em situação de rua?"

Fonte: Autora

A maioria (60.9%) dos participantes, como observado no gráfico 02, respondeu que vê animais em situação de rua diariamente. Na mesma proporção, foi respondido que veem de uma a duas vezes na semana ou de duas a quatro vezes por semana. 12,1% respondeu que vê esses animais somente algumas vezes por mês e somente 1,9% respondeu que não vê animais em situação de rua.

Você já adotou algum animal?

2.401 respostas



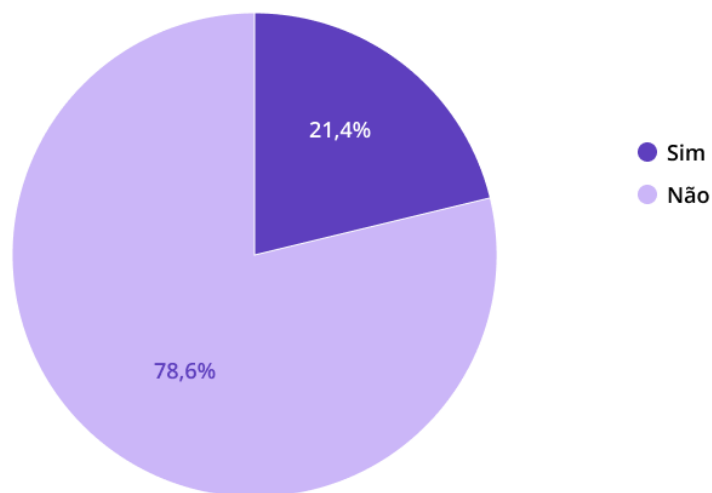
**Gráfico 03** - Resultado da pergunta 03 da pesquisa. "Você já adotou algum animal?"

Fonte: Autora

Essa pergunta foi formulada com o objetivo de mensurar quão rotineira é a adoção de animais para a população do RN. Sabe-se que a compra de animais de estimação é uma prática frequente, por isso a importância de entender se de fato a adoção é uma via desejável para a população. Segundo resultados da pesquisa, mais da metade (65,1%) dos participantes já adotaram algum animal.

Você já colocou algum animal para adoção?

2.401 respostas



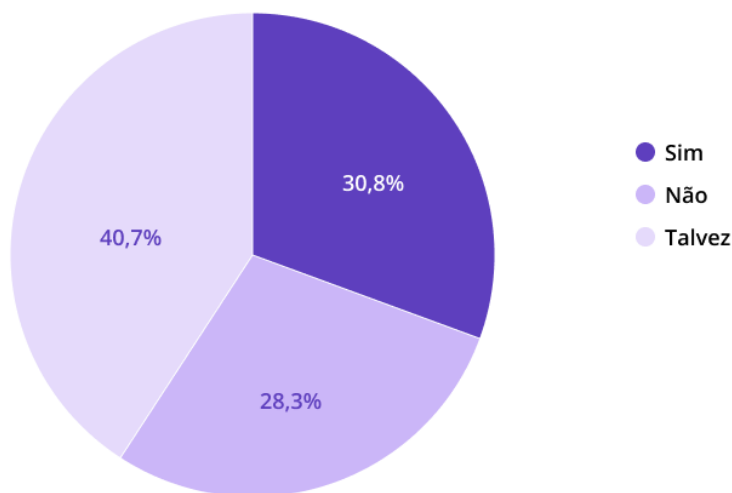
**Gráfico 04** - Resultado da pergunta 04 da pesquisa. "Você já colocou algum animal para adoção?"

Fonte: Autora

Na pergunta 04 "Você já colocou algum animal para adoção?" vemos no gráfico 04 que a grande maioria (78,6%) nunca colocou animais para adoção. Seja por nunca ter precisado realojar algum animal próprio ou por nunca ter resgatado algum animal e posteriormente colocado para adoção.

### Você pretende adotar um animal?

2.401 respostas



**Gráfico 05** - Resultado da pergunta 05 da pesquisa. "Você pretende adotar um animal?"

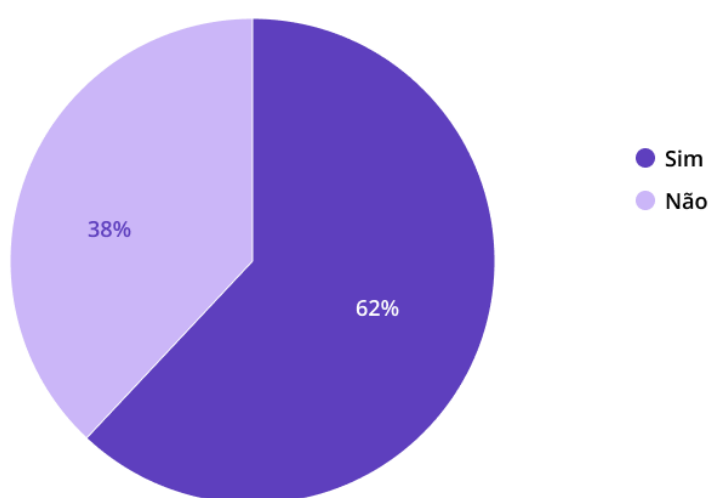
Fonte: Autora

A pergunta 06 (o que te impede de adotar um animal) tem caráter qualitativo e complementa os resultados da pergunta 05. Para os resultados quantitativos, ver o gráfico 05, da pergunta "Você pretende adotar um animal?" 40,7% responderam que "Talvez", 30,8% responderam que "Sim" e 28,3% responderam que não. Para analisar melhor esses números, foram selecionadas algumas respostas da pergunta 06 (para visualização de todas as respostas ver anexo).

Apesar da pergunta 06 possuir caráter qualitativo, alguns participantes deram respostas iguais, podemos então analisar numericamente as respostas iguais de maior relevância e pontuar posteriormente outras respostas. 151 participantes responderam que o espaço (ambiente físico) era o fator que impedia a adoção de um animal, 89 participantes responderam que o tempo era o principal fator, 146 participantes falaram que já adotaram um animal e 75 participantes disseram que o dinheiro era o principal motivo. Analisando os outros resultados, foi percebido que a

maioria das respostas, mesmo que não com essas palavras, se encaixam nas categorias acima (espaço, tempo, já adotei e dinheiro) ou eram uma combinação de algumas dessas respostas. Alguns participantes responderam que nada os impedia de adotar um animal ou simplesmente não tinham esse desejo no momento.

Você conhece/acompanha ONGs de proteção animal ou protetores individuais?  
2.401 respostas



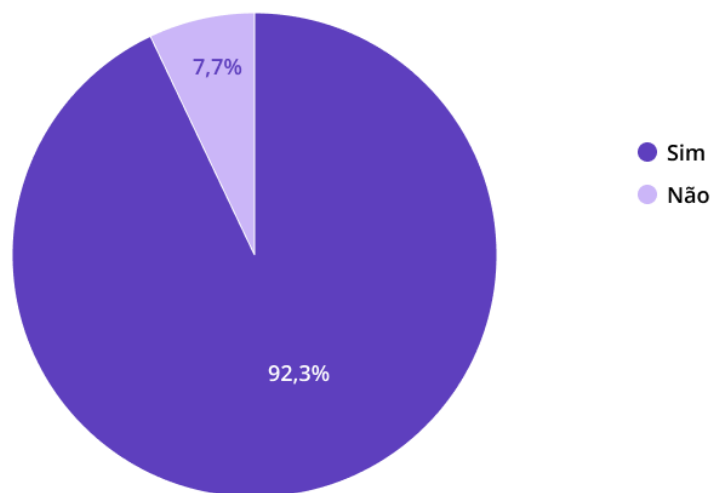
**Gráfico 06** - Resultado da pergunta 07 da pesquisa. "Você conhece/acompanha ONGs de proteção animal ou protetores individuais?"

Fonte: Autora

Segundo o gráfico 06, a maioria (62%) respondeu que conheciam ou acompanhavam ONGs ou protetores individuais e 38% respondeu que não. O objetivo dessa pergunta foi entender o alcance que as ONGs e protetores individuais da causa animal tem aqui no estado. Considero esse resultado como positivo, visto que a maioria dos participantes já tiveram algum contato com a causa de proteção animal.

Você conhece/convive com pessoas que já adotaram algum animal?

2.401 respostas



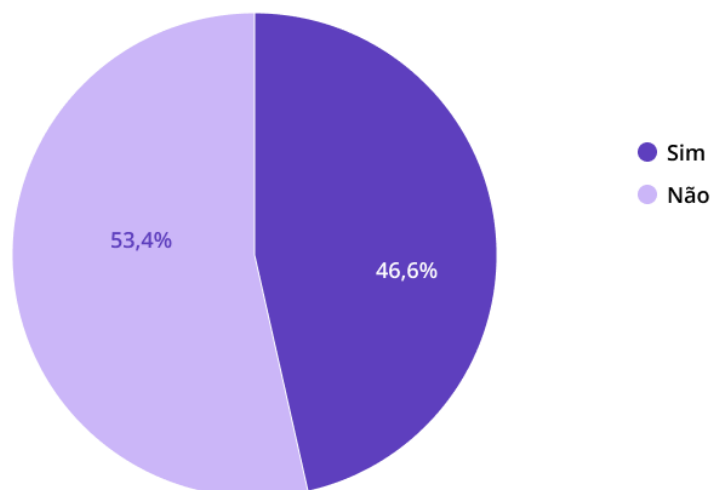
**Gráfico 07** - Resultado da pergunta 08 da pesquisa. "Você conhece/convive com pessoas que já adotaram algum animal?"

Fonte: Autora

Essa pergunta busca entender quão comum é a presença de animais adotados na vida da população do RN. Segundo os resultados da pesquisa, ver o gráfico 07, é extremamente comum, 92,3% dos participantes responderam que conhecem ou convivem com pessoas que já adotaram algum animal.

Você já realizou doações para a causa animal?

2.401 respostas



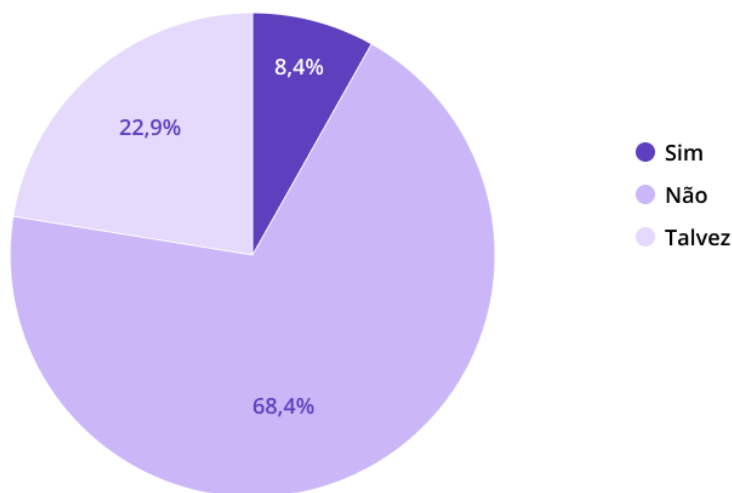
**Gráfico 08** - Resultado da pergunta 09 da pesquisa. "Você já realizou doações para a causa animal?"

Fonte: Autora

Com uma pequena diferença, pouco mais da metade (53,4%) dos participantes disseram já ter realizado doações para a causa animal e 46,6% dos participantes nunca realizaram doações para a causa animal.

Você acredita que as leis e políticas públicas para proteção animal são eficientes?

2.401 respostas



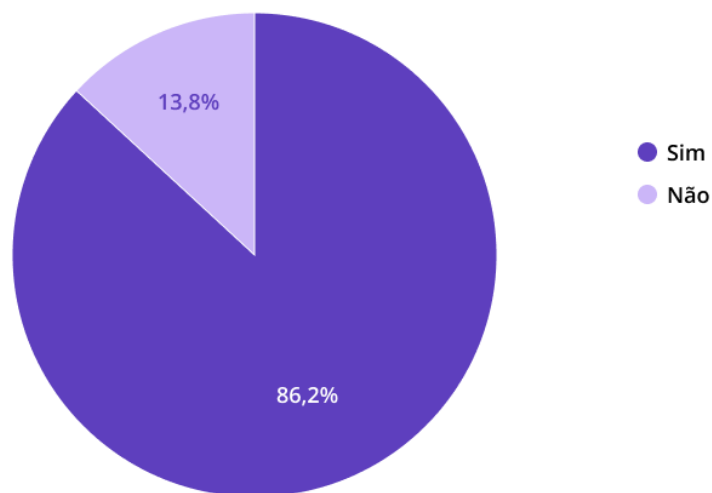
**Gráfico 09** - Resultado da pergunta 10 da pesquisa. "Você acredita que as leis e políticas públicas para a proteção animal são eficientes?"

Fonte: Autora

Complementando o resultado da pergunta 02 (Com qual frequência você vê animais em situação de rua?) É possível assumir que, já que a maioria dos participantes vêem animais em situação de rua diariamente, existe uma falha nas leis/políticas públicas para proteção animal. A maioria dos participantes (68,4%) respondeu que não acredita que as leis sejam eficientes para a proteção desses animais. 22,9% respondeu que talvez sejam efetivas e somente 8,4% respondeu que acreditam que sejam efetivas.

Você utilizaria um site para adoção de animais?

2.401 respostas



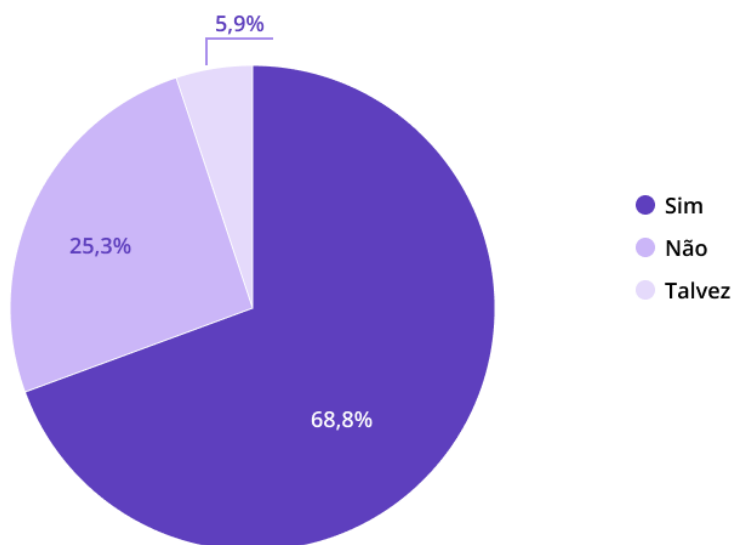
**Gráfico 10** - Resultado da pergunta 11 da pesquisa. "Você utilizaria um site para adoção de animais?"

Fonte: Autora

Na pergunta 11, ver gráfico 10, a grande maioria (86,2%) dos participantes responderam que usariam um site para adoção de animais. Sendo este um resultado muito positivo para o desenvolvimento desse projeto.

Você realizaria doações para a causa animal?

2.401 respostas



**Gráfico 11** - Resultado da pergunta 12 da pesquisa. "Você realizaria doações para a causa animal?"

Fonte: Autora

Já na pergunta final do questionário, gráfico 11, a maioria dos participantes (68,8%) respondeu que poderiam realizar doações para a causa animal, 25,3% respondeu que talvez realizassem doações e somente 5,9% responderam que não fariam doações para a causa animal. Esses resultados mostram que o site poderia se beneficiar de uma ferramenta para que os usuários possam efetuar doações.

### 3.3 ANÁLISE DE SIMILARES

A análise de similares foi realizada através do buscador do google, foram selecionados os sites com maior visibilidade e relevância. Os critérios utilizados para a seleção dos quatro sites que serão analisados posteriormente foram que todos precisavam ter como objetivo principal a adoção de animais (com exceção do site Olhar Animal). O site Olhar Animal foi incluído nessa pesquisa por possuir um mecanismo de funcionamento falho desde o princípio, entretanto, ao navegar o site

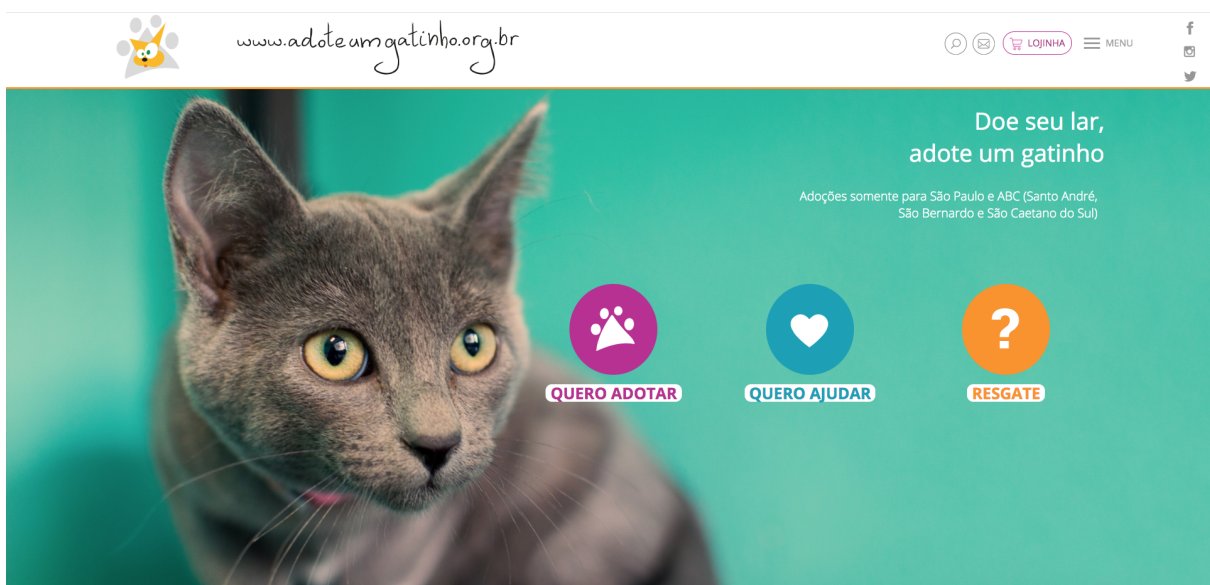
em sua totalidade foi percebido que eles já possuem um outro mecanismo, mais funcional e com características importantes de serem analisadas (ver figura 08). Além de possuir como objetivo principal a adoção de animais, os sites também foram analisados quanto a características individuais, durante o processo de pesquisa obteve-se dois sites com a mesma característica individual (adoção exclusiva de gatos), para evitar repetições foi escolhido o site com maior relevância na busca do google (Adote um gatinho).



**Figura 02** - Página inicial adotepetz

O primeiro site que aparece no google com a busca: "site adoção animais" é o Adote Petz (ver figura 02). O Adote Petz é um programa criado pela Petz (uma das maiores lojas de artigos para animais de estimação do Brasil) onde eles disponibilizam um espaço físico para as ONGs colocarem alguns animais disponíveis para adoção em suas lojas. Natal conta com uma unidade da Petz e é possível ver esse programa funcionando na prática. Atualmente a ASPAN-RN frequentemente leva seus animais disponíveis para a loja, onde eles ficam expostos no fundo da loja, seguindo a resolução do Conselho Federal de Medicina Veterinária (Nº 1.069, DE 27 DE OUTUBRO DE 2014). É um programa bem sucedido que já ajudou milhares de animais, mas que conta com uma limitação física, eles possuem um número de vagas bastante limitadas, para garantir o conforto e segurança dos animais sob sua tutela.

O site é de fácil navegação, nele o usuário consegue informações simples e rápidas sobre o que é o projeto, como apoiar, quais são as lojas que alojam animais do projeto, como fazer doações, quantos animais já foram ajudados com esse projeto e como funciona o processo de adoção. Para adotar o usuário pode ir diretamente na loja ver os animais disponíveis, conhecê-los, conversar com um voluntário da ONG e preencher o formulário de adoção para análise. O site também deixa claro que caso não tenha um voluntário da ONG responsável presente o formulário pode ser preenchido *online* e será analisado pela ONG.



**Figura 03** - Página inicial adoteumgatinho

O site Adote um gatinho (ver figura 3) é um exemplo de site fácil de navegar, ele conta com uma espécie de catálogo com os animais disponíveis e uma breve descrição de cada um. A tela inicial possui três botões *call to action* (CTA) que são botões grandes e que chamam para uma ação direta e específica. O botão "Quero adotar" é um menu com algumas funcionalidades (Ver figura 04) é a partir dele que o usuário tem acesso ao catálogo de animais disponíveis, explicação de como adotar, a política de adoção do site, informações importantes e também as adoções especiais, que são animais com alguma condição de saúde permanente. No segundo CTA o usuário pode entender como ele pode ajudar o projeto, ele será redirecionado para uma página com informações bancárias. E o último CTA é o de resgate, não é uma página para solicitar resgates, mas com informações cruciais do que fazer ao resgatar um gato.

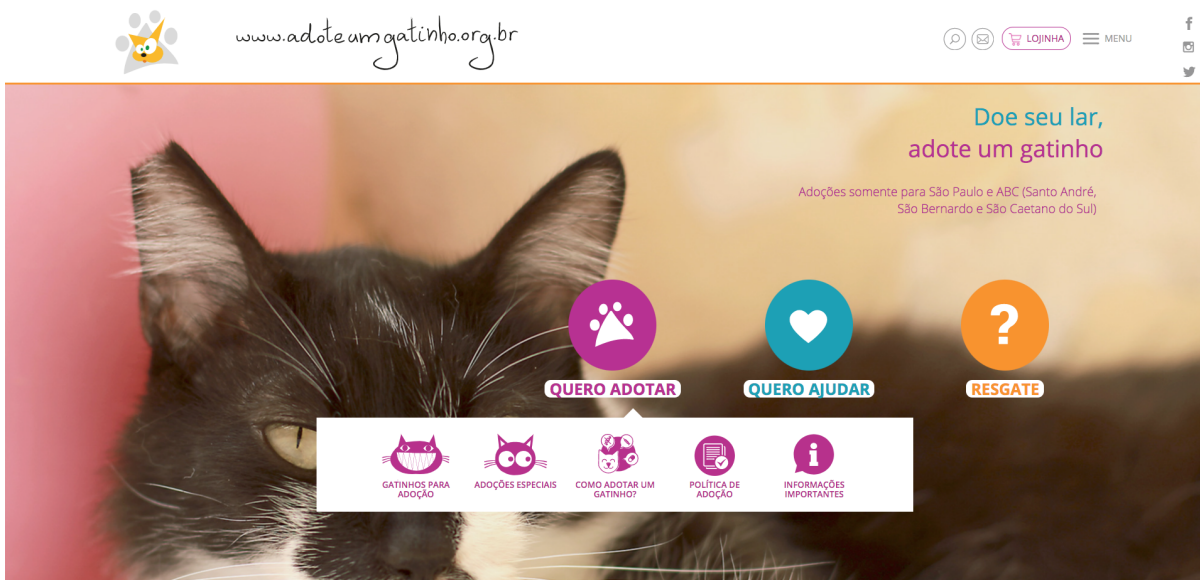


Figura 04 - Menu do botão quero adotar

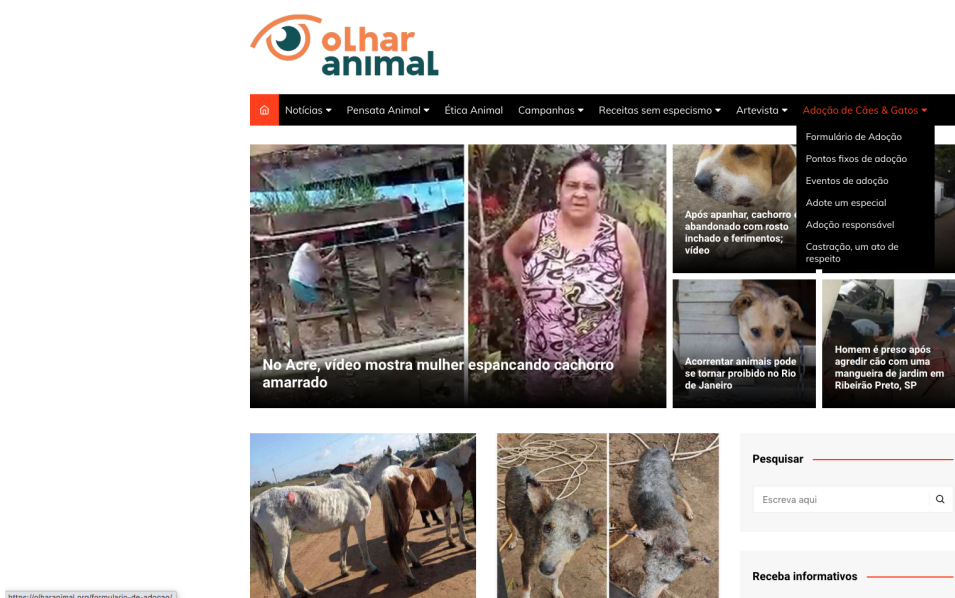


Figura 05 - Página inicial do site Olhar animal

O site Olhar Animal (ver figura 05) possui uma aba chamada adoção de cães e gatos, nela o usuário tem acesso a um formulário que será encaminhado para diversas instituições após o preenchimento. É uma boa intenção mas não é prático,

o usuário não tem a certeza se vai obter respostas ou se vai receber inúmeras propostas. Ele também não pode ver os animais nesse primeiro momento, ler sobre a história daquele animal ou ter informações básicas como porte, pelagem, sexo, etc. Essa aba também permite acesso a outras páginas relacionadas a adoção, como pontos fixos de adoção (lista com vários locais em vários estados brasileiros), um espaço dedicado a divulgar eventos de adoção, adoção responsável (dicas, cuidados e responsabilidades), castração (explicação da importância da castração). Nessa aba o usuário também tem acesso a uma página intitulada Adote um especial (ver figura 06), ela é um catálogo, com vários animais com necessidades especiais que estão disponíveis para adoção. Cada animal tem um perfil, com informações importantes tais como, quais são suas necessidades especiais, porte, sexo, temperamento e contato para adoção. Nessa página além de visualizar animais que estão para adoção, também vemos animais que já foram adotados, o que acaba sendo um incentivo visual que aquele sistema funciona.

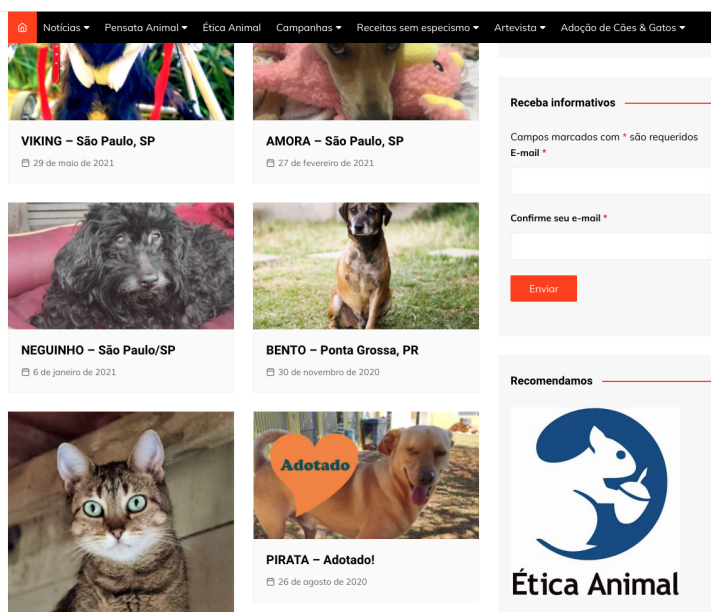
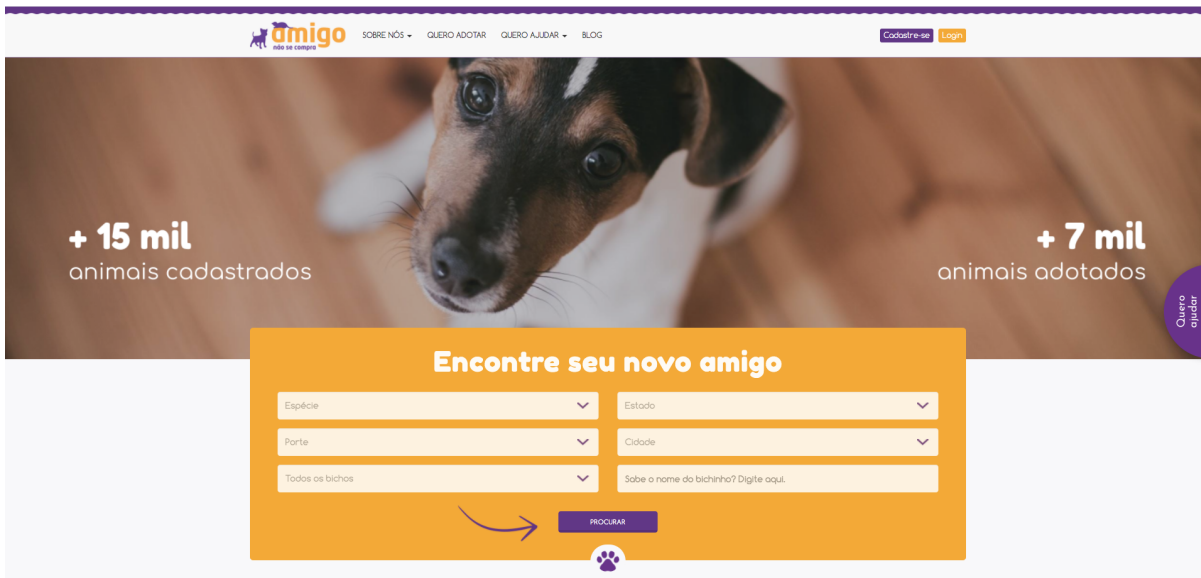


Figura 06 - Página adoção especial do site Olhar animal



**Figura 07** - Página inicial do site Amigo não se compra


O site Amigo não se compra (ver figura 07) é bastante intuitivo, o adotante consegue utilizar filtros (espécie, porte, estado, cidade) para buscar animais que se enquadram no que ele deseja. Fazendo uma simulação para o Rio Grande do Norte, foi obtido como resultados: 01 cachorro de porte pequeno; 05 cachorros de porte médio; 0 cachorros de porte grande e 08 gatos. Um número muito abaixo dos animais disponíveis para adoção aqui no estado. Ao clicar em um animais disponível o adotante é redirecionado para o "perfil" do animal, onde ele pode ler sobre a sua história, ver traços de personalidade, sexo, porte e quem anunciou esse animal. É um site bem estruturado mas que não está cumprindo seu papel tão bem como poderia, levando em conta o cenário Norte-riograndense. Além dessa função principal de busca, o site conta com um *menu* no cabeçalho, esse menu facilita a navegação pois ele deixa informações secundárias, mas importantes e relevantes, em um local de fácil acesso. Nesse menu o usuário tem acesso à: Sobre nós (o que é o amigo não se compra, prestação de contas); Quero adotar; Quero ajudar (membro associado, empresa amiga e outras formas de ajudar) e o blog.

### 3.3.1 SÍNTESE DA ANÁLISE DE SIMILARES

Dois critérios foram escolhidos para realizar a análise comparativa entres os sites. O primeiro critério é o de recursos, nele foram elencados os principais recursos de

cada site, o que o usuário consegue identificar facilmente numa primeira navegação, o que aquele site propõe fazer, suas funções primárias. No segundo critério, o de conteúdo/funcionalidades, diz respeito a recursos extras, ou secundários, como por exemplo a separação dos animais com necessidades especiais no site Adote um Gatinho, apesar do recurso primário ser o mesmo (catálogo de animais) essa separação gera uma transparência com o usuário, onde ele consegue identificar muito precisamente quais animais possuem necessidades especiais e quais não possuem, sendo portanto uma funcionalidade importante de ser analisada. Na tabela 01 tem-se uma síntese da análise.

SITES	RECURSOS	CONTEÚDOS/FUNCIONALIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ache seu pet;</li> <li>- Formulário <i>online</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adoção direta;</li> <li>- Parceria com ONGs;</li> <li>- Espaço físico (interação com o animal).</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Catálogo de animais;</li> <li>- Ajudar o projeto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visualização clara dos animais disponíveis;</li> <li>- Transparência com os animais com necessidades especiais;</li> <li>- Ajuda financeira simplificada.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formulário para adoção;</li> <li>- Adoção de animais especiais (catálogo).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A adoção de animais especiais é mais simplificada;</li> <li>- Formulário de adoção às cegas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Filtros inteligentes;</li> <li>- Catálogo de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Filtros funcionais e simples;</li> <li>- Catálogo organizado e perfil do animal bem feito;</li> </ul>

	animais; - Prestação de contas.	- Várias formas de ajudar e prestação de contas.
---	---------------------------------------	---

**Tabela 03** - Análise de Similares

No site Adote Petz poderia disponibilizar um espaço para ONGs parceiras divulgarem outros animais disponíveis, além dos poucos que podem ir para as lojas físicas. Já no site Adote um Gatinho existe a limitação de espécie, em todos os sites analisados não foi encontrado nenhum animal além de gatos e cachorros, apesar dessas duas espécies serem as mais comuns como animais de estimação e também compor a grande maioria de animais em situação de rua, outras espécies de animais domésticos também se encontram em ONGs, lar temporários ou situações de vulnerabilidade, por exemplos burros e cavalos.

O site Olhar Animal resolveu um problema e criou outro, ao passo que na categoria de animais com necessidades especiais o processo é mais simples, direto e ainda tem um estímulo visual dos animais que já foram adotados, a adoção de animais sem necessidades especiais é feita às cegas, o usuário preenche um formulário e precisa aguardar por respostas.

Por fim, o site Amigo não se compra é simples e prático, muito bem organizado e fácil de navegar, mas também possui a limitação de espécie (somente cães e gatos) e por algum motivo não está alcançando o público que deveria alcançar (analisando os resultados do RN). As ONGs já possuem um público e uma grande reputação, quando uma pessoa pensa em adotar um animal, é natural que ela vá buscar ONGs na sua região, um site de adoção que não faz parceria com essas ONGs possivelmente irá encontrar mais dificuldades para alcançar seus objetivos.

### **3.4 GRUPO FOCAL**

O grupo focal é uma técnica/método qualitativo de obtenção de dados cuja principal finalidade é extrair de atitudes e respostas dos participantes, sentimento, crenças e

opiniões a respeito do objeto de estudo na pesquisa (SANTA ROSA e MORAES, 2012).

Segundo Mazza et al. (2009), esta técnica: a) visa a interação entre os participantes e o pesquisador, a partir da discussão focada em tópicos específicos e diretivos; b) tem caráter interpretativo em vez de descritivo; c) proporciona respostas consistente, uma vez que estas são elaboradas por muitas pessoas; permitindo que surjam novas ideias ou mesmo ideias originais"

Na área de design de interfaces e interação humano-computador, o grupo de foco pode ser utilizado, tanto para as fases iniciais do ciclo de desenvolvimento de websites ou *softwares* no levantamento de necessidades e definição do público-alvo, quanto no redesign, de produtos já existentes, vislumbrando a compreensão de expectativas, desejos e dificuldades encontradas pelos usuários (SANTA ROSA e MORAES, 2012).

Para este projeto, devido às normas de distanciamento social em decorrência da pandemia do Covid-19, o grupo focal será realizado de maneira remota. Contará com a presença de 5 participantes e 1 moderadora (autora). Os participantes foram selecionados pela autora devido ao seus perfis pessoais, os quais se mostraram relevantes para esse projeto.

Participante	Idade	Escolaridade	Características relevantes para o projeto
01	26	Superior completo	Designer de Interfaces
02	25	Superior completo	Bacharel em Tecnologia da Informação
03	21	Cursando ensino superior	Adotou e resgatou animais; Colocou animais para adoção.
04	22	Cursando ensino superior	Adotou e resgatou animais; Colocou animais para adoção.

**Tabela 04** - Relação dos participantes do grupo focal.

Para a realização do grupo focal, cada participante recebeu um cenário fictício e uma tarefa que eles devem realizar no site "Amigo não se compra" (Figura 07) . Após essa tarefa, foi aberto o momento de discussão, com perguntas direcionadas pela moderadora.

No capítulo 16 do livro *Sprint* (2017), de Jake Knapp, ele explica como conduzir uma boa entrevista. Apesar de ter escolhido a ferramenta de grupo focal para analisar o site concorrente, os métodos de entrevista do Knapp irão auxiliar nessa etapa e na etapa de entrevista semi-estruturada (ver tópico 3.3.2).

A entrevista em 5 atos é uma estratégia desenvolvida por Michael Margolis, pesquisador UX, ela consiste em:

1. Um cumprimento agradável de boas-vindas para dar início a entrevista;
2. Uma série de perguntas de contextualização;
3. Apresentação dos protótipos;
4. Tarefas detalhadas para que o cliente reaja ao protótipo;
5. Um rápido *debriefing* para registrar os pensamentos e as impressões gerais do cliente.

Para a conduzir o grupo focal e a entrevista semi-estruturada, utilizei alguns princípios da entrevista em 5 atos. No ato 1, a primeira tarefa do entrevistador é se apresentar, dar boas-vindas e deixar os participantes confortáveis. O entrevistador também deve pedir autorização para gravar a sessão. No segundo ato temos as perguntas de contextualização, o entrevistador deve ao poucos fazer perguntas, sobre os interesses do entrevistado, além de gerar uma conexão o entrevistador também consegue entender o contexto no qual o cliente está inserido e interpretar melhor as respostas obtidas. É importante manter o clima da entrevista leve, com sorrisos, contato visual e interesse genuíno nas respostas dos participantes. O terceiro ato é o de apresentação dos protótipos, como nessa etapa o grupo focal analisou um site similar, foi decidido não apresentá-lo previamente por se tratar de um produto final que já está em circulação. O quarto ato é o de tarefas e empurrões, neste ato o entrevistador deve pedir aos participantes que realizem tarefas durante a entrevista, se abstendo de dar dicas e instruções, o objetivo é

entender como o usuário vai se comportar naturalmente com o produto, então as tarefas devem ser simples e diretas, com o mínimo de interferência do entrevistador. Por fim, no quinto ato, um rápido *debriefing*, o entrevistador deve fazer uma série de perguntas, não intimidadoras, para consolidar suas conclusões. É importante que o entrevistador se mantenha envolvido, encoraje os participantes a responder mas se mantenha neutro.

As tarefas recebidas por cada participante foram as seguintes:

Participante	Tarefas
01	- Realizar cadastro no site; - Fazer uma doação mensal recorrente; - Retornar a homepage.
02	- Adotar um animal de sua preferência no RN.
03	- Colocar 01 porquinho da índia para adoção.
04	- Colocar 03 gatinhos para adoção.

**Tabela 04** - Relação das tarefas recebidas pelos participantes do grupo focal.

Cabe ressaltar que os participantes 03 e 04 tinham esses animais sob tutela e desejavam colocá-los para adoção.

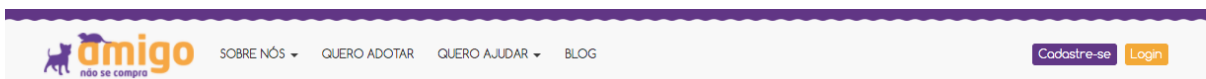
#### Roteiro de perguntas (*debriefing*):

- I. Você sentiu alguma dificuldade para fazer o cadastro no site?
- II. Ao realizar as tarefas, você sentiu alguma dificuldade de navegação?
- III. Navegando no site, em algum momento você foi redirecionado (para outra página) sem perceber?
- IV. Você conseguiu realizar as tarefas com facilidade?
- V. Você entendeu o objetivo principal do site?
- VI. Você identificou alguma falha no site?
- VII. Você considera esse site funcional?

Para a pergunta I (Você sentiu alguma dificuldade para fazer o cadastro no site?), nenhum participante relatou dificuldade para realizar o cadastro no site. A

participante 01 comentou que a busca de CEP resultou em um endereço no estado errado, como moradora do RN o site indicou o endereço em PE. O participante 02 relatou que não precisou realizar o cadastro no site para realizar a tarefa de adotar um animal.

Na pergunta II (Ao realizar as tarefas, você sentiu alguma dificuldade de navegação?), os participantes 03 e 04 relataram que não encontraram um botão para "colocar para adoção" similar ao "quero adotar". O participante 02 comentou que o processo para adoção é muito simples e não sentiu dificuldades e a participante 01 relatou que não sentiu dificuldades para realizar a doação recorrente na aba de "quero ajudar" (ver figura 8).



**Figura 8** - Cabeçalho do site Amigo não se compra

Para a pergunta III (Navegando no site, em algum momento você foi redirecionado - para outra página - sem perceber?), somente o participante 04 relatou que foi redirecionado, mas percebeu de imediato e conseguiu retornar ao site principal.

Na pergunta IV (Você conseguiu realizar as tarefas com facilidade?), a maioria respondeu positivamente, exceto o participante 03 que não conseguiu finalizar sua tarefa pois o site só permite o cadastro de gatos e cachorros (informação que a moderadora já sabia mas optou por omitir dos participantes para garantir um teste com usuários válido). O participante número 02 relatou que teve problema com alguns dos filtros, ele falou que optou por adotar um gato, mas no filtro "Porte do animal" não tinha a opção para todos os portes (ver figura 9), então ele assumiu que precisaria escolher um porte para o gato, mesmo que essa nomenclatura não se aplique a gatos no geral, ao selecionar porte médio, o site resultou em 02 gatos, o que causou estranhamento no participante, que então retornou ao filtro e selecionou a opção "porte", foi então que ele percebeu que a opção porte era selecionável e funciona como uma opção "todos" funcionaria. Ele então levantou o questionamento que esse erro de comunicação induz o usuário ao erro, seja o que está tentando adotar, pois ao se sentir obrigado a selecionar um porte, a busca pode resultar em

menos animais, resultando em uma menor visualização desses perfis e possivelmente uma menor chance de adoção. O erro também vale para quem está cadastrando os animais, o participante 04 comentou que não entendeu essa questão de porte para gato, mas que como estava anunciando filhotes, resolveu colocar como porte pequeno. O participante 02 também relatou que ao selecionar seu município de residência (Natal) ele precisou navegar uma lista muito grande, gerando um desconforto cognitivo no participante, ele comentou que seria interessante um campo de busca ou um filtro capaz de detectar somente os municípios que possuem animais cadastrados.

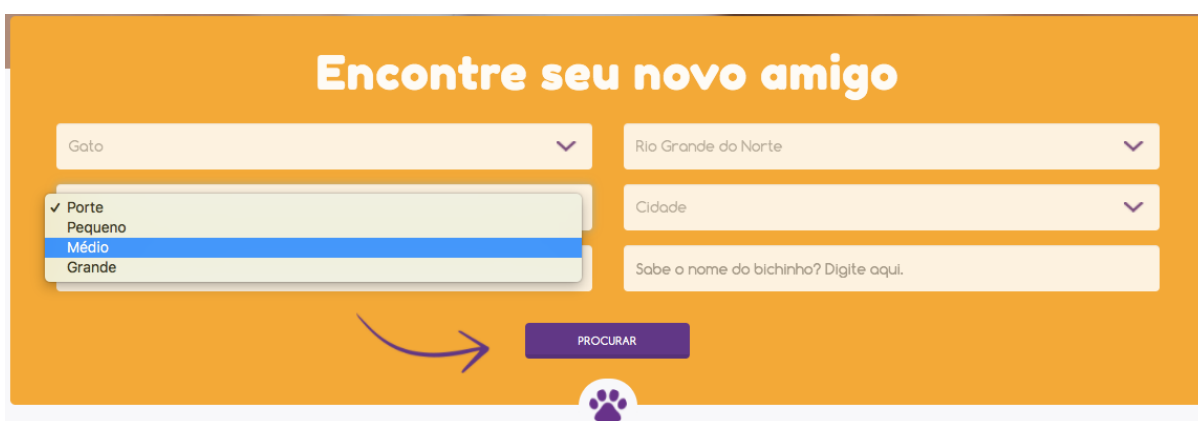


Figura 9 - Filtros inteligentes do site Amigo não se compra. Ênfase no filtro "porte"

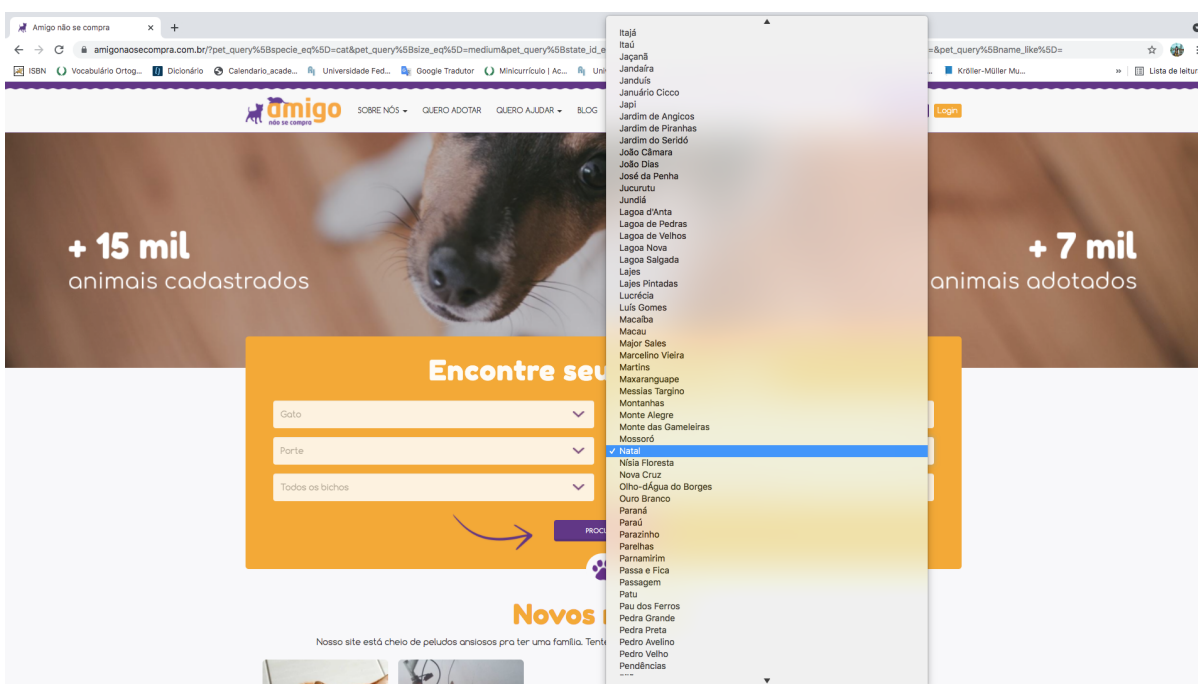


Figura 10 - Filtros inteligentes do site Amigo não se compra. Ênfase no filtro "cidade"

Para a pergunta V (Você entendeu o objetivo principal do site?) todos responderam positivamente, que é um site para adoção de animais. Eles disseram que isso ficou muito claro desde o primeiro momento navegando no site.

Na pergunta VI (Você identificou alguma falha no site?) a participante número 01 relatou que após realizar o cadastro e fazer a doação recorrente, ela precisava retornar para a *homepage*, mas durante esse percurso o site falhou e pediu para ela fazer *login* novamente ou se cadastrar, mas ela já estava cadastrada e com acesso ao seu perfil. O participante número 02 disse que não entendeu porque o site dá a opção de mostrar os animais já adotados no mesmo campo de animais não adotados (ver figura 9). Ele disse: "Quando eu tava preenchendo os filtros, tinha lá a opção de ver somente animais não adotados ou ver somente animais adotados, pra que eu vou querer adotar um animal que já foi adotado? Não faz muito sentido. Continuar anunciando animais que já foram adotados é uma prática comum, é uma forma de incentivar os usuário, quem pretende adotar fica mais seguro e confiante no processo e quem pretende colocar para adoção tem uma percepção de que o site funciona. Mas geralmente essa categoria de animais já adotados fica separada, por exemplo em uma aba, veja os animais adotados, não no filtro de busca. O participante número 03 considera que não ser capaz de cadastrar um animal que não seja gato ou cachorro como uma falha, pois a comunicação visual da marca deixa a entender que eles aceitam qualquer espécie (ver figura 10). A participante 01 concordou com essa fala, ela disse que quando estava realizando a doação recorrente, existiam 04 níveis de patrocínio, e que ao ver animais considerados exóticos ela assumiu que o site aceitaria outras espécies além de gato ou cachorro (ver figura 11), e teve essa mensagem reforçada com o logotipo deles. Quanto à marca, os participantes identificaram um cachorro e outro animal qualquer, a participante 01 em sua fala disse que era um furão. O animal em questão é um gato, porém como a marca aparece em tamanho reduzido, nenhum participante discordou que era um furão ou um animal qualquer, eles não contestaram se não seria um gato.

## Encontre seu novo amigo

- Todos os bichos
- Mostrar apenas bichos não adotados
- Mostrar apenas bichos adotados

**Figura 11** - Filtros inteligentes do site Amigo não se compra. Ênfase no filtro "todos os bichos"



**Figura 12** - Logotipo do site Amigo não se compra.

### Por que ajudar?

As doações que recebemos são fundamentais para que a gente consiga manter nosso trabalho. E a cada 50 reais recebidos, conseguimos viabilizar a adoção de 10 peludos! Se você quer ser um associado e contribuir mensalmente, escolha a quantidade para contribuir:

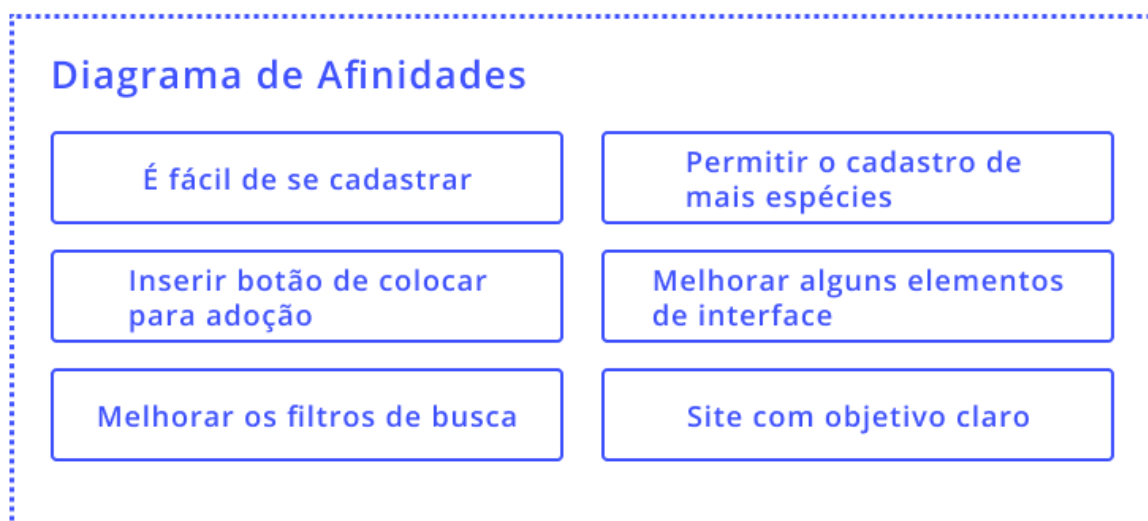
			
Amigo de todas as horas	Amigo especial	Amigo do coração	BFF (best friend forever)
R\$ 15 mensais	R\$ 25 mensais	R\$ 50 mensais	R\$ 100 mensais
<a href="#">Assinar com </a>	<a href="#">Assinar com </a>	<a href="#">Assinar com </a>	<a href="#">Assinar com </a>

**Figura 12** - Espaço para selecionar o valor da doação mensal do site Amigo não se compra.

Para a pergunta número VII (Você considera esse site funcional?) os participantes responderam positivamente, eles disseram que conseguiram realizar as tarefas sem grandes empecilhos, com exceção do participante 03, eles comentaram alguns pontos que o site poderia melhorar. Como por exemplo a acessibilidade, o participante número 04 possui problemas de visão e relatou que sentiu dificuldades

para ler, segundo ele "A letra é muito fina e eu também não consegui ler direito alguns botões amarelos com o texto cinza". O participante 02 reforçou os problemas anteriormente citados, que os filtros precisam ser otimizados. Mas no geral, os participantes consideraram o site Amigo não se compra como um site funcional e intuitivo, principalmente para quem pretende adotar.

A seguir, foi elaborado um diagrama de afinidades, uma espécie de resumo dos principais pontos de destaque, positivos e negativos, do site de acordo com a análise dos resultados do grupo focal.



**Figura 14** - Diagrama de afinidades do grupo focal para análise do site Amigo não se compra.  
Fonte: Autora

### 3.5 PERSONAS

Personas são arquétipos hipotéticos de usuários reais, definidos com rigor e precisão significativos. Trata-se de personagens fictícios, construídos a partir da coleta de dados dos usuários em potencial e que servirão para orientar o desenvolvimento do produto ou serviço. O método de Personas vem sendo amplamente utilizado por profissionais das áreas de Design e também de Marketing nas etapas de pesquisa com usuários em projetos de produtos ou campanhas de comunicação. Não obstante, na academia, especialmente na área de Design, o uso

deste método se tornou frequente projetos e estudos relacionados à experiência e interação do usuário com produtos e serviços. (Monat, et al, 2019)

Para a criação das personas, foram utilizados dados quantitativos e qualitativos obtidos nas etapas previamente discutidas. Com a pesquisa com a comunidade universitária e população geral do RN, entrevista semi-estruturada com presidente de abrigo e grupo focal com possíveis usuários. Duas das três personas residem em Natal-RN, pois na pesquisa (2.401 respostas) mais de 50% dos participantes apontaram que residiam na capital. A terceira persona reside em Parnamirim pois foi o segundo município com mais participantes.

Nesse projeto foram desenvolvidas três personas, uma para representar usuários que buscam adotar animais (Ana Cláudia), outra para representar pessoas que buscam colocar animais para adoção (João Miguel) e por fim, uma para representar os líderes de ONGs e abrigos de proteção animal (Vera Lúcia). A persona escolhida para desenvolvimento da jornada do usuário, levando em consideração o perfil de usuário com maior representação numérica, foi Ana Cláudia.



**Figura 15** - Persona 1: Ana Cláudia  
Fonte: Autor



**Figura 16** - Persona 2: João Miguel  
 Fonte: Autor

## Vera Lúcia



AGE	53
EDUCATION	Ensino Médio
STATUS	Casada
OCCUPATION	Presidente de ONG
LOCATION	Parnamirim - RN

### Personalidade

Introvertida
Justa

### Bio

Vera é presidente de uma ONG de proteção animal. A prefeitura de Parnamirim doou um terreno para a ONG, que vive exclusivamente de doações. Atualmente a ONG possui 23 cães, 12 gatos e 2 jumentos. Vera se sente cansada de gerenciar tanta coisa sozinha.

“ A ONG está sempre lotada e precisando de ajuda. Recebemos mais animais do que entregamos. É muito difícil negar ajuda para animais feridos na rua, mas estamos sem espaço e sem dinheiro.

### Necessidades

- Cadastrar facilmente os animais;
- Receber doações;
- Comunicação fácil com os adotantes.

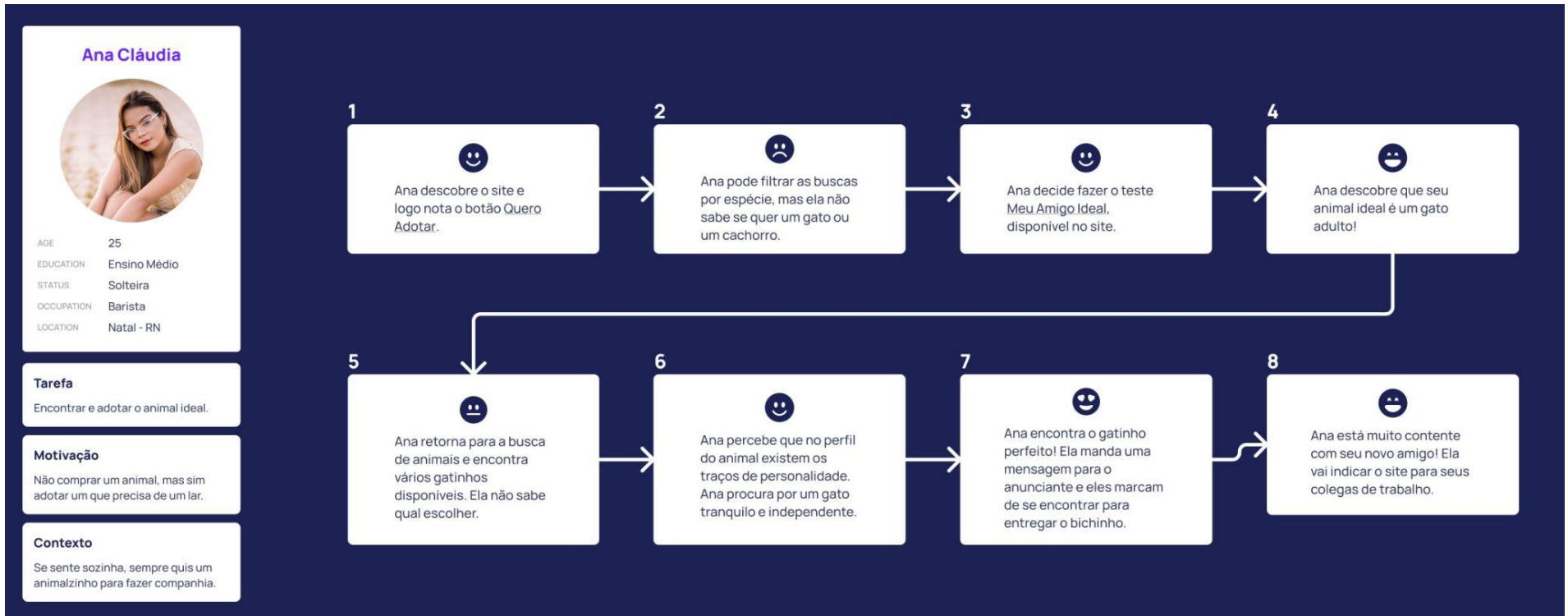
### Frustrações

- Divulgar várias vezes o mesmo animal nas redes sociais;
- Ter que responder pessoas com interesse em animais que já foram adotados;
- Não encontrar adotantes suficientes para os animais.

**Figura 17 - Persona 3: Vera Lúcia**  
 Fonte: Autora

### **3.7 JORNADA DO USUÁRIO**

A jornada do usuário é uma técnica utilizada para entender as necessidades e possíveis "dores" do usuário. Para tal, é preciso se colocar no lugar do usuário e tentar prever emoções e pensamentos que esse usuário teria ao interagir com o sistema. Nesse caso, a persona "Ana Cláudia" busca adotar um animal, foi então pensado numa possível interação, dentro da neutralidade, de como essa navegação se desenvolveria. Por representar um usuário, a persona recebeu uma tarefa, uma motivação e um contexto de vida. Os rostos acima da interação representam as emoções da persona naquele momento.



**Figura 18** - Jornada do usuário: Persona 1 Ana Cláudia

Fonte: Autora

### 3.8 AVALIAÇÃO COOPERATIVA

A Avaliação Cooperativa é uma técnica utilizada para obtenção de dados qualitativos sobre possíveis problemas no sistema. Nela, os usuários e o avaliador verbalizam seus pensamentos, ações, dúvidas e questionamentos. Segundo Santa Rosa (2012), a Avaliação Cooperativa, segundo Santa Rosa (2021) é útil para *feedback* inicial em estudos exploratórios nas fases iniciais de redesign de projeto de interface, em protótipos ou em interfaces de sistemas similares que possam permitir à equipe de pesquisa e UX levantar uma gama de informações qualitativas úteis para a tomada de decisões no que diz respeito à interface, usabilidade, modelos de interação e arquitetura da informação.

Monk (1996), apud Santa Rosa (2012), descreve alguns pré-requisitos para a Avaliação Cooperativa, sendo eles:

1. Recrutar um ou mais usuários para colaborar na avaliação.
2. O avaliador deve especificar tarefas que contemplem as principais áreas do sistema.
3. Cada usuário deve verbalizar os problemas encontrados na interface, enquanto o avaliador grava e faz anotações.
4. O avaliador, com base nas suas anotações e gravações, pode identificar os problemas e propor soluções.

Para o presente trabalho, foram recrutados cinco usuários. Foram realizados encontros telepresenciais e individuais. Os usuários receberam o *link* para o *wireframe* prototipado. Foi solicitado que eles compartilhassem a tela e foi explicado o funcionamento de uma avaliação cooperativa. Após esse momento inicial, os usuários puderam avaliar todas as telas e tecer comentários, questionamentos, tirar dúvidas, etc.

Usuário 1:

- Inserir botão "quero adotar" no topo do site;
- Inserir o nome "bio" ou "descrição" no perfil do animal;

- Aumentar a fonte do menu do usuário;
- Colocar opção de "espécie" no formulário.

#### Usuário 2:

- Aumentar o *padding*<sup>\*2</sup> entre os animais para adoção;
- Muita informação na Página de ONG;
- "Animais cadastrados" gerou confusão, sugeriu modificar para "Meus animais cadastrados";
- Mostrar as tags na ferramenta de busca quando navegando pela página do perfil do animal;
- Retirar e-mail e telefone do menu do usuário.

#### Usuário 3:

- Inserir botão "quero adotar" no topo do site;
- Inserir botão salvar na tela de cadastrar animais;
- Colocar mais elementos na página *home*;
- Criar filtro para animais castrados;
- Criar filtro para necessidades especiais;
- Aumentar a foto no perfil do animal;
- Aumentar a fonte no menu do usuário.

#### Usuário 4:

- Aumentar a letra dos *cards* dos animais;
- Modificar formulário de cadastro de animais.

#### Usuário 5:

- Incrementar a lista de ONGs para parecer clicável;
- Melhorar a hierarquia da página *home*;
- Diminuir a letra dos subtítulos;

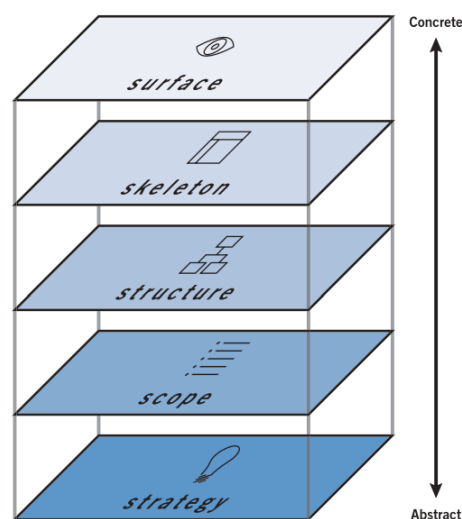
---

<sup>2</sup> Nomenclatura para o espaçamento entre elementos em um sistema digital.

- Tornar "idade" um campo digitável no formulário de cadastro;
- "Quebrar" o formulário em seções;
- Deixar o formulário em uma coluna;
- Deslocar o nome do animal para cima da descrição.

## 4. METODOLOGIA

Para a estruturação e divisão do conteúdo entre o TCC I e o TCC II, foi utilizado o modelo dos 5 Planos de Garrett. Os 5 planos são uma série de diretrizes também conhecidas como o iceberg da experiência de usuário. Nele é possível visualizar as etapas para o desenvolvimento de uma boa experiência de usuário. Os planos foram desenvolvidos para serem pensados de baixo para cima, ou seja, a etapa inicial é a de estratégia, seguida pelo escopo e assim por diante.



**Figura 19** - Os 5 Planos de Garrett

Fonte: *The elements of user experience*. (Garrett, 2010)

No **plano estratégico**, o designer se encontra num plano completamente abstrato, à medida que o projeto avança, é que ele vai saindo do abstrato para o concreto (ver figura 02). Nessa etapa, a parte visual e as funcionalidades do projeto não são relevantes. Deve-se pensar o que será projetado, para que serve esse projeto e para quem ele será desenvolvido. Ao final dessa etapa, essas respostas devem estar claramente respondidas antes de avançarmos para o próximo plano.

O **plano escopo** serve para validar as hipóteses geradas no plano estratégico e começar a concretizar o projeto. Após a identificação do que é o projeto, às necessidades e o público, é dado início às especificações funcionais e os requisitos de conteúdo. As especificações funcionais são o conjunto das funções do produto e

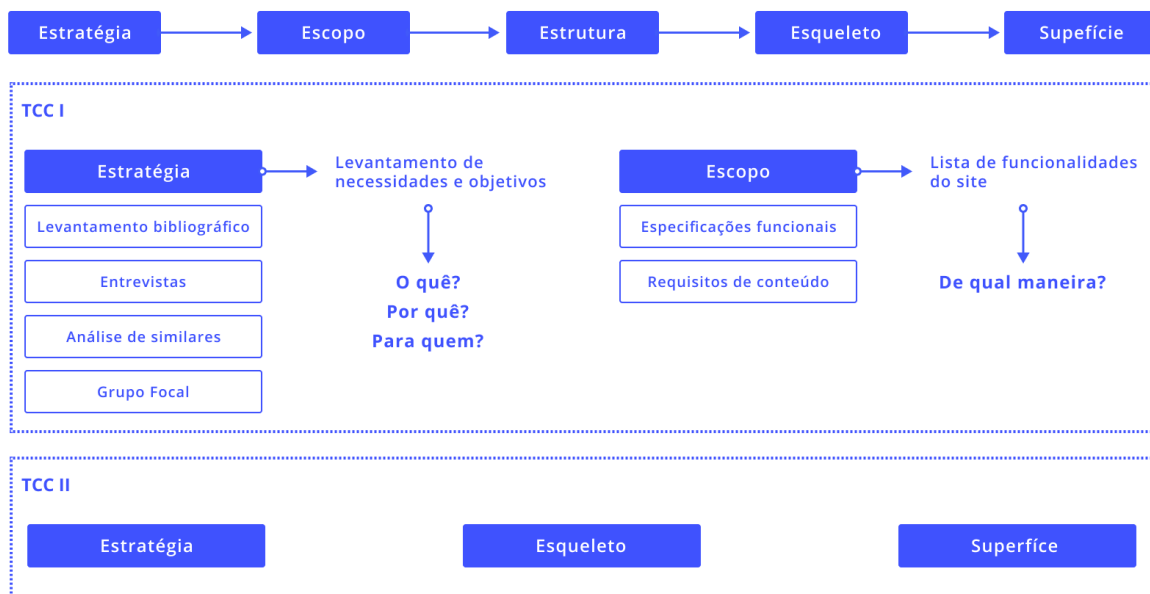
os requisitos de conteúdo são os elementos requeridos para o funcionamento do projeto.

No **plano estrutura** serão feitos os fluxos de navegação do produto. Como o usuário vai chegar no produto e como ele irá interagir com o mesmo. Esse plano é dividido em duas partes, o design de interação e a arquitetura da informação.

O **plano esqueleto** é basicamente o *wireframe* do site. Com as informações obtidas nos planos anteriores e com os fluxos de navegação já definidos, pode-se então começar a materializar de fato o site, ainda em baixa fidelidade. Nesse plano será definido o design de navegação, informação e interface.

Por fim, tem-se o **plano superfície**, ele é a parte concreta do projeto, a materialização do site, nele estão contidas as interfaces, protótipos e o produto final. Nele, o usuário finalmente terá contado com as soluções propostas de acordo com o levantamento de dados das etapas anteriores.

A seguir é apresentado um **Diagrama com a Síntese da Metodologia** adotada para o presente TCC.

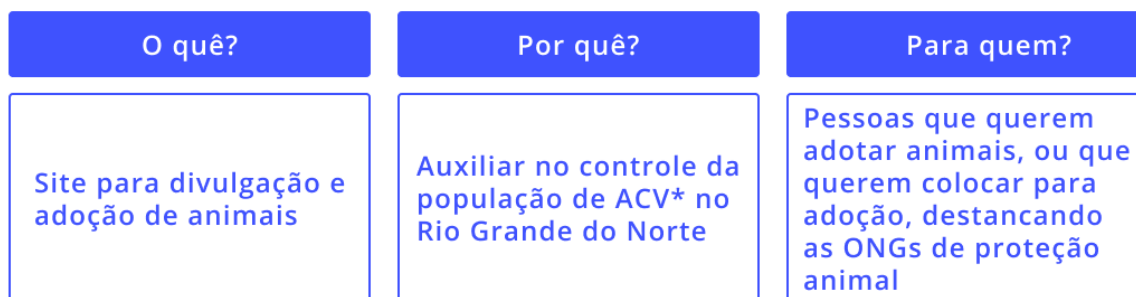


**Figura 02** - Síntese da metodologia adotada para o presente TCC; Método dos 5 planos de Garrett.

Fonte: Autora

## 4.1 PLANO ESTRATÉGICO

As etapas realizadas no plano estratégico mostraram que um site para adoção de animais é necessário para o estado do Rio Grande do Norte, tendo em vista que as ONGs e abrigos utilizam somente redes sociais para a divulgação desses animais, por se tratar de ferramentas pouco específicas, o esforço cognitivo exigido dos responsáveis pela adoção dos animais é muito elevado. Eles precisam divulgar os animais constantemente, pois devido ao dinamismo das redes sociais, esse conteúdo acaba se perdendo no meio de tantas outras informações. Apesar de já existirem outros sites de adoção de animais, como os anteriormente analisados, eles não tem alcance suficiente no RN, então o desenvolvimento de um novo site, colocando as necessidades do usuário a frente do projeto, é necessário. Os principais usuários desse site seriam pessoas que desejam adotar animais e pessoas que desejam colocar animais para adoção, em especial ONGs e abrigos, se tornando uma ferramenta importante no auxílio do controle da população de animais em situação de vulnerabilidade no RN, incentivando a adoção, o resgate e a ajuda financeira para esses animais.



**Figura 21** - Síntese dos resultados do plano estratégico

Fonte: Autora

## 4.2 PLANO ESCOPO

Como visto no tópico 4, o plano escopo visa definir as especificações funcionais e os requisitos de conteúdo. As especificações funcionais dizem respeito ao conjunto de funcionalidades que o site precisa suprir, sendo elas:

### Especificações funcionais:

1. Adotar animais;
2. Colocar animais para adoção;
3. Realizar buscas de animais disponíveis;
4. Visualizar animais já adotados;
5. Fazer doações;
6. Destacar as ONGs.

Já os elementos requeridos são requisitos de conteúdo, são um conjunto de elementos que o site precisa ter para cumprir as funcionalidades desejadas. Sendo eles:

### Elementos Requeridos:

- I. Fazer o cadastro (perfil) dos usuários;
- II. Filtros inteligentes de busca de animais;
- III. Indicação de animais com necessidades especiais;
- IV. Ferramenta para doação recorrente (para o site ou diretamente para uma ONG);
- V. Perfil diferenciado para as ONGs.

## **4.3 PLANO ESTRUTURA**

No **plano estrutura** foram feitos os fluxos de navegação do produto. Como o usuário vai chegar no produto e como ele irá interagir com o mesmo. Esse plano é dividido em duas partes, o design de interação e a arquitetura da informação. É uma estrutura conceitual que define os padrões e sequências que a experiência será apresentada para o usuário. Para definição dos padrões de navegação, foram utilizados alguns métodos para melhor compreender como o site deve se comportar para os usuários. Foram elaboradas personas, a jornada do usuário, fluxo de navegação e o mapa do site.

#### 4.3.1 ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO

A arquitetura da informação é uma etapa no desenvolvimento de interfaces digitais, ela assegura que os usuários encontrem o que precisam por meio de combinações de navegação.

"Informação deve ser aquilo que leva à compreensão." (WURMAN apud SANTA ROSA e MORAES, 1991)

"Para o instituto Asilomar, a arquitetura da informação pode ser definida como o design estrutural de grupos de informações relacionadas ou à arte e à ciência de organizar e rotular *websites*." (SANTA ROSA e MORAES, 2012)

"Para Garrett (2003), a arquitetura da informação são a arte e a ciência de estruturar e organizar os ambientes informacionais para ajudar pessoas a encontrarem e administrarem informações." (SANTA ROSA e MORAES, 2012)

"Para Reiss (2000), a boa arquitetura da informação contribui para o aumento da eficácia, eficiência e satisfação do usuário durante a utilização do sistema." (SANTA ROSA e MORAES, 2012)

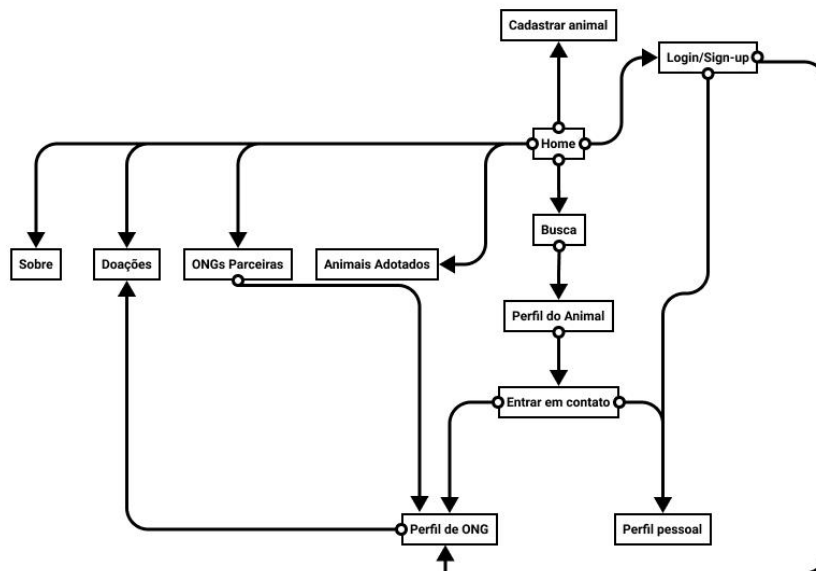
"Segundo Rosenfeld e Morville (1998), embora essas coisas pareçam óbvias, a arquitetura da informação envolve, na realidade, aquilo que não é óbvio. Os usuários não notam a arquitetura de informação de um site, a não ser que ela não esteja funcionando." (SANTA ROSA e MORAES, 2012)

#### 4.3.2 DESIGN DE INTERAÇÃO

Segundo Preece et al (2015), o design de interação se refere a criação de experiências de usuário que melhoram e aumentam a maneira que as pessoas trabalham, se comunicam e interagem. Winograd define como "Projetar espaços para a comunicação e interação humana" (WINOGRAD apud PREECE, 2015). Já Saffer, dá ênfase ao aspecto artístico do design, "é a arte de facilitar interação entre

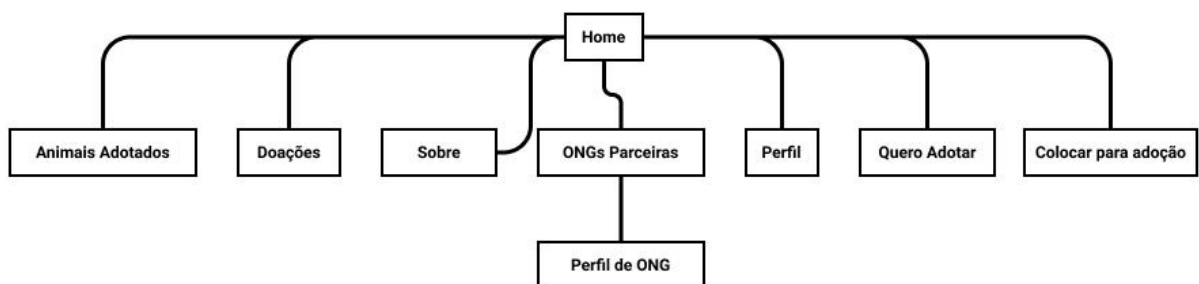
pessoas através de produtos e serviços". O foco do design de interação é como projetar boas experiências para o usuário.

### Fluxo de navegação



**Figura 22 - Fluxo de navegação**  
Fonte: Autora

### Mapa do site



**Figura 23 - Mapa do site**  
Fonte: Autora

## 4.4 PLANO ESQUELETO

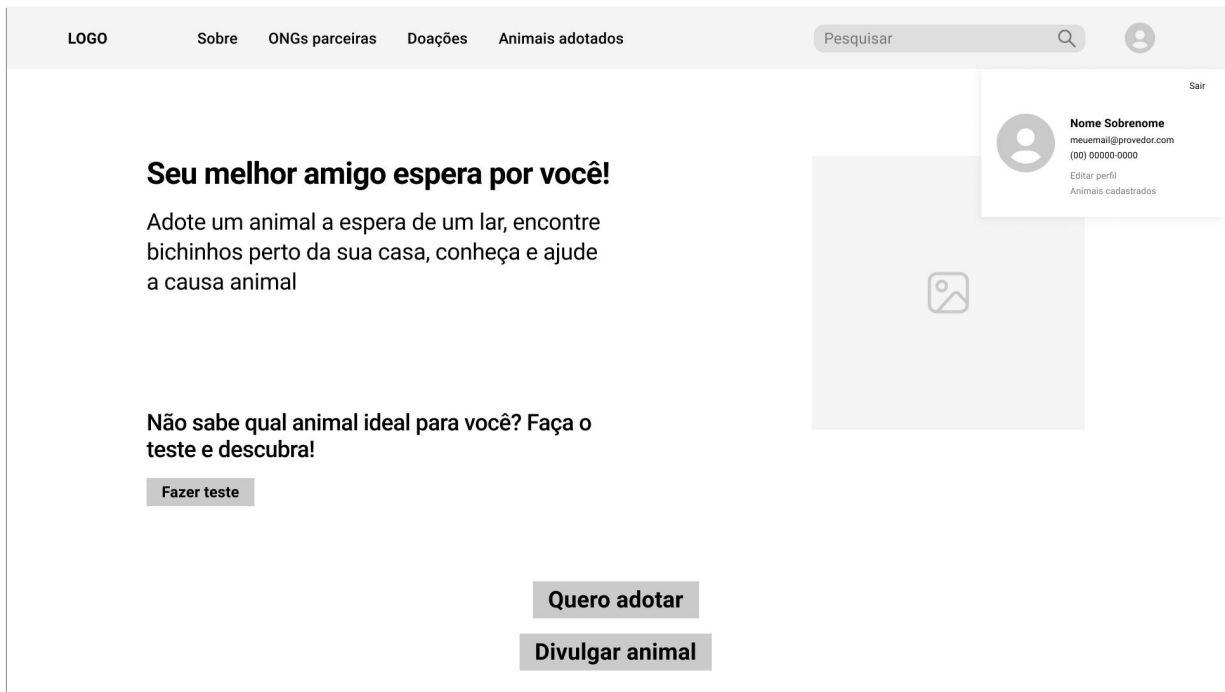
O plano esqueleto é a penúltima etapa de desenvolvimento da interface visual do sistema. Nele começa de fato as etapas concretas. Nesse plano serão definidos diversos aspectos visuais, informacionais e de navegação. Garrett diferencia esses três aspectos da seguinte maneira:

- Permite que o usuário realize uma ação: Design de interface;
- Permite que o usuário se desloque dentro do sistema: Design de navegação;
- Comunica ideais ao usuário: Design de informação.

### 4.4.1 WIREFRAMES

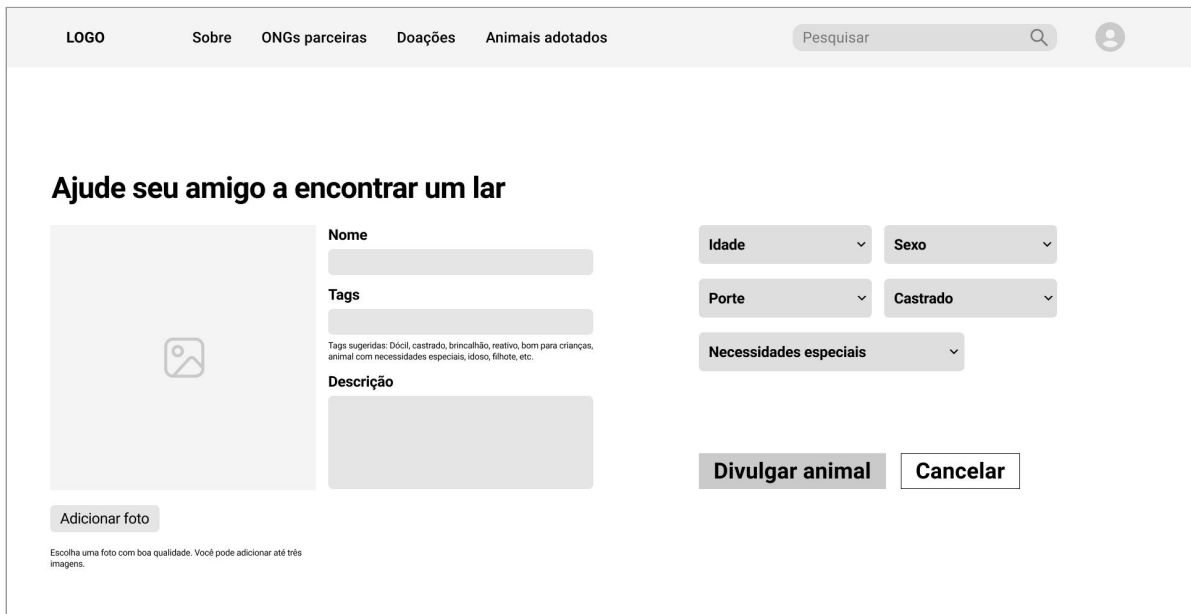
Segundo Chak (2004) os *wireframes* são rascunhos em preto e branco que representam as telas que os usuários acessarão no site e fornecem apenas um contorno daquilo que serão as páginas.

Nessa etapa do projeto foram feitas as principais telas do site, em baixa fidelidade, alguns elementos de navegação (menu e filtros de busca), elementos da interface (botões, abas) e os elementos de informação (chamadas e instruções). Os *wireframes* foram produzidos digitalmente e prototipados, no programa Figma. A prototipagem permitiu que os usuários entendessem a navegabilidade do site e como alguns elementos de interação funcionam. Apesar da prototipagem de *wireframes* não ser um requisito ou uma prática corriqueira, devido às restrições de distanciamento em virtude da pandemia, os testes de usabilidade foram realizados de maneira remota, portanto foi decidido que a prototipagem seria um bom caminho para facilitar o entendimento dos usuários. Todas as telas dos *wireframes* podem ser vistas no apêndice II.



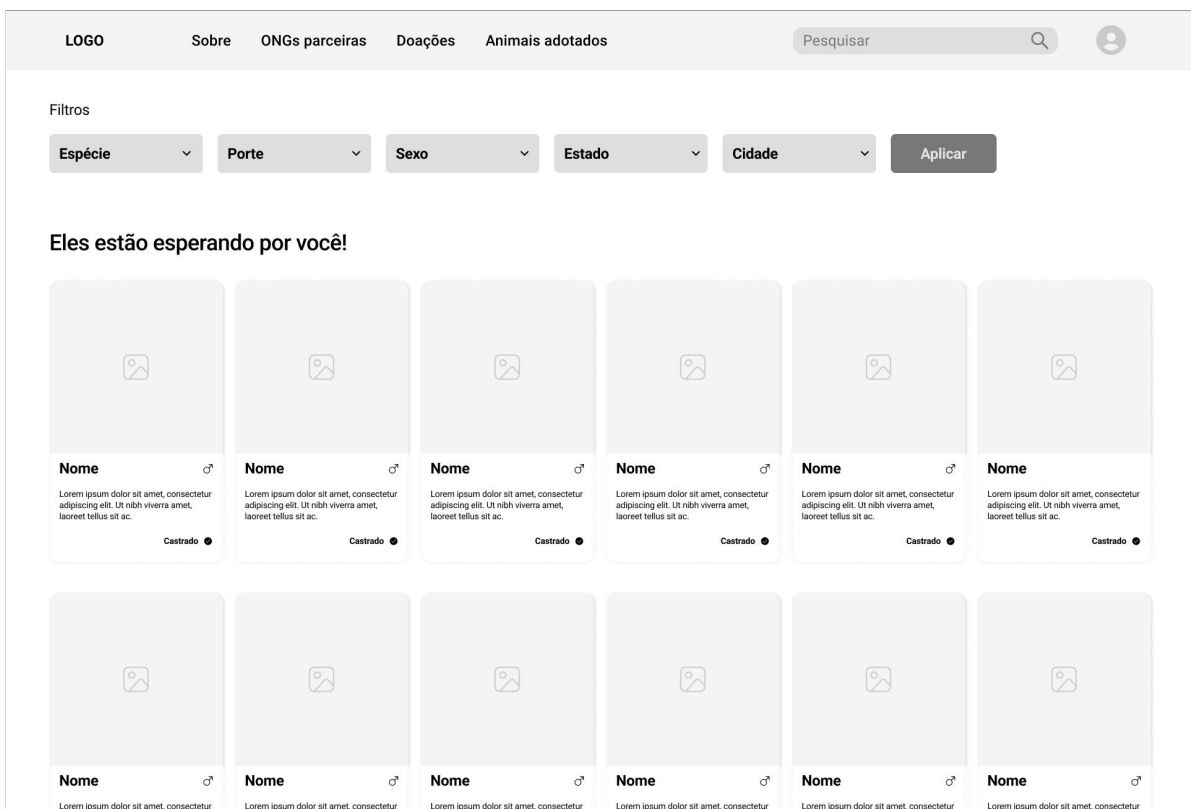
**Figura 24** - Wireframe da página Home  
Fonte: Autora

A figura acima representa a home do site, a página principal. Rascunhos à mão foram feitos previamente. Nessa página o usuário tem contato com os dois botões CTA, o quero adotar e o divulgar animal. Essa página condensa as principais funcionalidades do site, que são adotar animais e colocar animais para adoção. Também foi pensado como seria o menu de configurações do usuário e quais informações ele iria conter. Já é possível perceber como o site seria organizado, o menu de navegação principal no topo, a imagem principal, onde ficaria a barra de pesquisa, etc. Por se tratar da primeira página de contato do usuário com o site, ela foi idealizada para ser o mais clara possível em sua missão.



**Figura 25 - Wireframe** da página de formulário para colocar para adoção  
 Fonte: Autora

A segunda tela de wireframe apresentada é referente a um formulário, o de cadastrar animais para adoção. Adianto que essa tela recebeu muito feedback na avaliação cooperativa e foi modificada extensivamente. Essa tela possui como função primária o cadastro de animais para divulgação de adoção. Nela também pode-se observar elementos fixos ao longo do site, como a barra superior.



**Figura 26 - Wireframe** da página de adoção  
 Fonte: Autora

A página de adoção é uma tela de extrema importância, pois é nela que a maior parte dos usuários (pretendem adotar) irão navegar por mais tempo. Com isso, foram pensadas em estratégias para reter o usuário no site, uma solução encontrada foi a rolagem infinita, o usuário não precisa passar a página para ver mais animais, ele simplesmente vai descendo e novos animais vão surgindo.

## **4.5 PLANO SUPERFÍCIE**

### **4.5.1 IDENTIDADE VISUAL**

Segundo Wheeler (2008) a marca é a promessa, a grande ideia e as expectativas que residem na mente de cada consumidor a respeito de um produto, de um serviço ou de uma empresa. Por se tratar de um projeto de design social, a marca do site precisa transmitir uma série de valores e sentimentos ao usuário. Mas também, se destacar em meio aos similares. Para tal, se fez necessário mais do que a criação de um logotipo, mas sim de uma identidade completa. "A identidade é a expressão visual e verbal de uma marca. A identidade da apoio, expressão, comunicação, sintetiza e visualiza a marca" (WHEELER, 2008).

O início do desenvolvimento da identidade visual do projeto se deu com a definição dos valores. O que a marca visa transmitir, como ela irá se diferenciar dos similares, quais sentimentos ela irá provocar no observador. Todas essas questões auxiliaram no processo de desenvolvimento a seguir.

### **4.5.2 VALORES DA MARCA**

Para se destacar no nicho, optou-se pelo apelo emocional de uma maneira positiva. Enquanto outros sites de adoção utilizam estratégias focadas em emoções tipicamente negativas, como tristeza, remorso, dor, pena, compaixão, como no site amigo não se compra. Desde o nome até a maneira de comunicação remetem muito mais ao sentimento de dó pelos animais. Essa é uma estratégia corriqueira em sites de adoção de animais. Portanto, neste projeto optou-se por uma marca que se entrega e se comunica evocando valores positivos. De alegria, família, felicidade, a ideia é transmitir que ao adotar você não está somente ajudando um animal, mas que você está contribuindo com a sua felicidade, um novo amigo na sua vida. A

marca foi pensada para tirar o peso da palavra adoção, trazendo leveza e positividade ao ato.

#### 4.5.3 NAMING

"O nome certo é atemporal, não cansa, é fácil de dizer e memoriza, representa alguma coisa e facilita as extensões da marca. Seu som tem ritmo. Ele é fantástico no texto de um e-mail e no logotipo". (WHEELER, 2008)

Seguindo essa definição de Wheeler (2008), foi realizado um brainstorming baseado nos valores já estabelecidos. Era sabido que a principal sensação ao navegar no site seria de felicidade. Como não se alegrar vendo vários bichinhos e saber que um deles poderia ser seu? Por fim, o nome escolhido para a marca do projeto foi **Happie**. Happie remete a *happy*, feliz em inglês. Essa é uma palavra simples de pronunciar, muito conhecida mesmo entre pessoas que não falam inglês, curta e direta. Entretanto, ela não se adequou ao logotipo e as intervenções gráficas que seriam feitas na tipografia para a criação de um símbolo. Como solução, foi mudada a grafia da palavra, retirando a letra Y e adicionando as vogais IE. Mantendo a mesma sonoridade.

#### 4.5.4 TAGLINE

"Uma *tagline* é uma frase curta que captura a essência, a personalidade e o posicionamento da marca de uma empresa e a diferencia de seus concorrentes". (WHEELER, 2008)

Assim como o nome curto e direto, a *tagline* também foi pensada nesse sentido. A frase escolhida foi: Alegria de adotar. Mais uma vez, reforçando os valores da marca e brincando com o próprio nome.

#### 4.5.5 CORES

Para a escolha das cores que compõem a identidade visual do projeto, foi levado em consideração sua principal aplicação, o site. A cor de fundo do site é o branco,

portanto, as demais cores deveriam contrastar o suficiente para permitir destaque e legibilidade. Foram escolhidas duas cores, uma primária, que seria a cor principal da marca e a cor secundária, responsável por elementos de destaque.

A cor primária é um tom de roxo (#662AB2). Segundo Eva Heller (2013) em seu livro a psicologia das cores, "Em nenhuma outra cor se unem qualidades tão opostas como no violeta: é a união do vermelho e do azul, do masculino e do feminino, da sensualidade e da espiritualidade. A união dos opostos é o que determina a simbologia da cor violeta". O roxo foi escolhido para esse projeto por ser uma cor que permite boa legibilidade sobre o fundo branco. Apesar de ser a cor primária, ela foi escolhida após a definição da cor de destaque, o rosa.

A cor secundária é um tom de rosa (#F100BC).

A fantasia é um estado em que as pessoas flutuam em nuvens cor-de-rosa e enxergam tudo através de "lentes rosadas". O sétimo céu é rosa. Um mundo cor-de-rosa é bonito demais para ser verdadeiro. Quem vive seguindo o ditado "think pink" ("pense cor-de-rosa") se propõe a viver de maneira otimista o cotidiano cinzento. Quando a vida parece um sonho, os franceses dizem: "C'est la vie en rose". (HELLER, 2013 )

O rosa tem esse poder de transmitir alegria, beleza e fantasia. No mundo ideal da marca, todos os animais têm uma família, nenhum deles precisa sofrer nas ruas ou em abrigos lotados. O rosa foi uma escolha muito natural para transmitir os valores da marca.

#### 4.5.6 TIPOGRAFIA

De acordo com Alina Wheeler (2008), a tipografia deve dar apoio a estratégia de posicionamento e a hierarquia da informação. Os caracteres tipográficos precisam ser flexíveis e fáceis de usar.

A principal aplicação tipográfica do projeto é feita no próprio site, com os títulos, chamadas, corpo de texto, etc. Foram definidas duas tipografias, uma para títulos e outra para os demais textos. Para títulos foi selecionada a fonte Chivo, uma fonte sem serifa, ela apresenta um equilíbrio entre seriedade (aspecto mais quadrado da letra) e diversão (curvas), além de ter uma grande variação de peso, indo do *light* ao *black*. Para o corpo de texto optou-se pela fonte Amiko, uma fonte desenvolvida para projetos web, ela garante legibilidade mesmo em tamanhos pequenos. Ela se comporta muito bem com os títulos em Chivo e possui uma certa simpatia quando comparada com outras fontes tipicamente usadas na web, como a Roboto e Open Sans.



**Figura 27** - Exemplo de uso tipográfico. Título em Chivo e subtítulo em Amiko.

Fonte: Autora

#### 4.5.7 LOGOTIPO

Um logotipo é uma palavra ou palavras independentes. Pode ser o nome de uma empresa ou um acrônimo. Os melhores logotipos impregnam uma palavra legível (ou palavras) com as características distintivas de uma fonte tipográfica e podem integrar elementos abstratos ou pictóricos. (Wheeler, 2008)



**Figura 28** - Logotipo com *tagline*.

Fonte: Autora

Assim como na descrição de Wheeler (2008), o logotipo da marca é baseado em uma tipografia com um elemento pictórico mesclado ao texto. O carácter E foi modificado para se parecer com um focinho e foi adicionado um ponto no canto superior direito, remetendo a um olho. Esse elemento pictórico pode ser utilizado sozinho, como o ícone para a barra de navegação do site, por exemplo.

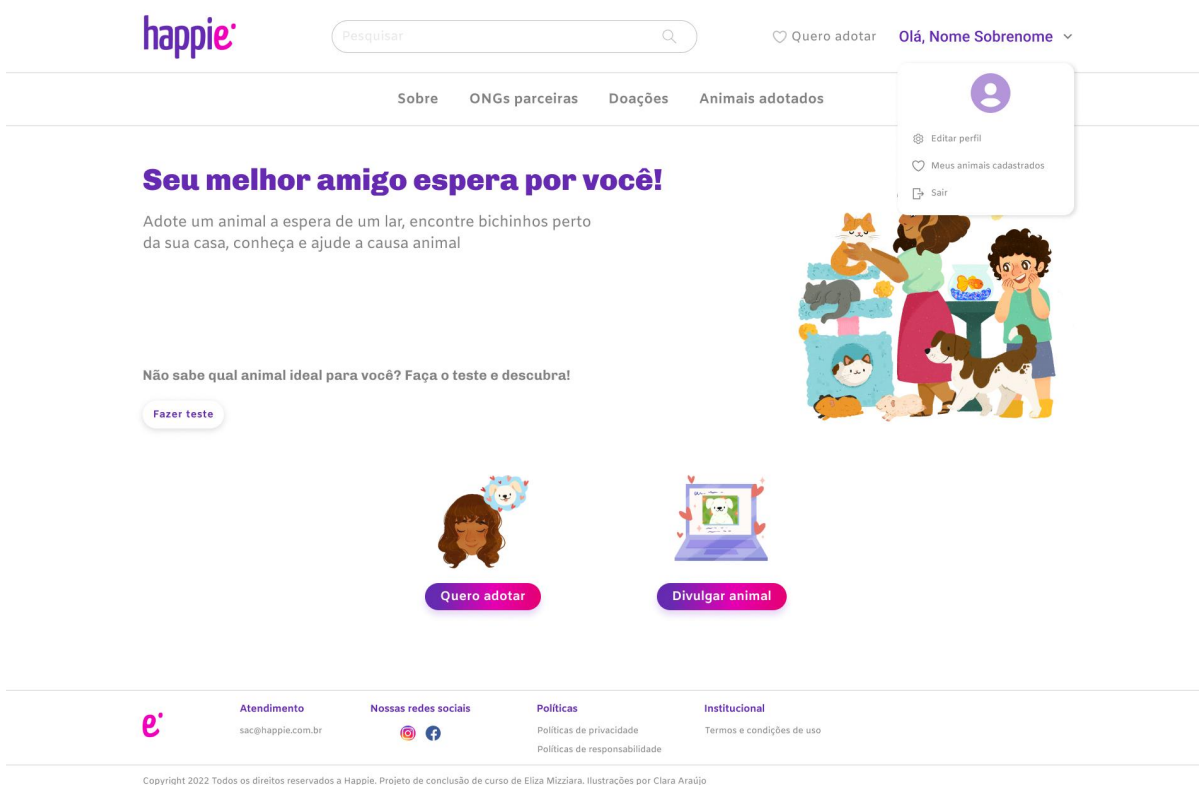
#### 4.5.8 ELEMENTOS DE INTERFACE NA WEB

Para o desenvolvimento de um bom site, é necessário utilizar alguns elementos já enraizados no subconsciente das pessoas, com os anos de uso e repetição em diversos sites, a computação desenvolveu uma linguagem própria. De acordo com Kalbach (2007), quando a navegação na web funciona bem, ela não chama atenção. A melhor navegação não é percebida. No desenvolvimento das telas do projeto foram utilizados conceitos bem estabelecidos, contribuindo para uma melhor experiência do usuário.

##### 4.5.8.1 Ícones

Kalbach (2007) em seu livro Design de navegação na web nos dá uma clara explicação sobre a importância dos ícones e como eles podem ajudar o usuário. Se receberem um significado claro e um propósito, ícones são mais do que decoração. Eles trabalham junto com o texto para dar mais senso de orientação. Ícones agregam diversas vantagens:

- Eles dão clareza ao reforçar um texto;
- Ajudam em localização e orientação;
- Auxiliam o usuário a aprender, entender e lembrar elementos funcionais de um site;
- Eles aumentam a área clicável de um elemento de navegação;
- Ao serem utilizados sozinhos, ocupam menos espaço.



**Figura 29** - Exemplo de utilização de ícones no site Happie

Fonte: Autora

Como observado na figura acima, os ícones foram utilizados junto com texto em *links*, no cabeçalho com o botão que leva para a página de adoção e no menu do usuário. Ao passar com o cursor do *mouse* por cima desses elementos de navegação, eles mudam para a cor primária, um efeito chamado *hover*.

#### 4.5.8.2 Botões

Cor, fonte e *layout* contribuem para uma experiência de informação mais rica. Design visual não se trata apenas de fazer as coisas ficarem bonitas: Ele cria um melhor senso de orientação e usabilidade de navegação. Clareza, proeminência e visibilidade podem fazer a diferença entre encontrar uma informação ou se perder no hiperespaço. (KALBACH, 2007)

Ainda segundo Kalbach (2007), botões e *links* devem parecer clicáveis. A melhor navegação acontece quando o usuário não fica se perguntando se determinado elemento é clicável ou não.

Na figura 29 podemos perceber a hierarquia de botões utilizados no projeto. O primeiro botão é um botão secundário, ele apresenta pouco contraste em relação ao plano de fundo. Ele não é necessário para a principal função do site, mas está ali para agregar a experiência. Já os principais botões do site, chamados de CTA (*Call to Action* - Chamar para ação) são grandes e apresentam um alto contraste com o fundo. Além disso, foi aplicado um gradiente, para chamar ainda mais atenção do usuário. São esses botões que carregam as principais experiências do site.

#### 4.5.8.3 Menus

Ainda na figura 29 pode-se observar as estruturas de menu escolhidas para o site. No cabeçalho o usuário pode navegar pelas principais telas do site, ele consegue saber mais sobre o projeto, realizar doações, ver os animais que já foram adotados, etc. Esse menu horizontal composto por quatro *links*, permite uma rápida navegação por todo o site. Além dele, na parte principal do cabeçalho o usuário pode realizar buscas ou ir direto para a página de adoção, já que ela é a função primária do site. Outro formato de menu encontrado no site é o *drop down* menu, que é o menu do usuário, onde ele pode realizar ações do seu próprio perfil, como editar informações e visualizar/editar animais que ele cadastrou para adoção. O último formato de menu se encontra no rodapé, nele o usuário pode encontrar informações importantes, mas não essenciais sobre o site, nele o usuário pode encontrar *links* para redes sociais, as políticas e regras do projeto, mas nada essencial para sua experiência.

#### 4.5.8.5 Ilustrações

As ilustrações agregam na experiência visual e no tom de voz da marca. Elas são uma forma de linguagem não verbal que comunicam o que o site quer transparecer, que é um local alegre, acolhedor, familiar. Essas ilustrações foram feitas por uma aluna do curso de Design da UFRN, Maria Clara Araújo.

#### 4.5.8.6 Fotografias

As fotografias são essenciais num site de adoção, por isso, elas ganham destaque. A escolha de utilizar ilustração e não fotografia como elemento visual decorativo foi intencional, pois assim, Todas as fotografias vistas no site são de animais que estão

disponíveis para adoção ou que já foram adotados. Nas telas do protótipo, todos os animais que estão servindo de exemplos na página de adoção, estão de fato para adoção, tanto no Instituto Senhores Patas como no Abrigo Mossoró. E as fotos dos animais na tela de animais adotados, são de membros do Clubinho SRD -Sem Raça Definida- Natal. Sendo estes, em sua maioria, adotados.

#### 4.6 PROTÓTIPO DE ALTA FIDELIDADE

O protótipo de alta fidelidade foi criado no Figma, um programa gratuito voltado especificamente para design de interfaces. Nele foram criadas todas as telas e a prototipagem, onde é possível visualizar com clareza a navegação e as sutilezas, como mudança de cor dos botões ao passar o cursor do mouse.

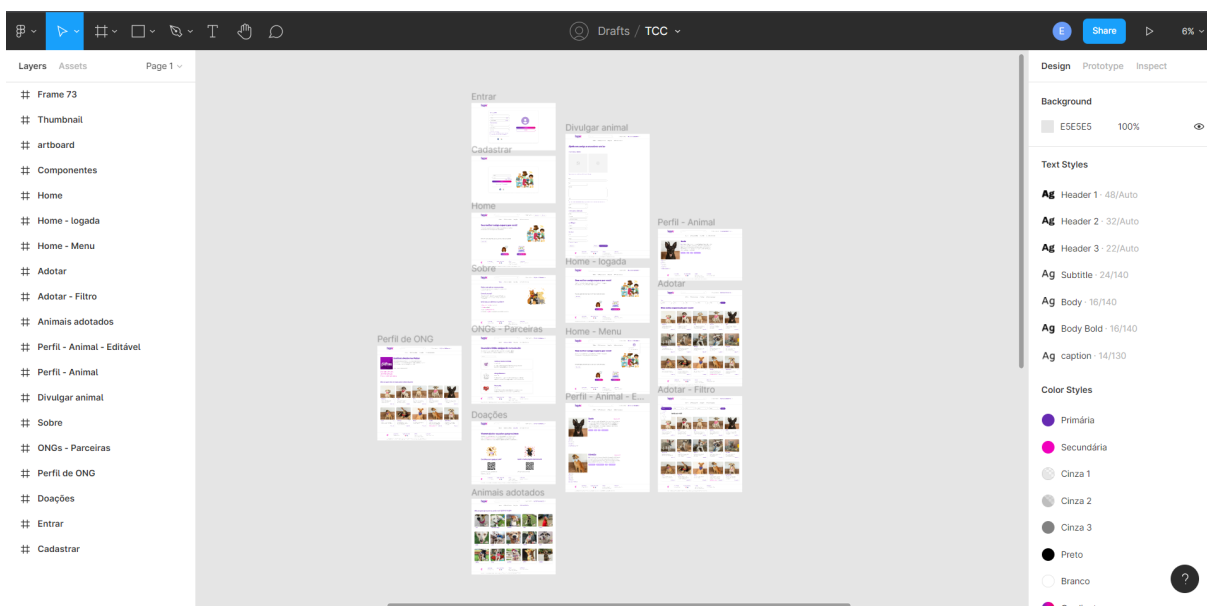
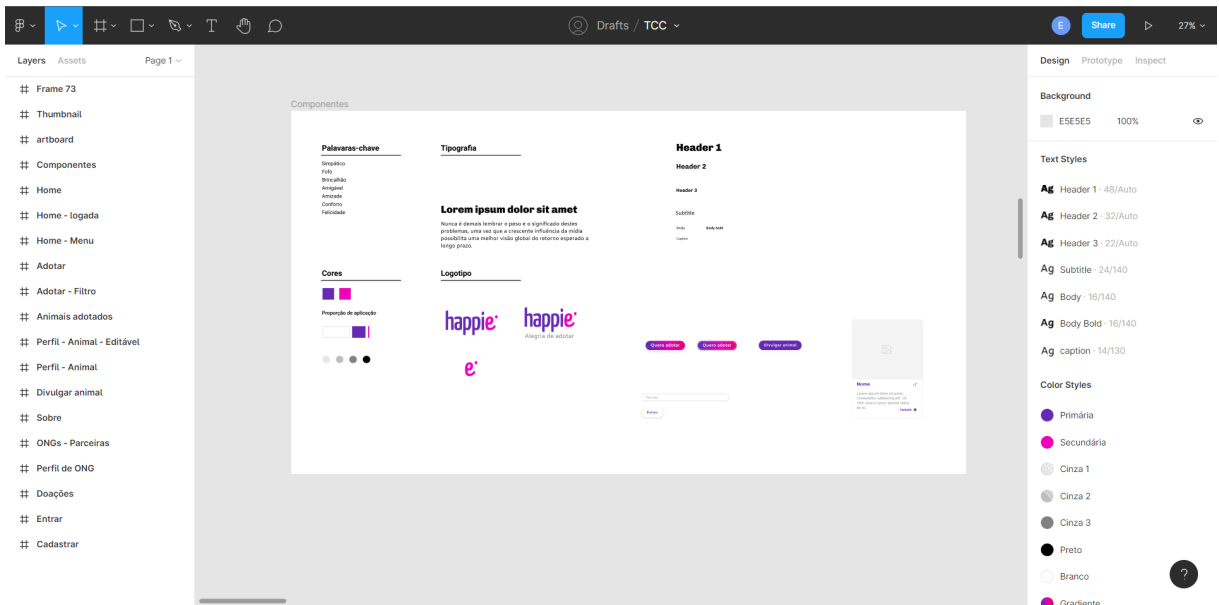


Figura 30 - Interface do Figma com o site do projeto

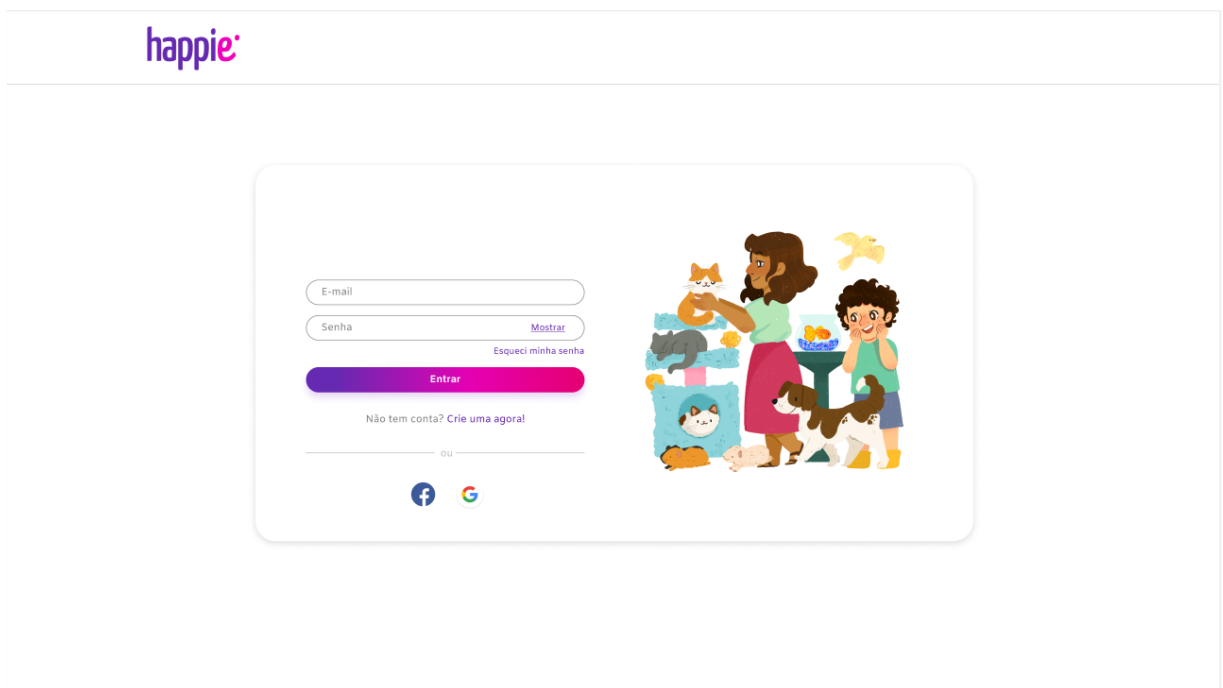
Fonte: Autora

No Figma é possível cadastrar diversos estilos de texto e cores, mantendo a identidade visual do site coesa e constante.



**Figura 31** - Interface do Figma com os componentes do site

Fonte: Autora



**Figura 32** - Tela de *Login* do site

Fonte: Autora

A tela de *login* é uma tela simples e clara, buscando sempre facilitar a experiência do usuário.



**Figura 33 - Tela Home do site**

Fonte: Autora

A figura 33 é a finalização do *wireframe* apresentado anteriormente, vale salientar a contribuição da avaliação cooperativa para o refinamento do projeto.

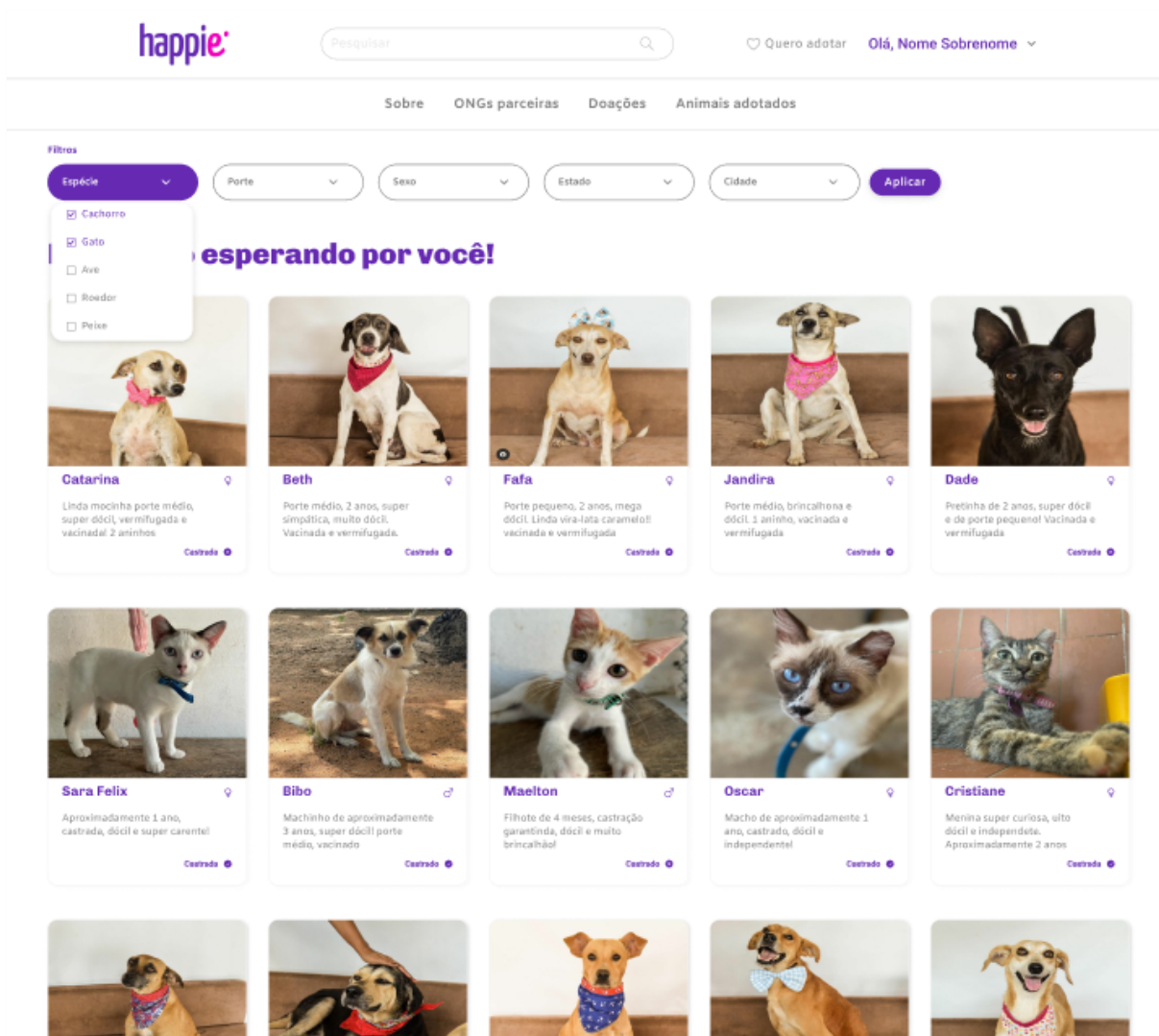


Figura 34 - Tela “quero adotar” do site

Fonte: Autora

Uma das principais telas do site, recebeu *feedbacks* positivos e construtivos durante a avaliação cooperativa. Os filtros foram pensados levando em conta a análise de similares. Um detalhe da finalização desta página foi a escolha das fotos, todos esses animais estão disponíveis para adoção no presente momento, eles se encontram nas ONGs Abrigo Mossoró e Instituto Senhores Patas.

Todas as telas criadas podem ser vistas no final deste documento, no apêndice II. O protótipo navegável se encontra no Apêndice I, assim como outros links citados ao longo do projeto.

## 5. CONCLUSÃO

A utilização dos métodos de Garrett e de uma abordagem centrada no usuário foram fundamentais para os resultados obtidos nesse projeto. Projetar por etapas garantiu coerência ao site. Inserir o usuário em diversas etapas do desenvolvimento permitiu encontrar erros em etapas iniciais, evitando um efeito de bola de neve. Além disso, escutar o usuário é fundamental para qualquer projeto, afinal, o designer precisa entender e conhecer as dores e necessidades das pessoas para qual ele está projetando. As diversas técnicas realizadas ao longo desse projeto, tais como, a entrevista semi-estruturada, análise de similares, grupo focal, avaliação cooperativa, etc, possibilitaram encontrar as lacunas, necessidades e requisitos. Retomando os objetivos do projeto, foi definido como objetivo geral desenvolver um site para facilitar o processo de busca e adoção de animais. Entende-se por via de regra nesse campo de atuação, que desenvolver um site significa programá-lo, porém esse projeto entende desenvolver como a junção de todas as etapas de desenvolvimento. Desde as fases de pesquisa até a finalização do protótipo navegável. Nesse sentido, o objetivo geral do projeto foi alcançado, as telas finalizadas podem ser vistas no apêndice II deste documento e o link para o protótipo navegável no apêndice I. Quanto aos objetivos específicos, todos foram executados e finalizados, sendo este um passo fundamental para a coerência visual e funcional do protótipo final. O projeto acadêmico se encerra com a finalização das telas e a prototipagem, porém, ele seguirá em andamento como projeto pessoal (ver tópico 6 - Desdobramento futuros).

## **6. DESDOBRAMENTOS FUTUROS**

Academicamente, consideramos o projeto concluído com a apresentação do protótipo final, pelo qual o usuário poderá interagir com a interface utilizando os principais recursos e funcionalidades. Contudo, cabe ressaltar que se trata de um protótipo e não do site programado. Como desdobramento futuro, almeja-se a composição de uma equipe profissional, que poderá contar, também, com a participação de desenvolvedores web iniciantes, para a implementação, implantação e disponibilização gratuita do website à comunidade. Almeja-se, ainda, a realização de testes de usabilidade com usuários em potencial para ajustes específicos em elementos da interface e nos modelos de interação.

## REFERÊNCIAS

AGORARN. **Em meio à pandemia, ONGs e protetores lutam para defender a causa animal no RN.** 2020. Disponível em:

<https://agorarn.com.br/ultimas/amor-em-quatro-patas-em-meio-a-pandemia-ongs-e-protetores-lutam-para-defender-a-causa-animal-no-rn/>. Acesso em: 10 jun 2021.

BRASIL. Resolução Nº 1.069, de 27 de Outubro de 2014. **Diário Oficial da União**, Entidades de Fiscalização do Exercício das Profissões Liberais/CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA VETERINÁRIA, 12 jan. 2015. ed.7, Seção 1, p.56.

CYBIS, W.; BETIOL, A. H.; FAUST, R. **Ergonomia e Usabilidade:** conhecimentos, métodos e aplicações. São Paulo: Novatec, 2015.

GARRETT, J. **The Elements of User Experience:** User-Centered Design for the Web and Beyond. 2ed. Berkeley: New Riders, 2010.

HELLER, E. **A psicologia das cores.** São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

INSTITUTO PET BRASIL. **País tem 3,9 milhões de animais em condição de vulnerabilidade.** 2019. Disponível em:

<http://institutopetbrasil.com/imprensa/pais-tem-39-milhoes-de-animais-em-condicao-de-vulnerabilidade/>. Acesso em: 10 jun. 2021.

JUS. **Impactos da Lei Federal n. 14.064/2020 (Lei Sansão) no ordenamento jurídico pátrio.** 2020. Disponível em:

<https://jus.com.br/artigos/85816/impactos-da-lei-federal-n-14-064-2020-lei-sansao-no-ordenamento-juridico-patrio>. Acesso em: 10 jun. 2021

KALBACH, J. **Designing web navigation.** Sebastopol: O'Riley Media, 2007.

KNAPP, J. **Sprint:** O Método Usado no Google Para Testar e Aplicar Novas Ideias em Apenas Cinco Dias. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2017.

- MARTINS, B.; Lima, E. C. **Design Social e Design Thinking: trajetórias convergentes**. 2011. Disponível em:  
[https://www.researchgate.net/publication/273204707\\_Design\\_Social\\_e\\_Design\\_Thinking\\_trajetorias\\_convergentes](https://www.researchgate.net/publication/273204707_Design_Social_e_Design_Thinking_trajetorias_convergentes). Acesso em 28 jun. 2021
- MAZZA, V. A.; MELO, N. S. F. O.; CHIESA, A. M. O grupo focal como técnica de coleta de dados na pesquisa qualitativa: Relato de experiência. **Cogitare Enfermagem**: revista científica, n. 1, v. 14, p. 183-188, 2009.
- MONAT, A. S.; BITELO, C. T.; BARBOSA, M.; ANDRADE, R. **Personas**: Experimento e Análise Científica do Método. In: Congresso Internacional de Design da Informação, 9ed. 2019.
- OLIVEIRA, A.; LOURENÇÃO, C.; BELIZARIO, G. Índice estatístico de animais domésticos resgatados da rua vs adoção. **Revista dimensão acadêmica**, num. 2, v.1, p. 5-18, 2016.
- PADOVANI, S.; SCHLEMMER, A.; SCARIOT, C. Usabilidade & User Experience, Usabilidade Versus User Experience, Usabilidade Em User Experience? Uma Discussão Teórico-metodológica Sobre Comunalidades E Diferenças. *in*: 12º CONGRESSO INTERNACIONAL DE ERGONOMIA E USABILIDADE DE INTERFACES HUMANO-COMPUTADOR. 2012, Natal, **Conferência**.
- PAZMINO, A. V. Uma reflexão sobre Design Social, Eco Design e Design Sustentável. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE DESIGN SUSTENTÁVEL, 1., 2007, Curitiba. Artigo [...]. [S. l.: s. n.], 2007.
- PREECE, J.; SHARP, H.; ROGERS, Y. **Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction**. 4. ed. New Jersey: Wiley, 2015.
- SANTA ROSA, J.G. **Teste de Usabilidade**: aprimorando a experiência do usuário e a interação humano-computador. Rio de Janeiro: 2AB, 2021.
- SANTA ROSA, J.G.; MORAES, A. **Avaliação e Projeto no Design de Interfaces**. 2ed. Teresópolis: 2AB: 2012.

DUTCHREVIEW. **How did the Netherlands manage to become the first country to have no stray dogs?**. 2021 Disponível em: <https://dutchreview.com/culture/how-did-the-netherlands-manage-to-become-the-first-country-to-have-no-stray-dogs/>. Acesso em 05 jul. 2021.

UOL. **Abandono de animais bate recorde na pandemia e problema não é só brasileiro**. 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/nossa/colunas/coluna-do-veterinario/2021/03/11/abandono-de-animais-bate-recorde-na-pandemia-e-problema-nao-e-so-brasileiro.htm>. Acesso em: 19 ago. 2021

WANDERLEY, M. L'A.; ANDRADE, P. S.; BARROS, R. Q.; LINS JÚNIOR, W. G.; **"Bases Comuns do Design: uma discussão sobre o impacto e papel social do design"**, p. 11 -26. In: Design & Complexidade. São Paulo: Blucher, 2017.

WHEELER, A. **Design de identidade da marca**. 2ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

## **APÊNDICE I - Links importantes**

**Respostas da pesquisa com a comunidade universitária e a população geral do**

**RN:**

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1-7522xJPhXKPKNr9SGyNlnVonFuhOpAB3OHDbxJcrQA/edit?usp=sharing>

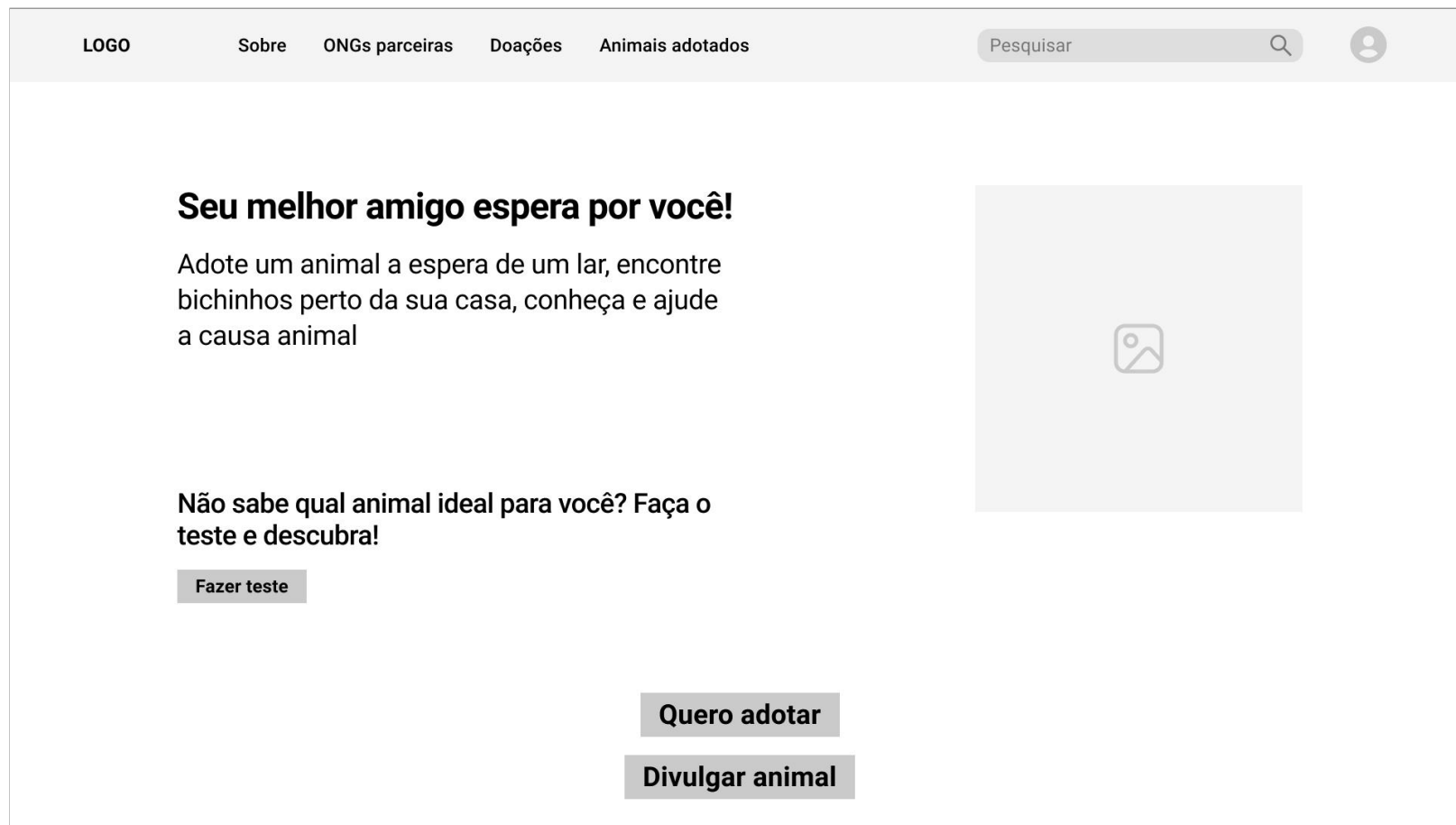
**Entrevista com a presidente do Abrigo Mossoró:**

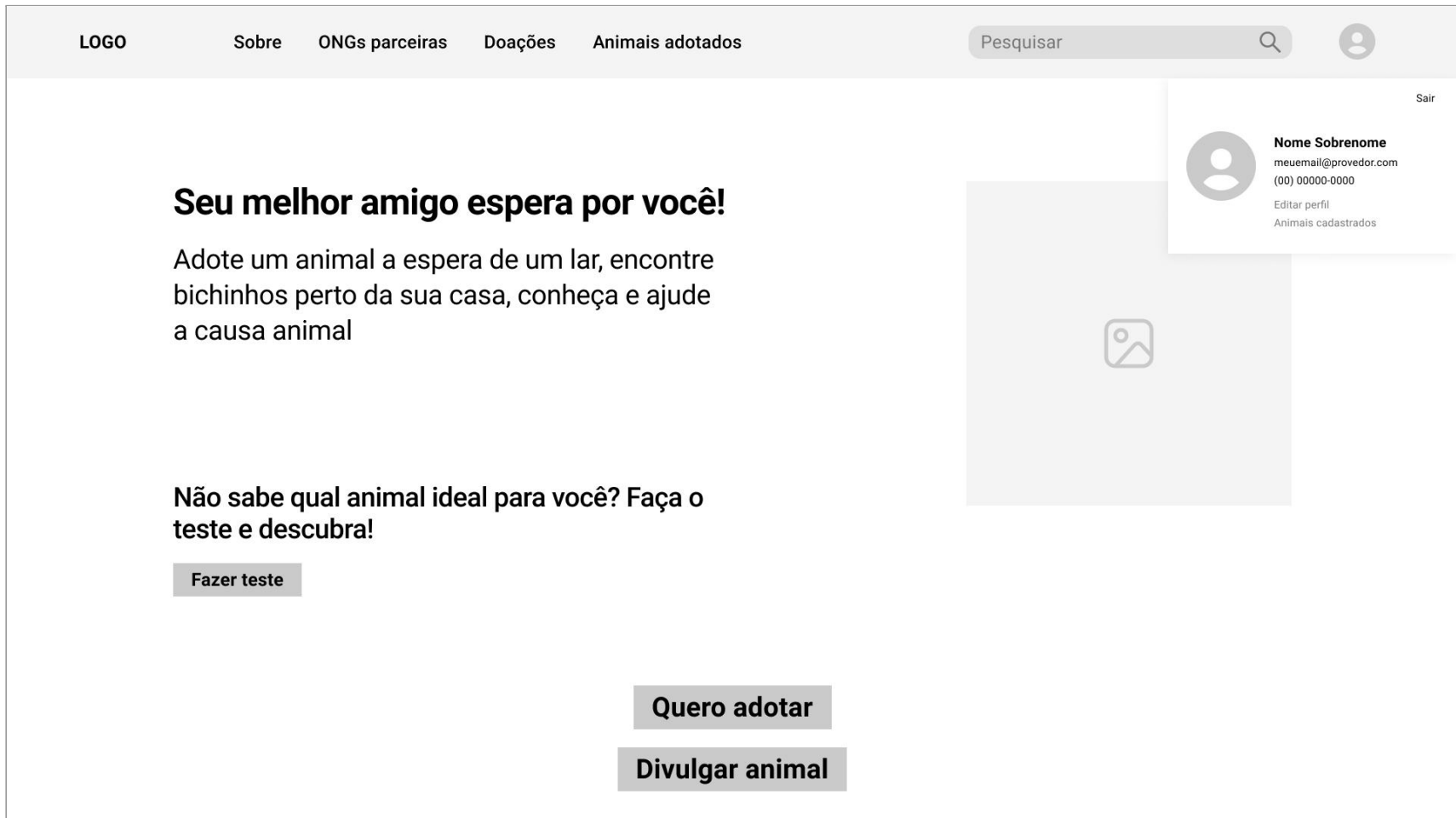
[https://drive.google.com/file/d/13l4JyUuXcfGAI2\\_FbbZj1sLApvFqm3Zy/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/13l4JyUuXcfGAI2_FbbZj1sLApvFqm3Zy/view?usp=sharing)

**Link para o protótipo navegável:**

<https://www.figma.com/proto/BpWZ41LcEEOo4tQq5nXprv/TCC---Prototipagem?node-id=309%3A4621&scaling=min-zoom&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=301%3A1371>

## APÊNDICE II - TELAS DO WIREFRAME





LOGO    Sobre    ONGs parceiras    Doações    Animais adotados   

Filtros

**Eles estão esperando por você!**

 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●
 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●
 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●

LOGO Sobre ONGs parceiras Doações Animais adotados

Filtros

2 selecionados Porte Sexo Estado Cidade

- Cachorro
- Gato
- Aves
- Roedores
- Répteis
- Equinos



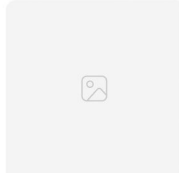
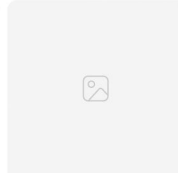
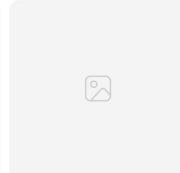
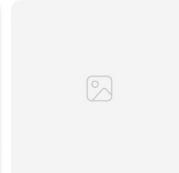

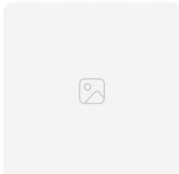
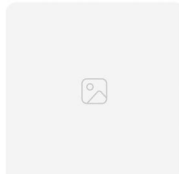
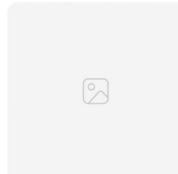
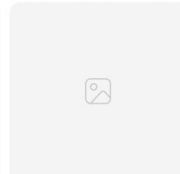
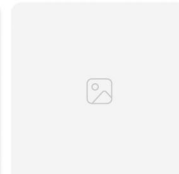

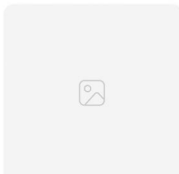
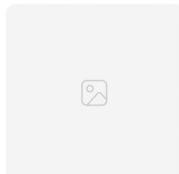
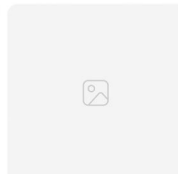
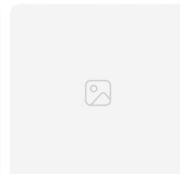
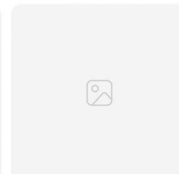
**Escolha por você!**

<b>Nome</b>	<b>Nome</b>	<b>Nome</b>	<b>Nome</b>	<b>Nome</b>	<b>Nome</b>
<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p style="text-align: right;">Castrado ●</p>	<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p style="text-align: right;">Castrado ●</p>	<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p style="text-align: right;">Castrado ●</p>	<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p style="text-align: right;">Castrado ●</p>	<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p style="text-align: right;">Castrado ●</p>	<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p style="text-align: right;">Castrado ●</p>
<b>Nome</b>	<b>Nome</b>	<b>Nome</b>	<b>Nome</b>	<b>Nome</b>	<b>Nome</b>
<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p style="text-align: right;">Castrado ●</p>	<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p style="text-align: right;">Castrado ●</p>	<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p style="text-align: right;">Castrado ●</p>	<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p style="text-align: right;">Castrado ●</p>	<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p style="text-align: right;">Castrado ●</p>	<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p style="text-align: right;">Castrado ●</p>
<b>Nome</b>	<b>Nome</b>	<b>Nome</b>	<b>Nome</b>	<b>Nome</b>	<b>Nome</b>
<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p style="text-align: right;">Castrado ●</p>	<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p style="text-align: right;">Castrado ●</p>	<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p style="text-align: right;">Castrado ●</p>	<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p style="text-align: right;">Castrado ●</p>	<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p style="text-align: right;">Castrado ●</p>	<p> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p style="text-align: right;">Castrado ●</p>

LOGO Sobre ONGs parceiras Doações Animais adotados

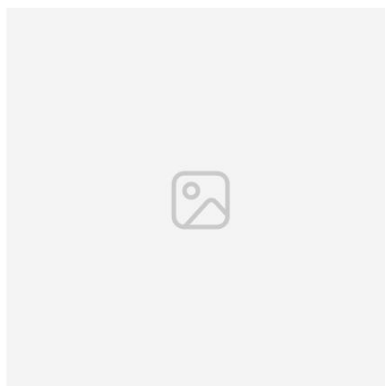
Pesquisar

### Olha só quem já encontrou um lar com ajuda do nomedosite!

 <p><b>Nome</b> ♂</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p>Adotado!</p>	 <p><b>Nome</b> ♂</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p>Adotado!</p>	 <p><b>Nome</b> ♂</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p>Adotado!</p>	 <p><b>Nome</b> ♂</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p>Adotado!</p>	 <p><b>Nome</b> ♂</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p>Adotado!</p>	 <p><b>Nome</b> ♂</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p>Adotado!</p>
 <p><b>Nome</b> ♂</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p>Adotado!</p>	 <p><b>Nome</b> ♂</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p>Adotado!</p>	 <p><b>Nome</b> ♂</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p>Adotado!</p>	 <p><b>Nome</b> ♂</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p>Adotado!</p>	 <p><b>Nome</b> ♂</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p>Adotado!</p>	 <p><b>Nome</b> ♂</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p>Adotado!</p>
 <p><b>Nome</b> ♂</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p>Adotado!</p>	 <p><b>Nome</b> ♂</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p>Adotado!</p>	 <p><b>Nome</b> ♂</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p>Adotado!</p>	 <p><b>Nome</b> ♂</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p>Adotado!</p>	 <p><b>Nome</b> ♂</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p>Adotado!</p>	 <p><b>Nome</b> ♂</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</p> <p>Adotado!</p>



## Ajude seu amigo a encontrar um lar



Adicionar foto

Escolha uma foto com boa qualidade. Você pode adicionar até três imagens.

Nome

Tags

Tags sugeridas: Dócil, castrado, brincalhão, reativo, bom para crianças, animal com necessidades especiais, idoso, filhote, etc.

Descrição

Idade



Sexo



Porte



Castrado




Necessidades especiais



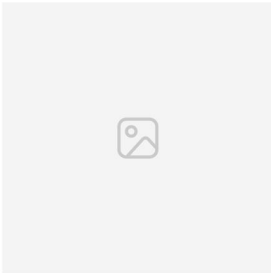
Divulgar animal

Cancelar

LOGO   Sobre   ONGs parceiras   Doações   Animais adotados    

---

## Nome Editar animal

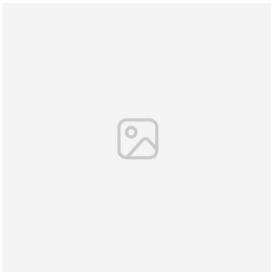


Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.

**Idade:** 3 anos  
**Sexo:** Macho  
**Porte:** Médio  
**Castração:** Sim  
**Necessidade especiais:** Não

---

## Nome Editar animal

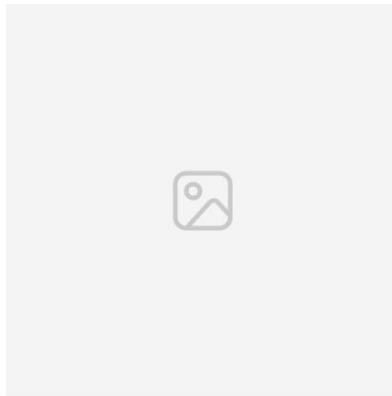


Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.

**Idade:** 3 anos  
**Sexo:** Macho  
**Porte:** Médio  
**Castração:** Sim  
**Necessidade especiais:** Não



## Nome



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.

Castrado

Ativo

Dócil

Bom para crianças

[Quero adotar](#)

**Idade:** 3 anos

**Sexo:** Macho

**Porte:** Médio

**Castração:** Sim

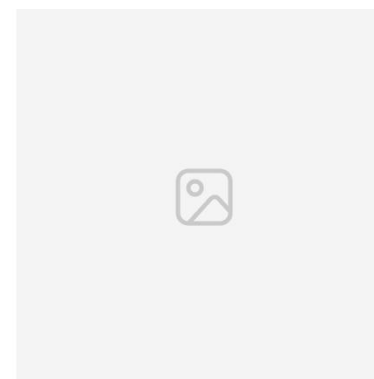
**Necessidade especiais:** Não



## Vamos ajudar aqueles que precisam

Aqui no nome do site você pode fazer doações diretamente para ONGs, visite a página de [ONGs parceiras](#). Ou você pode fazer doações únicas ou recorrentes para o projeto nome do site. Essas doações ajudam o projeto a continuar vivo.


[Quero ajudar](#)





## Descubra ONGs amigas do nome do site

As ONGs são organizações sem fins lucrativos dedicadas a ajudar animais de rua ou abandonados. Seja parceiro de uma ONG local!

Estado 

### Nomedaong

Natal - RN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.  
Tempus tincidunt vel sollicitudin turpis.

### Nomedaong

Natal - RN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.  
Tempus tincidunt vel sollicitudin turpis.

### Nomedaong

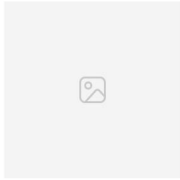
Natal - RN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.  
Tempus tincidunt vel sollicitudin turpis.

### Nomedaong

Natal - RN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.  
Tempus tincidunt vel sollicitudin turpis.



## NomedaONG

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Lectus donec quam nibh elementum, pretium ipsum, habitant. Ullamcorper porttitor quis lorem ac viverra eu.

@nomedaong

nomedaong

apoia.se/nomedaong

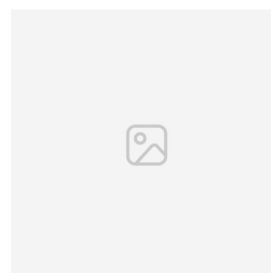
### Olha só quem está te esperando na NomedaONG

 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●
 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●	 <b>Nome</b> ♂ <small>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut nibh viverra amet, laoreet tellus sit ac.</small> Castrado ●



## Saiba mais sobre o nosso projeto

O nomedosite é um projeto sem fins lucrativos que busca ajudar animais e humanos a se encontrarem.



## Como funciona?

Aqui no nomedosite você pode encontrar seu novo amigo, ou ajudar a divulgar um animal que precisa de um lar. É um processo simples, onde você pode entrar em contato diretamente com outros cadastrados, via e-mail ou telefone.

## Quais são os objetivos do projeto?

O nomedosite possui alguns objetivos-chave:

1. Divulgar animais para adoção
2. Adotar animais
3. Auxiliar ONGs parceiras
4. Receber doações e repassá-las para ONGs parceiras

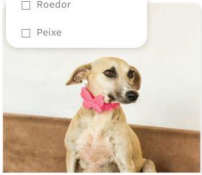










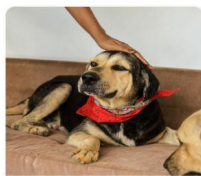


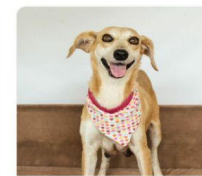


Filtros

Espécie  Porte  Sexo  Estado  Cidade  Aplicar

- Cachorro
- Gato
- Ave
- Roedor
- Peixe

Escolhendo por você!

 <p><b>Catarina</b> ♀</p> <p>Linda mocinha porte médio, super dócil, vermifugada e vacinada! 2 aninhos</p> <p>Castrada</p>	 <p><b>Beth</b> ♀</p> <p>Porte médio, 2 anos, super simpática, muito dócil. Vacinada e vermifugada.</p> <p>Castrada</p>	 <p><b>Fafa</b> ♀</p> <p>Porte pequeno, 2 anos, mega dócil. Linda vira-lata caramelo!! vacinada e vermifugada</p> <p>Castrada</p>	 <p><b>Jandira</b> ♀</p> <p>Porte médio, brincalhona e dócil. 1 aninho, vacinada e vermifugada</p> <p>Castrada</p>	 <p><b>Dade</b> ♀</p> <p>Pretinha de 2 anos, super dócil e de porte pequeno! Vacinada e vermifugada</p> <p>Castrada</p>
 <p><b>Sara Felix</b> ♀</p> <p>Aproximadamente 1 ano, castrada, dócil e super carente!</p> <p>Castrada</p>	 <p><b>Bibo</b> ♂</p> <p>Machinho de aproximadamente 3 anos, super dócil! porte médio, vacinado</p> <p>Castrado</p>	 <p><b>Maelton</b> ♂</p> <p>Filhote de 4 meses, castração garantida, dócil e muito brincalhão!</p> <p>Castrado</p>	 <p><b>Oscar</b> ♀</p> <p>Macho de aproximadamente 1 ano, castrado, dócil e independente!</p> <p>Castrado</p>	 <p><b>Cristiane</b> ♀</p> <p>Menina super curiosa, uito dócil e independente. Aproximadamente 2 anos</p> <p>Castrada</p>
 <p><b>Lara</b> ♀</p> <p>2 aninhos, muito dócil, porte médio, vacinada e vermifugada!</p> <p>Castrada</p>	 <p><b>Brandão</b> ♂</p> <p>Doce gigante! Menino de 6 anos, porte grande, mega dócil, vacinado e vermifugado</p> <p>Castrado</p>	 <p><b>Silvio</b> ♂</p> <p>Vira-lata caramelo trabalhado na pose! 1 aninho</p> <p>Castrado</p>	 <p><b>Alemão</b> ♂</p> <p>Sorriso inabalável! Super dócil, porte médio, tem necessidades especiais, vacinado e vermifugado...</p> <p>Necessidade especiais Castrado</p>	 <p><b>Amarelinha</b> ♀</p> <p>Linda menina, porte médio, 2 anos, super dócil. Vacinada e vermifugada</p> <p>Castrada</p>

Olha só quem já encontrou um lar com ajuda do happie!



Ayla



Godofredo Jorge



Hércules



Teka



Pituxa



Aloha



Luna



Mel



Vitalina



Zeus



Dakota



Akira



Joaquim



Safira



Doralice

E-mail



Senha  [Mostrar](#)


[Esqueci minha senha](#)

**Entrar**

[Não tem conta? Crie uma agora!](#)

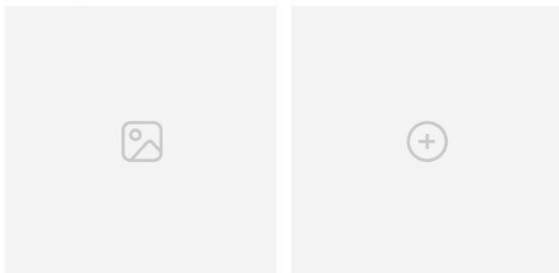
ou



## Ajude seu amigo a encontrar um lar

### Informações básicas



Escolha uma foto com boa qualidade. Você pode adicionar até três imagens.

Nome

Idade

Descrição

Tags

Tags sugeridas: Dócil, castrado, brincalhão, reativo, bom para crianças, animal com necessidades especiais, idoso, filhote, etc.

Sexo

Espécie

### Informações adicionais

Porte

Castração

Necessidades especiais

### Localização

Estado

Cidade

### Contato

E-mail

Telefone

Esse telefone é whatsapp

Cancelar

Salvar

Divulgar animal

## Vamos ajudar aqueles que precisam

Aqui no site você pode fazer doações diretamente para ONGs, visite a página de [ONGs parceiras](#). Ou você pode fazer doações únicas ou recorrentes para o site. Essas doações ajudam o projeto a continuar vivo.



**Contribua com qualquer valor!**



Chave Pix: XX. XXX. XXX/0001-XX

CNPJ Nome do site



**Apoie o nosso projeto mensalmente**



Link: [apoa.se/nomedosite](https://apoa.se/nomedosite)

### Criar perfil

E-mail

Senha [Mostrar](#)

Repetir senha [Mostrar](#)

#### Informações básicas

Nome

Sobrenome

Telefone

- Esse telefone é whatsapp
- Exibir número do telefone nos meus animais cadastrados
- Concordo com os termos de uso e responsabilidade

ou



Cadastrar

Cancelar

## Seu melhor amigo espera por você!

Adote um animal a espera de um lar, encontre bichinhos perto da sua casa, conheça e ajude a causa animal



Não sabe qual animal ideal para você? Faça o teste e descubra!

Fazer teste



Quero adotar



Divulgar animal



- Editar perfil
- Meus animais cadastrados
- Sair

## Seu melhor amigo espera por você!

Adote um animal a espera de um lar, encontre bichinhos perto da sua casa, conheça e ajude a causa animal

Não sabe qual animal ideal para você? Faça o teste e descubra!

Fazer teste



Quero adotar



Divulgar animal



Atendimento  
sac@happie.com.br

Nossas redes sociais

Políticas  
Políticas de privacidade  
Políticas de responsabilidade

Institucional  
Termos e condições de uso

## Seu melhor amigo espera por você!

Adote um animal a espera de um lar, encontre bichinhos perto da sua casa, conheça e ajude a causa animal

Não sabe qual animal ideal para você? Faça o teste e descubra!

Fazer teste



Quero adotar



Divulgar animal

## Descubra ONGs amigas do nome do site

As ONGs são organizações sem fins lucrativos dedicadas a ajudar animais de rua ou abandonados. Seja parceiro de uma ONG local!

### Instituto Senhores Patas

Parnamirim - RN

O Instituto Senhores Patas é uma organização sem fins lucrativos com o objetivo de resgatar...



### Abrigo Mossoró

Mossoró - RN

O Abrigo de Animais de Mossoró é uma ONG de proteção animal criada em 2014 e registrada em 2015 como Centro...

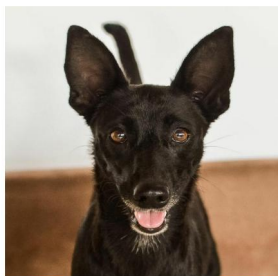


### Patamada

Natal - RN

A ONG Patamada tem como objetivo manter os animais abrigados, vítimas do abandono e dos maus tra...





## Dade

Editar animal

**Bio:** Linda cachorrinha do Instituto Senhores Patas, ela é porte pequeno, supér dócil e simpática. Tem apenas 2 aninhos e é ideal para apartamentos. Já está castrada e vermifugada, a espera de uma família. Entrar em contato caso interessado, Dade vai te fazer muito feliz.

Brincalhona Ativo Dócil Para apartamentos

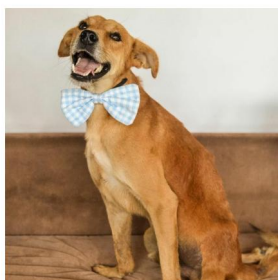
Idade: 2 anos

Sexo: Fêmea

Porte: Pequeno

Castração: Não

Necessidade especiais: Não



## Alemão

Editar animal

**Bio:** Alemão é um guerreiro sobrevivente, apesar da deficiência ele está sempre com esse sorriso no rosto. Ele tem 3 anos e mora no Instituto Senhores Patas. Ele é muito amigável e dócil, está a espera de um lar, dê uma chance para Alemão!

Para apartamentos Necessidade especiais Dócil Bom para crianças

Idade: 3 anos

Sexo: Macho

Porte: Médio

Castração: Não

Necessidade especiais: Sim



Atendimento

sac@happie.com.br

Nossas redes sociais

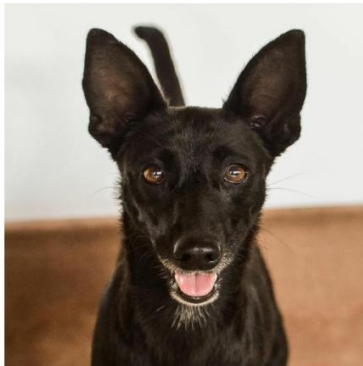


Políticas

Políticas de privacidade  
Políticas de responsabilidade

Institucional

Termos e condições de uso



## Dade

**Bio:** Linda cachorrinha do Instituto Senhores Patas, ela é porte pequeno, supér dócil e simpática. Tem apenas 2 aninhos e é ideal para apartamentos. Já está castrada e vermifugada, a espera de uma família. Entrar em contato caso interessado, Dade vai te fazer muito feliz.

[Brincalhona](#)[Ativo](#)[Dócil](#)[Para apartamentos](#)

**Idade:** 2 anos

**Sexo:** Fêmea

**Porte:** Pequeno

**Castração:** Não

**Necessidade especiais:** Não



### Atendimento

sac@happie.com.br

### Nossas redes sociais



### Políticas

[Políticas de privacidade](#)

[Políticas de responsabilidade](#)

### Institucional

[Termos e condições de uso](#)



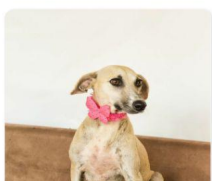
### Instituto Senhores Patas

O instituto Senhores Patas é uma organização sem fins lucrativos com o objetivo de resgatar, tratar e encontrar um lar para animais de rua e em situação de risco.

CNPJ - 35.040.212/0001-87

- @nomedaong
- nomedaong
- apoia.se/nomedaong

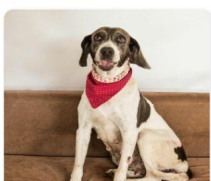
#### Olha só quem está te esperando na NomedaONG



**Catarina** ♀

Linda mocinha porte médio, super dócil, vermifugada e vacinada! 2 aninhos

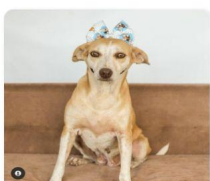
Castrada



**Both** ♀

Porte médio, 2 anos, super simpática, muito dócil. Vacinada e vermifugada.

Castrado



**Fafa** ♀

Porte pequeno, 2 anos, mega dócil. Linda vira-lata caramelo! vacinada e vermifugada

Castrado



**Jandira** ♀

Porte médio, brincahona e dócil. 1 aninho, vacinada e vermifugada

Castrada



**Dade** ♀

Pretinha de 2 anos, super dócil e de porte pequeno! Vacinada e vermifugada

Castrado



**Lara** ♀

2 aninhos, muito dócil, porte médio, vacinada e vermifugada!

Castrado



**Brandão** ♂

Doce gigante! Menino de 6 anos, porte grande, mega dócil, vacinado e vermifugado

Castrado



**Silvio** ♂

Vira-lata caramelo trabalhado na pose! 1 aninho

Castrado



**Alemão** ♂

Sorriso inabalável! Super dócil, porte médio, tem necessidades especiais, vacinado e vermifugado

Necessidade especial Castrado



**Amarelinha** ♀

Linda menina, porte médio, 2 anos, super dócil. Vacinada e vermifugada

Castrado

## Saiba mais sobre o nosso projeto

O nomedosite é um projeto sem fins lucrativos que busca ajudar animais e humanos a se encontrarem.

### Como funciona?

Aquí no nomedosite você pode encontrar seu novo amigo, ou ajudar a divulgar um animal que precisa de um lar. É um processo simples, onde você pode entrar em contato diretamente com outros cadastrados, via e-mail ou telefone.

### Quais são os objetivos do projeto?

1. **Divulgar animais** para adoção
2. **Adotar** animais
3. Auxiliar **ONGs parceiras**
4. Receber **doações** e repassá-las para ONGs parceiras

