



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
IFPB - CAMPUS CABEDELO
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

KAIO LUCAS SILVA NUNES

PATINHAS
DESIGN DE INTERFACE E GAMIFICAÇÃO PARA ENGAJAMENTO NA
COMUNIDADE DE ADOÇÃO DE ANIMAIS EM JOÃO PESSOA

CABEDELO
2025

KAIO LUCAS SILVA NUNES

PATINHAS

DESIGN DE INTERFACE E GAMIFICAÇÃO PARA ENGAJAMENTO NA
COMUNIDADE DE ADOÇÃO DE ANIMAIS EM JOÃO PESSOA

Projeto apresentado ao Instituto Federal de
Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB)
- Campus Cabedelo, como requisito obrigatório na
disciplina Metodologia Científica do curso
superior em Design Gráfico.

Orientador: Profa. Me. Ana Carolina dos Santos
Machado.

CABEDELO
2025

Dados Internacionais de Catalogação – na – Publicação – (CIP)
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB

N972p Nunes, Kaio Lucas Silva.

Patinhas design de interface e gamificação para engajamento na comunidade de adoção de animais em João Pessoa. /Kaio Lucas Silva Nunes. - Cabedelo, 2025. 86f. il.: color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Design Gráfico) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB.

Orientador(a): Profa. Ma. Ana Carolina dos Santos Machado.

1. Design de interface. 2. Experiência do usuário (UX). 3. Design social. 4. Adoção de animais. 5. Gamificação. I. Título.

CDU 004.5



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

Kaio Lucas Silva Nunes

Desenvolvimento de interface gráfica para um aplicativo voltado a adoção e o cuidado de animais de estimação na região de João Pessoa

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do título de tecnólogo(a) em Design Gráfico, pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - Campus Cabedelo.

Aprovada em 16 de julho de 2025.

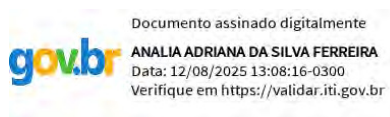
Membros da Banca Examinadora:

Profa. Dra. Ana Carolina dos Santos Machado
IFPB Campus Cabedelo

Profa. Me. Anália Adriana da Silva Ferreira
IFPB Campus Cabedelo

Prof. Dr. Daniel Alvares Lourenço
IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2025



Documento assinado eletronicamente por:

- **Ana Carolina dos Santos Machado**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 11/08/2025 09:10:10.
- **Daniel Alvares Lourenco**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 11/08/2025 15:49:39.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 11/07/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código 735521
Verificador: 7877d781cf
Código de Autenticação:



Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Cambinha, CABEDELLO / PB, CEP 58103-772
<http://ifpb.edu.br> - (83) 3248-5400

AGRADECIMENTOS

Primeiro, gostaria de agradecer aos meus irmãos. Ao mais novo, Kauan, que mesmo a 55km de distância, conseguia me entender melhor que eu mesmo e dar motivação para continuar nos momentos mais difíceis. E ao mais velho, Diêgo, que mesmo não admitindo, cuidou de mim durante os últimos anos da melhor forma que conseguiu.

Agradeço a Ingrid, que sempre esteve lá por mim em todas as situações, como um apoio firme, mesmo sem obrigação alguma. E a Gabi, que perguntava se a dupla podia ser de três e continuava me levantando e acobertando durante todo o curso.

A Paulo, por ser tão legal em tudo e o melhor amigo que eu poderia ter, me ouvindo e apoiando todas as vezes que eu reclamava sobre as mesmas coisas sem parar. A Mateus, que independente de tudo tentou mais e sempre esteve do meu lado, acreditando em mim quando eu não conseguia. E a Júlia e Senynha, que estavam lá por mim sempre que precisei. Vocês foram e são a família que eu não sabia que precisava aqui.

A Rai, que não desistiu de mim mesmo com meu jeito não muito aberto no começo e me ensinou a como voltar para casa.

Agradeço também aos que não continuaram comigo até o fim, mas me ajudaram, mesmo que pouco, em algum momento.

Ao grupo do Caju (Mariah, Vitória, Echila, João, Sofia, Júlia, Lara e Lívia), que deixaram as noites frias mais divertidas e as aulas chatas mais suportáveis.

Aos meus pais, por me apoiarem da forma que podiam e entenderem, depois de um pouco de tempo, minhas escolhas.

Aos professores do curso, por serem flexíveis, compreensivos e não colocarem todas as minhas faltas no sistema. Em especial, agradeço a Anália e Raquel, que me deram motivação através das aulas, quando quis desistir. E minha orientadora, Carol, por não me deixar desistir faltando tão pouco.

RESUMO

O abandono de animais de estimação representa um grave problema social na cidade de João Pessoa, onde a desinformação e a ausência de canais unificados dificultam a adoção responsável e a criação de uma rede de apoio efetiva. O presente trabalho de conclusão de curso teve como objetivo geral o desenvolvimento da interface gráfica para um aplicativo que visa facilitar o processo de adoção responsável, centralizar o acesso a informações e fomentar a criação de uma comunidade engajada na causa animal na capital paraibana. Para a concepção do projeto, foi empregada a metodologia de Design Centrado no Usuário (DCU), conforme proposições de Preece, Rogers e Sharp (2013), estruturada em etapas de Pesquisa, Ideação, Prototipação e Avaliação, alinhadas aos preceitos do Design Social ao partir de uma problemática local e utilizar a tecnologia como ferramenta de transformação e conscientização. O resultado é um protótipo de alta fidelidade que integra funcionalidades de adoção, por meio de um sistema intuitivo de perfis de animais, e de comunidade, com espaços para troca de experiências, acesso a artigos verificados e grupos de discussão. Adicionalmente, a implementação de elementos de gamificação, como um sistema de pontos e níveis, visa estimular a interação contínua e o fortalecimento dos laços comunitários. O trabalho conclui que, por meio da aplicação de metodologias de design focadas no usuário, é possível criar soluções digitais que não apenas resolvem problemas práticos, mas também promovem o engajamento cívico e contribuem para a construção de uma cultura de cuidado e respeito aos animais.

Palavras-Chave: Experiência do Usuário (UX); Design de Interface (UI); Design Social; Adoção de Animais; Gamificação.

ABSTRACT

Pet abandonment represents a serious social issue in the city of João Pessoa, where misinformation and the lack of unified channels hinder responsible adoption and the creation of an effective support network. The general objective of this final course project was the development of the graphical interface for an application that aims to facilitate the responsible adoption process, centralize access to information, and foster the creation of an engaged community for the animal cause in the capital of Paraíba. For the project's conception, the User-Centered Design (UCD) methodology was employed, as proposed by Preece, Rogers, and Sharp (2013), structured in stages of Research, Ideation, Prototyping, and Evaluation. This approach was aligned with the principles of Social Design by addressing a local issue and using technology as a tool for transformation and awareness. The result is a high-fidelity prototype that integrates adoption functionalities, through an intuitive system of animal profiles, and community features, with spaces for sharing experiences, accessing verified articles, and discussion groups. Additionally, the implementation of gamification elements, such as a points and levels system, aims to stimulate continuous interaction and the strengthening of community bonds. The work concludes that by applying user-focused design methodologies, it is possible to create digital solutions that not only solve practical problems but also promote civic engagement and contribute to building a culture of care and respect for animals.

Keywords: User Experience (UX); User Interface (UI); Social Design; Animal Adoption; Gamification.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01. Diagrama de Venn.....	11
Figura 02. Metas de usabilidade e metas decorrentes da experiência do usuário.	19
Figura 03. Relação entre UI e UX design.....	24
Figura 04. Etapas da metodologia e ações implementadas.	30
Figura 05. Relação DT e DCU.	32
Figura 06. Matriz de alinhamento.....	35
Figura 07. Mapa mental.....	36
Figura 08. Pergunta 01.....	37
Figura 09. Pergunta 05.....	37
Figura 10. Pergunta 07.....	38
Figura 11. Pergunta 08.....	38
Figura 12. Pergunta 12.....	39
Figura 13. Pergunta 18.....	39
Figura 14. Telas iniciais dos apps Hyppet, Adote.me, Pets Rescue e Aumor Perfeito.	42
Figura 15. Aplicativo ZOOMI.....	45
Figura 16. Telas de concursos e perfil.....	46
Figura 17. Aplicativo Patada	47
Figura 18. Ficha de adoção do Aplicativo Patada.	48
Figura 19. Persona 1.	51
Figura 20. Persona 2	52
Figura 21. Persona 3.....	53
Figura 22. Brainstorming.....	56
Figura 23. Moodboard.	56
Figura 24. Tipografia.....	57
Figura 25. Logotipo Patinhas.....	58
Figura 26. Cores.	59
Figura 27. Sitemap.....	60
Figura 28. Protótipos em papel - telas de acesso.....	61
Figura 29. Protótipos em papel - tela inicial.....	62
Figura 30. Wireframes telas de acesso.	62

Figura 31. Wireframes telas iniciais.	63
Figura 32. Elementos do design system.	64
Figura 33. Tela de carregamento.	65
Figura 34. Telas de apresentação e acesso.	66
Figura 35. Telas de início, adoção de pets e visualização em lista.....	67
Figura 36. Telas de feed inicial, artigos e grupos.....	68
Figura 37. Tela de ranking gamificado.....	70
Figura 38. Tela de mapa.	71
Figura 39. Tela de listagem de pedidos e visualização de pedidos.	72
Figura 40. Tela de perfil.	73
Figura 41. QR Code.....	73

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
1.1. DELIMITAÇÃO DO TEMA.....	11
1.1.1. Problema de pesquisa	12
1.1.2. Problema prático.....	12
2. OBJETIVOS	13
2.1. OBJETIVO GERAL.....	13
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	14
3.1. O ABANDONO DE PETS	14
3.2. A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO.....	15
3.2.1. Design de interação	17
3.2.2. Design de interface	19
3.2.3. Usabilidade	22
3.3. Design social	25
3.4. Gamificação.....	27
4. METODOLOGIA.....	29
4.1. METODOLOGIA DE PESQUISA	29
4.2. METODOLOGIA DE PROJETO	29
5. METODOLOGIA APLICADA.....	35
5.1. PESQUISA	35
5.1.1. Matriz de alinhamento	35
5.1.2. Mapa mental	35
5.1.3. Perfil do usuário	36
5.1.4. Estudo de similares.....	41
5.1.4.1. Pesquisa de <i>benchmarking</i>	41
5.1.4.2. Plataformas digitais similares.....	44

5.1.4.3. Lista de requisitos	49
5.1.5. Personas	50
5.1.6. Análise dos problemas.....	54
5.2. IDEACÃO	55
5.2.1. Brainstorming	55
5.2.2. Moodboard	56
5.2.3. Estilo	57
5.2.3.1. Tipografia	57
5.2.3.2. Logotipo.....	57
5.2.3.3. Cores	58
5.2.4. Sitemap	59
5.3. PROTOTIPAÇÃO.....	60
5.3.1. Protótipo em papel.....	60
5.3.2. Wireframes.....	62
5.3.3. Design system	63
5.3.4. Protótipo de alta fidelidade.....	64
5.4. AVALIAÇÃO.....	74
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	76
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78
APÊNDICE A - PESQUISA	82

1. INTRODUÇÃO

O princípio motivador desta pesquisa é a forma como a sociedade atual age sobre o abandono de animais. Embora a Lei de Crimes Ambientais defina essa prática como um ato de maus-tratos, com pena de detenção de até cinco anos, a realidade é alarmante. O estudo "Índice de Abandono Animal no Brasil", liderado pelo grupo *Mars*, constatou que cerca de 30,2 milhões de cães e gatos se encontram em situação de abandono no país (Silva, 2024). Segundo a mesma pesquisa, 185 mil desses animais estão em abrigos, o que demonstra o papel essencial que essas instituições desempenham no resgate, ainda que recebam pouco ou nenhum apoio governamental.

Essas organizações também possuem uma função social de conscientização da população, não apenas para o bem-estar dos animais, mas para a saúde pública em geral, visto que animais em situação de rua podem ser vetores de zoonoses. Adicionalmente, elas promovem a adoção responsável, com processos de seleção rigorosos para garantir que os futuros tutores estejam cientes das necessidades e cuidados que um animal exige. No cenário da Paraíba, o Conselho Regional de Medicina Veterinária (CRMV-PB) destaca a existência de 80,5 mil cães e gatos em situação de rua, um número que, apesar da atuação de projetos de controle populacional, evidencia a urgência de novas estratégias de combate ao abandono no estado (CRMV-PB, 2023).

Diante desse contexto, este trabalho se alinha diretamente aos preceitos do design social ao partir de uma problemática local concreta e urgente. Superando a visão do design gráfico como uma ferramenta puramente mercadológica, o projeto o aborda como um agente capaz de gerar engajamento e promover uma "formação de consciência crítica a respeito do contexto e das relações sociais" (Ferreira, 2013, p. 197). É sob essa ótica que se propõe a elaboração da interface para um aplicativo, denominado Patinhas, que visa atuar como um catalisador para a causa animal em João Pessoa.

A proposta transcende a criação de um simples catálogo de animais. O objetivo é desenvolver uma plataforma digital que centralize informações, simplifique o processo de adoção responsável e, fundamentalmente, fomente uma comunidade ativa de tutores. Para atingir esse propósito, a concepção do Patinhas se estrutura em pilares estratégicos. O primeiro é a construção de um espaço comunitário onde tutores possam compartilhar experiências e acessar artigos com informações de qualidade, verificadas por especialistas.

O segundo pilar estratégico, visando potencializar o engajamento, é a incorporação da gamificação. Compreendendo que a gamificação busca engajar pessoas em um nível emocional e motivá-las a atingir metas (Burke, 2015, p. 5-7), o aplicativo integrará um sistema de níveis e recompensas intrínsecas. Este sistema é projetado não para estimular a competição, mas para incentivar a interação contínua e o fortalecimento dos laços de colaboração, transformando a plataforma em um ambiente dinâmico e de apoio mútuo.

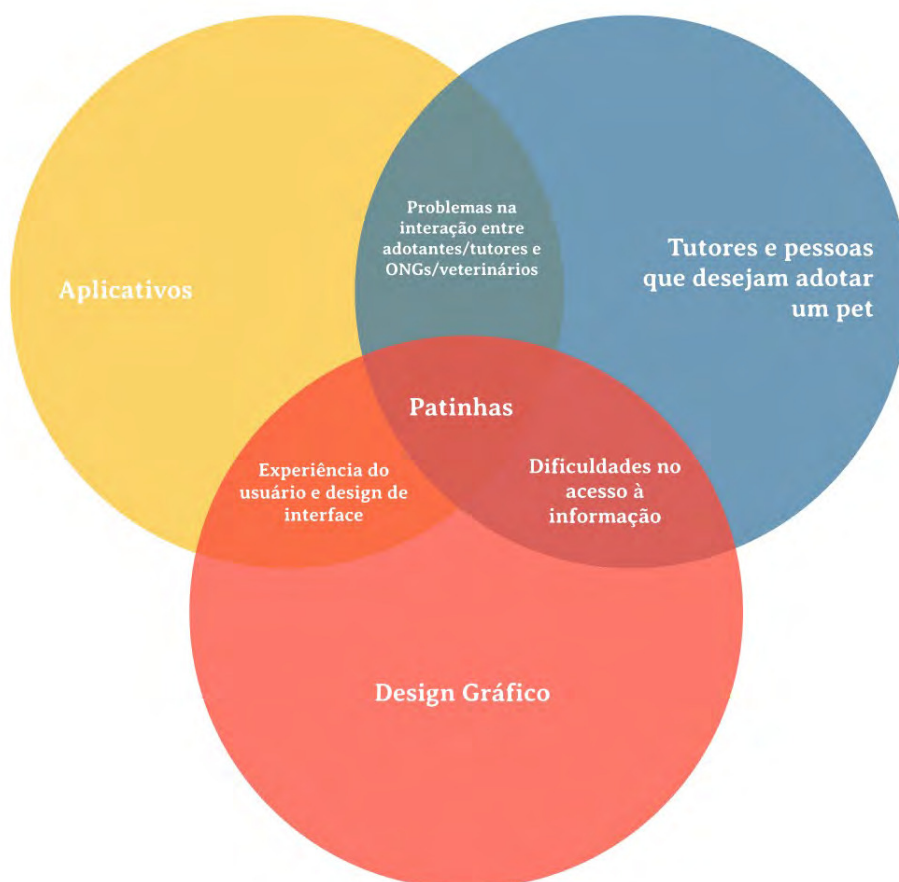
Essa articulação entre um problema social e uma solução tecnológica, mediada pelo design, levanta a questão central desta pesquisa: como ferramentas de design de interface, enriquecidas por elementos de gamificação, podem otimizar e facilitar a adoção e a interação entre tutores de pets em João Pessoa?

Para responder a essa pergunta, todo o processo é guiado pela metodologia de Design Centrado no Usuário (DCU), garantindo que cada funcionalidade seja uma resposta direta às necessidades identificadas no perfil do público local. Com isso, espera-se que o Patinhas se torne uma ferramenta de ação direta, que não apenas facilite o encontro entre um animal e um novo lar, mas que também empodere a comunidade com conhecimento e confiança. Ao fortalecer a cultura da posse responsável e criar uma rede de apoio, o projeto busca contribuir para a redução, a longo prazo, do ciclo de abandono, consolidando-se como uma manifestação prática do design a serviço da transformação social e do bem-estar comunitário em João Pessoa.

1.1. DELIMITAÇÃO DO TEMA

Uma das ferramentas utilizadas para facilitar a delimitação da temática do projeto e seus objetivos foi o Diagrama de Venn. O diagrama de Venn permite que o processo seja dividido e simplificado em uma série de etapas fáceis onde cada uma completa e precisa em si mesma. Por fim, ele também fornece um auxílio visual precioso ao se elaborar temas complexos, facilitando a compreensão.

Figura 01. Diagrama de Venn



Fonte: do autor (2025).

Para atingir o objetivo deste projeto, é preciso estudar e elaborar sobre os três principais pilares do projeto: tutores e pessoas que desejam adotar um animal de estimação, Aplicativos e interfaces de software, e o Design Gráfico como ferramenta chave. O estudo conjunto das áreas garantirá resultados que atinjam o objetivo do projeto.

Será preciso estudar aspectos ergonômicos para o ambiente digital e como isso impacta diretamente na experiência do usuário, para garantir que o resultado possa atingir os objetivos

de usabilidade esperados. Esses aspectos ergonômicos devem ser embasados pelas dificuldades enfrentadas por pessoas que buscam adotar um animal de estimação e pessoas que já são tutores e buscam formas de melhorar a qualidade de vida de seus animais, apresentando uma solução criativa e estimulante.

1.1.1. Problema de pesquisa

Como ferramentas de design de interface podem otimizar e facilitar a adoção e interação entre tutores de pets em João Pessoa?

1.1.2. Problema prático

A necessidade de ferramentas que contribuam tanto para um processo fácil de adoção de pets, quanto para uma comunicação ágil com locais que prestam assistência à saúde e cuidados de pets e outros tutores de animais, na região de João Pessoa.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GERAL

Desenvolver a interface gráfica para um aplicativo que, fundamentado nos preceitos do design social e com a aplicação estratégica da gamificação, atue como uma ferramenta para promover a adoção responsável e fortalecer o engajamento comunitário em torno da causa animal na região de João Pessoa.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Contextualizar as dificuldades encontradas pela população em relação à adoção responsável de pets.
- Compreender como o estudo de UI e UX design pode auxiliar na elaboração/criação de um artefato para facilitar o processo de adoção responsável e cuidados com pets.
- Estruturar elementos de gamificação na interface para estimular a interação contínua e o fortalecimento de uma comunidade de apoio entre tutores e adotantes.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1. O ABANDONO DE PETS

Historicamente, a convivência com animais sempre foi uma parte da experiência humana, especialmente nas dimensões sociais e culturais que moldam a relação entre humanos e seus animais de estimação. Bueno (2020, p. 3) explica que a domesticação dos animais teve início há cerca de 12 mil anos, quando o ser humano aprendeu a cultivar a terra e criar animais, estabelecendo uma relação de troca fundamental para a sobrevivência de ambos, abrangendo alimentação e proteção.

Os animais domésticos proporcionam um envolvimento emocional ao ser humano, podendo auxiliar em diversos fatores como autoestima, interação social, aprendizagem, motivação e sistema imunológico (Porto e Cassol, 2007, p. 71). Conforme dito por Lampert (2014, p. 9), esse envolvimento pode ser introduzido através da Terapia Assistida com Animais (TAA), um método terapêutico formal implementado por profissionais como psicólogos e fonoaudiólogos. Esse método pode ser utilizado com animais diferentes e em diversos locais, promovendo melhorias na saúde emocional, cognitiva e física (INATAA, 2025).

Tais fatores emocionais servem como base para o estímulo da adoção de animais de estimação, principalmente cães e gatos. Atualmente é perceptível que saímos de um supercrescimento no número de adoções desses animais no país. A pandemia do Covid-19 e o isolamento social foram outros fatores determinantes para que apenas em 2020, a procura de animais para adoção tivesse um crescimento de 400%, segundo dados da União Internacional Protetora dos Animais (UIPA)¹. Ter a presença de um apoio emocional durante o período de isolamento foi fundamental para que muitas pessoas pudessem passar por esse período sem um impacto tão negativo em sua saúde mental.

Embora a princípio tal aumento no número de adoções seja algo bom, é importante evidenciar que muitas das adoções feitas por impulso e sem a devida conscientização sobre as responsabilidades resultantes da adoção, resultam no abandono desses *pets*. O projeto “*State of Pet Homelessness Project*”, criado e promovido pelo Grupo MARS (2024), utilizou fontes globais, pesquisas públicas e entrevistas com especialistas para compreender o panorama dos animais abandonados em 20 países, incluindo o Brasil. Segundo o projeto, o Brasil possui 30,19 milhões de cães e gatos em situação de abandono, o que corresponde a 25% desses animais no país.

Os resultados apresentados também mostram que, dentre os tutores que possuem cães, 11% consideram que não poderão continuar cuidando dos animais no próximo ano, enquanto

¹ <https://jornal.usp.br/atualidades/cresce-o-numero-de-adocoes-e-de-abandono-de-animais-na-pandemia/>

para gatos o número sobe para 13%. Dentre as motivações para esses pensamentos, as principais são a falta de perfil para cuidar dos animais, mudanças, custos e alergias. Isso evidencia o quão importante é a conscientização prévia feita para a sociedade como um todo.

Quando observamos o cenário na Paraíba, o Conselho Regional de Medicina Veterinária da Paraíba (CRMV-PB) destaca que o estado possui 80,5 mil cães e gatos em situação de rua, mesmo contando com onze projetos regulamentados que realizam ações para garantir o controle populacional e evitar agravamento da situação (CRMV-PB, 2023). Esse número pode servir como base para um questionamento maior sobre as políticas de abandono de animais no estado. O tema é pouco discutido tanto por mídias públicas governamentais quanto por mídias privadas, como jornais locais e programas de televisão, e consequentemente é pouco discutido pela população que convive com esses animais. Com isso, a falta de conscientização acaba acarretando em problemas para todo o conjunto social, como zoonoses e maus-tratos.

Embora existam campanhas como o Dezembro Verde, onde o foco das discussões sociais é o combate ao abandono de animais durante todo o mês que nomeia a campanha, tais campanhas não possuem força o suficiente para atingir e conscientizar a população de forma adequada. Conforme pode ser visto em trabalhos como o de Gomes e Sousa (2024), a problemática envolvendo a manutenção e adoção responsável de animais em situação de vulnerabilidade, seja por abandono, maus-tratos ou ambos, precisa ser mais abordada para que a conscientização da população ocorra de forma satisfatória.

A disseminação eficaz e consciente de informações possui o potencial de promover mudanças significativas no comportamento social quanto ao assunto de adoção responsável de animais. Nesse contexto, torna-se evidente o papel desempenhado pelas tecnologias digitais na divulgação de tais informações. Tanto o estudo de Gomes e Sousa (2024) quanto o de Rocha e Junior (2021) exemplificam como os recursos tecnológicos de software podem constituir um instrumento fundamental nessa ação. Assim, a proposta deste trabalho é utilizar meios de design gráfico para compreender como isso pode auxiliar numa possível solução tecnológica para os problemas enfrentados por organizações e tutores durante o processo de adoção e cuidados veterinários de animais.

3.2. A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

Ao desenvolver um produto digital com foco no usuário, não se pode deixar de pensar em conceitos como experiência do usuário, usabilidade, arquitetura da informação ou design de interação, entre diversos outros. A depender da natureza do produto — *website*, aplicativo,

eBook, comunicação visual simples —, diferentes conceitos podem ser incluídos ou retirados desse processo de desenvolvimento, e, nos melhores casos, podem ser tratados por equipes distintas e capacitadas para cada um deles. Isso inclui um princípio de multidisciplinaridade abordado por Preece, Rogers e Sharp (2013, p. 31): uma equipe diversa, com profissionais de diferentes áreas resultará em uma pluralidade considerável de métodos e perspectivas, além de ideias mais criativas. Para as autoras “a maneira como um cientista da computação entende o termo *representação* é geralmente muito diferente da do *designer* gráfico ou da de um psicólogo” (Preece, Rogers e Sharp, 2013, p. 31).

Esse conceito se torna fundamental no ecossistema de desenvolvimento de um aplicativo considerando os elementos da equipe: a forma que um engenheiro de software enxerga a experiência de usuário pode ser diferente da forma que o designer enxerga o mesmo assunto, e embora nenhum deles esteja totalmente certo ou errado em suas concepções, os resultados das duas poderão divergir ao longo do processo de desenvolvimento.

Em uma abordagem focada em design e embasada pelo DCU, a experiência do usuário, ou UX (do inglês *User Experience*), é frequentemente utilizada para descrever os sentimentos do usuário ao usar um produto de software. “Ela não engloba somente as funcionalidades, mas também o quanto um aplicativo é cativante e agradável de ser usado. A UX de um aplicativo é maior do que a soma de suas partes” (Lowdermilk, 2014, p. 27-28), e por isso pode ser considerada como uma área ampla, que divide diversas fronteiras com outros conceitos como usabilidade, IHC e o próprio DCU.

Em seu livro “Introdução e boas práticas em UX Design, Teixeira (2014, p. 2-4) descreve como os designers de experiência do usuário atuam na criação de produtos digitais que priorizam a facilidade de uso, com foco na usabilidade, reduzindo obstáculos e otimizando o tempo necessário para a realização de tarefas. Esse processo busca minimizar fricções e tornar a interação mais fluida e intuitiva. Além disso, esses profissionais utilizam princípios da psicologia como estratégia para motivar os usuários e guiá-los de forma engajada por suas jornadas dentro do sistema. Segundo o autor, o design de UX envolve a compreensão profunda das necessidades e comportamentos dos usuários para criar experiências mais eficientes e emocionalmente significativas, e não se trata apenas de encontrar a melhor solução para os usuários e que:

A maioria das pessoas acredita que User Experience é somente encontrar a melhor solução para os seus usuários — mas não é. UX trata sobre definir o problema que precisa ser resolvido (o porquê), definir para quem esse problema precisa ser resolvido (o quem), e definir o caminho que deve ser percorrido para resolvê-lo (o como) (Hess, 2014, apud Teixeira, 2014, p. 2).

Ainda que a experiência do usuário (UX) seja um conceito vasto, quando voltada para o design de interfaces, não deve ser utilizada apenas como meio de avaliar e aprimorar os fenômenos de interação entre o usuário e a interface, pois a isso especificamente cabe o design de interação. Ainda que o designer não seja capaz de produzir a experiência dos usuários, para Gonzalez (2023), é sua responsabilidade projetar os artefatos de interação e garantir que o diálogo com estes elementos resulte em uma percepção positiva por parte de quem os utiliza.

Gonzalez (2014) também menciona que o design da experiência cobre um campo maior do que os padrões comuns de usabilidade, levando em conta não só a facilidade de uso, mas também os aspectos emocionais, sociais e de contexto envolvidos no uso de um produto ou serviço. Essa ideia é apoiada por Preece, Rogers e Sharp (2013), que ressaltam que a UX envolve fatores pessoais como a motivação, o envolvimento e a satisfação ao longo do tempo, enquanto a usabilidade foca na rapidez e eficiência da interação no momento. Lowdermilk (2014) também diz que criar pensando no usuário exige entender o que ele precisa, quer e sente, indo além do simples funcionamento. Assim, a UX junta aspectos emocionais, mentais e de comportamento, unindo o design de interação, a aparência visual e a usabilidade em uma forma de pensar focada nas pessoas.

3.2.1. Design de interação

Preece, Rogers e Sharp (2013, p. 28) definem o design de interação como o “Design de produtos interativos que fornecem suporte às atividades cotidianas das pessoas, seja no lar ou no trabalho”. Ou seja, o design de interação consiste em criar experiências que melhoram e ampliam a maneira como as pessoas realizam suas atividades, se comunicam e interagem. Além disso, ele se preocupa em fornecer suporte aos usuários, o que o diferencia da engenharia de *software*, que tem como foco principal a criação de soluções de *software* para atender a necessidades específicas.

Para se trabalhar o design de interação em um projeto e obter bons resultados, as autoras ressaltam a importância de se trabalhar em pesquisas com o público-alvo, princípio do Design Centrado no Usuário. Esse processo deve ser criterioso, buscando sempre:

- Considerar no que as pessoas são boas ou não;

- Considerar o que pode auxiliar as pessoas na sua atual maneira de fazer as coisas;
- Pensar no que pode proporcionar experiências de qualidade ao usuário;
- Ouvir o que as pessoas querem e envolvê-las no design;
- Utilizar técnicas baseadas no usuário “testadas e aprovadas” durante o processo de design (Preece, Rogers e Sharp, 2013, p. 27).

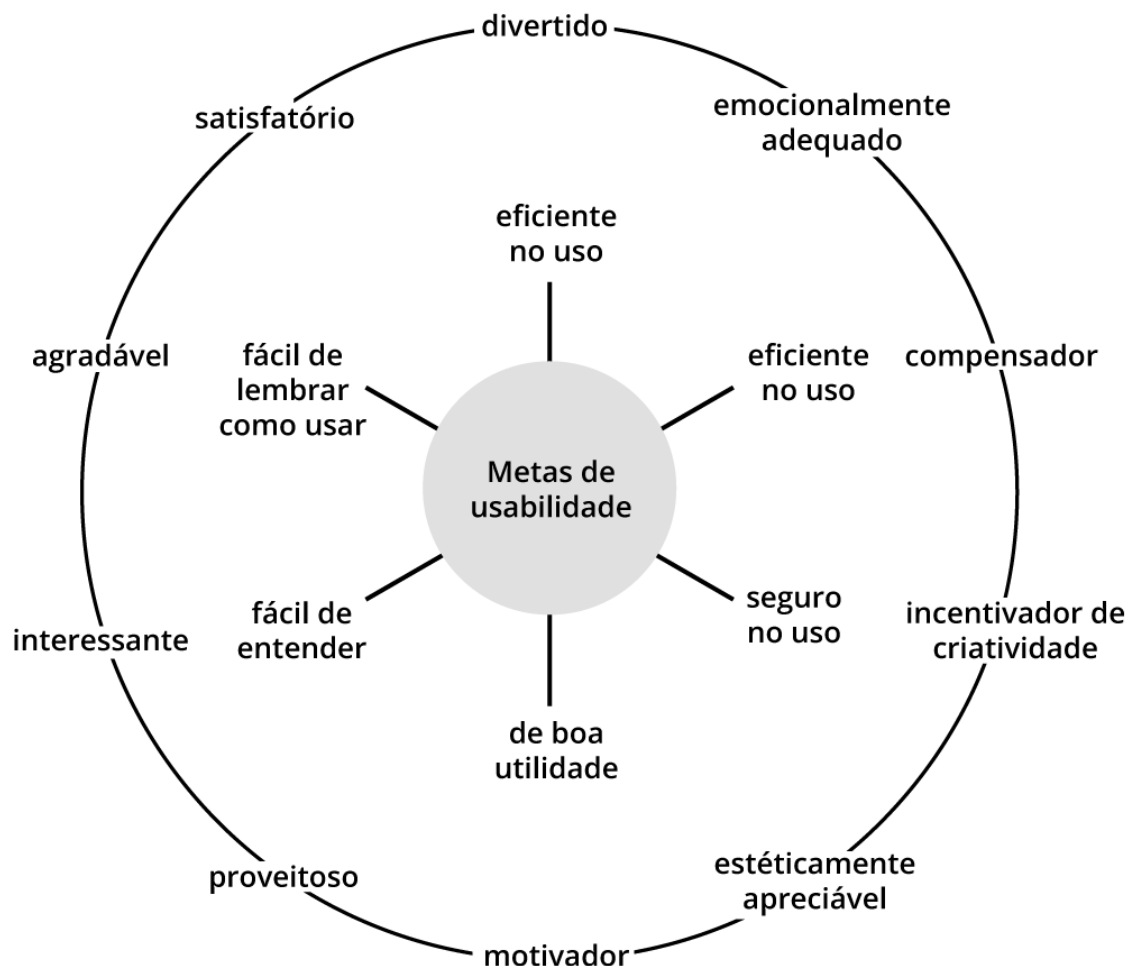
As autoras explicam ainda que o design de interação requer um processo cíclico de estabelecer requisitos a partir das informações do usuário, desenvolver e aplicar uma ou mais alternativas criadas a partir desses requisitos e avaliar o todo no processo. Elas exemplificam a forma como as etapas se complementam: “medir a usabilidade do que foi construído, no que se refere a facilidade de uso, dá um retorno a respeito de que mudanças devem ser feitas e de quais requisitos não foram preenchidos” (Preece, Rogers e Sharp, 2013, p. 34).

De certo modo, o que diferencia o design de interação de outras classificações apresentadas é a maneira com que ele trabalha e avalia a resposta que é fornecida ao usuário. Resumindo-o em um questionamento, podemos considerar: o aplicativo oferece *feedback* claro e adequado após cada ação realizada pelo usuário, como uma mensagem de confirmação ao enviar uma solicitação de adoção? É disso que trata o design de interação, da forma como o usuário interage com a aplicação e como a aplicação responde a essas interações.

É no design de interação que são mapeados os fluxos de interação do usuário, ou seja, quais caminhos ele percorre dentro da aplicação. Para Preece, Rogers e Sharp (2013, p. 35-40) o processo de avaliar as necessidades do usuário e definir tais fluxos pode ser otimizado com a definição das metas de usabilidade e metas de experiência do usuário. Enquanto as metas de usabilidade correspondem a facilidade com que uma tarefa pode ser concluída (eficiência, eficácia etc.), as metas decorrentes da experiência do usuário buscam qualificar as interações.

A figura 03 exemplifica bem tais metas: as metas de usabilidade ligadas ao círculo interior podem ser diretamente associadas às metas de experiência do usuário, dispostas no círculo externo:

Figura 02. Metas de usabilidade e metas decorrentes da experiência do usuário.



Fonte: Preece, Rogers e Sharp, 2013.

3.2.2. Design de interface

Santaella (2004, p. 15) elabora em sua obra a relação homem-tarefa-máquina e a elaboração de interfaces: para ele, a interface é um meio de ação, ou seja, o ponto em que ocorre a interação entre o humano (usuário) e a máquina (tecnologia). O autor explica que o êxito de uma interface não reside apenas na sua estética ou quantidade de funcionalidades que oferece, mas sim em sua capacidade intrínseca de viabilizar a ação do usuário de maneira eficiente e intuitiva. Quando uma interface permite que o usuário realize a tarefa (objetivo) com o mínimo de esforço cognitivo e sem a necessidade de um longo processo de aprendizagem, ela cumpre

seu papel como ferramenta facilitadora, algo também visto na obra de Preece, Rogers e Sharp (2013).

Esse conceito inicial permite um bom entendimento do que é o design de interface, por vezes denominado *User Interface* (UI), no contexto mais amplo da UX: um campo essencial na criação de produtos digitais, pois ele se concentra na concepção da parte visual e interativa que um usuário encontra e com a qual interage diretamente em aplicativos, websites, sistemas operacionais e softwares.

Este conceito abrange uma vasta gama de elementos, desde a tipografia e paletas de cores, que estabelecem a identidade visual e a legibilidade, até a disposição de botões, menus e outros controles, que guiam a navegação e a interação do usuário. O objetivo principal do design de interface é garantir que esses elementos sejam tanto esteticamente agradáveis, quanto intuitivos, eficientes e consistentes, proporcionando uma experiência de uso fluida e sem atritos. Uma interface bem projetada pode minimizar erros e frustrações, e aumentar a produtividade e o engajamento com o produto. Por outro lado, uma interface mal elaborada pode levar ao abandono do produto, independentemente da sua funcionalidade subjacente.

Dentro da disciplina de UX, o UI atua como a ponte entre o usuário e a funcionalidade do produto. Enquanto o UX se preocupa com a jornada completa do usuário e com a resolução de seus problemas, o UI é a manifestação tátil e visual dessa experiência, focando em como o usuário interage com o produto em cada etapa. Portanto, o design de interface é uma fundamental do desenvolvimento de produtos digitais de sucesso, garantindo que a interação seja não apenas possível, mas também prazerosa e eficaz.

O design de interface também é responsável por equilibrar dois conceitos: função e fruição (Santaella, 2004, p. 83). Enquanto a função se refere às características de um objeto que possibilitam seu uso, a fruição diz respeito às qualidades que permitem o prazer e a admiração pela simples existência do objeto. Assim, a função do designer de interface vai além de somente apresentar o conteúdo: é também adequar o objetivo através da estética, facilitar a navegação e esclarecer para onde cada ação do usuário pode levá-lo. Embora existam diferentes estilos de design voltado para interfaces e formas de aplicar essa relação, o que importa é que o designer pense na perspectiva do usuário para garantir o cumprimento da tarefa (Santaella, 2004, p. 120-132).

A necessidade do designer de trabalhar na fruição, isto é, no estímulo intrínseco ao usuário, pode parecer um conceito pouco necessário, mas esse trabalho é essencial para garantir a usabilidade de uma aplicação. Como exemplo, pode-se considerar a página de um artigo de

receitas onde não há imagens das comidas, apenas um texto corrido com ingredientes e etapas. Apenas aplicar imagens, como ilustrações de cada etapa ou do resultado final da receita, melhora a experiência do usuário em um nível emocional. Trabalhando bem tal conceito, é possível garantir diferentes sensações ao se utilizar uma aplicação. Utilizando micro interações, imagens, ícones, cores, tipografias, entre outros, é possível promover a sensação de acolhimento, urgência ou sofisticação, sempre guiando o usuário para um objetivo final diretamente associado a tal sensação.

Outro ponto do design de interfaces a ser trabalhado, conforme proposto por Cooper *et al.* (2014, p. 240), é a inflexão (do inglês *inflection*). Os autores abordam a inflexão em produtos digitais como o ato de organizar as funções para minimizar a navegação, de modo que uma função necessite do mínimo de cliques possível para ser executada. Isso significa posicionar controles frequentemente usados em locais de fácil acesso, como barras de ferramentas. Funções menos usadas ou recursos avançados são alocados em níveis mais profundos da interface ou caixas de diálogo, garantindo a segurança de uso ao serem exibidos somente quando necessário.

Através de fluxos, objetivos e elementos visuais, o design de interface busca otimizar a experiência de uso e trabalhar na disposição das informações com base em diversos fatores, com o principal deles sendo o público-alvo. Quando associado diretamente à UX, o design de interfaces busca destacar a importância de se elaborar um design em três níveis: o que iniciantes precisam, o que intermediários precisam e o que especialistas precisam (Cooper *et al.*, 2014, 243-247).

É comum que designers trabalhem em uma interface com base em apenas um dos extremos — iniciantes ou especialistas —, mas é imprescindível moldar uma interface capaz de atender a todos e promover a transição entre eles. É preciso compreender as necessidades de um usuário iniciante para transformá-lo em um usuário intermediário sem um processo demorado e exaustivo, e do mesmo modo para transformá-lo em um usuário especialista. Trabalhar em transições significa garantir uma boa curva de aprendizagem do usuário e manter os usuários satisfeitos durante ela.

O design de interfaces pode ser associado ao design de interação nesse contexto, pois ambos surgem como disciplinas estratégicas na mediação entre pessoas e sistemas digitais, responsáveis por articular os objetivos dos usuários com as capacidades técnicas das interfaces. A eficácia de ambos reside na habilidade de antecipar comportamentos e necessidades, estruturando caminhos visuais e funcionais que conduzam o usuário com clareza e naturalidade.

Não se trata apenas de tornar algo operável, mas de promover uma experiência que seja fluida, significativa e coerente com os propósitos de quem interage. Essa mediação, fundamentada por autores como Preece, Rogers e Sharp (2013), se concretiza na construção de fluxos orientados a tarefas, em feedbacks visuais e na consistência entre estados e ações, garantindo que o usuário compreenda, com o mínimo de esforço cognitivo, onde está e para onde pode ir.

Em complemento, os conceitos abordados se alinham à ideia de fruição abordada por Santaella (2004), ao proporcionar uma experiência que vai além da funcionalidade técnica. A atenção a elementos como ritmo, resposta, hierarquia visual e micro interações torna-se essencial para promover vínculos emocionais e fortalecer a percepção de valor do sistema. Trabalhar esses aspectos significa considerar não apenas o que o usuário precisa fazer, mas também como ele se sente ao fazer. Assim, o design de interfaces revela-se como parte do processo para elaborar uma boa experiência do usuário, unindo função e estética, entregando interfaces não só eficazes, mas também prazerosas, acolhedoras e capazes de evoluir com seus usuários.

3.2.3. Usabilidade

Segundo Preece, Rogers e Sharp (2013, p. 35), a usabilidade de um produto pode ser definida como “o fator que assegura que os produtos são fáceis de usar, eficientes e agradáveis - da perspectiva do usuário”. A definição vai além, dividindo a usabilidade em aspectos menores como eficácia, eficiência, segurança, utilidade, capacidade de aprendizagem e memorabilidade.

Já conforme define a Organização Internacional para Padronização (ISO, do inglês *International Organization for Standardization*) através da norma ISO 9241-210, que busca padronizar diversos conceitos da interação humano-computador, usabilidade é a “medida em que um sistema, produto ou serviço pode ser usado por usuários específicos para atingir objetivos específicos com eficácia, eficiência e satisfação em um contexto específico de uso”.

Embora possam parecer aspectos muito administrativos, eles buscam distinguir cada etapa da interação entre o usuário e o produto, avaliando e otimizando a forma e facilidade com que o produto atinge sua finalidade. Enquanto a eficácia avalia o resultado e a qualidade do mesmo, a eficiência considera a facilidade com que se pode atingir esse resultado, observando a satisfação e o possível desgaste do usuário ao longo das etapas do processo. Assim, pode-se descrever que a eficácia é o bom resultado obtido, independente dos meios utilizados, e a eficiência diz respeito aos meios utilizados e a satisfação do usuário com eles.

Relacionando isso a aspectos do desenvolvimento de interfaces para aplicativos ou sites, pode-se questionar: o aplicativo oferece todas as funcionalidades que o usuário precisa (utilidade)? O site oferece alguma forma de proteção quando o usuário está executando uma ação importante (segurança)? Para a primeira pergunta, podemos exemplificar de forma simples com um aplicativo de calculadora para celulares, pois é esperado que o aplicativo permita que o usuário realize as quatro operações básicas de forma simples e rápida. Um aplicativo de calculadora sem a operação de subtração, por exemplo, perderia no quesito utilidade. Já para a segunda, podemos considerar um site ou aplicativo bancário, onde é preciso solicitar uma senha a cada movimentação e botões de confirmação para cada ação executada.

Outro aspecto importante da usabilidade definido por Preece, Rogers e Sharp (2013, p. 37-38). é a capacidade de aprendizagem ou *learnability*. Para as autoras isso consiste em avaliar o tempo que o usuário está disposto gastar para aprender a utilizar um produto ou sistema e suas funcionalidades. É preciso considerar isso ao avaliar a usabilidade considerando que usuários tendem a querer um resultado rápido. Para o ecossistema de um aplicativo, isso pode ser facilmente definido através do número de toques necessários para se executar uma ação ou acessar determinada página — ou inflexão.

A memorabilidade ou capacidade de memorização “refere-se à facilidade de lembrar como utilizar um sistema, depois de já se ter aprendido como fazê-lo - algo especialmente importante para sistemas interativos que não são utilizados com muita frequência” (Preece, Rogers e Sharp, 2013, p. 38). Para isso, pode-se utilizar os recursos naturais do sistema, como ícones, botões, menus e até mesmo a disposição destes na interface.

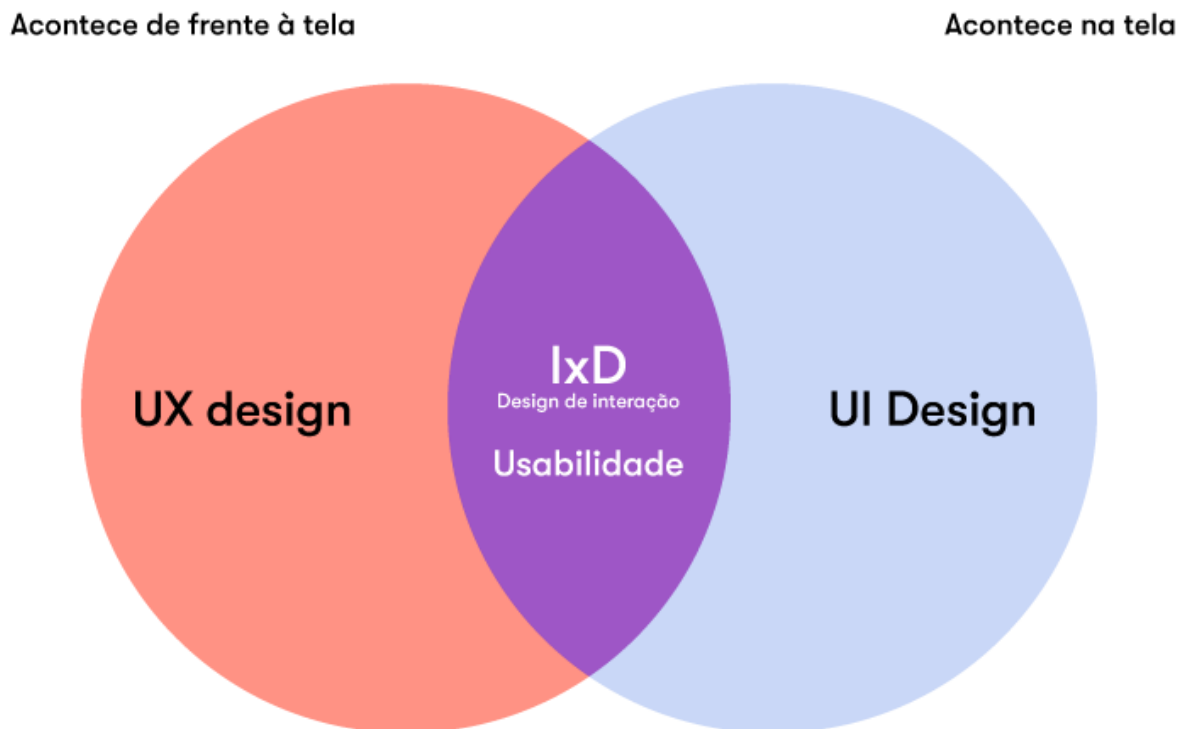
Lowdermilk (2014, p. 27) concorda com essa ideia., destacando como “A usabilidade, também referenciada como fatores humanos, corresponde ao estudo de como os seres humanos se relacionam com qualquer produto”. Embora receber e lidar com o *feedback* do usuário durante o processo de criação da interface exija certa capacidade de se colocar no lugar do usuário, isso garante uma boa usabilidade e ajuda a identificar soluções simples e eficazes. Para o autor, ouvir atentamente os usuários e observar seus comportamentos são atitudes essenciais para projetar experiências agradáveis e funcionais.

Com esses conceitos entende-se que a usabilidade consiste em aspectos humanos e se baseia em disciplinas científicas como a interação humano-computador (IHC), psicologia, ergonomia e antropologia e por isso é tão importante no processo de criação de interfaces com foco na experiência do usuário (Lowdermilk, 2014, p. 28).

Dessa forma, os conceitos de experiência do usuário (UX), usabilidade, interface do usuário (UI) e design de interação se mostram profundamente interligados, compondo diferentes camadas de uma abordagem centrada no usuário. Cada um desses elementos contribui de maneira única para a construção de uma experiência digital satisfatória: enquanto o design de interação estrutura o fluxo e o comportamento da interface, a UI cuida de sua aparência e clareza, e a usabilidade garante que essa interação ocorra de forma fluida e eficiente. Esses aspectos convergem sob a ótica da experiência do usuário, que representa a percepção geral do indivíduo diante do sistema.

A interdependência entre esses conceitos está sintetizada na Figura 03, que ilustra como UX atua como um campo que, ao se associar com UI, resulta nos demais componentes. As sobreposições representadas indicam que, embora cada área tenha objetivos específicos, elas se cruzam constantemente no processo de desenvolvimento de soluções digitais e necessitam umas das outras para atingirem à sua finalidade. Compreender essas relações é essencial para a criação de interfaces que sejam ao mesmo tempo intuitivas, funcionais e emocionalmente positivas para os usuários.

Figura 03. Relação entre UI e UX design.



Fonte: o autor (2025).

3.3. Design social

Neves (2011, p. 45) opina que embora o design gráfico venha se fortalecendo no mercado de trabalho como uma ferramenta que traduz mensagens de forma visual, ele pode ser abordado como mais do que apenas algo utilizado na venda de produtos e serviços. A autora explica que o design gráfico tem potencial para abordar diversas temáticas para públicos, culturas e sociedades diferentes, em um eixo do design definido como design social. Ferreira (2013, p. 197) explica que o “Design social está sobretudo voltado a uma formação de consciência crítica a respeito do contexto e das relações sociais em que estamos inseridos.”

Essa definição parte da discussão do papel social do indivíduo: todo indivíduo está atrelado a uma posição social, que faz parte do conjunto sociedade, e o papel social é apenas o conjunto de direitos e deveres associados a ele. Toda posição social é, também, parte de uma categoria definida, como trabalho, família ou religião. Com isso, entende-se que a ocupação profissional também é um papel social que dá ao indivíduo responsabilidades sociais, independente de em qual papel ele atua (Braga, 2011, p. 10). Braga afirma que “Em teoria, todo profissional consciente de seu papel ao exercer sua função social de maneira ética e de modo eficaz contribui para que a sociedade de que faz parte se desenvolva em harmonia.”

Isso dá ao designer, não apenas gráfico, a mesma responsabilidade social que outras ocupações profissionais. Braga (2011) explica que o design sempre foi essencialmente social devido as diversas aspirações culturais que teve ao longo de sua história, e que uma discussão acerca de seu papel social é importante não somente para conscientização sobre a ética no mercado, mas também pode promover a inclusão daqueles à margem do sistema econômico. Neves (2011, p. 62) completa essa ideia destacando que o objetivo não é deslegitimar o design com foco no mercado de consumo, mas sim acrescentar o debate de design social e suas implicações nos diversos mercados em que o design é aplicado.

Dando enfoque ao design gráfico, Silva e Rebouças (2022, p. 12) afirmam que “O design gráfico se utiliza da estética, da criatividade, da tecnologia e de fatores humanos para atender demandas visuais e estratégicas nos mais diversos meios de atuação”. Assim entende-se que ao relacionar diferentes fatores e necessidades humanas, sejam elas de mercado, sustentabilidade ou qualidade de vida, e transcrever uma solução através de elementos visuais, o designer está realizando um papel social. Contudo, embora desempenhe um papel social, o simples *fazer* do designer sem um engajamento social não pode ser considerado design social.

Conforme explica Ferreira (2013, p. 85-86), o design social requer um ponto de partida proveniente de uma questão social, onde a finalidade do projeto é o impacto positivo na sociedade.

Arruda *et al* (2017, p. 261) abordam um aspecto ainda mais íntimo: a interseção do design com inovação social resulta em um processo de design focado em otimizar a experiência e o bem-estar humanos, utilizando os recursos existentes para fomentar a melhoria social e facilitar a implementação em nível local. Para os autores, “o design social faz parte de uma tríade composta pela indústria, mercado e segmento social (design social)”, onde o designer tem a função de buscar novas referências para auxiliar na elaboração de soluções criativas para problemas coletivos. Nesse aspecto, o designer atua em questões econômicas, culturais, ambientais e sociais de forma sustentável em prol do bem-estar social (Arruda *et al*, 2017, p. 262-263).

O design social representa uma abordagem que vai além das fronteiras estéticas, mercadológicas e funcionais tradicionalmente associadas ao design gráfico, mas, ao ser integrado a essa disciplina, o design social assume o papel de promover engajamento e transformação social. Dessa forma, o design social aplicado ao design gráfico torna-se um motor para a mobilização social, incitando o público a se envolver ativamente em causas importantes e a buscar mudanças significativas em suas comunidades e no mundo. O design social pode, por fim, promover um design voltado para o benefício social, sustentabilidade e equidade.

Assim, este projeto se alinha diretamente com os preceitos do design social ao partir de uma problemática concreta e urgente: o abandono de animais e a necessidade de promover a adoção responsável. Distanciando-se de uma aplicação puramente mercadológica, o desenvolvimento do aplicativo materializa a definição de Ferreira (2013, p. 179), que posiciona o design social como uma ferramenta para a "formação de consciência crítica". Por meio de uma interface estratégica, a plataforma não apenas otimiza um serviço, mas atua como um motor para a mobilização social, incitando o engajamento ativo da comunidade e utilizando as ferramentas do design gráfico para gerar um impacto positivo e tangível. Dessa forma, o trabalho transcende a criação de um produto digital, consolidando-se como uma manifestação prática do design a serviço da transformação social e do bem-estar comunitário.

3.4. Gamificação

Para Huizinga (2014, p. 3-6), o conceito de jogo precede a cultura humana, uma vez que o ato de “brincar” está presente entre os animais e parece existir em função de divertimento mesmo entre eles. O autor aborda a forma como o jogo, quando visto pelo lado psicológico, não é algo material, mas algo que parte da necessidade social de jogar e fazer parte de algo, e como o lúdico promove isso. Para ele, a definição de jogo não é a de ser apenas um passatempo, mas um comportamento arquetípico que estrutura práticas sociais e culturais, regulado por regras próprias e separado da vida cotidiana.

Tal conceito ajuda a compreender o conceito de gamificação e o que ele produz ao ser aplicado em um produto ou serviço. De acordo com Burke (2015, p. 5-7), a gamificação, em sua essência, busca engajar as pessoas em um nível emocional, motivando-as a atingir metas predefinidas. Essa motivação é frequentemente alcançada por meio de recompensas intrínsecas, que atuam no campo emocional. Dessa forma, a gamificação serve como um elemento estimulante em processos que, de outro modo, poderiam ser desmotivadores, impulsionando a participação e o engajamento devido ao envolvimento emocional e às recompensas inerentes que ela proporciona.

O autor ainda aponta que a gamificação é uma excelente ferramenta para gerar engajamento em um público-alvo amplo, uma vez que ela funciona como uma solução digital que necessita de pouca intervenção de quem a apresenta ao público (Burke, 2015, p. 23). Para um aplicativo como o deste projeto, é extremamente relevante que as pessoas se sintam estimuladas a utilizar as ferramentas e interagir umas com as outras, e esse papel cabe à gamificação.

Para que esse objetivo — de interação constante entre usuários — seja alcançado de forma saudável, é importante definir um modelo de engajamento alinhado com princípios sociais e morais, como o enfoque na colaboração e em recompensas intrínsecas, que estimulem a participação genuína e o senso de comunidade. Embora a competitividade vista em jogos seja útil para o entretenimento, é importante considerar o modelo voltado à colaboração entre os usuários que promova o divertimento geral (Burke, 2015, p. 100-110).

Em um aplicativo como o deste projeto, é ideal que a gamificação seja abordada através de ciclos e ações curtas que devem fornecer as informações e estímulo necessário para manter o usuário envolvido. A gamificação estrutural mostra-se a opção mais adequada para este propósito, pois atua na estrutura do projeto por meio de pequenos elementos. Isso permite alcançar resultados desejados, como engajamento e motivação, sem a necessidade de modificar

todo o conteúdo do projeto. Mesmo ações simples ou pequenas, nesse contexto, impactam positivamente fatores psicológicos (Alves, 2015, p.118).

Dessa forma, a gamificação se revela como uma ferramenta estratégica e essencial para o aplicativo, alinhando-se à perspectiva de Burke (2015) de que ela engaja usuários em um nível emocional, motivando-os a atingir metas predefinidas. Ao integrar elementos lúdicos e recompensas intrínsecas, o aplicativo pode impulsionar a participação e o engajamento dos tutores, promovendo a interação constante entre eles. Adotando a gamificação estrutural será possível estimular a colaboração e o senso de comunidade em torno da adoção responsável e dos cuidados com os animais, conforme o objetivo do projeto.

4. METODOLOGIA

4.1. METODOLOGIA DE PESQUISA

A metodologia de pesquisa do projeto seguiu uma abordagem qualiquantitativa de caráter prático, analisando e estudando os dados relacionados ao tema para propor uma solução aos problemas identificados. Dessa forma, o projeto caracteriza-se como um estudo teórico-prático, com enfoque qualitativo e objetivo exploratório, utilizando procedimentos como levantamento de dados, análise de casos e pesquisa bibliográfica.

4.2. METODOLOGIA DE PROJETO

Considerando o objetivo principal do projeto, o método escolhido para prototipação da interface neste projeto foi o Design Centrado no Usuário (DCU), conforme proposto por Preece, Rogers e Sharp (2005) e revisitado por Lowdermilk (2019), e amplamente utilizado em projetos gráficos digitais que possuem como foco principal uma boa experiência do usuário.

Analisando as metodologias dos autores, foi possível estruturar o processo de DCU em quatro etapas principais: Pesquisa, Ideação, Prototipação e Avaliação. Conforme visto na figura 04, as quatro etapas envolvem executar ações integradas ao usuário e seu cotidiano, convergindo com o objetivo de integrar o usuário ao processo de pensamento e elaboração do design e garantindo que o resultado irá atender às suas necessidades e expectativas, além de minimizar possíveis erros relacionados ao desempenho do sistema.

Figura 04. Etapas da metodologia e ações implementadas.



Fonte: Adaptado de Preece, Rogers e Sharp (2013) e Lowdermilk (2019).

Para Preece, Rogers e Sharp. (2013), o método DCU serve não só para garantir a usabilidade do produto, mas também para otimizar o processo de criação e manutenção dele. As autoras descrevem que para projetos de design de interfaces com foco na experiência do usuário, o que deve nortear a elaboração do projeto são as preocupações do próprio usuário, e não apenas preocupações técnicas. O design de interação aplicado em projetos que utilizam o método DCU deve encontrar um equilíbrio entre tais necessidades, técnicas e do usuário, e assim proporcionar um resultado satisfatório e viável.

Lowdermilk (2019, p. 27) corrobora com essa ideia, afirmando que o método DCU “ajuda a criar aplicativos que atendam às necessidades de seus usuários”. Para o autor inserir o

usuário no processo de criação de um design ajuda o designer a chegar à necessidade central do mesmo de forma mais rápida. E, embora a experiência de cada usuário seja única e individual, o DCU pede que o processo de criação não seja tratado como algo subjetivo pelo designer, cada ação e escolha deve ser embasada pelos interesses dos usuários.

Como forma de fornecer suporte a metodologia DCU, foi decidido utilizar ferramentas presentes na abordagem de Design Thinking (DT), apresentada por Tim Brown (2018). Segundo Brown, o Design Thinking não se limita a uma abordagem focada no ser humano; ele também desenvolve a habilidade do designer de lidar com conceitos emocionais e propor soluções alinhadas às necessidades dos usuários, considerando os recursos existentes. Ele afirma que:

O design thinking começa com habilidades que os designers têm aprendido ao longo de várias décadas na busca por estabelecer a correspondência entre as necessidades humanas com os recursos técnicos disponíveis considerando as restrições práticas dos negócios. Ao integrar o desejável do ponto de vista humano ao tecnológica e economicamente viável, os designers têm conseguido criar os produtos que usufruímos hoje. O design thinking representa o próximo passo, que é colocar essas ferramentas nas mãos de pessoas que talvez nunca tenham pensado em si mesmas como designers e aplicá-las a uma variedade muito mais ampla de problemas (Brown, 2018, p. 23).

Para Brown (2018, p. 36), o DT pode ser separado em três etapas ou passos: *Inspiração*, *Idealização* e *Implementação*. Ele define que a inspiração deve buscar a motivação para solucionar aquele problema, enquanto a idealização consiste no processo de desenvolver ideias de soluções para ele, e a implementação trata do caminho que a ideia precisa percorrer até o usuário. Embora esse fluxo se assemelhe a outros fluxos de pesquisa e projeto utilizados por designers, o autor ressalta que não se trata de um fluxo linear. Para ele as etapas podem sobrepor umas às outras em um fluxo iterativo e não-linear, gerando um ciclo de projeto onde as etapas são revisitadas sempre que necessário para garantir um resultado criativo.

A integração com o DCU aconteceu principalmente para extrair as melhores ferramentas utilizadas em cada uma das metodologias, pois seus processos são semelhantes e podem ser adaptados em conjunto para atingir os melhores resultados possíveis. Enquanto o DCU forneceu o embasamento teórico essencial nas etapas iniciais, o DT forneceu ferramentas para as demais etapas, como a matriz de alinhamento e o brainstorming. A figura 05 exemplifica melhor essa relação entre as metodologias.

Figura 05. Relação DT e DCU.



Fonte: Adaptado de Preece, Rogers e Sharp (2013), Lowdermilk (2019) e Tim Brown (2018).

Para iniciar é importante que a etapa Pesquisa receba uma atenção especial, já que é nela que precisa ser definido quem são os usuários, quais suas principais necessidades ou tarefas e em qual contexto irão utilizar o aplicativo criado. É aqui que serão definidos os requisitos essenciais do aplicativo, que precisam ser alinhados não só com as necessidades do usuário, mas também com a capacidade e domínio dele com o meio digital, contextos de uso e missão do projeto. Nessa etapa serão utilizadas algumas formas de pesquisa:

- **Matriz de alinhamento:** ferramenta utilizada para mapear quais as certezas, suposições e dúvidas que se tem sobre o projeto.
- **Mapa mental:** ferramenta utilizada para avaliar os principais objetivos do projeto e estabelecer as ligações entre eles.
- **Perfil do usuário:** consiste em uma coleta de dados sobre o público-alvo para compreensão das principais necessidades. Serão utilizados questionários e entrevistas com o público-alvo e *stakeholders* para estabelecer a missão do projeto.
- **Estudo de similares:** será realizada uma análise de produtos, serviços e projetos acadêmicos semelhantes, a fim de identificar os padrões e práticas mais utilizadas no mercado. Aqui será gerada uma lista de requisitos funcionais e requisitos de dados, conforme a classificação de Preece, Rogers e Sharp.
- **Personas:** a partir das informações obtidas sobre o público-alvo, serão criadas personas de uso para nortear da melhor forma a criação de ideias.
- **Análise dos problemas:** uma análise detalhada dos problemas é importante para delimitar a prioridade dos requisitos pesquisados e quais as melhores formas de implementação deles em uma interface gráfica.

Para Lowdermilk, é interessante que seja utilizada uma abordagem com aspecto pessoal entre as etapas de Pesquisa e Ideação, com uma etapa com foco na definição de um manifesto pessoal para o projeto. Aqui, o manifesto é uma declaração de princípios, crenças e intenções do designer, que servirá para orientar e garantir o compromisso com o usuário e a missão do projeto (Lowdermilk, 2014, p. 75-79). Embora seja uma boa definição, essa etapa não deve ser executada separadamente como sugere o autor, pois deve vir como resultado da definição de missão e pesquisa da etapa anterior.

O resultado das pesquisas será revisado e filtrado, garantindo que apenas informações realmente importantes sirvam de embasamento para a etapa de Ideação. Aqui, Preece, Rogers e Sharp, e Lowdermilk definem que cada aspecto e necessidade do usuário deve ser relacionado a interface por meio de algumas ferramentas. É importante destacar que a etapa de ideação não significa necessariamente obter um resultado final permanente, por isso designs alternativos precisam ser criados e avaliados.

- *Brainstorming*: de acordo com as necessidades e requisitos dos usuários definidos na etapa anterior, essa ferramenta pode ajudar na geração de ideias criativas.
- Painéis semânticos ou *moodboards*: serão gerados *moodboards* com referências e padrões identificados nos produtos semelhantes, com o objetivo de guiar a geração de ideias.
- Estilo: aqui serão definidos tanto os elementos de *branding* do aplicativo quanto os elementos visuais como ícones, botões, cores e tipografia da interface, uma vez que esses dois aspectos devem estar interligados.
- *Sitemap*: consiste em uma representação visual hierárquica das páginas do aplicativo, mostrando sua organização.

Já a próxima etapa, de Prototipação, consiste em observar os resultados obtidos na etapa anterior e iniciar o processo de criação de protótipos. Aqui, também é importante voltar aos resultados da primeira etapa e avaliar se os protótipos obtidos realmente estão de acordo com as necessidades e capacidades do usuário. Isso resultará em um ou mais protótipos que estejam de acordo com alguns princípios do design, que devem ser apresentados aos usuários para diferentes tipos de feedback e interação durante a elaboração. Serão realizados:

- Protótipo em papel: primeiros esboços e rascunhos sobre a interface, apenas para idealizar quais funcionalidades podem ser implementadas e sua localização nas telas.

- *Wireframes* de baixa fidelidade: protótipos de baixa fidelidade e sem apelo visual, utilizados para *feedback* com um grupo seletivo de usuários.
- Design system: definição final do projeto visual da interface, como cores, botões, tipografia e todos os componentes, assim como sua disposição no *layout*.
- *Wireframes* de alta fidelidade: protótipos funcionais e interativos do aplicativo, feito através de ferramentas profissionais que permitem a simulação de funcionalidades reais.

Por fim, os autores descrevem a etapa de Avaliação, que consiste em disponibilizar os protótipos interativos para alguns usuários em forma de teste, obtendo *feedbacks* para avaliação dos resultados. Embora o objetivo principal do DCU seja integrar o usuário durante todo o processo, essa etapa busca validar todas as decisões tomadas durante a elaboração do design. Dada a finalidade do projeto de gerar apenas protótipos da interface de um aplicativo e as limitações existentes, essa etapa não será efetivamente realizada.

Contudo, é pertinente que sejam realizadas análises heurísticas dos protótipos, conforme proposto por Lowdermilk (2013), para avaliar a adequação dos protótipos com as definições comuns de design.

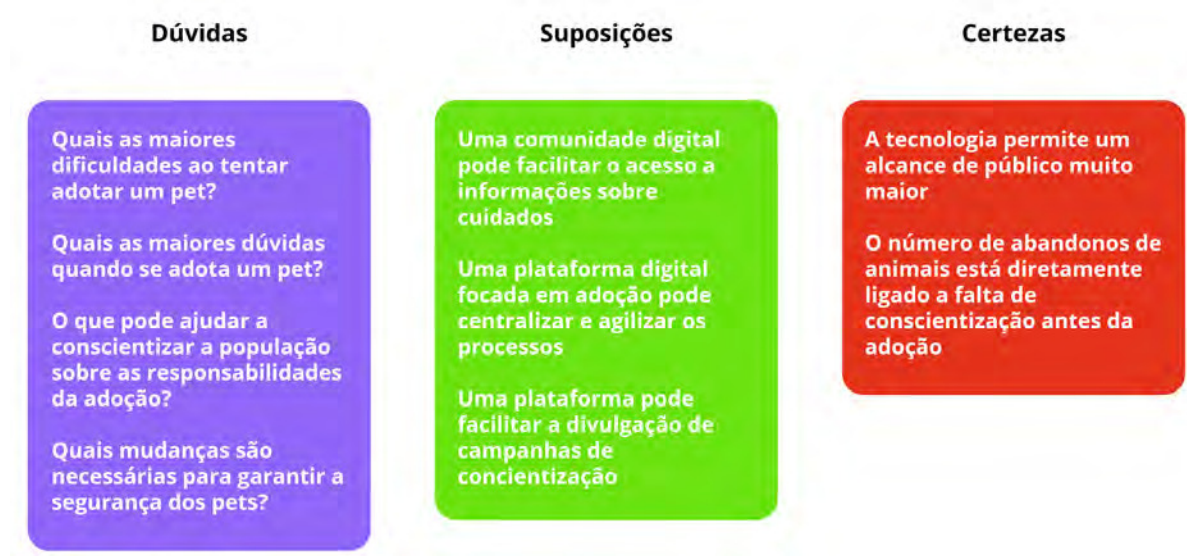
5. METODOLOGIA APLICADA

5.1. PESQUISA

5.1.1. Matriz de alinhamento

A matriz de alinhamento foi uma ferramenta indispensável no estágio inicial do projeto, servindo como um mapa conceitual para organizar e visualizar o conhecimento prévio sobre as necessidades do público-alvo. Por meio dela, foi possível categorizar e discriminar de forma clara e objetiva as certezas, as suposições e as dúvidas inerentes ao escopo do projeto. Essa estruturação permitiu uma compreensão aprofundada dos pontos sólidos já estabelecidos, dos aspectos que necessitavam de validação ou comprovação e das relações que poderiam ser estabelecidas para solucionar dúvidas.

Figura 06. Matriz de alinhamento.

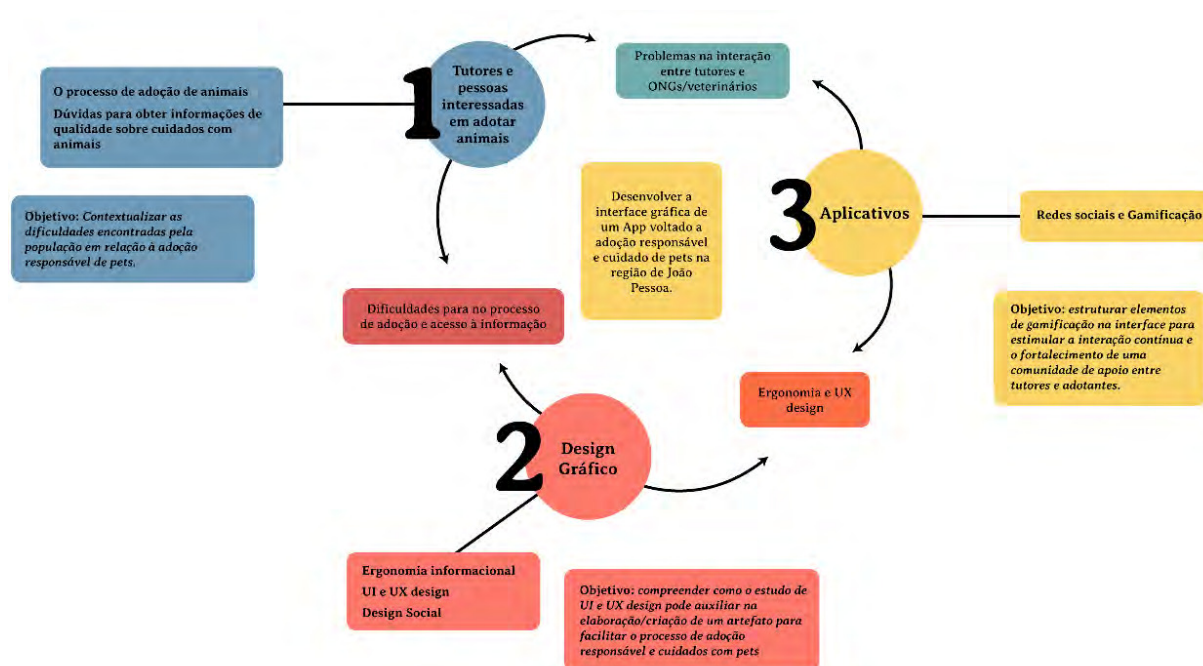


Fonte: do autor (2025).

5.1.2. Mapa mental

Buscando organizar de forma visual todos os elementos do trabalho foi elaborado um mapa mental com características importantes e possíveis referências bibliográficas acerca de cada tópico. O mapa teve início com uma expansão do Diagrama de Venn e lista de objetivos específicos, resultando em uma convergência de ambos em torno do objetivo geral.

Figura 07. Mapa mental



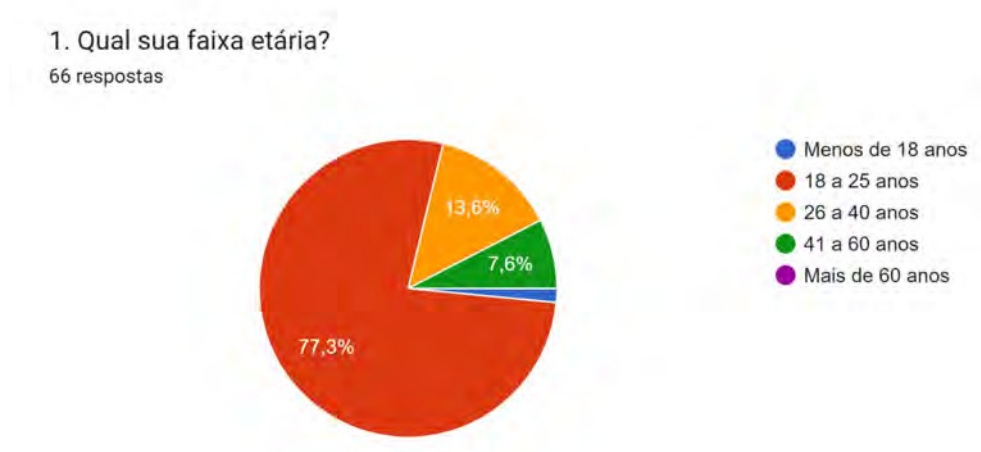
Fonte: do autor (2025) [versão completa disponível em <https://kaizin.work/mapa/>].

5.1.3. Perfil do usuário

Com base nas informações da matriz de alinhamento, o perfil de usuário foi construído visando uma melhor compreensão das necessidades, comportamentos e possíveis desafios do público-alvo. Essa análise abrange dados como faixa etária, animais sob tutela, interesse em adoção e, principalmente, informações sobre a conscientização da situação de abandono animal em João Pessoa e as dificuldades no processo de adoção.

Foi elaborado um questionário com 20 questões pertinentes ao objetivo do projeto, sempre associadas à escala Likert, aplicado para o público geral residente de João Pessoa e região metropolitana utilizando a ferramenta Google Forms. O formulário foi divulgado através das redes sociais do autor e teve um total de 66 respostas do período de 28/05/2025 a 18/06/2025. Todas as perguntas podem ser vistas no Apêndice A. A partir dos dados obtidos, foi possível observar que o público-alvo é majoritariamente composto por jovens com idades entre 18 a 25 anos.

Figura 08. Pergunta 01.



Fonte: do autor (2025).

Buscando entender qual o percentual de interesse em adoção de animais entre a população, a pergunta 5 foi elaborada para identificar se as pessoas têm interesse em adotar um animal imediatamente, tem interesse em adotar um animal no futuro ou não tem interesse em adotar. 70,7% do público tem interesse em adotar um animal de estimação agora ou futuramente.

Figura 09. Pergunta 05



Fonte: do autor (2025).

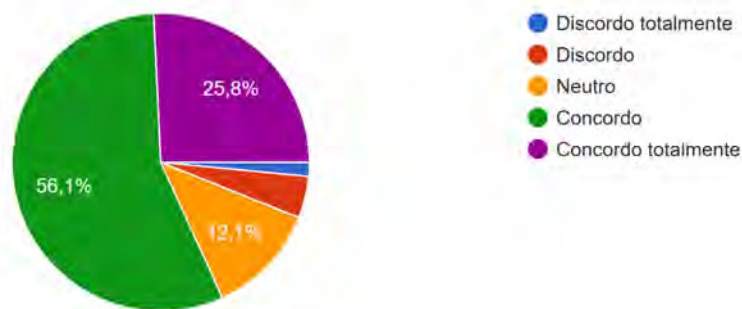
As demais perguntas buscaram entender o panorama de conscientização da população quanto à causa de animais domésticos em João Pessoa. O objetivo das perguntas 7 e 8 foi compreender a estrutura da cidade com relação ao convívio com pets, fator fundamental quando

se avalia ter um animal de estimação. Os resultados evidenciaram que a estrutura da cidade parece adequada para o convívio saudável de animais de estimação, com grande variedade de comércios de produtos para pets e lugares seguros para passeios e atividades de lazer com os animais.

Figura 10. Pergunta 07.

7. Minha região possui uma grande variedade de locais que comercializam produtos para animais de estimação (ração, brinquedos, entre outros).

66 respostas

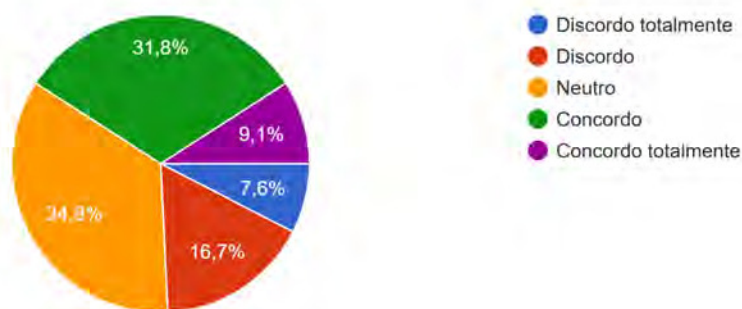


Fonte: do autor (2025).

Figura 11. Pergunta 08

8. Minha região possui locais seguros e próprios para passeios e atividades de lazer com animais de estimação.

66 respostas



Fonte: do autor (2025).

De acordo com as respostas das perguntas 9, 10 e 11, entende-se que as pessoas possuem conhecimentos básicos para o cuidado de um pet e sabem da necessidade de acompanhamento veterinário regular para garantir o bem-estar dos animais. Em contrapartida, os resultados das perguntas 12, 13, 14 e 15 evidenciam o problema de conscientização quanto aos direitos dos

animais entre a população: 48,5% das pessoas já presenciou ao menos um caso de abandono ou maus-tratos aos animais em João Pessoa, enquanto 57,5% das pessoas não sabem como denunciar tais casos.

Figura 12. Pergunta 12.

12. Acredito que o abandono de animais é um problema sério na cidade de João Pessoa.

66 respostas



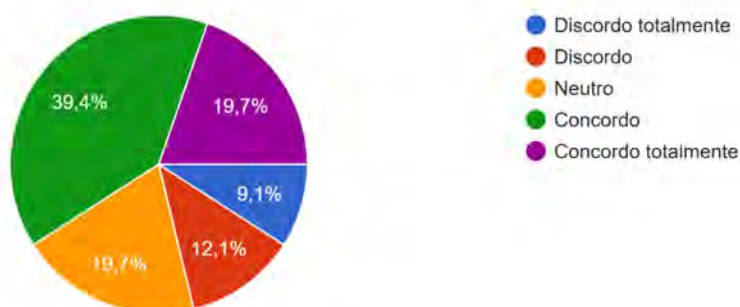
Fonte: do autor (2025).

Por fim, as perguntas finais buscaram abordar a questão tecnológica do projeto e entender se as pessoas acreditam que um ambiente virtual poderia facilitar a divulgação de conteúdos informativos de qualidade e o processo de adoção, além de promover a integração da comunidade com a causa dos direitos dos animais.

Figura 13. Pergunta 18.

18. Utilizo as redes sociais para consumir conteúdos informativos sobre o cuidado de animais de estimação.

66 respostas



Fonte: do autor (2025).

Os resultados da pesquisa com o público-alvo embasam pontos fundamentais na motivação deste projeto. A análise dos dados coletados mostra um cenário com dois lados em João Pessoa: por um lado, a cidade tem uma boa estrutura física para quem tem animais de estimação, mas, por outro lado, falta muito em termos de informação e conscientização sobre os direitos e o bem-estar dos animais.

A pesquisa foi essencial para compreender que, embora os cidadãos possuam um conhecimento básico sobre os cuidados rotineiros com seus pets — como a importância de produtos específicos e o acompanhamento veterinário —, existe um despreparo generalizado para lidar com situações críticas, como o abandono e os maus-tratos. Este ponto confirma a pertinência do projeto, uma vez que a falta de informação não afeta apenas quem pratica atos de negligência, mas impacta toda a sociedade.

A questão transcende a esfera individual do tutor; mesmo que um cidadão ofereça um cuidado exemplar ao seu animal, ele e seu pet estão inseridos em um ecossistema social onde a desinformação de terceiros pode resultar em perigo e violência, como evidenciado pelo alto índice de pessoas (48,5%) que já presenciaram tais atos na cidade. A insegurança e a impotência, destacadas pelo fato de que 57,5% dos entrevistados não sabem como realizar uma denúncia de maus-tratos, fragilizam toda a comunidade que se preocupa com a causa.

As informações coletadas foram, portanto, cruciais para delinear o perfil do usuário principal da solução proposta. Trata-se de um indivíduo:

- Consciente e bem-intencionado: demonstra ter noções básicas sobre a responsabilidade de possuir um animal de estimação, valorizando o bem-estar e a saúde do pet. Busca ativamente por locais e serviços que promovam uma boa qualidade de vida para seu companheiro.
- Inserido na comunidade, mas inseguro: vive em uma cidade que considera estruturada para ter animais, mas percebe na prática as falhas de conscientização coletiva.
- Desinformado em aspectos cruciais: apesar de seu zelo, o indivíduo não tem conhecimento sobre os canais de denúncia, os seus direitos e os dos animais, e como proceder legal e efetivamente.
- Receptivo à tecnologia: acredita firmemente, como aponta o resultado da pergunta 18, que um ambiente virtual pode ser a chave para solucionar essa lacuna. Ele vê potencial em uma plataforma que centraliza informações confiáveis, facilita processos como a adoção e, principalmente, cria uma rede de apoio e engajamento comunitário.

Dessa forma, a pesquisa não apenas validou a existência do problema, mas também humanizou o desafio e deu ao usuário um rosto e necessidades claras. O projeto se justifica como uma resposta direta às dores e às expectativas desse perfil de usuário, propondo uma ferramenta tecnológica que visa transformar a boa intenção em ação efetiva, fortalecendo a cultura de respeito e proteção aos animais em João Pessoa.

5.1.4. Estudo de similares

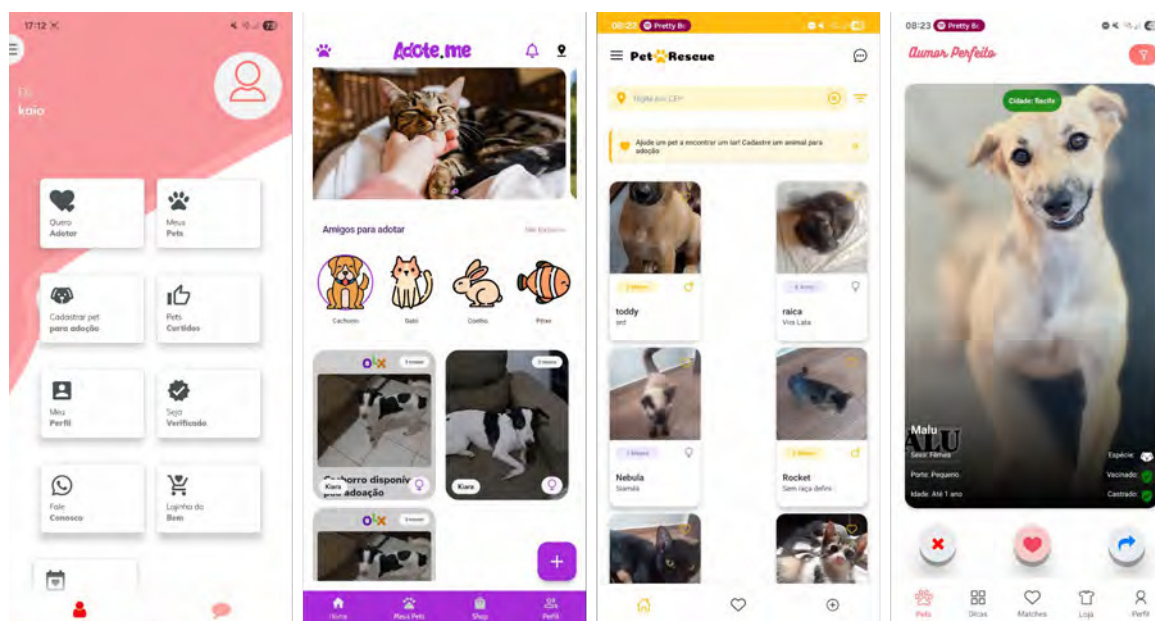
5.1.4.1. Pesquisa de *benchmarking*

Conforme descrito por Preece, Rogers e Sharp (2013), analisar produtos similares ou de concorrentes que buscam resolver problemas parecidos pode ajudar a entender quais funcionalidades são úteis e que abordagens podem ser evitadas durante o processo de desenvolvimento de um produto. A pesquisa de *benchmarking* teve essa finalidade: identificar aplicações com propostas similares e seu posicionamento, associando os resultados com pensamentos de design.

A pesquisa também foi realizada para obter um levantamento das principais instituições mantenedoras e de ajuda aos animais de estimação na região de João Pessoa, com enfoque nos protetores e divulgadores de conteúdo da causa animal nas redes sociais. Embora não sejam o público-alvo, esses indivíduos fazem parte do grupo dos chamados *stakeholders* que podem ser impactados com o resultado deste projeto.

Quanto às aplicações móveis, foram verificados os aplicativos: Hyppet, Petis, MeuPet: Cuidado Animal, Adote.me, Patada, Tiutiu, Aumor Perfeito, Cãobinado e D+ Uma Chance. Foram observados critérios como proposta e finalidade, sistema operacional, e semelhança com a proposta do projeto.

Figura 14. Telas iniciais dos apps Hyppet, Adote.me, Pets Rescue e Aumor Perfeito.



Fonte: Reprodução dos Aplicativos Hyppet, Adote.me, Pets Rescue e Aumor Perfeito (2025).

A premissa fundamental da maioria dessas ferramentas, conforme suas descrições nas lojas de aplicativos, é a de simplificar e agilizar a jornada de adoção de um animal de estimação. A finalidade central, de modo geral, consiste em atuar como uma ponte para a causa social, estabelecendo a conexão entre potenciais adotantes e os protetores ou organizações responsáveis pelos animais, de modo a viabilizar um processo de adoção mais seguro e estruturado.

Algumas poucas ferramentas fogem dessa proposta, focando em fornecer recursos relacionados ao bem-estar animal, como acompanhamento médico, vacinação, castração ou funcionalidades educativas sobre cuidados com os pets. No entanto, poucas extrapolam essa funcionalidade para criar um espaço comunitário, de interação contínua, que permita a troca de dicas, relatos ou orientações entre tutores, aspecto que diferencia e valoriza a proposta do aplicativo em desenvolvimento para o projeto.

Já analisando as semelhanças entre as propostas das aplicações e a deste projeto, verifica-se que diversos aplicativos compartilham a função de intermediar processos de adoção, como Hyppet, Adote.me, Patada e Aumor Perfeito, porém a maioria limita-se a esse aspecto, sem expandir para a criação de uma rede comunitária que estimule a troca de informações entre usuários sobre cuidados e bem-estar animal. Algumas propostas inovadoras surgem, como no caso do Tiutiu, que adiciona uma interface de vídeos curtos para promover a visibilidade dos

pets, ou do Cãobinado, que utiliza cruzamento de perfis e hábitos para garantir compatibilidade entre adotante e pet, focando na adoção responsável.

Contudo, nenhum deles engloba de forma completa a ideia de um aplicativo que combine facilitação de adoção com a formação de uma comunidade ativa de apoio mútuo entre tutores, característica que se apresenta como um diferencial relevante da proposta do TCC. Outro ponto importante verificado é que somente uma pequena parte dos aplicativos tem em sua proposta o foco em tratar da adoção responsável. Embora o contexto social seja visto em todos, a questão das responsabilidades que vem com a adoção de um animal de estimação é um requisito essencial em projetos desse escopo.

A parte de pesquisa relacionada a aplicações com propostas semelhantes foi essencial para mapear boas práticas e lacunas existentes no mercado, oferecendo subsídios valiosos para definir funcionalidades importantes e abordagens estratégicas para o desenvolvimento do projeto. A análise reforça a necessidade de ir além do processo básico de adoção, integrando também elementos comunitários e investindo em um design atrativo, responsivo e acessível, além de pensar em uma forma de abordar a adoção responsável e proporcionar uma experiência rica e completa aos usuários.

Já com a parte relacionada a identificar os principais protetores/grupos de assistência a tutores, foi possível identificar algumas características principais desses perfis em redes sociais. Foram buscados perfis nas redes sociais Instagram e Facebook relacionados a adoção de animais de estimação, resgate de animais abandonados e divulgação de informações sobre cuidados. Em sua maioria, os perfis são geridos por protetores individuais que não possuem uma formalização de seu trabalho social, como um registro de ONG ou CNPJ de associação. Esses protetores utilizam o alcance das redes sociais para reunir muitos seguidores e realizar ações de resgate de animais através de denúncias. Após o resgate, quase sempre de cães e gatos, eles iniciam um processo de tratamento veterinário custeado por doações solicitadas pelas redes.

Os animais resgatados quase sempre recebem nomes para serem identificados e associados pelos seguidores, que acompanham todo o processo de resgate e tratamento através dos pedidos de doações. Uma vez concluído o tratamento, as postagens passam a ser para pedidos de adoção dos animais, quase sempre com uma descrição da história do resgate e tratamento para uma comoção emocional embasar a necessidade de uma adoção responsável.

Há ainda os perfis que atuam como lares para animais que necessitam de cuidados veterinários constantes. Nestes, a divulgação é voltada apenas para pedidos de doações aos seguidores por meio de postagens quase sempre com imagens explícitas

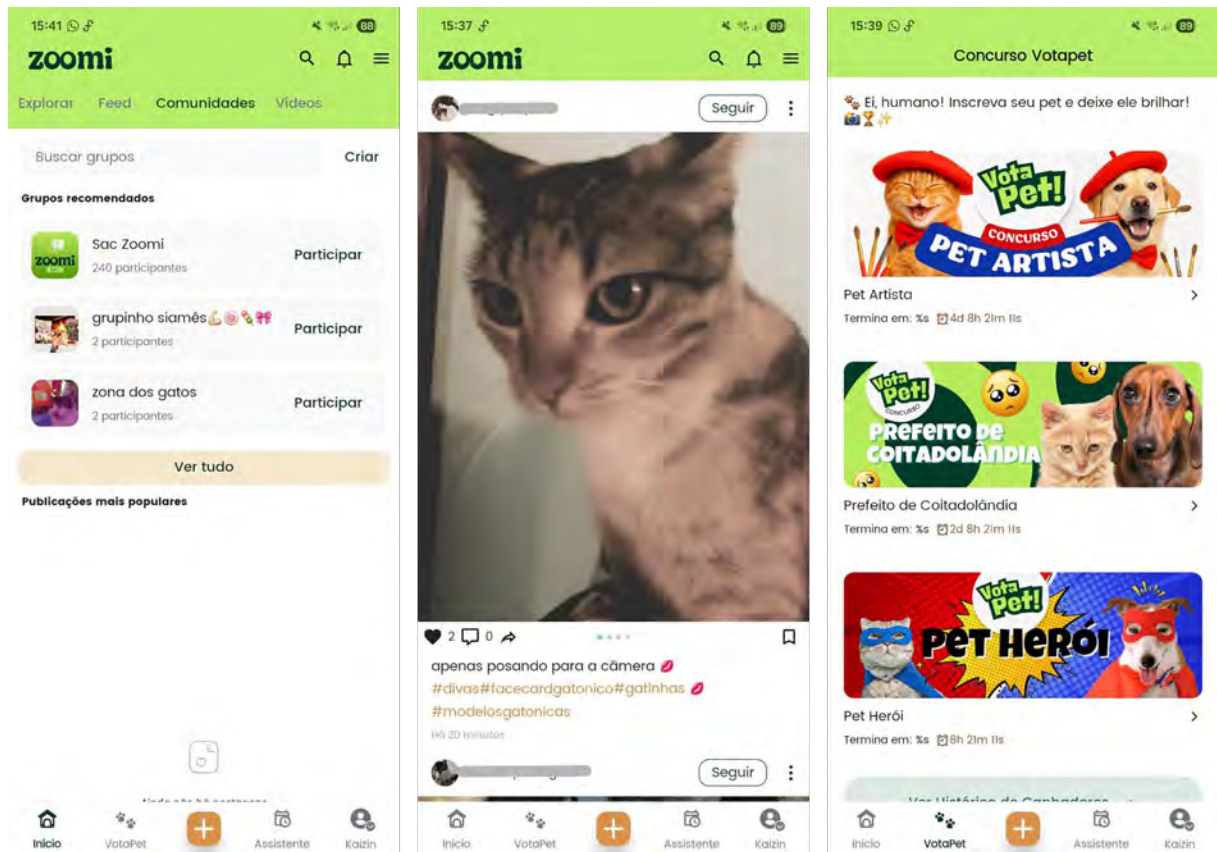
5.1.4.2. Plataformas digitais similares

Nessa pesquisa foram analisadas interfaces de algumas aplicações com foco no público-alvo desejado, pessoas que buscam adotar um animal de estimação ou já possuem animais e desejam adquirir conhecimentos sobre os cuidados com os animais. Foram verificadas quatro aplicações, sendo elas: ZOOMI, Patada: Adoção de Cães e Gatos, Adote.me, Aumor Perfeito, Pets Rescue e Hyppet. Com essa análise foi possível avaliar questões como requisitos funcionais, perfis dos usuários, questões de ambiente de uso e possíveis pontos negativos que possam ser utilizados para aprimorar o desenvolvimento do projeto.

5.1.4.2.1. ZOOMI

A aplicação ZOOMI (Figura 13) é desenvolvida e mantida por uma iniciativa privada e tem como missão criar uma comunidade de tutores de pets em formato de uma rede social. Utilizando recursos de interatividade e engajamento, a aplicação conta com diversas funções que permitem que os usuários participem de grupos com temáticas específicas e criem postagens de seus animais de estimação.

Figura 15. Aplicativo ZOOMI



Fonte: Reprodução do Aplicativo ZOOMI (2025).

A página inicial do Aplicativo conta com um menu inferior de navegação, onde o usuário pode realizar algumas funções:

- Início: tela inicial onde é possível navegar entre as páginas de Explorar, *Feed*, Comunidades e Vídeos;
- VotaPet: tela onde é possível verificar concursos e votar nestes;
- Criar: botão de função que permite que o usuário crie uma postagem, uma publicação para algum concurso ou alguma atividade;
- Atividades: tela onde é possível criar atividades diversas para cada pet, como uma agenda;
- Perfil: tela onde é possível visualizar o perfil atual e alternar entre perfis para cada pet.

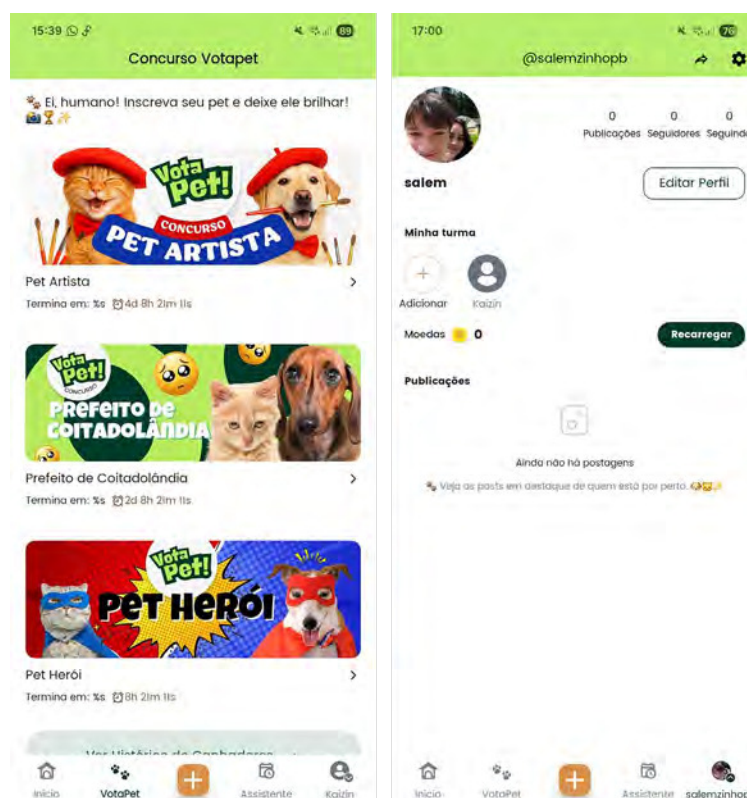
As funções do aplicativo são bem definidas e se relacionam bem entre si. A tela inicial pode ser alternada entre um *feed* de publicações recentes de perfis, comunidades que constituem grupos com postagens de temáticas específicas, a área de vídeos que conta apenas com

postagens de vídeo e a área explorar, que une todas as anteriores e adiciona a opção de assistir a *lives* em tempo real.

Uma função criativa e que funciona bem para promover a interação e engajamento entre os usuários é a função de concursos da aba VotaPet, vista na figura 14. Cada concurso possui uma temática específica e um tempo de duração definido. Os usuários podem realizar postagens relacionadas ao tema e votar em suas postagens favoritas. Ao fim do prazo do concurso, as três postagens com mais votos recebem prêmios especiais da equipe mantenedora do Aplicativo.

Outra função interessante está na página de perfil: um usuário pode gerir mais de um perfil associado ao seu cadastro. É possível criar perfis separados para cada pet e realizar as postagens de forma individual, ao mesmo tempo em que os perfis são agrupados em uma “turma” que aparece em cada perfil (Figura 14).

Figura 16. Telas de concursos e perfil.



Fonte: Reprodução do Aplicativo ZOOMI (2025).

Embora haja funções voltadas para publicações livres e que promovem grande engajamento entre os usuários, não há uma função voltada para a adoção de animais dentro do aplicativo ou funções que possam garantir a veracidade ou origem de uma postagem, como dicas de cuidados, por exemplo. Existe a função de denunciar postagens dentro do aplicativo, mas verificando os comentários de usuários, pode-se verificar que a mediação não é tão

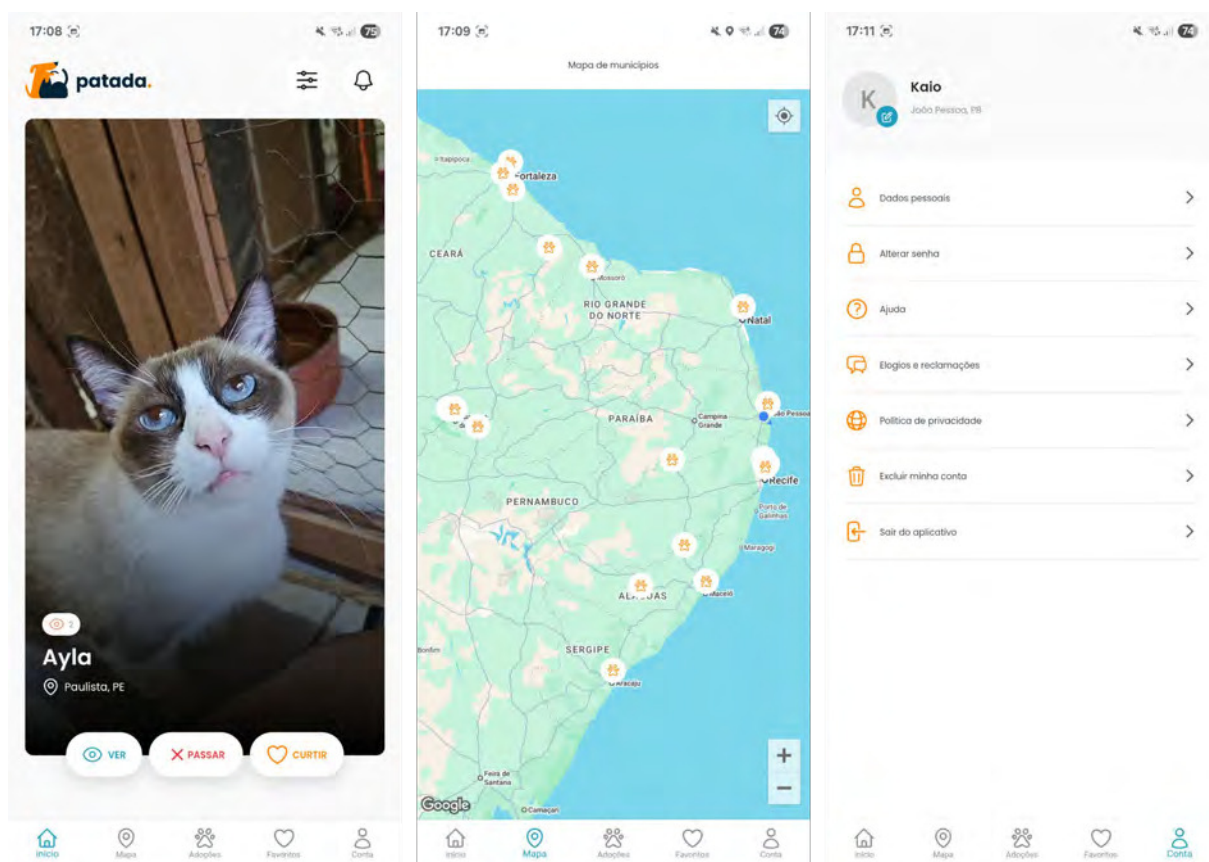
rápida/eficaz. Quanto a sua interface, o aplicativo apresenta uma identidade consistente e bem elaborada, contudo existem falhas com relação ao espaçamento dos elementos.

5.1.4.2.2. Patada

O aplicativo Patada: Adoção de Cães e Gatos é uma aplicação criada a partir da iniciativa Não Inviabilize. O projeto Não Inviabilize é organizado pela psicóloga e ativista Déia Freitas. O aplicativo tem como objetivo “apoiar Adotantes, Protetores e Organizações Não-Governamentais (“ONGs”) na nobre missão de encontrar lares amorosos para os animais que necessitam”, atuando como agente direto no intermédio das adoções.

A tela inicial do aplicativo apresenta um menu inferior com as opções Início, Mapa, Adoções, Favoritos e Conta. Na tela de início ficam exibidos os pets disponíveis para adoção mais próximos da localidade do usuário, e é possível arrastar a imagem do pet para os lados ou para cima em um sistema de “cards” (Figura 14), comum em aplicativos de relacionamento. Já na tela Mapa, é possível visualizar os pets disponíveis para adoção através de um mapa interativo.

Figura 17. Aplicativo Patada



Fonte: Reprodução do Aplicativo Patada (2025).

Quanto ao processo de adoção, o aplicativo exibe até cinco imagens e informações importantes sobre o pet como a idade, sexo, porte e raça, além de informações de saúde como doenças pré-existentes, se ele está castrado, vermifugado e vacinado. Para realizar um pedido de adoção, é preciso preencher uma ficha através do aplicativo com dados do adotante e sua residência, evidenciando algumas informações importantes antes de finalizar o pedido.

Figura 18. Ficha de adoção do Aplicativo Patada.

The figure displays two sequential screenshots of the 'Ficha de adoção' (Adoption Form) in the Patada app. The left screenshot, taken at 07:59, shows the start of the form with a progress indicator at 25%. It contains questions 1 through 4, each with radio button options. Question 1 asks 'Você trabalha?' (Do you work?), Question 2 asks 'Você estuda?' (Do you study?), Question 3 asks 'Você tem filhos?' (Do you have children?), and Question 4 asks 'Você mora sozinho?' (Do you live alone?). A checkbox at the bottom states 'Todos os moradores da casa estão cientes e concordam com a adoção.' (All residents of the house are aware and agree with the adoption.). The right screenshot, taken at 08:00, shows questions 5 through 7. Question 5 asks 'Como é a sua residência?' (What is your residence?), Question 6 asks 'Qual é o tipo da sua residência?' (What is the type of your residence?), and Question 7 asks 'O apartamento possui telas em todas as janelas e varandas?' (The apartment has screens in all windows and balconies?). Both screenshots feature a 'Próximo' (Next) button at the bottom.

Fonte: Reprodução do Aplicativo Patada (2025).

Os demais aplicativos avaliados (Aumor Perfeito, Pets Rescue, Hyppet e Adote.me) apresentam funções semelhantes ao Patada, pois são voltados apenas para atuar no intermédio de adoções. Observar esses aplicativos foi essencial para definir as principais funcionalidades que o aplicativo deve ter.

Observando os aplicativos estudados, foi possível elaborar uma tabela com funções importantes e relevantes para a temática. Conforme observado na Tabela 01, percebe-se que os

aplicativos existentes atuam em função de apenas um problema: adoção de animais *ou* comunidade de tutores.

Tabela 01. Análise de funções similares.

	ZOOMI	Patada	Hyppet	Adote.me	Pets Rescue	Aumor
Adoção	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Comunidade	Sim	Não	Não	Não	Não	Não
Cadastro de pets	Sim	Não	Não	Não	Sim	Sim
Interação entre usuários	Sim	Não	Não	Não	Não	Não
Mapa interativo	Não	Não	Não	Não	Não	Não

Fonte: do autor (2025).

5.1.4.3. Lista de requisitos

Preece, Rogers e Sharp (2013, p. 224) definem requisito como “uma declaração sobre um produto que especifica o que ele deveria fazer ou como deveria operar”. O requisito deve partir de uma base, ação ou objetivo para que seja relevante no uso da aplicação. Na definição dos requisitos, a avaliação minuciosa de cada requisito individual é crucial, focando na clareza e ausência de ambiguidades através de uma linguagem direta. Essa atenção à clareza e eliminação de ambiguidades é fundamental para o sucesso do projeto, servindo como guia preciso para planejamento, execução e controle, otimizando o processo e minimizando riscos e custos (Preece, Rogers, Sharp, 2013).

As autoras categorizam os requisitos em requisitos funcionais, organizacionais e de usuário. Os requisitos funcionais são aqueles que descrevem exatamente o que o aplicativo deve realizar, como a capacidade de recuperar sua senha de acesso ou editar os dados de perfil, por isso foram elaborados a partir do perfil dos usuários e análise de similares. Alguns dos requisitos funcionais estabelecidos foram:

- Permitir cadastro de usuário com informações pessoais para identificação;
- Permitir cadastro de animais sob tutela do usuário;
- Permitir a criação de postagens de texto em comunidade;

- Permitir interação entre usuários através de curtidas e comentários nas postagens;
- Permitir a busca de locais como *Pet Shops* ou atendimento veterinário a partir de busca por lista ou através de mapa interativo.

5.1.5. Personas

Travis Lowdermilk (2014, p. 81) define a persona como “um elemento determinado segundo a personalidade que ajuda você a se lembrar para quem o aplicativo está sendo criado”. Para ele, a persona deve ser criada com base em informações reais do público-alvo, para garantir que atenderá a sua função principal. As personas têm função de nortear o processo de criação da interface. As personas criadas foram:

Figura 19. Persona 1.



Vitória Arruda, 24 anos
João Pessoa - PB, Brasil
Feminino, Solteira
Ensino médio completo
Assistente Administrativo
Renda: R\$1.800

Personalidade: Vitória é uma pessoa bastante alegre, extrovertida e sociável. Gosta de estar rodeada de amigos e familiares, participando de eventos e encontros culturais sempre que possível. Está sempre buscando demonstrar afeto e criar boas memórias com quem ama, sendo uma presença marcante e carismática em seu círculo social.

Objetivo: Deseja iniciar uma faculdade de Enfermagem para crescer profissionalmente e realizar o sonho de trabalhar na área da saúde. Além disso, busca ter um animal de estimação para fazer companhia nos momentos em que está sozinha em casa, fortalecendo sua sensação de acolhimento e bem-estar.

Hobby: Adora sair para lugares novos, explorar pontos turísticos e culturais de João Pessoa, além de frequentar praias e bares com os amigos. Quando está sozinha, passa o tempo consumindo conteúdos no Instagram e TikTok, principalmente vídeos de criadores LGBTQIAPN+ e de turismo local, planejando suas próximas saídas e aventuras.

Dificuldades: Sente-se insegura sobre como começar o processo de adoção de um pet, pois não sabe onde buscar informações confiáveis e quais cuidados são necessários. Além disso, teme que sua instabilidade financeira possa comprometer a qualidade de vida do animal. Busca orientação prática e acessível para adotar de forma responsável.

Fonte: do Autor

Figura 20. Persona 2



Mateus Souza, 20 anos
João Pessoa - PB, Brasil
Masculino, Solteiro
Superior em andamento
Estagiário
Renda: R\$1.200

Personalidade: Mateus é prático, responsável e muito comprometido com o bem-estar dos seus animais de estimação. Tem um perfil protetor e valoriza ambientes organizados e seguros para sua família e seus pets. Preocupa-se com questões sociais, como o abandono de animais, e acredita na importância de cuidar adequadamente dos bichos.

Objetivo: Quer garantir que seus cães tenham uma vida saudável e feliz, além de encontrar mais espaços e eventos adequados para passeios e lazer em João Pessoa. Também busca manter-se atualizado sobre novidades no cuidado e saúde animal, equilibrando isso com sua rotina profissional e familiar.

Hobby: Gosta de passar os fins de semana realizando atividades ao ar livre, como trilhas e caminhadas com seus dois cães. Também curte explorar novos locais pet-friendly em João Pessoa e buscar produtos ou serviços para seus animais. Consome conteúdos sobre bem-estar animal e tecnologia aplicada ao mundo pet.

Dificuldades: Sente dificuldade para encontrar locais apropriados e seguros para passear com seus cães, principalmente em bairros mais urbanos. Também gostaria de ter acesso fácil a informações sobre eventos, serviços e profissionais especializados em cuidados veterinários e bem-estar animal na sua região.

Fonte: do Autor.

Figura 21. Persona 3.



Marta Pessoa, 27 anos
João Pessoa - PB, Brasil
Feminino, Solteira
Doutorado completo
Analista de sistemas
Renda: R\$14.800

Personalidade: Marta é uma pessoa sensível, idealista e engajada com causas sociais, especialmente a proteção animal. É empática, gosta de ajudar quem precisa e valoriza a adoção responsável como uma forma de transformar vidas. Mora sozinha e sente falta de uma companhia que traga mais acolhimento para sua rotina.

Objetivo: Quer adotar um animal de estimação, especificamente um gato, para ter companhia no dia a dia e, ao mesmo tempo, contribuir com a causa da adoção responsável, diminuindo o número de animais abandonados. Busca sentir-se mais conectada emocionalmente e socialmente por meio desse gesto solidário.

Hobby: Passa parte do tempo livre consumindo conteúdos de ONGs, influenciadores e ativistas da causa animal nas redes sociais. Gosta de se informar sobre bem-estar pet, adoção e direitos dos animais, buscando sempre ampliar seus conhecimentos sobre esses temas. Também curte momentos de lazer tranquila, como ler e assistir vídeos.

Dificuldades: Tem receio de não estar preparada para adotar, pois ainda possui muitas dúvidas sobre os cuidados iniciais, vacinas, alimentação e adaptação de um animal de estimação. Precisa de informações claras, confiáveis e acessíveis sobre o processo de adoção e sobre como garantir que o pet tenha qualidade de vida desde o primeiro dia.

Fonte: do Autor.

5.1.6. Análise dos problemas

Os resultados obtidos através de pesquisas feitas com o público-alvo, a fim de definir o escopo de usuários do aplicativo, mostram que os problemas que atuam como base deste projeto permanecem atuais e são vivenciados diariamente pela população de João Pessoa - PB. Os dados, principalmente provindos das perguntas 12 e 15, evidenciam a realidade na cidade: há muitos casos de abandono de animais em locais públicos para que, em teoria, a responsabilidade do cuidado com os animais saia de quem pratica o abandono e passe a ser da sociedade que convive naquele meio.

Daí surge o “animal comunitário” que passa a depender do cuidado da comunidade local, segundo conceito apresentado por Lewgoy, Sordi e Pinto (2015, p. 80). Os autores evidenciam, no entanto, que muitos protetores se opõem a tal conceito e o consideram inválido, uma vez que “não existe animal de rua, mas apenas animal abandonado” (Lewgoy, Sordi, Pinto, 2015, p. 80). Para os protetores que participaram do estudo, os animais, principalmente gatos, não podem ou devem conviver em ambiente de rua sem um ou mais tutores responsáveis. Tal questão — se um animal pode ou não viver em situação de rua — tem relação direta com os resultados das perguntas 8, 10 e 14. O ambiente é o que irá definir a questão de sobrevivência e bem-estar do animal através de diversos fatores como abrigo, alimentação, predação e principalmente a consciência da população local.

É justamente na mobilização da "consciência da população local" que reside a chave para a transformação dessa realidade. Enquanto a existência de "animais comunitários" evidencia uma preocupação social e um cenário de vulnerabilidade, essa preocupação precisa de um canal eficaz para se converter em uma solução definitiva: a adoção responsável. Garantir um lar seguro é a forma mais efetiva de prover o abrigo, a alimentação e a proteção que o ambiente de rua nega a esses animais.

Contudo, a vontade de ajudar esbarra em um obstáculo prático: a falta de informação e de um meio facilitador. Potenciais tutores muitas vezes não sabem onde encontrar animais para adoção, como proceder ou a quem recorrer. Desta forma, o primeiro problema que este projeto busca solucionar é a criação de uma ponte digital para otimizar e incentivar a adoção de animais em João Pessoa, transformando a intenção em ação.

Já a segunda parte do problema pode ser abordada a partir da perspectiva de Preece Rogers e Sharp (2013, p. 125) e sua abordagem do DCU, onde as autoras avaliam como os seres humanos são seres sociáveis e codependentes, isto é, que necessitam de interação e convívio com outras pessoas. A flexibilidade que a tecnologia proporciona para propiciar tais interações

é enorme: seja por mensagens de texto, ligações de voz ou vídeo, o contato em tempo real independe da distância entre os envolvidos.

Abordar essa versatilidade através da criação de uma comunidade virtual garante não só um maior uso do aplicativo final, mas também uma experiência completa para os usuários. Embora as respostas da pergunta 10 mostrem que a maioria das pessoas acredita ter conhecimentos básicos suficientes para cuidar de um pet, as perguntas 13, 18 e 20 mostram que a mesma maioria acredita que a tecnologia pode auxiliar no processo de cuidados através de informações de qualidade, ou já a utiliza com tal finalidade.

Assim, se torna evidente como a abordagem dos dois propósitos — adoção e comunidade — através de uma metodologia como o DCU e gamificada garante uma experiência completa de engajamento e interação aos usuários.

5.2. IDEACÃO

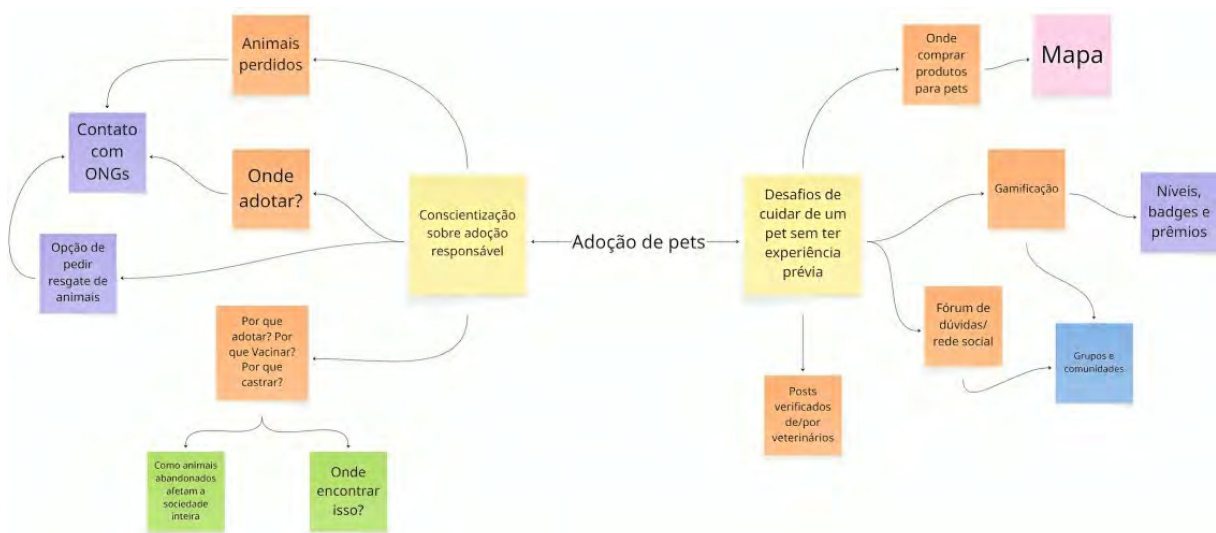
5.2.1. Brainstorming

Tim Brown (2018, p. 107) esclarece que a técnica de brainstorming é útil quando se quer gerar uma grande variedade de ideias baseadas em um tema. O autor explica que o brainstorming, quando bem elaborado e com regras, exercita a criatividade e permite que soluções inovadoras sejam criadas. Assim, foi realizada uma sessão de brainstorming com um grupo de pessoas do público-alvo, a fim de definir possíveis funcionalidades para o Patinhas a partir de novas percepções.

Durante o brainstorming, ficou evidente que os tópicos e ideias eram levantados a partir de dois temas centrais: o abandono de animais e as dificuldades enfrentadas por tutores sem experiência prévia no cuidado aos animais. Isso está alinhado com os objetivos do projeto, fundamentando cada vez mais a elaboração do projeto ao redor desses tópicos.

Ao organizar as ideias levantadas no brainstorming em formato de mapa mental (figura 20), foi possível conectar alguns tópicos que, mesmo partindo de pontos diferentes, podiam ser aproveitados da mesma forma.

Figura 22. Brainstorming.

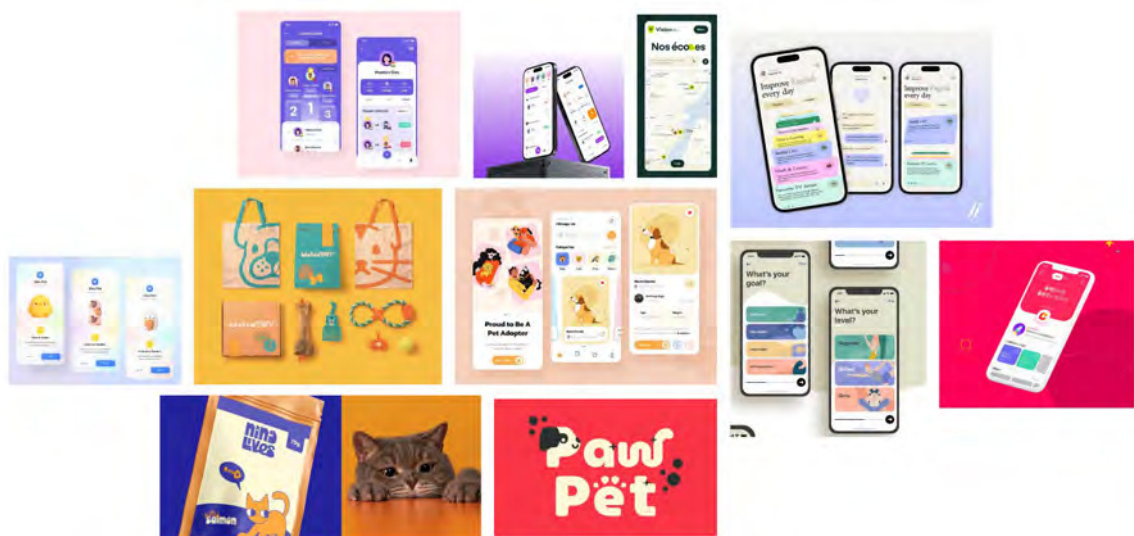


Fonte: do Autor [disponível em <https://kaizin.work/brainstorming/>].

5.2.2. Moodboard

O moodboard ou painel semântico é uma ferramenta que auxilia no processo de criação de uma peça visual, com um apanhado de referências de elementos que serão ser aplicados no projeto e que ajuda a guiar o designer durante o processo. O moodboard montado reuniu referências para diversas etapas do projeto, incluindo a elaboração da marca, escolhas tipográficas, cores e elementos de gamificação.

Figura 23. Moodboard.



Fonte: do Autor (2025).

5.2.3. Estilo

5.2.3.1. Tipografia

Buscando manter uma interface profissional, mas que demonstre que se trata de uma aplicação acolhedora, foi escolhida a fonte *Pretendard* para o corpo do texto, “Uma fonte neo-grotesca adequada para aplicações multiplataforma e tipografia multilíngue. Pretendard foi projetada com base em Inter, Source Han Sans e M PLUS 1p. Ela proporciona legibilidade de texto aprimorada sem a necessidade de ajustes adicionais de escala, espaçamento entre letras e ajustes ópticos” (Orioncactus, 2025).

A fim de realçar a proposta de um aplicativo gamificado, optou-se pela fonte geométrica GT Walsheim, utilizando o peso Ultra Bold para os títulos especiais.

Figura 24. Tipografia.

GT Walsheim **Todo pajé vulgar faz
boquinha sexy com kiwi**

Pretendard

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Curabitur neque quam, sollicitudin a nunc sed, luctus scelerisque nibh. Phasellus vehicula non nulla eu tristique. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Vestibulum et vestibulum enim. Suspendisse consequat tortor ac lectus vestibulum, in aliquam libero auctor. Suspendisse tellus tortor, tempor sed malesuada ut, convallis sit amet est. Nulla et dignissim diam. Vivamus at sodales lorem.

Fonte: do Autor (2025).

5.2.3.2. Logotipo

No estágio de pesquisa, a fim de entender as expectativas dos usuários quanto ao nome e à identidade do projeto, foi incluída uma pergunta no formulário ao público-alvo solicitando sugestões de nomes para o aplicativo. Os resultados indicam uma clara expectativa de algo diretamente relacionado a animais de estimação, em particular cães e gatos. Além disso, a maioria das sugestões é formada pela combinação de dois ou mais termos, como “AdotaPet” e “AdoteJampa”. As sugestões também indicam que é esperado algo que transmita afeto e carinho, o que é coerente com os objetivos do projeto.

Considerando as sugestões e o conhecimento ao longo das pesquisas, o nome escolhido foi Patinhas, um nome considerado fácil para memorização e fala, e que transmite a ideia de uma aplicação acolhedora relacionada a animais de estimação. Seguindo essa ideia, a logo foi

montada utilizando a fonte “Buhega Chocoo”, uma fonte *bold* em caixa alta e com traços arredondados, que transmite uma sensação de acolhimento, amizade e diversão. Foram feitas algumas modificações, a fim de tornar umas das letras “a” semelhante ao vetor de um cachorro com a inclusão de orelhas e um focinho.

Figura 25. Logotipo Patinhas



Fonte: do Autor.

5.2.3.3. Cores

Para as cores, o intuito foi utilizar uma paleta com cores quentes para transparecer as sensações de acolhimento, conforto e bem-estar. A cor principal foi dividida em sete variações de tons, sendo a principal (*Primary 500*) utilizada na logo e na maioria dos elementos da interface.

Em conjunto foram utilizados tons de verde, roxo e amarelo de forma complementar em pontos menores da interface. As combinações foram analisadas cuidadosamente para que fossem agradáveis aos olhos do usuário, sem excesso e mantendo uma hierarquia constante que eleva a experiência do usuário.

Figura 26. Cores.



Fonte: do Autor.

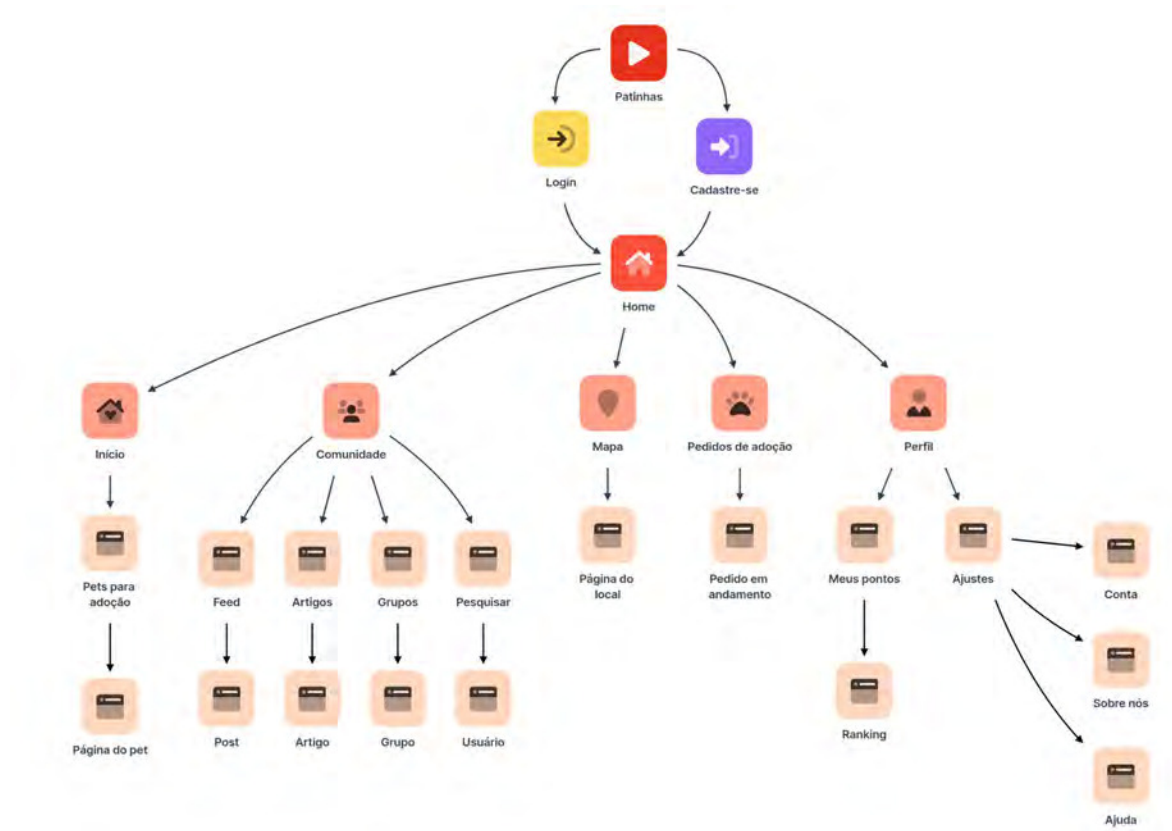
5.2.4. Sitemap

O sitemap funciona como um diagrama de alto nível para compreender e organizar o conteúdo do aplicativo, representando a estrutura de forma hierárquica, mostrando todas as páginas, como elas se conectam e quais etapas devem ser realizadas para chegar a cada uma, como um mapa de navegação. Essa ferramenta desempenha um papel crucial na otimização da experiência do usuário ao navegar em um site ou aplicativo. Sua principal utilidade consiste em auxiliar o designer a elaborar uma interface que tenha uma navegabilidade fluida e intuitiva, um fator determinante para a satisfação do usuário.

Ao garantir que as páginas principais do sistema sejam facilmente acessíveis e que a transição entre elas ocorra de forma rápida, a ferramenta contribui diretamente para a eficiência

e a usabilidade. Uma boa navegabilidade não apenas agiliza o acesso à informação desejada, mas também reduz a frustração do usuário, que muitas vezes desiste de um sistema se encontrar dificuldades para encontrar o que procura. Assim, a ferramenta se mostra fundamental para a construção de uma interface amigável e eficiente, incentivando a exploração e o engajamento com o conteúdo ou funcionalidades oferecidas.

Figura 27. Sitemap.



Fonte: do Autor [disponível em <https://kaizin.work/sitemap>].

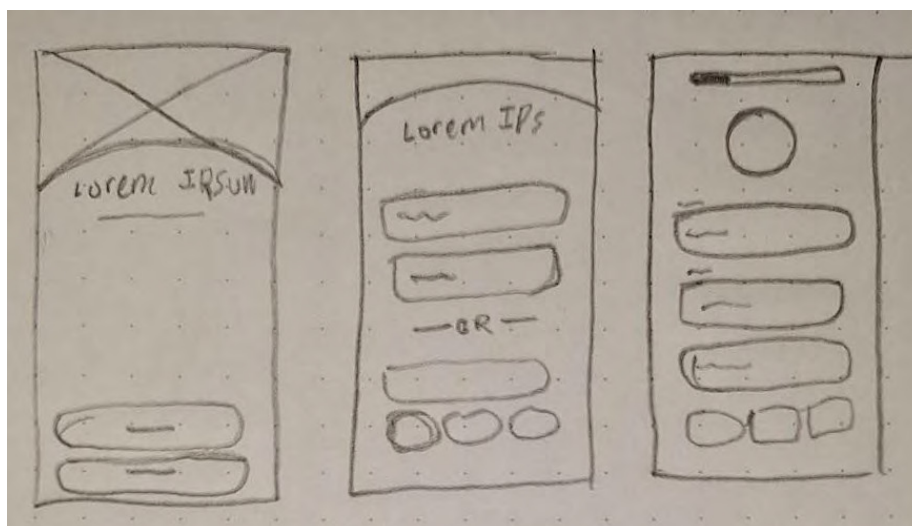
5.3. PROTOTIPAÇÃO

5.3.1. Protótipo em papel

Após estabelecer as principais funcionalidades do aplicativo e a ordem na qual deveriam ser exibidas as telas do aplicativo, foram elaborados os primeiros protótipos em papel. As primeiras telas elaboradas foram as de início, para acesso e cadastro de um novo usuário; ao iniciar o aplicativo, o usuário veria as opções de *login* ou cadastro, e ao selecionar cada uma seria direcionado para uma nova tela onde teria que digitar e-mail e senha, ou selecionar um método de login para acesso, como redes sociais ou conta Google.

Após criar um cadastro, um novo usuário é direcionado para uma tela de elaboração de perfil, onde pode selecionar uma imagem de perfil e nome de usuário em um formulário breve. Esse formulário também seria utilizado para guardar dados pessoais e demográficos, úteis para a busca de pets próximos e essenciais para análise do perfil do adotante.

Figura 28. Protótipos em papel - telas de acesso.

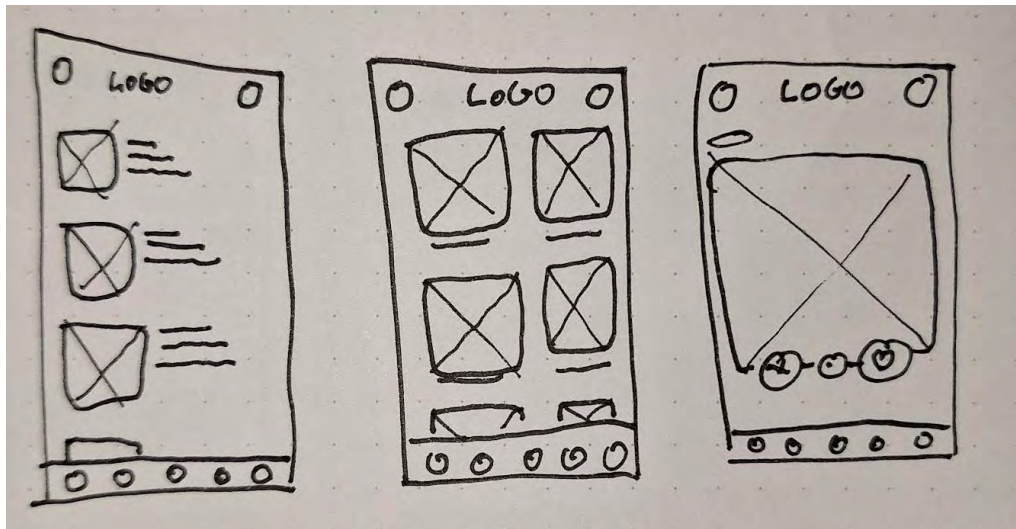


Fonte: do Autor.

A próxima tela é a de visualização dos pets disponíveis para adoção na região de João Pessoa, onde o usuário pode visualizar os pets através de cartões com informações essenciais como idade, porte e raça. O sistema de cartões foi considerado após uma breve pesquisa sobre como mostrar as informações de forma rápida e simples, sem poluição visual para uma melhor experiência do usuário. O sistema de cartões do Patinhas foi pensado com base no sistema do aplicativo de relacionamentos Tinder. Outra opção considerada foi o sistema de lista, útil para exibição de mais de um pet ao mesmo tempo.

Variações da tela inicial foram geradas para avaliação com um grupo de possíveis usuários, para compreender qual das opções tinha mais êxito em captar a atenção e facilitar o uso do aplicativo. Após as avaliações foi decidido utilizar o sistema de cartões como tela principal e o sistema de lista como apoio secundário, caso o usuário queira visualizar dessa forma.

Figura 29. Protótipos em papel - tela inicial.

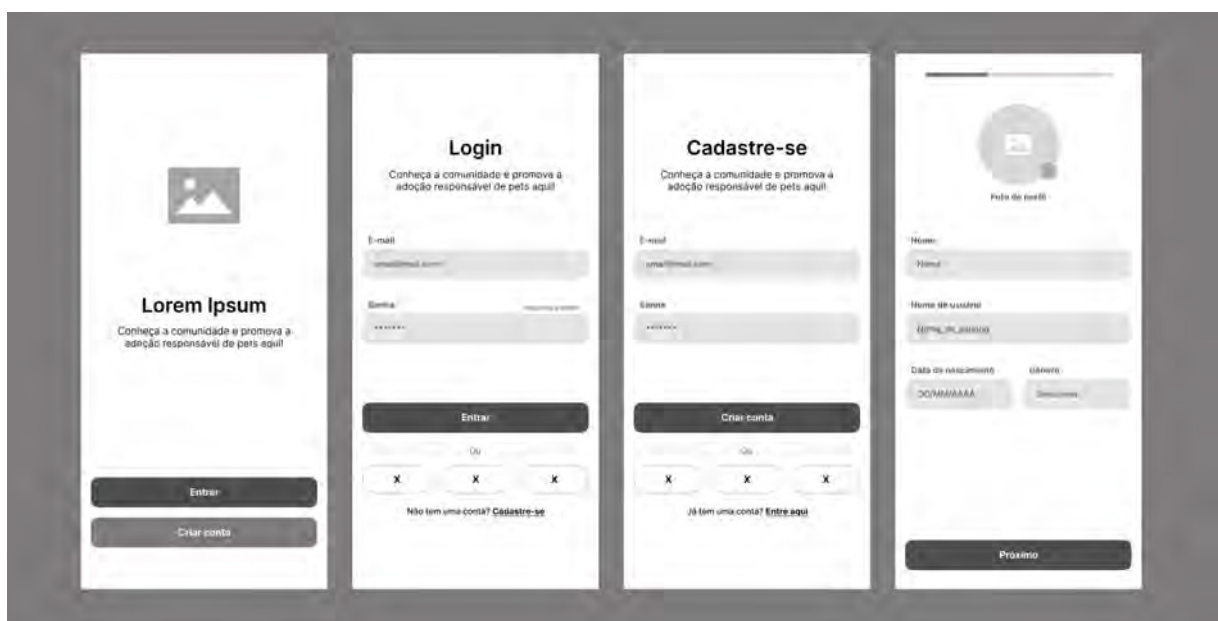


Fonte: do Autor.

5.3.2. Wireframes

A partir dos protótipos em papel, foram gerados wireframes de baixa fidelidade na ferramenta Figma para garantir que os elementos seriam organizados hierarquicamente na interface e corrigir possíveis inconsistências no design. Aqui, foram geradas alternativas para as propostas do aplicativo — interface acolhedora, aplicabilidade da gamificação — e selecionadas de acordo com avaliações rápidas com um grupo pequeno de pessoas do público-alvo.

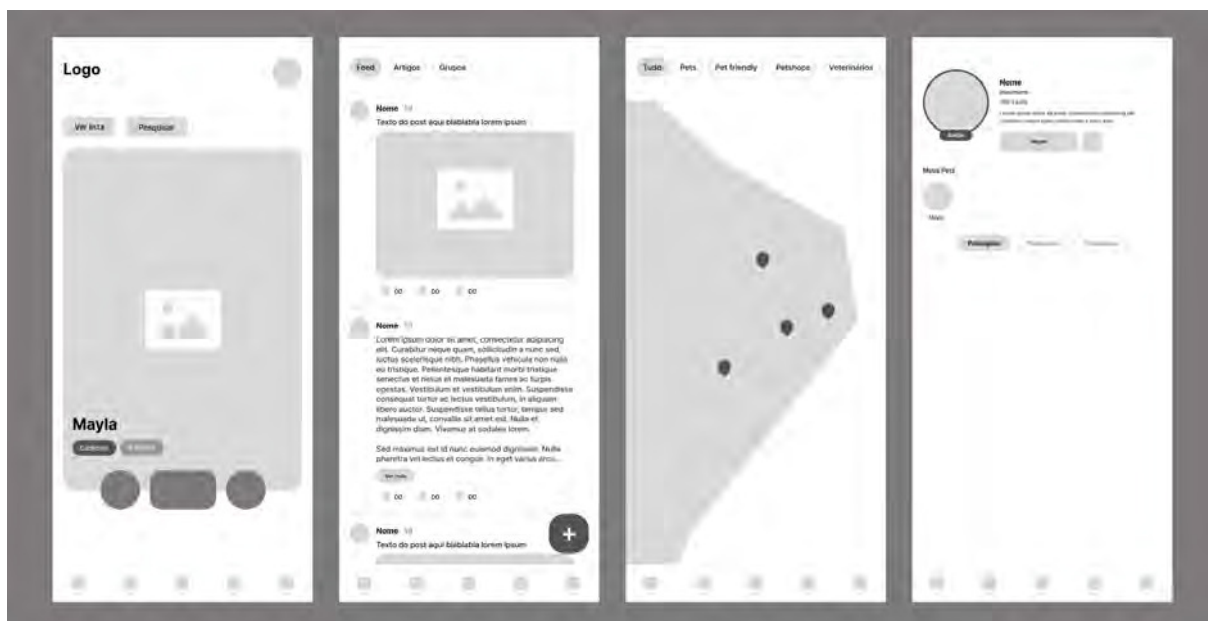
Figura 30. Wireframes telas de acesso.



Fonte: do Autor.

Os wireframes foram essenciais para entender como os elementos deveriam se comportar na interface, especialmente o menu de navegação inferior, que não poderia ter mais que 5 botões. As 5 telas principais estabelecidas para o menu inferior foram: Início (cards de adoção), comunidade, mapa, adoção e perfil. Essa seleção reflete o objetivo do aplicativo em promover a adoção e a integração da comunidade, garantindo fácil acesso às principais funcionalidades.

Figura 31. Wireframes telas iniciais.



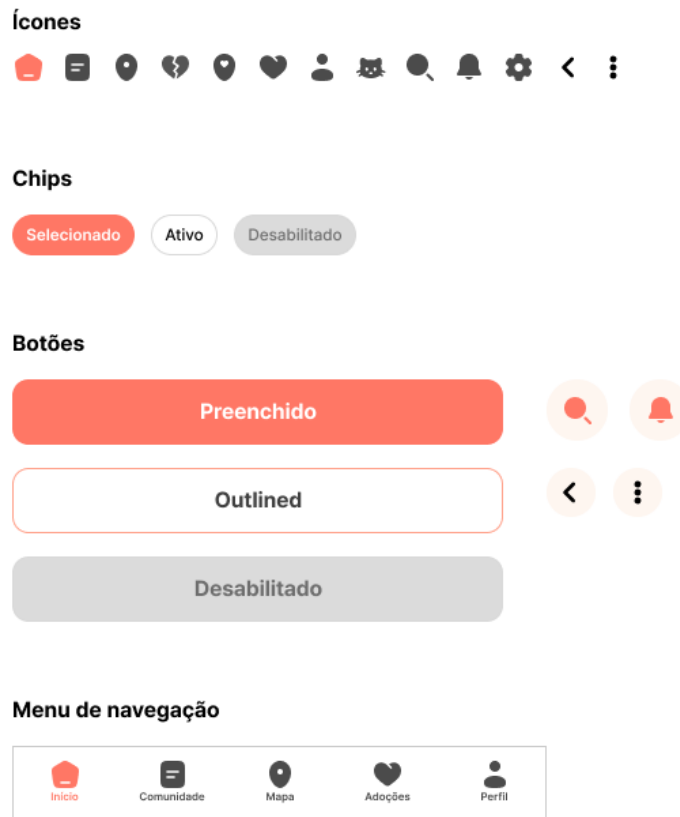
Fonte: do Autor.

5.3.3. Design system

A etapa de design system, ou sistema de design, consistiu em definir os aspectos visuais de elementos que se repetem dentro da interface para criar um sistema consistente, algo essencial para garantir uma boa experiência do usuário. São elementos que se repetem: menu de navegação, botões, tags/chips, ícones etc.

Os ícones utilizados fazem parte da biblioteca de ícones Iconify, integrada à ferramenta Figma.

Figura 32. Elementos do design system.



Fonte: do Autor.

5.3.4. Protótipo de alta fidelidade

A proposta do Design Centrado no Usuário busca promover um processo cíclico que facilite a construção de um produto, o que ficou evidente na elaboração do projeto. Utilizando as informações obtidas através da realização das etapas anteriores, foi possível projetar um protótipo de alta fidelidade da interface e confirmar a importância de se projetar com foco no usuário.

Ainda utilizando a plataforma Figma, foram elaboradas telas de alta fidelidade para a interface, garantindo que elas pudessem ser compiladas para um protótipo interativo funcional na própria plataforma.

A primeira tela é a tela de carregamento do aplicativo, onde é exibida a logo do Patinhas ao usuário. Essa tela é essencial para exibir a identidade visual do aplicativo e causar uma boa primeira impressão no usuário.

Figura 33. Tela de carregamento.



Fonte: do Autor.

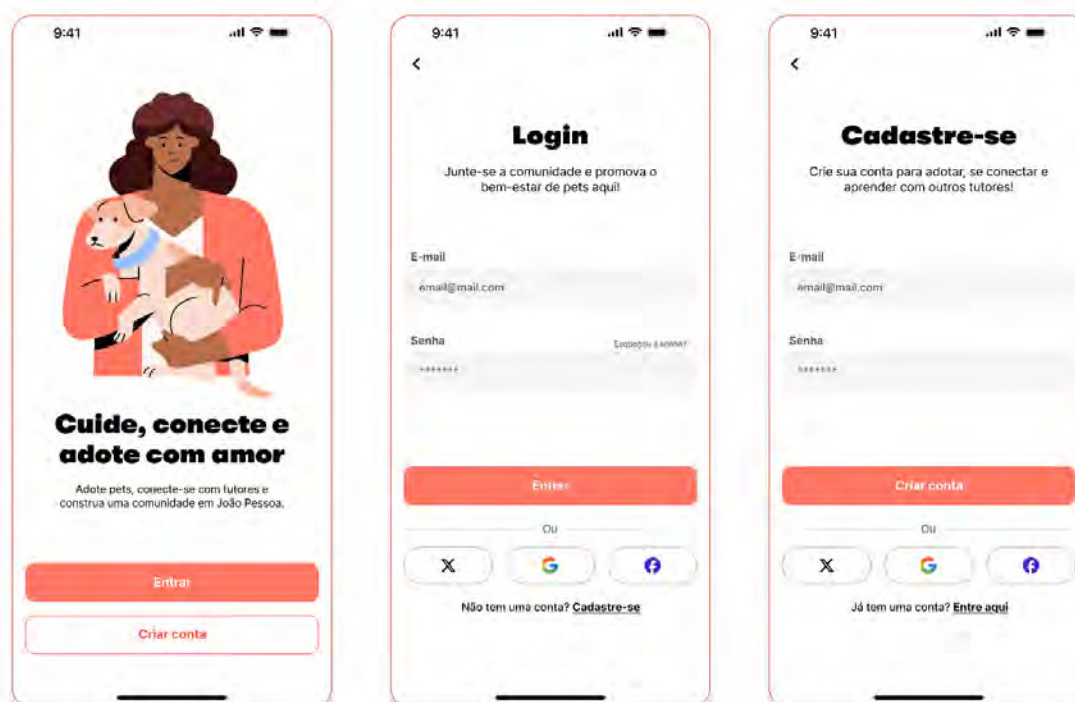
A tela seguinte é a tela de apresentação do aplicativo, onde foi utilizada uma ilustração em conjunto com textos para apresentar o projeto de forma breve, mas esclarecedora. A ilustração utilizada foi obtida através da plataforma *Freepik*, e foi adaptada com cores quentes da paleta do aplicativo, buscando gerar um apelo emocional inicial que cativa o usuário com uma sensação acolhedora.

A frase principal utilizada como título foi “Cuide, conecte e adote com amor” para apresentar as propostas do aplicativo. Aqueles que já possuem pets podem obter dicas para *cuidar* melhor e promover o bem-estar dos pets, a plataforma digital em formato de rede social permite que pessoas se *conectem* entre si, criando uma comunidade cada vez maior, além do propósito principal do Patinhas, que é promover e facilitar a *adoção* responsável de pets na região de João Pessoa.

A frase auxiliar escolhida foi “Adote pets, conecte-se com tutores e construa uma comunidade em João Pessoa”, destacando os pontos de ação do aplicativo — adotar e conectar a comunidade —, e sinalizando a regionalidade da proposta e aumentando a confiança do usuário ao sinalizar que o app é feito para seu contexto.

Por fim, a tela possui os botões de ação posicionados na parte inferior da tela, garantindo fácil alcance ao usuário. Os botões levam o usuário para as telas de cadastro de um novo usuário ou acesso a uma conta já existente. O mesmo princípio da tela de apresentação foi utilizado nas telas de acesso, com a ilustração dando lugar a campos de formulário e botões com cantos arredondados para assegurar a proposta informal do aplicativo.

Figura 34. Telas de apresentação e acesso.



Fonte: do Autor.

Para novos usuários, foi elaborado um formulário inicial para criar um perfil público utilizado tanto como perfil de adotante quanto como perfil da comunidade. O formulário possui perguntas sobre dados essenciais como nome, nome de usuário, data de nascimento e localização do usuário.

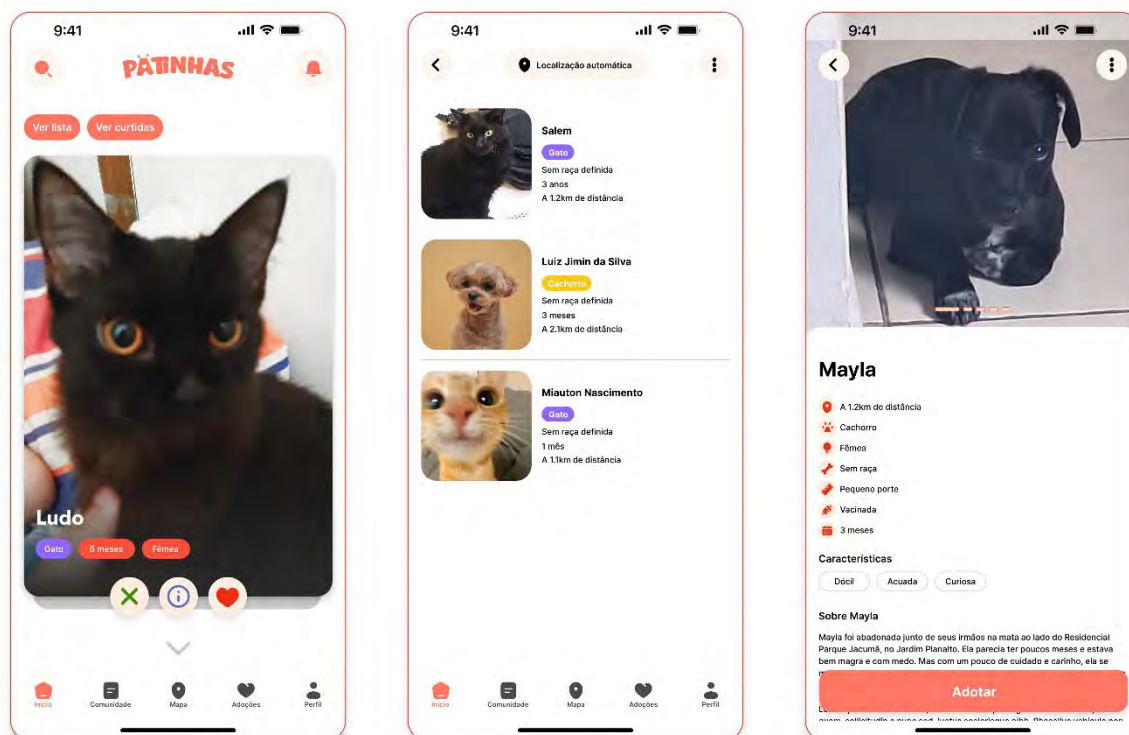
Após o acesso, o usuário é direcionado à página Início, tela inicial do aplicativo onde está destacado o campo de adoção de pets em formato de cards deslizantes. No topo da tela ficam os botões de pesquisa e notificações alinhados à logo do Patinhas. No centro da tela ficam os cards de pets para adoção e os botões de ação, indicando a possibilidade de arrastar o card para a esquerda para pular e para a direita para curtir. Também é possível mudar para a visualização em lista dos pets e acessar as curtidas neste campo.

Abaixo desta seção fica um menu de acesso a algumas funções do aplicativo, como a página de pets desaparecidos, ajuda, promoções e ranking de usuários ativos. Também há

espaço para um *banner* informativo, que pode ser utilizado para destacar campanhas, eventos e ações importantes.

O menu de navegação inferior é fixo na tela, independente da página em que o usuário esteja, garantindo uma fácil navegação dentro do aplicativo.

Figura 35. Telas de início, adoção de pets e visualização em lista.



Fonte: do Autor.

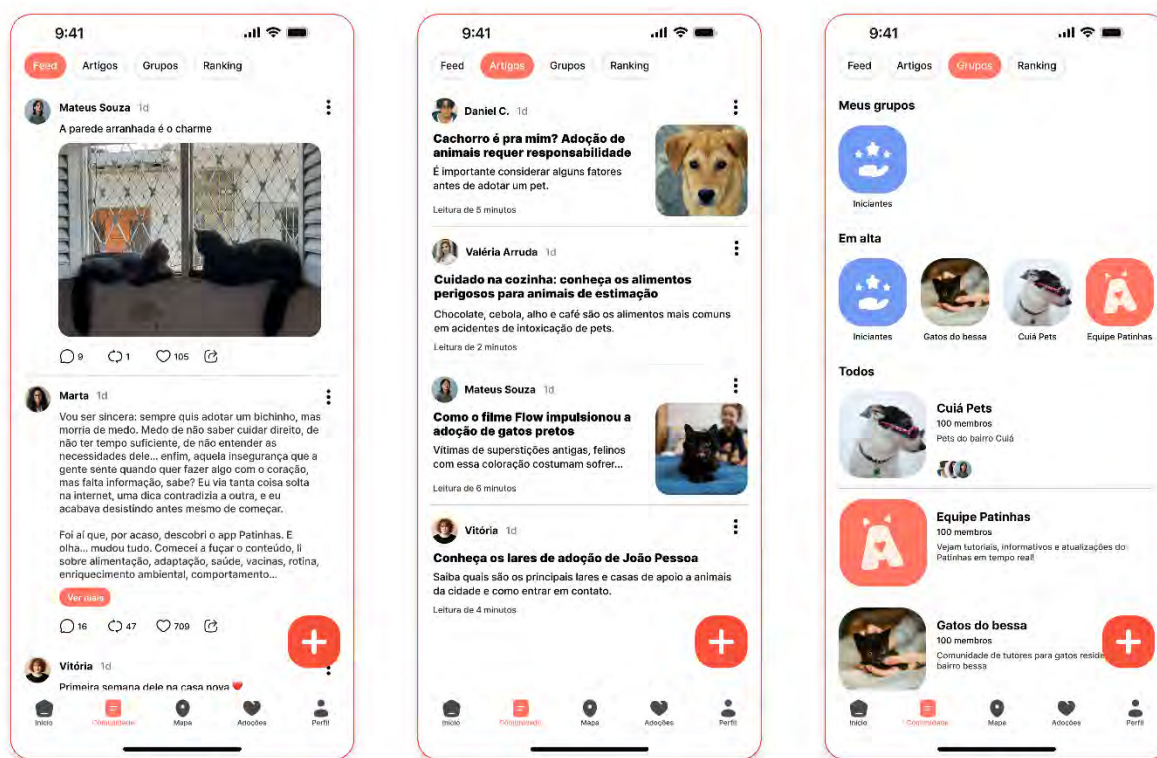
Seguindo a ordem do menu de navegação, a página seguinte é a de Comunidade onde, na parte superior, existem quatro botões de navegação. Os três primeiros botões alteram o conteúdo da tela para três opções de *feed* (listagem contínua de postagens ou elementos em formato de linha do tempo) diferentes. O primeiro feed, selecionado por padrão, é o principal que une publicações de usuários comuns do aplicativo e artigos publicados por usuários com níveis maiores ou veterinários verificados.

Para as postagens de usuários comuns é possível interagir através de curtidas, republicações e comentários. Essa interação é feita por meio de botões na parte inferior do componente da publicação, enquanto no centro ficam o texto e imagem se houver e na parte superior pode-se encontrar a imagem e nome do autor junto da data da publicação.

O segundo botão atualiza o conteúdo para um feed onde constam apenas artigos verificados, como forma de filtrar e facilitar o acesso às informações mais importantes e de qualidade. O componente dos artigos possui a imagem e nome do autor na parte superior, título e subtítulo na parte central e imagem em tamanho menor do lado direito. Esse formato foi escolhido para garantir uma separação visual fácil entre publicações e artigos.

O terceiro botão exibe um feed de grupos dentro da comunidade. Essa ideia foi utilizada pensando em estimular a formação de comunidades mais centradas em um único elemento, como grupos por bairro ou animais com características semelhantes. Na tela o usuário pode verificar a opção de criar um grupo, acessar grupos dos quais já faz parte, ver grupos mais acessados ou uma listagem geral de todos os grupos.

Figura 36. Telas de feed inicial, artigos e grupos.



Fonte: do Autor.

Por fim, o último dos botões de navegação da tela de comunidades exibe um ranking dos usuários com mais pontos no aplicativo. Essa página surgiu a partir da proposta de gamificação do Patinhas como forma de estimular o uso do aplicativo. Considerando o perfil do usuário obtido nas etapas anteriores, é evidente que uma grande parcela dos usuários consiste em jovens-adultos amplamente conectados à diferentes tecnologias.

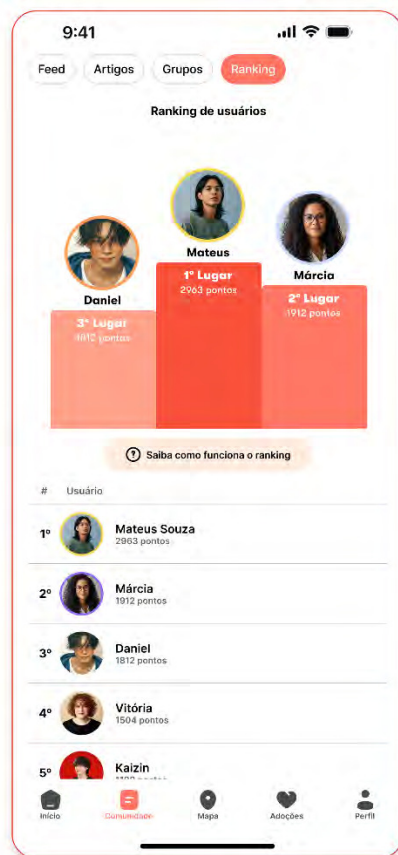
Pensando em como utilizar isso para elaborar e aplicar a gamificação, foi montado um sistema de pontos e níveis de usuários dentro do aplicativo. O objetivo do sistema é estimular a utilização constante do aplicativo sem comprometer a experiência de usuários que optem por não participar efetivamente da gamificação pois, embora possa estimular aqueles com espírito competitivo, um sistema de gamificação muito elaborado pode desestimular o uso para outros usuários.

Assim, foi implantado um sistema de pontos por utilização do aplicativo: ao acessar o aplicativo e permanecer por alguns minutos, o usuário garante uma quantidade de pontos. O mesmo acontece com as interações; quanto mais o usuário interage com a comunidade através de curtidas, publicações e comentários, mais pontos ele garante sem ter sua experiência afetada.

Os pontos obtidos dessa forma serão somados diariamente, gerando um ranking com os cinquenta usuários ativos com mais pontos do aplicativo. Além disso, os pontos garantem diferentes níveis ao usuário: Novato Protetor, Tutor Dedicado e Herói Animal. Esses níveis englobam usuários iniciantes, intermediários e especialistas, respectivamente. Cada um desses níveis garante ao usuário insígnias especiais — também chamadas de *badges* no contexto de desenvolvimento. As badges podem ser colecionadas e exibidas no perfil do usuário junto com o nível.

Há também um quarto nível especial definido como Guardião de Patinhas, exclusivo para usuários que realizaram uma adoção através do aplicativo.

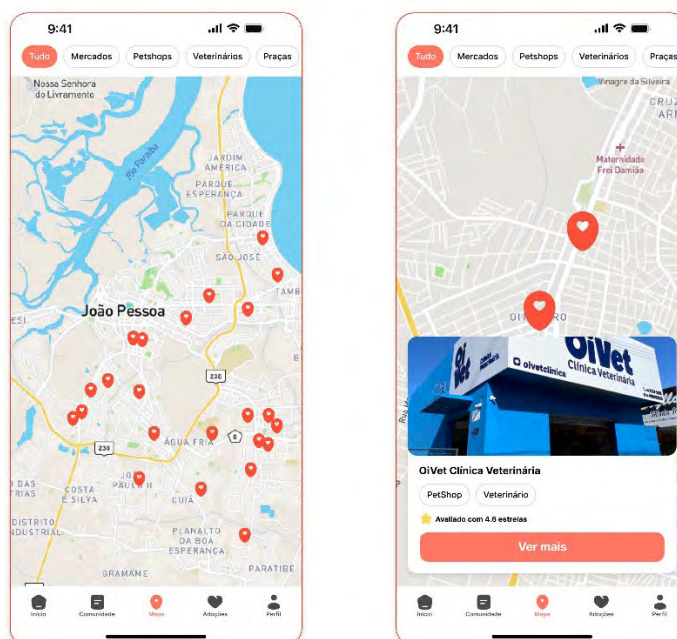
Figura 37. Tela de ranking gamificado.



Fonte: do Autor.

A opção seguinte do menu de navegação é o Mapa: uma tela onde é possível visualizar locais diversos associados ao cuidado com pets. Na parte superior da tela existem filtros que podem ser utilizados para navegar entre as categorias de locais, como *petshops*, clínicas veterinárias, mercados, restaurantes e outros locais *pet-friendly* na região de João Pessoa.

Figura 38. Tela de mapa.

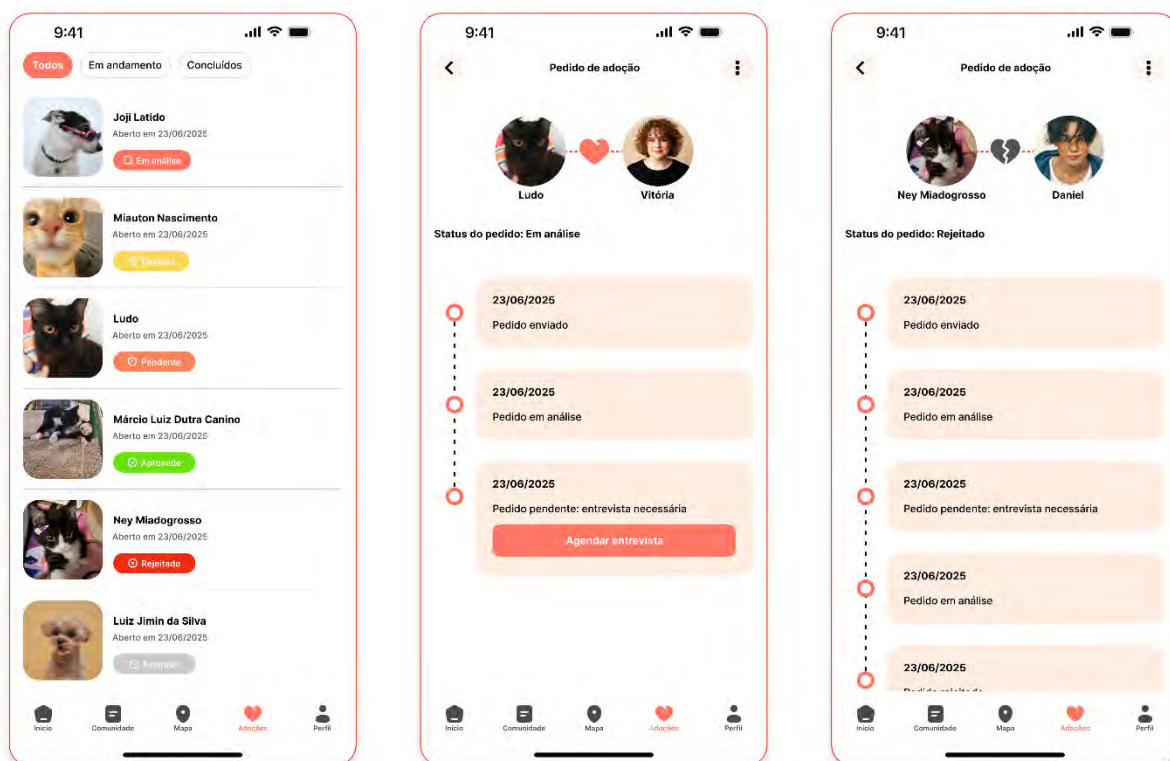


Fonte: do Autor.

A quarta opção do menu de navegação é a Adoções, onde o usuário pode verificar seus pedidos de adoção feitos dentro do aplicativo. Através de botões na parte superior, o usuário pode filtrar entre visualizar pedidos em andamento, finalizados ou todos.

Para os componentes de exibição dos pedidos em lista, foram pensadas *tags* para categorizar os pedidos de forma visual a partir de seu status: pedidos em enviados possuem uma *tag* amarela, pedidos aprovados possuem uma tag verde e pedidos rejeitados possuem uma tag vermelha, por exemplo. Também é possível ver a imagem do pet e a data de envio do pedido no componente.

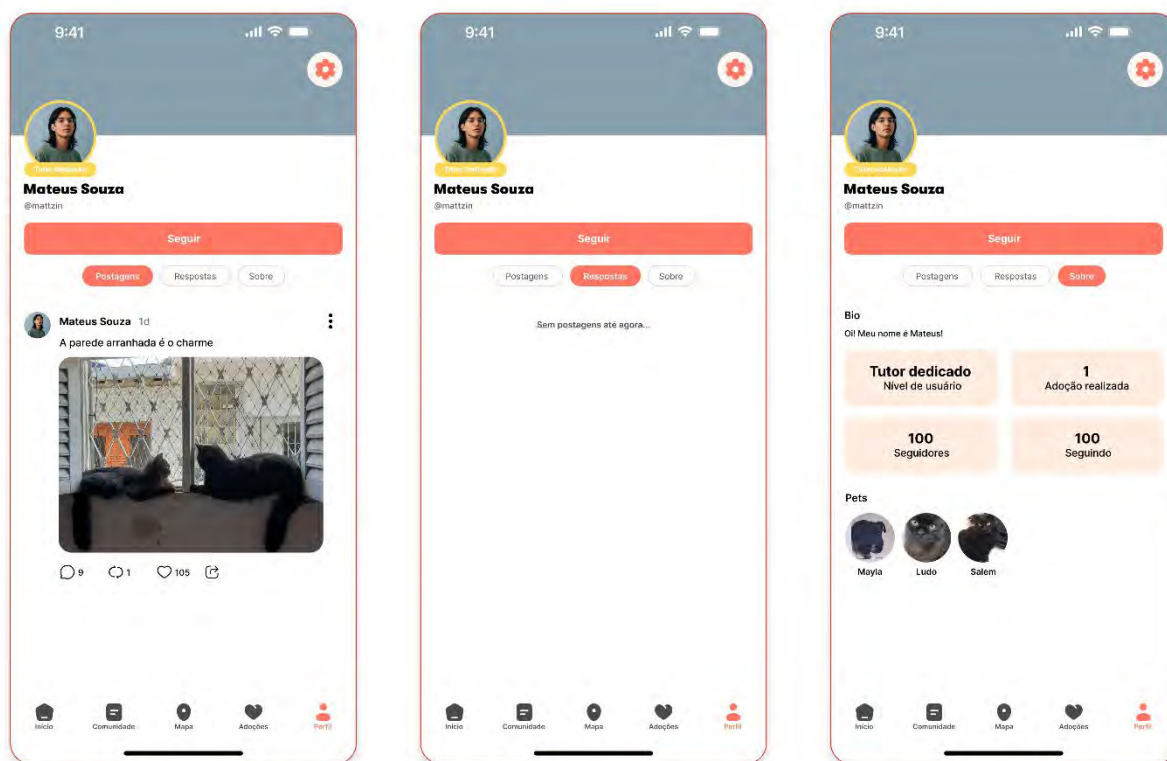
Figura 39. Tela de listagem de pedidos e visualização de pedidos.



Fonte: do Autor.

A quinta e última opção do menu de navegação é a Perfil, onde o usuário pode verificar informações do perfil, nível, ranking, publicações, pets, seguidores e contas que segue. A partir dessa página é possível acessar as configurações do aplicativo ou editar o perfil.

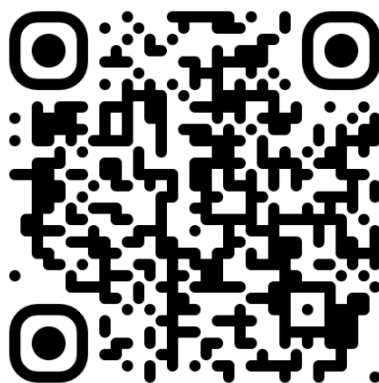
Figura 40. Tela de perfil.



Fonte: do Autor.

O protótipo de alta fidelidade pode ser acessado em sua versão interativa através do QR code abaixo (figura 40) ou do link: kaizin.work/prototipo.

Figura 41. QR Code.



Fonte: do Autor.

5.4. AVALIAÇÃO

Embora parte do processo de DCU proposto pelos autores base do projeto, a etapa de avaliação não foi aprofundada neste projeto por fatores limitantes relacionados ao tempo de pesquisa e análise. A pesquisa de avaliação busca avaliar, em resumo, se os objetivos do projeto foram atingidos e as necessidades dos usuários, solucionadas. Essa pesquisa pode ser realizada de diferentes formas, com ou sem os usuários presentes e utilizando diversos conceitos existentes.

Um desses conceitos são as Heurísticas de Usabilidade, propostas por Jakob Nielsen, que constituem um conjunto de dez princípios gerais para o design de interação. Elas não são regras específicas, mas sim diretrizes amplas, ou "regras de ouro", que servem como um guia fundamental na criação e avaliação de interfaces de usuário. O objetivo desses princípios é ajudar a identificar problemas de usabilidade no design de um produto digital de forma rápida e eficiente. As dez heurísticas são: 1) Visibilidade do status do sistema; 2) Compatibilidade entre o sistema e o mundo real; 3) Controle e liberdade para o usuário; 4) Consistência e padronização; 5) Prevenção de erros; 6) Reconhecimento em vez de memorização; 7) Flexibilidade e eficiência de uso; 8) Estética e design minimalista; 9) Ajuda aos usuários para reconhecer, diagnosticar e se recuperar de erros; e 10) Ajuda e documentação (Nielsen, 1994).

Buscando solidificar o trabalho elaborado mesmo com as limitações de tempo e escopo, foi realizada uma análise breve do protótipo através de algumas dessas heurísticas, consideradas essenciais para validar os objetivos do projeto nesta fase. Em vez de uma avaliação heurística completa, que idealmente envolveria múltiplos avaliadores, optou-se por uma verificação interna focada nos princípios mais alinhados à experiência do usuário que o aplicativo "Patinhas" visa proporcionar. Dessa forma, a análise a seguir concentra-se em um conjunto selecionado dessas diretrizes para verificar a eficácia e a qualidade da interface projetada.

- Visibilidade do Status do Sistema: o Patinhas fornece feedbacks rápidos em resposta às ações dos usuários, como confirmação de envio de pedidos de adoção (ex.: tags de status: "Enviado", "Aprovado"), e fornece informações claras sobre a localização do usuário, como exemplificado pelo menu de navegação inferior que destaca a página atual com uma cor distinta;
- Compatibilidade entre o Sistema e o mundo real: a linguagem é acessível e alinhada ao público-alvo, como visto na nomenclatura dos níveis ("Tutor Dedicado", "Guardião de

Patinhas”), e os ícones utilizados remetem a conceitos de conhecimento geral, como o coração em curtidas ou alfinete para mapa;

- Controle e liberdade para o usuário: as opções de navegação são flexíveis, permitindo que o usuário escolha a melhor visualização de determinados componentes, utilize filtros rápidos para modificar o conteúdo exibido e possa sempre retornar à tela anterior por meio de botões de retorno;
- Consistência e Padronização: a utilização do design system garante que os elementos da interface estejam padronizados, assim como o posicionamento dos componentes foi pensado para seguir um padrão, garantindo a consistência;
- Estética e design minimalista: essa característica foi priorizada durante a elaboração da interface do Patinhas, buscando garantir que todas as funcionalidades essenciais estivessem presentes e a poucos cliques do usuário.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo central deste trabalho foi desenvolver a interface gráfica do aplicativo Patinhas, uma plataforma digital voltada para a promoção da adoção responsável e o fomento a uma comunidade de cuidados para animais de estimação na região de João Pessoa. A proposta buscou responder a uma urgente necessidade social: o crescente número de animais em situação de abandono e as dificuldades enfrentadas tanto por protetores quanto por cidadãos que desejam adotar ou cuidar melhor de seus pets. O resultado, materializado em um protótipo de alta fidelidade funcional e interativo, demonstra que os objetivos traçados foram alcançados com êxito.

A aplicação da metodologia de Design Centrado no Usuário (DCU) foi fundamental para a concepção do projeto. Por meio de um processo cíclico de pesquisa, ideação e prototipação, foi possível compreender as necessidades do usuário de João Pessoa e traduzi-las em uma solução de design. Nesse contexto, o trabalho se alinhou aos princípios do Design Social, utilizando a tecnologia como uma ferramenta para a mobilização da comunidade. A interface foi projetada para ser intuitiva e acolhedora, enquanto a gamificação foi aplicada de forma estratégica para incentivar a participação e fortalecer os laços comunitários.

Com isso, é esperado que o "Patinhas" atue como um motor de auxílio para a causa animal na cidade. Ao centralizar em uma única plataforma os animais disponíveis para adoção, o contato com protetores e as informações sobre cuidados, o aplicativo busca sanar uma das principais dificuldades identificadas na pesquisa: a falta de um canal de comunicação unificado e confiável. Para o potencial adotante, a plataforma oferece um caminho mais claro e seguro; para os protetores e ONGs, ela se torna uma vitrine de grande alcance para seu trabalho, otimizando a busca por lares responsáveis.

Além da adoção, a criação de um espaço comunitário é um pilar do projeto. Espera-se que a troca de experiências e dicas entre tutores crie uma rede de suporte que se estenda para além do ambiente digital. Essa interação contínua tem o potencial de fortalecer a conscientização sobre a posse responsável e, a longo prazo, contribuir para a diminuição dos índices de abandono por falta de preparo dos tutores. Dessa forma, o aplicativo não se limita a resolver um problema imediato, mas busca construir uma base sólida para uma cultura de cuidado mais forte e colaborativa.

Ainda que o protótipo tenha sido avaliado por meio de uma análise heurística, reconhece-se como limitação do projeto a não realização de testes de usabilidade aprofundados com o público-alvo, etapa fundamental para o refinamento da experiência. Dessa forma, os

próximos passos para a evolução do projeto envolvem a condução desses testes com adotantes e protetores de João Pessoa e, subsequentemente, o desenvolvimento técnico para o efetivo lançamento do aplicativo.

Adicionalmente, o desenvolvimento do projeto permitiu identificar oportunidades de aprimoramentos para futuras versões. Para fortalecer a relação entre tutores e as organizações da causa animal, propõe-se a criação de perfis verificados para ONGs, permitindo que elas gerenciem seus animais e criem campanhas de doação diretamente na plataforma. A gamificação também pode ser expandida, integrando um sistema de recompensas reais, como cupons de desconto em parceria com pet shops e clínicas locais. A formalização dessas parcerias e a adição de outras funcionalidades, como um módulo para o registro de animais desaparecidos, consolidariam o "Patinhas" como uma ferramenta central e indispensável para a comunidade.

Em síntese, este trabalho cumpre seus objetivos ao apresentar uma solução de design fundamentada para uma problemática local. O projeto evidencia o potencial do Design Gráfico e de suas metodologias para gerar impacto social positivo, ao propor uma ferramenta que visa fortalecer a comunidade e promover uma cultura de respeito e cuidado com os animais em João Pessoa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALCANTARA, Carlos Augusto Almeida; VIEIRA, Anderson Luiz Nogueira. **Tecnologia Móvel: uma tendência, uma realidade.** *Arxiv*, [S.L.], v. 1, n. 1, p. 1-15, 18 maio 2011. ArXiv. <http://dx.doi.org/10.48550/ARXIV.1105.3715>. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1105.3715>. Acesso em: 22 mai. 2025.
- ARRUDA, Amilton José Vieira de *et al.* **Design e os processos de inovação social como agentes transformadores em comunidades criativas.** In: ARRUDA, Amilton (org.). **Design & Inovação Social.** São Paulo: Blücher, 2017. p. 259-275. (Série [designCONTEXTO] Ensaios sobre Design, Cultura e Tecnologia).
- BRAGA, Marcos da Costa (org.). **Papel social do desgin gráfico:: história, conceitos e atuação profissional.** São Paulo: Senac São Paulo, 2011. 192 p.
- BURKE, Brian. **Gamificar: como a gamificação motiva as pessoas a fazerem coisas extraordinárias.** São Paulo: Dvs Editora, 2015.
- BROWN, Tim. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2018. 272 p. Tradução de: Cristina Yamagami.
- BUENO, Chris. **Relação entre homens e animais transforma comportamentos dos humanos e dos bichos.** *Ciência e Cultura*, [S.L.], v. 72, n. 1, p. 09-11, jan. 2020. Disponível em: http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252020000100004&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 24 mai. 2025.
- CASSOL, Rosane T. C.; PORTO, Sabrina. **Zooterapia uma lição de cidadania: O cão sociabilizador e a criança vítima de violência intrafamiliar.** *Revista Discurso Jurídico, Campo Mourão*, v. 3, p. 46-74, jul. 2007. Disponível em: https://patastherapeutas.com.br/pesquisas/data/files/129/1599862713_WiomxaxzMmQvV60.pdf. Acesso em: 20 mai. 2025
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 698 p. (A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura).
- CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA VETERINÁRIA DO ESTADO DA PARAÍBA. **Paraíba tem 80,5 mil cachorros e gatos abandonados e conta com 11 projetos de controle populacional no CRMV-PB.** Disponível em: <https://www.crmvpb.org.br/paraiba-tem-805-mil-cachorros-e-gatos-abandonados-e-counta-com-11-projetos-de-controle-populacional-no-crmv-pb/>. Acesso em: 08 jan. 2025.
- COOPER, Alan *et al.* **About Face: the essentials of interaction design.** 4. ed. Indianapolis: Willey, 2014. 722 p.
- CYBIS, Walter; BETIOL, Adriana Holtz; FAUST, Richard. **Ergonomia e usabilidade: conhecimentos, métodos e aplicações.** São Paulo: Novatec, 2007.

DOORLEY, Scott *et al.* **Design Thinking Bootleg**. Stanford: D.School At Stanford University, 2018. Disponível em: <https://dschool.stanford.edu/tools/design-thinking-bootleg>. Acesso em: 28 mai. 2025.

FERREIRA, Anália Adriana da Silva. **Design social**. In: NICOLAU, Raquel Rebouças A. (org.). **Zoom: design, teoria e prática**. João Pessoa: Ideia, 2013. Cap. 13. p. 176-187.

FGVCIA. **Pesquisa revela que Brasil tem 480 milhões de dispositivos digitais em uso, sendo 2,2 por habitante**. 2024. Disponível em: <https://portal.fgv.br/noticias/pesquisa-revela-brasil-tem-480-milhoes-dispositivos-digitais-uso-sendo-22-habitante>. Acesso em: 22 mai. 2025

GOMES, Caio Vinícius Pessoa; SOUSA, Reudismam Rolim de. **Aumigos do Peito: protótipo de aplicativo para gerenciamento de animais em situação de rua**. RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar - ISSN 2675-6218, [S. l.], v. 5, n. 3, p. e534948, 2024. DOI: 10.47820/recima21.v5i3.4948. Disponível em: <https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/4948>. Acesso em: 08 jan. 2025.

GONZALEZ, Gui. **Reflexões sobre Design, Intenção e Experiência**. 2023. Disponível em: <https://brasil.uxdesign.cc/reflexões-sobre-design-intenção-e-experiência-37aead05dd10>. Acesso em: 26 mai. 2025.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**. 8. ed. São Paulo: Perspectiva, 2017.

IBM. **O que é tecnologia móvel?** Disponível em: <https://www.ibm.com/br-pt/topics/mobile-technology>. Acesso em: 22 mai. 2025.

INATAA. **Intervenção assistida por animais**. 2025. Disponível em: <https://www.inataa.org.br/nosso-trabalho/intervencao-assistida-por-animais/>. Acesso em: 24 mai. 2025.

KULPA, C. C.; PINHEIRO, E. T.; SILVA, R. P. da. **A influência das cores na usabilidade de interfaces através do design centrado no comportamento cultural do usuário**. Perspectivas em Gestão & Conhecimento, [S. l.], v. 1, p. 119–136, 2011. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/pgc/article/view/10795>. Acesso em: 12 jan. 2025.

LEMOS, Simone. **Cresce o número de adoções e de abandono de animais na pandemia**. Jornal da USP, 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/cresce-o-numero-de-adocoes-e-de-abandono-de-animais-na-pandemia/>. Acesso em: 24 mai. 2025.

LEWGOY, Bernardo; SORDI, Caetano; PINTO, Leandra Oliveira. **Domesticando o Humano: para uma antropologia moral da proteção animal**. Ilha Revista de Antropologia, Florianópolis, v. 17, n. 2, p. 075–100, 2015. DOI: 10.5007/2175-8034.2015v17n2p75. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ilha/article/view/2175-8034.2015v17n2p75>. Acesso em: 6 jul. 2025.

LOWDERMILK, Travis. **Design Centrado no Usuário: um guia para o desenvolvimento de aplicativos amigáveis**. São Paulo: Novatec Editora, 2019.

MARS. **The State of Pet Homelessness Project**. 2023. Disponível em: <https://stateofpethomelessness.com/latest-report/?Country=Brazil>. Acesso em: 24 mai. 2025.

NEVES, Flávia de B. **Contestação Gráfica**: engajamento político-social por meio do design gráfico. In: BRAGA, Marcos da C. (org.). *Papel social do design gráfico: história, conceitos e atuação profissional*. São Paulo: Senac São Paulo, 2011. p. 45–60.

NICOLAU, Raquel Rebouças Almeida (org.). **Zoom**: design, teoria e prática. João Pessoa: Ideia, 2013. 201 p.

NIELSEN, Jakob. **10 Usability Heuristics for User Interface Design**. 1994. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>. Acesso em: 30 jun. 2025.

ORIONCACTUS. **Pretendard**. Disponível em: <https://github.com/orioncactus/pretendard/blob/main/packages/pretendard/docs/en/README.md>. Acesso em: 26 mai. 2025.

PREECE, Jennifer; ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen. **Design de Interação**: além da interação humano-computador. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013. 600 p.

ROCHA, Sandro Ireno Martins; JUNIOR, Pedro Alencar de Sousa Santos da. **Desenvolvimento de aplicativo para o auxílio de adoção de animais utilizando NODE e REACT NATIVE**. 2021. 87 f. TCC (Graduação) - Curso de Curso de Graduação em Sistemas da Informação, Universidade do Sul de Santa Catarina, Florianópolis, 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/items/2008228a-7fe0-4015-9da4-9228769c70da>. Acesso em: 22 mai. 2025.

SANTAELLA, Alexandre. **Design de Interface**: as origens do design e sua influência na produção da hipermídia. 2004. 135 f. Dissertação (Doutorado) - Curso de Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2004.

SANTOS, J.; SOUZA, D. M. O.; DA SILVA, F. L. A.; DE SOUSA, R. R. **Aumigos do Peito**: protótipo de aplicativo para gerenciamento de animais em situação de rua. RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar - ISSN 2675-6218, [S. l.], v. 5, n. 3, p. e534948, 2024. DOI: 10.47820/recima21.v5i3.4948. Disponível em: <https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/4948>. Acesso em: 12 jan. 2025.

SILVA, Achilem Estevam da. **Meu humano voltará?** A problemática do abandono animal na perspectiva do marketing macrossocial. Orientador: Rita de Cássia de Faria Pereira. 2023. 86 f. Dissertação (Pós-graduação) - Universidade Federal da Paraíba, Programa de Pós-Graduação em Administração, João Pessoa, 2023. Disponível em <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/26397>. Acesso em: 12 jan. 2025.

SILVA, Anita de Souza. **Índice de Abandono no Brasil - IMVC**. Disponível em: <https://institutomvc.org.br/site/index.php/2024/04/04/indice-de-abandono-no-brasil/>. Acesso em: 08 jan. 2025.

SILVA, Elaine Feitosa da; REBOUÇAS, Raquel (org.). **Mapeando o design**: o olhar social em diferentes áreas de atuação e pesquisa. João Pessoa: Ideia, 2022. 188 p.

SIQUEIRA, Maria Amélia Siqueira Bezerra de; SANTA ROSA, José Guilherme. **Design de Interface e a Influência no Desejo de Compra**: um estudo de caso sobre o Instagram. *Arcos Design*, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 383–405, 2023. DOI: 10.12957/arcosdesign.2023.73186. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/arcosdesign/article/view/73186>. Acesso em: 12 jan. 2025.

TEIXEIRA, Rafael. **UX Design**: design de interação centrado no usuário. São Paulo: Casa do Código, 2014.

VENN, John. **On the Diagrammatic and Mechanical Representation of Propositions and Reasonings**. *The London, Edinburgh, And Dublin Philosophical Magazine And Journal Of Science*, [S.L.], v. 9, n. 54, p. 1-18 fev. 1880. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/14786448008626819>. Disponível em: <https://philarchive.org/rec/VENOTD>. Acesso em: 18 jun. 2025.

APÊNDICE A - PESQUISA

1. Qual sua faixa etária?

- Menos de 18 anos
- 18 a 25 anos
- 26 a 40 anos
- 41 a 60 anos
- Mais de 60 anos

2. Qual sua identidade de gênero?

- Mulher
- Homem
- Não binário
- Prefiro não informar
- Outro

3. Você possui algum animal de estimação?

- Sim, apenas um
- Sim, entre dois e três animais
- Sim, quatro ou mais
- Não possuo um animal de estimação

4. Caso possua animais de estimação, qual(is) o(s) tipo(s) de animal(is) que você possui?

- Possuo apenas gato(s)
- Possuo apenas cachorro(s)
- Possuo gato(s) e cachorro(s)
- Não possuo um animal de estimação
- Outro

5. Qual o seu nível de interesse em adotar um animal de estimação?

- Tenho interesse no momento
- Tenho interesse, mas apenas no futuro

- Não tenho interesse.

6. Você reside em João Pessoa ou cidades da região metropolitana?

- Sim, resido em João Pessoa
- Sim, resido em uma cidade da região metropolitana
- Outro

7. Minha região possui uma grande variedade de locais que comercializam produtos para animais de estimação (ração, brinquedos, entre outros).

- Discordo totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo totalmente

8. Minha região possui locais seguros e próprios para passeios e atividades de lazer com animais de estimação.

- Discordo totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo totalmente

9. Eu acredito que animais de estimação devem receber acompanhamento veterinário regular.

- Discordo totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo totalmente

10. Eu tenho conhecimento suficiente sobre os cuidados básicos que um animal de estimação precisa.

- Discordo totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo totalmente

11. Você sabia que, segundo a Lei de Crimes Ambientais (Lei nº 9.605/98), maus-tratos e abandono de animais é crime com pena que varia de três meses a um ano de detenção, além de multa?

- Sim
- Não

12. Acredito que o abandono de animais é um problema sério na cidade de João Pessoa.

- Discordo totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo totalmente

13. Eu sei como denunciar casos de maus-tratos a animais.

- Discordo totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo totalmente

14. Considero que a população de João Pessoa é pouco consciente sobre os direitos dos animais.

- Discordo totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo totalmente

15. Já presenciei um caso de abandono ou maus-tratos em João Pessoa.

- Discordo totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo totalmente

16. Acredito que a adoção de animais é uma alternativa melhor do que a compra.

- Discordo totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo totalmente

17. Realizo doações regulares para organizações ou protetores de animais abandonados em João Pessoa.

- Discordo totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo totalmente

18. Utilizo as redes sociais para consumir conteúdos informativos sobre o cuidado de animais de estimação.

- Discordo totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo totalmente

19. Acredito que um aplicativo voltado para a adoção de animais poderia facilitar o processo de adoção em João Pessoa.

- Discordo totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo totalmente

20. Acredito que uma comunidade virtual sobre cuidados com animais de estimação poderia estimular a adoção e facilitar o cuidado dos animais em João Pessoa.

- Discordo totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo totalmente

Os resultados obtidos estão disponíveis em kaizin.work/pesquisa.

	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus Cabedelo - Código INEP: 25282921
	Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Camboinha, CEP 58103-772, Cabedelo (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0010-66 - Telefone: (83) 3248.5400

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC - Kaio Lucas Silva Nunes (com folha e ficha catalográfica)

Assunto:	TCC - Kaio Lucas Silva Nunes (com folha e ficha catalográfica)
Assinado por:	Kaio Nunes
Tipo do Documento:	Tese
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Kaio Lucas Silva Nunes, DISCENTE (202317010010) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDEL0, em 19/08/2025 07:42:13.

Este documento foi armazenado no SUAP em 19/08/2025. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1578180
Código de Autenticação: fc16059b87

