

Aplicativo Para Dispositivos Móveis Voltado Ao Cuidado De Animais – Seu Pet¹

Gabriel Pauli da LUZ²

Giuliano Magela do Prado SOUZA³

Luiz Eduardo Gomes VASATA⁴

Mayla Katiely BARNE⁵

Rafaela Alessi VENDRAME⁶

Stephanie Colla PEREIRA⁷

Celina ALBERTASSI⁸

Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz, Cascavel, PR

RESUMO: O trabalho foi solicitado pela professora da disciplina Criatividade em Publicidade e Propaganda do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG. A proposta era a apresentação de algum produto/serviço inovador, cujo houvesse aplicabilidade para a utilização em quaisquer meios nos dias atuais e que além de inovador, este deveria estar ligado a publicidade. Em suma, o cronograma de execução da proposta foi definido em reuniões para a fundamentação de ideias, mapeamento do funcionamento e criação de layout, após pesquisas de necessidade de mercado. A escolha feita foi pela interação dos usuários com os cuidados de seu(s) cachorro(s) e gato(s) de estimação, ONGs e prestação de serviços.

PALAVRAS-CHAVE: Aplicativo; cachorro; gato; inovação; utilidade.

1. INTRODUÇÃO

No presente artigo será apresentado o resultado de um trabalho acadêmico avaliativo da disciplina de Criatividade em Publicidade e Propaganda do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG. A proposta do trabalho era a criação de produto/serviço não especificado, portanto havendo liberdade de escolha para desenvolvimento da ideia. O serviço definido para criação foi um aplicativo móvel com a função de ser suporte do usuário com seus animais de estimação.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Comunicação e Inovação.

² Estudante do 3º Período do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG, e-mail: gabriel_pl3@hotmail.com

³ Aluno Líder/Estudante do 3º Período do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG, e-mail: giuliano.magela@gmail.com

⁴ Estudante do 3º Período do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG, e-mail: vazatalz@outlook.com

⁵ Estudante do 3º Período do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG, e-mail: maylabarne@hotmail.com

⁶ Estudante do 3º Período do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG, e-mail: rafaela2507@hotmail.com

⁷ Estudante do 3º Período do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG, e-mail: stephanie_colla@yahoo.com.br

⁸ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG, e-mail: celinaalbertassi@gmail.com

Definido o público-alvo, o próximo passo foi rabiscar e planejar as funcionalidades do aplicativo com a finalidade de ser o principal serviço do mercado.

2. OBJETIVO

Sobretudo, criar as funcionalidades e o layout de um aplicativo que se tornasse, com o tempo, o principal assistente pessoal do usuário ao se tratar de seus pets. Entre as inúmeras funções da aplicação, a facilidade de uso, organização e padrão de linguagem sempre foram parte do planejamento estratégico de inserção do serviço no mercado, buscando expansão fora da região de vivência dos integrantes do grupo, levando a grandes capitais do país como uma prestação de serviços gratuita aos usuários e oportunidade para clínicas veterinárias trabalharem a publicidade.

3. JUSTIFICATIVA

A ideia inicial foi abordada pela problemática que é existente no local de habitação dos integrantes, Cascavel – PR. O problema consiste pela superlotação das ONGs de cachorros e gatos que vivem por doações e voluntários, gerando uma aglomeração de animais abandonados nas ruas. Durante a fundamentação do trabalho, notamos que a ideia poderia ser expandida para outras áreas e não somente na parte das *Organizações-não governamentais*, mas, também, para um assistente pessoal de proprietários de cachorros e gatos.

Uma pesquisa realizada em 2013 no Brasil pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) revelou que a população estimada de cachorros em domicílios brasileiros é cerca de 52,2 milhões, o que dá uma média de 1,8 cachorro por domicílio. Em relação à presença de gatos, 17,7% dos domicílios possuem pelo menos um, o equivalente a 11,5 milhões de unidades domiciliares com um animal deste tipo.

A escolha da plataforma de aplicativo se deu ao fato de que a utilização da tecnologia e dos celulares, foi disparadamente uma das áreas que teve maior crescimento por conta de ser um meio muito atrativo. Também devemos pensar em como esses meios auxiliam no modo de vida das pessoas, para que hajam benefícios em suas atividades, transformações de seus hábitos e, sobretudo, estarem sempre atualizadas.

A busca constante pela inovação, por meio da criação e desenvolvimento de novos produtos e processos, diversificação, qualidade e absorção de tecnologias avançadas, é indispensável para assegurar elevados níveis de eficiência, produtividade e competitividade das organizações. Isso implica acumulação constante de conhecimentos e capacitação tecnológica contínua. Das redes sociais à inovação (TOMAÉL, ALCARÁ, DI CHIARA, 2005, p. 99).

Partindo desse ponto, ao fazermos uma pesquisa em bancos de aplicativos, notamos que a falta de um assistente para gerenciamento de animais de estimação era grande, então, decidimos desenvolver um novo conceito de aplicativos que fosse benéfico, inovador, fácil de ser utilizado e que ainda trouxesse uma experiência ao qual o usuário utilizaria sempre. Este aplicativo cobriria uma lacuna muito extensa, pois nele conteria várias utilidades em um só.

Foi constatado que, existe uma pequena e limitada parcela de funcionalidades nos aplicativos observados, como, a função de dicas para o seu animal e calendário de atividades. Já no aplicativo planejado, além dessas funções existentes, também existiria uma gama de funcionalidades que ajudariam no gerenciamento da vida de seu pet e também auxiliaria as pessoas que ainda não possuem um animal, mas que desejariam ter, através do menu “Adote o seu”.

Por fim, os usuários deixariam de usar uma lista extensa de aplicativos, migrando apenas para um, que supriria suas necessidades.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Através da disciplina de Criatividade em Publicidade e Propaganda, onde foi abordado o trabalho para um produto/serviço inovador, precisava-se estudar uma problemática e fundamentá-la através de artigos, livros e pesquisas que poderiam trazer uma base explicativa para a execução do trabalho.

A primeira área é o planejamento estratégico para inovação, no qual as prioridades e os objetivos são definidos, e a coerência com a estratégia geral, a missão e os objetivos é assegurada. (DE BES, KOTLER, 2011, p.12)

O trabalho iniciou-se no papel, com alguns esboços das telas e do logotipo, a partir deste ponto, foi transferido para o computador, através do software Illustrator CC¹ e então adaptadas em padronização de cores e linguagem.

¹ Software específico para criação e vetorização de materiais gráficos, web e outros meios.

As cores foram escolhidas baseadas na semiótica. A cor vermelha expressa o poder, portanto, o usuário teria controle sobre suas ações dentro do aplicativo, já o amarelo costuma indicar descontração, otimismo e alegria, outra faceta do aplicativo, ao qual o usuário poderia estar alegre e também no comando. As cores quentes são estimulantes e produzem as sensações de calor, proximidade, opacidade, secura e densidade[...] (DE FREITAS, 2007).

Também, para ajudar o estilo de design, foram escolhidas cores vibrantes para o layout, que conseguem chamar bastante atenção do leitor.

O nome do aplicativo “Seu Pet” foi definido inicialmente para remeter algo de posse do usuário, o animal em questão. A palavra “Pet” foi usada para novamente trazer uma aproximação do usuário ao seu animal de estimação. E para sustentar esta afirmação foi criado um ícone que representasse algo que remetesse ao usuário de ser “dono” “proprietário” de algum animal, que seria a coleira acima do nome, para identificação futura do aplicativo em aplicações digitais. Assim, se constrói o logotipo do aplicativo e a partir dele, desenvolvido todo o padrão de comunicação.

As identidades visuais são um instrumento fundamental nas políticas de marketing das empresas. São a expressão de sua individualidade e a garantia de responsabilidade perante a sociedade. Cuidadosamente criadas e implantadas, traduzem exatamente a forma pela qual as empresas gostariam de ser vistas por seus públicos externo, seus clientes e fornecedores, e interno, os que nela trabalham (STRUNCK, 1989, p. 44).

O padrão utilizado nas *GUIs*² (*Graphic User Interface*) foi o *flat design*³, que além de ser uma tendência mais presente no meio do design hoje em dia, ajuda também a transmitir a simplicidade do layout, tornando-o mais atraente por não conter relevos, gradientes e outros efeitos que podem apresentar três dimensões. Pacheco (2013) cita que *flat design* é uma interface que deixa de lado tudo que seja desnecessário visualmente. Também, ajuda no desempenho e no funcionamento do aplicativo por não conter tantas informações visuais para serem processadas.

Já as tipografias utilizadas em toda a comunicação, são da família de fontes Sandman e Nevo. Foram escolhidas estas fontes para facilitar e não poluir a leitura do usuário, trazendo conforto e não o ruído da comunicação. A importância desse item é justamente justamente para conseguir trazer o foco e atenção do usuário no conteúdo sem

² Termo utilizado para definir a Interface Gráfica do Usuário

³ Tendência do web design. É a pura simplicidade dos elementos, da clareza do layout.

que ele perca a concentração com a tipografia utilizada, portanto, não perder o raciocínio do conteúdo e não cansando a vista na hora da leitura, tornando assim o uso do *app* mais intuitivo e prazeroso na usabilidade.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O aplicativo desenvolvido (layout e logística) Seu Pet é voltado a cães e gatos. As funções são inúmeras, porém todas bem elaboradas.

Principais telas: Inicial, perfil de seu pet e espaço de adoção.

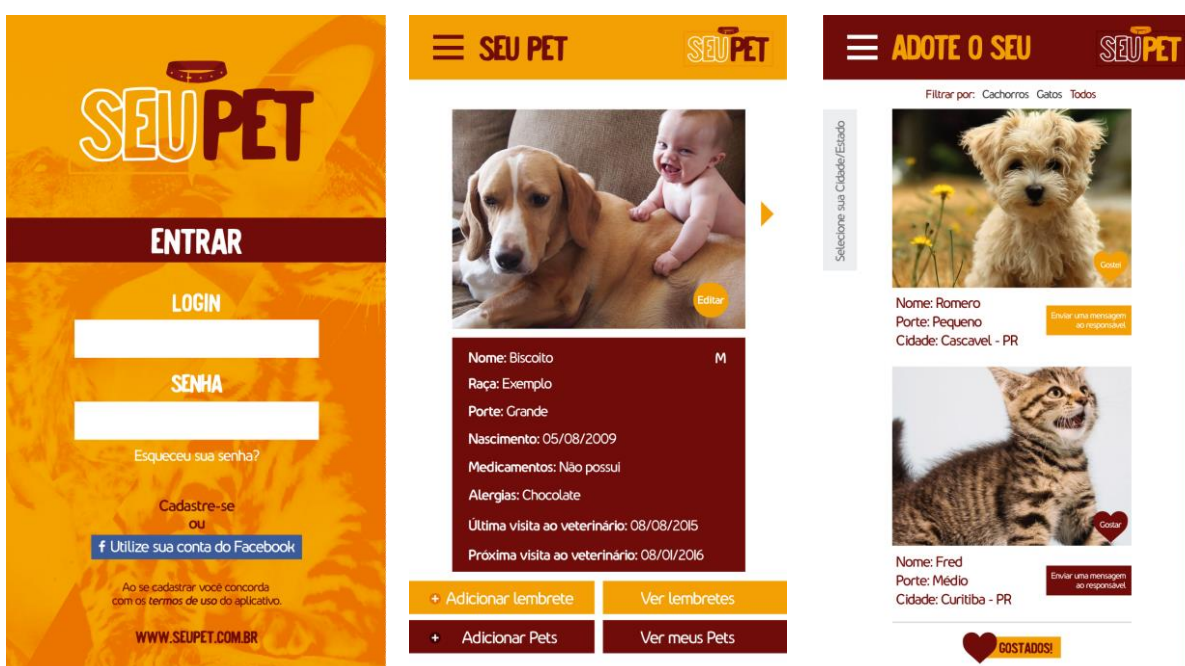


Figura 1: principais telas

Funções das telas:

Inicial: Com um layout intuitivo o usuário pode se cadastrar apertando no botão em vermelho “cadastre-se”, logo irá uma segunda tela, solicitando informações como. Nome do usuário, e-mail, senha, data de nascimento, estado e cidade. Após o preenchimento dos dados o perfil é registrado diretamente no banco de dados do aplicativo ou também pode se utilizar a principal rede social da atualidade, o *facebook*, que é muito comum em novos aplicativos, da mesma maneira estará sendo cadastrado no banco de dados do aplicativo, mas dessa forma, sendo intermediado pelos dados que já constam na rede social, nada mais do que uma forma de agilizar o processo.

Seu Pet: O usuário cria um perfil para seu animal, cadastrando foto, nome, raça (já predefinidas no aplicativo), porte, nascimento, medicamentos, alergias (informações sobre restrições), última e próxima visita ao veterinário (agenda de visitas) e lembretes. Também pode ser adicionados lembretes, podendo ser despertáveis no smartphone ou somente para registro, existe também a cartela de vacinação para um controle rigoroso sobre as vacinas que foram ou devem ser aplicadas, em função de evitar riscos à saúde do seu pet. Caso tenha mais de um animal de estimação, é possível criar, gerenciar perfis multiplamente e toda vez que abrir o menu “*Seu pet*” aparecerá para escolha um de seus animais.

Adote o seu: Para se cadastrar no aplicativo, não é necessário haver um animal de estimação, em função de muitos estarem em busca de um. A aba “*Adote o seu*” é destinada àqueles que procuram um animal para a adoção. Nesta tela, é preciso definir a cidade e o estado do país para ser filtrada a busca. Então inúmeros cachorros e gatos cadastrados por ONGs e usuários aparecerão. Quem estiver usando poderá dar “*gostei*” naqueles animais aos quais tem interesse, na ficha do pet conterà os dados resumidos do pet e um botão direcionado a um chat com o responsável. Nele o interessado conversará com o então responsável do pet, para negociarem a busca do animal a um lar onde será bem cuidado e amado. No botão “*gostados*” o usuário poderá ver um resumo de todos aqueles que foram escolhidos por ele mesmo.

Dicas: Nesta aba o conteúdo é destinado a dicas importantes e curiosidades sobre a saúde e comportamento de cachorros e gatos. Qualquer usuário tem a possibilidade de estar criando uma dica, mas para isso é preciso que um moderador confirme a veracidade das informações, logo em seguida, estará disponível para todos os usuários do aplicativo, com a possibilidade de compartilhar em redes sociais, e-mail e mensagem, mas para ler o conteúdo, é preciso ter uma conta, já pensando em formas de atrair mais público.

ONGs: Esta tela tem como função a divulgação das Organizações de sua cidade, para que você possa estar entrando em contato para fazer doações de rações, acessórios ou mesmo de dinheiro. Essa ajuda é muito importante, pois quando falamos de ação social, devemos inserir os animais também.

Mas, porque se engajar numa causa animalitária e não humanitária? Ou, por que ajudar animais e não crianças, por exemplo, quando há tantas que necessitam de auxílio e se encontram em situação de rua? [...]. Enquanto uns se engajam no trabalho humanitário, outros o fazem no trabalho “animalitário”. (MATOS, 2012, p.57)

Clínicas Veterinárias: Nesta tela, é possível encontrar as clínicas de sua cidade, para futuras prestações de serviços. A publicidade do aplicativo está quase totalmente ligada a esta parte das clínicas, as mesmas que estiverem investindo, aparecerão na forma de “Clínicas em Destaque”, podendo receber avaliação dos usuários, tornando-se no futuro, referência em sua localidade. A questão das ordens das clínicas é por avaliação e não por valor de investimento que já são predefinidos em contratos trimestrais, mensais e anuais. Outra função importante é que caso você seja proprietário de alguma clínica veterinária, é possível cadastrar sua clínica e automaticamente você recebe um novo menu para gerenciamento de informações da sua empresa. Ainda mais afundo é possível contratar o serviço de publicidade através do aplicativo, selecionando o plano de sua escolha e efetuando o pagamento através do registro de algum cartão de crédito ou emissão de boleto para o e-mail cadastrado.

Pet Shops: Este menu tem a mesma sistemática de funcionamento das Clínicas veterinárias porém como são serviços diferentes, devem estar separados por tela.

Adestradores: Neste menu a sistemática de funcionamento é a mesma das Clínicas veterinárias e Pet Shops, e que como os outros, também é uma prestação de serviços. O adestrador pode ter o seu espaço no aplicativo, um serviço que hoje não é muito divulgado e que disponibilizaremos aos mesmos. Para ser aprovado como um adestrador é preciso enviar a certificação de profissional da área e aprovada por um moderador, após pesquisa em meios ligados a profissão para verificação. Inicialmente este menu não teria a opção de publicidade.

Pets Desaparecidos: Esta tela foi desenvolvida para que todos os animais desaparecidos fossem registrados e assim seria criado um banco de pets desaparecidos por cidade. Nela conteria até quatro (4) fotos de cada animal e contato do proprietário, caso outra pessoa possa ter encontrado o animal em algum local. Nesta aba seria possível também acrescentar informações de recompensas e através do chat, os usuários interagiriam.

Notificações: Por fim, o planejamento e mapeamento do aplicativo foi feito pensando na experiência do utilizador e como tudo acontece de uma forma muito rápida hoje, não podemos deixar de fora as notificações no próprio smartphone, portanto haverá o famoso *aviso push* com despertador para respectivos compromissos.

Missão: Unir e criar as melhores funções em um só aplicativo e que se transforme com o tempo, o principal assistente pessoal do homem com seu(s) pet(s).

6 CONSIDERAÇÕES

Tendo como objetivo, criar uma ferramenta que auxiliasse a vida de um dono de animal, foi entendido que é mais que necessário existir esse tipo de ferramenta que se apoia na tecnologia para facilitar o dia-a-dia do consumir deste tipo de conteúdo. A internet hoje é uma necessidade básica do ser humano, o desenvolvimento da tecnologia é cada dia mais presente, sendo assim, todas as atividades do ser humano giram em torno disso, muitas vezes evoluem e se adaptam para conseguir se simplificarem na execução. O aplicativo poderá servir de plataforma perfeita para os amantes de animais.

Todo o desenvolvimento do aplicativo, mesmo sendo um trabalho acadêmico, visou solucionar um problema local abordado, mas que logo depois, teve-se o entendimento de que poderia ser realmente utilizado por usuários ativos. Toda a fundamentação e referências estão bem aplicadas e sustentadas, para conseguir executar cada parte do aplicativo desenvolvido, mostrando a grande importância de cada função dentro do mesmo.

A parte de design, que foi desenvolvida em cima de tendências atuais, ajuda muito na parte de chamar a atenção para o uso dele, sem falar nas sustentações baseadas na semiótica que consegue trabalhar o psicológico do usuário trazendo-o para mais perto do aplicativo.

Por fim, baseado em todo o estudo realizado, entende-se que esse é um aprimoramento de prestação de serviços, onde o aumento gradativo da utilização será acompanhado com a evolução da tecnologia, e que a cada dia que passa será necessário cada vez mais o uso da mesma. A tendência é fazer parte da rotina dos amantes de animais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

_____. **IBGE. Brasileiros têm 52 milhões de cães e 22 milhões de gatos, aponta IBGE.**

2015. Disponível em

<<http://www.ibope.com.br/ptbr/relacionamento/imprensa/releases/Paginas/Smartphone-ecompanhia-constante-dos-brasileiros.aspx>> Acesso em 13/10/2015.

TOMAÉL, Maria Inês Tomaél; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro, Viviane. **Das redes sociais à inovação.** 2013. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf/>>. Acesso em 10/10/2015.

DE BES, Fernando Trías; KOTLER, Philip. **A bíblia da inovação – O modelo A-F** - Editora Lua de Papel: 2011

DE FREITAS, Ana Karina Miranda. **Psicodinâmica das cores em comunicação.** 2007.

Disponível em <http://www.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Cor/psicodinamica_das_cores_em_comunicacao.pdf> Acesso em 20/09/2015.

STRUNCK, Gilberto Luiz. **Identidade Visual: a direção do olhar.** Rio de Janeiro: Europa Emp. Graf. Ed., 1989.

PACHECO, Andrea. **Tendências de UI: Flat Design.** 2013. Disponível em <http://chocolatedesign.com/tendencias-de-ui-flat-design> Acesso em 20/09/2015.

DE MATOS, Liziane Gonçalves. **Quando a “ajuda é animalitária”.** 2012. Disponível em <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/56016/000857303.pdf?sequence=1> Acesso em 15/10/2015.