SOLICIDADE

Design de interface digital para website que reúne e disponibiliza dados das ONGs da cidade de Bauru/SP

RELATÓRIO DE TCC
Ísis Rodrigues Meneguello

ORIENTAÇÃO
Maurício Elias Klafke Dick

Foto por Mauro Tormins / Agência Alesbela - CC BY-SA 2.0 (2021)
Disponível em: https://cc.alesbela.org/4e3kxmx

Meneguello, Ísis Rodrigues
Solicidade: design de interface digital para website que reúne e disponibiliza dados das ONGs da cidade de Bauru/SP / Ísis Rodrigues Meneguello, 2023
10 f.

Orientador: Maurício Elias Klafke Dick

Monografia (Graduação)-Universidade Estadual Paulista (Unesp). Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru, 2023

1. Design de interfaces. 2. Website. 3. Dispositivos Móveis. 4. ONG. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design.

Este relatório foi projetado para ser lido em uma versão digital interativa que está disponível em https://figmashort.link/kyNace

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"
Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design

SOLICIDADE

Design de interface digital para website que reúne e disponibiliza dados das ONGs da cidade de Bauru/SP

ÍSIS RODRIGUES MENEGUELLO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
Bacharelado em Design Gráfico

ORIENTAÇÃO
Maurício Elias Klafke Dick

BAURU, 2023

AGRADECIMENTOS

Eu não poderia iniciar essa seção sem agradecer imensamente ao curso de Design Gráfico da UNESP de Bauru, que foi o principal responsável pela oportunidade que tive de conhecer tantas pessoas e lugares incríveis e vivenciar tantas experiências novas, além de tudo que pude aprender ao longo desses 4 anos. Sou extremamente grata a todos os professores, servidores, palestrantes e colegas que ao longo do meu período na universidade, estiveram dispostos a compartilhar seus conhecimentos e experiências, servindo de exemplo e agregando ainda mais à minha formação.

Gostaria de agradecer especialmente ao meu orientador, Prof. Maurício Elias Klafke Dick, por, em primeiro lugar, aceitar fazer parte deste projeto e me orientar nesta etapa tão crucial da graduação. Também por estar sempre presente durante todo o desenvolvimento do trabalho, auxiliando pacientemente cada momento com as orientações e respondendo a diversos e-mails durante todo o semestre.

Sou muito grata às minhas amigas Beatriz Nishikawa Venturim, Flávia Alessandra Grillo, Ingrid Barreira Gielfe e Sofia de Abreu Francisco, que além de terem feito parte da criação do Solicidade original, fizeram dos meus anos na faculdade mais alegres e descontraídos, inclusive durante o período de pandemia. E à minha amiga e colega de apartamento, Ana Clara Abbate, que além de ter aceitado morar comigo nesses últimos dois anos, se fez uma ótima companhia para todos os momentos da faculdade e da vida.

Aos meus pais, Carlos Alberto Meneguello e Rita Valeria Rodrigues Meneguello, devo tudo que sou hoje e que tive a oportunidade de aprender ao longo da vida. Sem o apoio, a dedicação e o carinho de ambos eu não teria chegado até aqui e nem estaria tendo essa oportunidade.

E não poderia deixar de agradecer ao meu namorado, Vinícius Liotti Azevedo, por estar presente durante todos esses momentos, me apoiando e incentivando sempre, mesmo nas fases mais difíceis. Sua companhia e presença sempre foram e continuam sendo muito importantes para mim.

Por fim, sou extremamente grata a todos que contribuíram de alguma forma para a realização e conclusão deste trabalho. Sem cada um, o projeto Solicidade não teria seguido em frente e se tornado o que é hoje.

RESUMO

As chamadas Organizações Não Governamentais, ou ONGs, apesar de possuírem uma história recente, são parte importante da sociedade atual. No entanto, muitas delas ainda carecem de uma boa comunicação e divulgação por normalmente não possuírem voluntários que tenham conhecimento na área, o que dificulta tanto o acesso da população aos dados da entidade quanto o recebimento de doações e voluntários. Perante tal situação, este trabalho teve como objetivo projetar uma solução para o problema de divulgação e comunicação das ONGs da cidade de Bauru/SP por meio de um website. Para tal, utilizou-se como método a proposta dos cinco planos da experiência do usuário (estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície) apontados por Garrett (2010). Como resultado surge o projeto "Solicidade", uma interface digital para dispositivos móveis que tem o intuito de servir como um acervo para as ONGs da cidade de Bauru/SP, facilitando o acesso às informações básicas por parte da população e ao mesmo tempo possivelmente aumentando o engajamento dessas instituições.

Palavras-chave: design de interfaces; website; dispositivos móveis; ONG.

ABSTRACT

Non-Governmental Organizations, or NGOs, despite their recent history, are an important part of today's society. However, many of them still lack effective communication and promotion due to the absence of volunteers with expertise in these areas. This makes it difficult for the public to access the entity's data, as well as to receive donations and volunteers. In light of this situation, this study aimed to design a solution for the promotion and communication challenges faced by NGOs in the city of Bauru/SP through a website. The methodology employed followed Garrett's (2010) five planes of user experience (strategy, scope, structure, skeleton, and surface). The outcome is the "Solicidade" project, a digital interface in the form of a mobile website with the proposal of functioning as a repository for the city's NGOs, facilitating public access to basic information and potentially increasing engagement of these institutions.

Keywords: interface design; website; mobile devices; NGO.

SUMÁRIO

Clique na parte desejada para navegar até ela no relatório

INTRODUÇÃO

Objetivos do Trabalho
Procedimentos Metodológicos

DESENVOLVIMENTO

Estratégia
- Pesquisa de Usuário
- Análise Paramétrica
- Objetivos do Produto

Escopo
- Requisitos de Conteúdo
- Especificações funcionais

Estrutura

Esqueleto

Superfície
- Identidade Visual
- Escolha Tipográfica
- Usabilidade e Elementos da Interface
- Teste de usabilidade

PRODUTO FINAL

Página inicial
Páginas das ONGs
Páginas das Categorias
Formulários
Página de Contato

CONSIDERAÇÕES FINAIS

REFERÊNCIAS

APÊNDICE A

Todos os direitos reservados | SOLICIDADE BAURU © 2023

INTRODUÇÃO

As chamadas "Organizações Não Governamentais", ou "ONGs" possuem uma história recente. O termo foi usado pela primeira vez em uma Resolução da ONU (Organização das Nações Unidas), no ano de 1950, e "desde então serve para designar as iniciativas privadas sem fins lucrativos e que não surgiram de acordos entre Estados" (POLITIZE!, 2018).

Segundo Silveira (2006), no Brasil, os movimentos sociais que tomaram forma no período da Ditadura Militar estão diretamente ligados ao surgimento das ONGs, tendo ganhado ainda mais destaque após a década de 1970. Além disso, alguns outros fatores foram importantes para o desenvolvimento dessas entidades, conforme também cita Silveira (2006, p.3):

> [...] a valorização dada pelo Banco Mundial e outras instituições internacionais; a capacidade de organização e dos resultados obtidos por essas entidades na execução de serviços sociais; o apoio da iniciativa privada, que passa a investir no chamado marketing social 4; e as facilidades de nossa legislação para se registrar entidades sem fins lucrativos foram fundamentais para a difusão da idéia das ONGs no país.

Atualmente, encontramos ONGs dos mais diversos segmentos e com objetivos variados, que buscam oferecer suporte às demandas do povo conforme elas vão surgindo com o passar do tempo. Essa é uma das razões pela qual tais instituições se tornaram parte importante da sociedade como conhecemos hoje.

No entanto, por serem organizações que normalmente dependem de doações da população e/ou ajuda voluntária para que possam reverter seus serviços para a sociedade, necessitam ser conhecidas pelos cidadãos da região onde se situam. Essa necessidade faz com que as ONGs dependam do apoio de estratégias de divulgação e *marketing*, apesar de nem sempre possuírem profissionais da área em suas equipes.

Foi após a observação dessa aparente carência de uma comunicação efetiva e atualizada por parte de parcela das ONGs da cidade de Bauru/SP e de um possível problema, que é a dificuldade encontrada pelas pessoas ao tentar buscar ou contactar uma entidade do tipo na cidade, que surgiu a proposta para o trabalho relatado neste documento.

OBJETIVOS DO TRABALHO

O objetivo geral do estudo foi projetar uma solução para o problema de divulgação e comunicação das ONGs da cidade de Bauru/SP por meio de um *website*. A proposta da plataforma é servir como um acervo para as ONGs da cidade, que facilita o acesso às informações básicas por parte da população e ao mesmo tempo possivelmente aumenta o engajamento dessas instituições.

Ademais, como objetivos específicos têm-se:

- Identificar as necessidades dos usuários no acesso à informação e comunicação com as ONGs de Bauru/SP;
- Estabelecer uma estrutura conceitual para o *website* a partir da definição de conteúdos e funcionalidades relevantes para problema;
- Desenvolver a interface gráfica da plataforma, materializada na forma de um protótipo funcional, de modo a ser estéticamente agradável e, ao mesmo tempo, acessível e intuitiva para o público em geral.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Tendo como propósito, projetar uma interface digital que fosse funcional e intuitiva para a maior variedade possível de usuários, o presente projeto adotou como base para sua estruturação os cinco planos da experiência do usuário aplicados ao design de interfaces, propostos por Garrett (2010). Os planos funcionam como etapas para o desenvolvimento da interface e variam desde uma conceituação mais abstrata do projeto até sua versão final e concreta, como mostra a Figura 01.

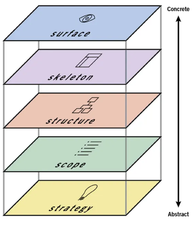


Figura 01–Representação gráfica dos planos de experiência do usuário. **Fonte:** Garrett (2010)

Os planos também possuem outra divisão, que os separa em dois lados: de um, o produto como funcionalidade e, do outro, como mediador de informações, como pode ser observado na Figura 02.

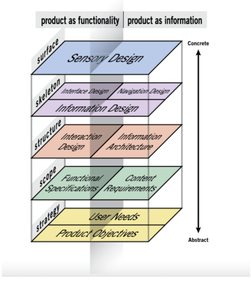


Figura 02–Representação dos cinco planos de experiência do usuário divididos em: "produto como funcionalidade" e "produto como informação". **Fonte:** Garrett (2010)

ESTRATÉGIA

O Plano de estratégia é constituído pelos objetivos do site em conjunto com as necessidades do usuário. O primeiro se trata das metas de origem interna para o projeto e o segundo se dá através de pesquisas feitas com o usuário, para identificar as metas de origem externa.

ESCOPO

No Plano do Escopo, a estratégia se divide em especificações funcionais e requisitos de conteúdo. As especificações funcionais devem delimitar quais funcionalidades estarão presentes na interface, enquanto os requisitos de conteúdo são responsáveis pelos tipos de conteúdo que estarão presentes, ambos indo de encontro às necessidades do usuário.

ESTRUTURA

O Plano da Estrutura tem a função de organizar e estruturar as funcionalidades e conteúdos delimitados no Escopo. Ele se divide em Design da Interação, que é responsável por definir os fluxos de interação do usuário com as funcionalidades da interface, de forma a tornar esses caminhos mais simples e intuitivos. E Arquitetura da Informação, que tem como função estruturar e organizar como a informação estará disposta nas diversas páginas que deverão existir.

ESQUELETO

O Plano do Esqueleto do projeto, diferentemente dos outros, se divide em três partes, sendo elas:

- **Design da Informação:** classificado tanto como funcionalidade, quanto como mediação de informações, o design da informação trata-se da maneira como a informação será apresentada de modo a facilitar a compreensão do usuário;
- **Design da Interface:** responsável por definir como os elementos presentes na interface serão projetados para que seja mais fácil para o usuário interagir com as funcionalidades;
- **Design da Navegação:** é composto pelo conjunto de telas que permite ao usuário navegar através do site.

SUPERFÍCIE

O plano final compõe a superfície do projeto e é responsável pelo seu Design Visual. É nessa etapa que será feito todo o tratamento visual dos elementos da interface, sendo eles: texto, elementos gráficos e componentes de navegação.

Todos os direitos reservados | **SOLICIDADE BAURU © 2023**

DESENVOLVIMENTO

Neste capítulo, são abordados os processos de design da interface por meio dos cinco planos citados anteriormente.

ESTRATÉGIA

Inicialmente, viu-se necessário comprovar com pesquisas a real necessidade de criação do produto proposto, para isso foi divulgado um formulário para a população de Bauru e região, criado com a plataforma "Google forms". A pesquisa realizada através do questionário contou com a coleta de dados demográficos e perguntas que confirmassem a existência ou não de dificuldades ao entrar em contato com as ONGs da região, além de questões sobre as preferências desse tipo vividas pelos cidadãos. Também foram coletadas opiniões sobre quais os meios de contato preferidos pelas pessoas ao contactar uma ONG e quais informações sobre esses projetos são consideradas mais importantes.

O formulário (presente na íntegra no Apêndice A, ao fim do documento) reuniu um total de 80 respostas[1]. A partir dos resultados obtidos, foi possível comprovar que a dificuldade em entrar em contato e encontrar informações sobre as ONGs do município é um problema atual. As respostas apontam que, das 45 pessoas que já tiveram que contactar alguma instituição do tipo (58,4% do total de respostas), 23 apresentaram um ou mais tipos de dificuldade no processo, o que corresponde a 51,2%.

Portanto, a criação do website torna-se válvel de modo a ajudar tanto a população que necessita dos serviços desses órgãos ou que tem a intenção de oferecer algum tipo de ajuda, quanto às ONGs, que frequentemente necessitam de voluntários e doações.

Para a parte estratégica do desenvolvimento da interface digital, os resultados obtidos também serviram como meio de definir o público-alvo do projeto e criar as personas que o representarm. Além disso, de modo a complementar a pesquisa, foi feita uma análise paramétrica com os produtos similares ao proposto que estão presentes no mercado.

[1] O formulário coletou 80 respostas no total, sendo 77 de moradores de Bauru e região e as outras 3 de pessoas de outros locais. Os entrevistados que não eram da região de Bauru foram diretamente para a seção "Pesquisa de opinião" e responderam apenas as 3 últimas perguntas do questionário.

Pesquisa de Usuário

A definição do usuário do produto, suas principais necessidades, problemas e anseios, foi feita mediante a pesquisa citada anteriormente. Por meio dela, foi possível mapear as principais características pessoais dos respondentes, quais as dificuldades mais presentes no processo de entrar em contato com as ONGs, quais os meios de contato preferidos pelos cidadãos e quais informações acerca dessas entidades são mais importantes.

A análise dos resultados obtidos mostra uma boa variedade de idade entre os participantes da pesquisa, sendo o público de jovens adultos (18 a 30 anos) o mais presente, compondo 68,8% das respostas de um total de 77, como pode ser observado na Figura 03.

Figura 03–Resultado da pesquisa de faixa etária. **Fonte:** Autora (2023)

Outro dado relevante é que quase todos os entrevistados acessam a internet todos os dias, um total de 76 pessoas dentre as 77 escolheram essa opção, conforme mostra a Figura 04. Essa informação é importante, já que o produto a ser projetado se trataria de uma interface digital acessada pela internet.

Figura 04–Resultado da pesquisa de frequência de acesso a internet. **Fonte:** Autora (2023)

Os dados referentes à dificuldade no processo de encontrar e entrar em contato com alguma ONG também foram marcantes. Cerca de metade dos entrevistados apresentaram alguma dificuldade, mais precisamente 51,2% do total, ou 23 pessoas (Figura 05)[2].

[2] Ocorreu um equívoco por parte da autora na criação do formulário. No começo da divulgação não havia a opção "não tive dificuldade", por isso houveram tantas respostas separadas.

Figura 05–Resultado da pesquisa referente à dificuldade de se encontrar ou entrar em contato com ONGs. **Fonte:** Autora (2023)

Com relação ao processo de entrar em contato com a instituição, o método mais comum foi por meio de mensagens, sendo essas pelo aplicativo WhatsApp ou outras redes sociais. Cerca de metade dos contatos foram realizados assim. Tais canais também foram os mais escolhidos pelos respondentes na questão sobre qual seria o meio de contato e de busca de informações preferido por eles, acompanhado logo em seguida de "website". Ambos os dados estão presentes na Figura 06.

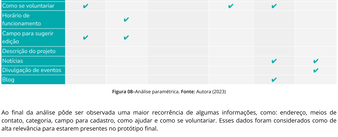


Figura 06–Resultado das pesquisas de contato e preferência de canais de contato. **Fonte:** Autora (2023)

Por fim, as informações sobre as ONGs consideradas mais importantes de serem disponibilizadas foram várias, mas as 6 primeiras, da mais votada para a menos votada respectivamente, foram: serviços prestados, meios de contato, sobre a ONG (breve história), missão e visão e impacto e resultados (Figura 07).

Figura 07–Resultado das pesquisas de opinião sobre informações das ONGs. **Fonte:** Autora (2023)

A partir da análise dos resultados obtidos, foram delimitadas duas *personas* que representam de forma resumida e prática quais seriam os principais usuários do *website*. Elas serviram para facilitar a delimitação dos objetivos e necessidades do produto final.

Alessandra
37 anos

Alessandra terminou a graduação e está atualmente empregada em tempo integral. Mora sozinha em um apartamento que alugou recentemente. Ela acessa a internet todos os dias e segue algumas redes sociais de projetos de causa social e uma pessoa física.

A mulher perdeu bem próximas entre amigos e familiares, sendo uma delas uma ONG da qual ela e sua mãe eram frequentes para participar como voluntária no seu tempo livre. Ela conhecia um projeto da cidade cuja missão e visão é agradecem bastante, pois já tinha ouvido de outras pessoas sobre ele, então tentou entrar em contato através de mensagens por whatsapp, no entanto, não obtve resposta. Somente depois de tentar ligar algumas vezes foi atendida. Nesse sentido, necessita de uma plataforma que ofereça meios de contato mais eficientes.

Por criada com base no resumo geral do formulário, com foco nas respostas predominantes de cada pergunta.

Marcia
45 anos

Márcia terminou sua graduação quando jovem e atualmente está empregada em tempo integral. Mora com seu marido e filha em uma casa. Ela acessa a internet todos os dias por conta do trabalho e às vezes por entretenimento.

A sua vida toda se preocupou com as causas sociais e sempre busca ajudar quem precisa quando pode. No entanto, por conta das obrigações do dia a dia, não tem tempo para participar de nenhum projeto. Por esse motivo, gostaria de começar a realizar doações todo mês para algumas ONGs de sua cidade.

Após algumas pesquisas, percebeu que os projetos mais populares eram os de causa animal, alguns possuíam redes sociais ativas e com links para doações. No entanto, infelizmente, projetos envolvendo outras problemáticas não possuíam tanta visibilidade, era mais difícil de encontrar informações, contatar ou realizar doações. Nessa direção, percebe que a cidade carece de uma plataforma que centralize informações sobre as ONGs que atuam em diferentes áreas.

Foi baseada em um recorte mais específico do formulário, mas que também está bem presente. Ela é composta principalmente pelo seguinte dado mais recorrente na pesquisa: as faixa etária e pelo primeiro dado mais recorrente na pesquisa de situação de trabalho. Como resultado, ela apresenta uma pessoa com algumas necessidades e desejos distintos da primeira.

Análise paramétrica

A análise paramétrica foi realizada no intuito de mapear e comparar produtos presentes no mercado que se assemelham de alguma forma ao proposto. Desse modo, foi possível observar quais características, informações e componentes estão mais presentes e são indispensáveis, quais estão em falta e como seria possível aperfeiçoar algo melhor ou mais adequado.

Todas as interfaces analisadas se tratam de *websites*, da região ou não, que possuem algum tipo de atuação social. No entanto, nem todos se assemelham à plataforma proposta. Os domínios analisados foram: Orgs Brasil, Solotudo Bauru, Organizações da Sociedade Civil (website da prefeitura de Bauru), Worldpackers, ChildFund Brasil e Social Bauru.

Os parâmetros avaliados na análise são os que foram julgados mais condizentes com a proposta inicial do *website* Solicidade, podendo estar presentes em seu protótipo. Foi a partir da seleção de alguns deles que definiram-se os conteúdos finais contidos na plataforma. A Figura 08 apresenta os resultados da análise paramétrica.

	Orgs Brasil	Solotudo Bauru	Organizações da Sociedade Civil (Prefeitura de Bauru)	Worldpackers	ChildFund Brasil	Social Bauru
Endereço	✔	✔	✔	✔	-	-
Meios de contato	✔	✔	✔	-	✔	✔
Categorias/classificação	✔	-	✔	-	-	✔
Campo de avaliações	✔	✔	-	✔	-	-
Serviços prestados	✔	-	-	-	✔	-
Campo para novo cadastro	✔	✔	-	✔	-	-
Como ajudar	✔	-	-	✔	✔	-
Como doar	✔	-	-	-	✔	-
Como se voluntariar	✔	-	-	✔	✔	-
Horário de funcionamento	-	✔	-	-	-	-
Campo para sugerir edição	✔	✔	-	-	-	-
Descrição do projeto	-	-	-	-	-	-
Notícias	-	-	-	-	✔	✔
Divulgação de eventos	-	-	-	-	-	✔
Blog	-	-	-	-	✔	-

Figura 08–Análise paramétrica. **Fonte:** Autora (2023)

Ao final da análise pôde ser observada uma maior recorrência de algumas informações, como: endereço, meios de contato, categoria, campo para cadastro, como ajudar e como se voluntariar. Esses dados foram considerados como de alta relevância para estarem presentes no protótipo final.

Objetivos do produto

Tomando como base a proposta inicial do projeto e os resultados obtidos na pesquisa de usuário e na análise paramétrica, foi possível então, delimitar os principais objetivos do produto de uma forma inicial respondendo aos seguintes tópicos:

Propósito/objetivo da interface:

A interface deverá funcionar como um acervo para as ONGs e projetos sociais da cidade de Bauru/SP. Ela tem o intuito de aumentar a visibilidade e facilitar o contato e a busca por informações por parte do cidadão que necessita de apoio ou deseja ajudar a organização, seja por uma doação ou sendo voluntário.

Atividade apoiada pela interface:

As atividades apoiadas pela interface serão a busca por informações sobre a ONG, incluindo meios de contato, redes sociais, endereço e outros dados considerados importantes.

Contexto de uso:

Será um *website* para ser acessado tanto pelo computador quanto pelo celular e em qualquer lugar que a pessoa estiver. Contudo, para este trabalho foi optado por seguir a estratégia de *mobile first*, que consiste em iniciar o desenvolvimento da interface pela criação das telas para dispositivos móveis. Portanto, o formato priorizado foi o das telas de celular.

Essa escolha ocorreu após ser encontrada uma pesquisa realizada pela TIC Domicílios 2022. Ela aponta que atualmente o maior número de acessos à internet no Brasil é realizado apenas através dos dispositivos móveis. Os dados disponibilizados mostram que 62% dos usuários brasileiros de Internet fazem o acesso exclusivamente pelo celular, o que corresponde a mais de 92 milhões de indivíduos (NIC.BR, 2023).

Foco ou diferencial:

Seu foco será na usabilidade, ao disponibilizar as funções e informações de uma forma que o público julga serem mais importantes de forma simples, intuitiva, detalhada e com bom design da informação. O objetivo principal é o de facilitar o contato da população geral com as ONGs, trazendo como consequência um possível aumento no engajamento dos projetos.

ESCOPO

Para a parte do escopo da interface foi necessário definir quais os conteúdos presentes que seriam obrigatórios, desejáveis e opcionais (requisitos de conteúdo), e também, quais as funcionalidades presentes que seriam obrigatórias, desejáveis e opcionais (especificações funcionais).

Requisitos de conteúdo

Os requisitos de conteúdo apresentados a seguir foram selecionados a partir da análise paramétrica realizada anteriormente, na qual foi feita a comparação de diversos tipos de informações e dados presentes nos websites analisados. Também utilizou-se como base para essa etapa as respostas coletadas no formulário referentes à pergunta "Em sua opinião, qual ou quais informações acerca de ONGs e projetos sociais da região são mais importantes?". Os conteúdos foram divididos da seguinte forma:

- Obrigatórios: Serviços prestados, sobre a ONG, meios de contato e redes sociais (links), endereço, seção com as instituições por categoria;
- Desejáveis: Impacto e resultados, missão e visão, como doar, como ser voluntário, horário e dias de funcionamento, eventos realizados;
- Opcionais: Equipe, fotos e vídeos.

Tendo os possíveis conteúdos definidos, foi necessário decidir o que realmente permaneceria na interface final e o que seria deixado de lado. Essa escolha se concretizou durante o desenvolvimento do organograma do *website*, no plano da Estrutura.

Especificações funcionais

As especificações funcionais para a interface foram definidas com foco em disponibilizar os dados e conteúdos das ONGs da forma mais atualizada e fiel o possível, além de facilitar e agilizar o contato e a busca de informações acerca delas. De modo geral, o *website* contaria apenas com algumas funcionalidades básicas e essenciais, no intuito de tornà-lo mais acessível tanto para os usuários quanto para a equipe responsável por gerenciá-lo.

As especificações funcionais são as seguintes:

- Obrigatórios: Sugerir cadastro de nova organização, sugerir edição as informações de uma organização existente, buscar ONGs e projetos, filtrar buscas;
- Desejáveis: Acessar o endereço direto no Google Maps, sugerir a divulgação de um evento que será feito pelo projeto;
- Opcionais: Avaliar a ONG.

Todas as funcionalidades propostas, exceto pela de "avaliar a ONG", foram consideradas importantes e mantidas na interface final.

ESTRUTURA

A estruturação da interface digital teve início pela criação do organograma de conteúdo (Figura 09), cujo objetivo foi definir e organizar os conteúdos que estariam presentes na plataforma, quais dados eles apresentariam e como estariam arquiteatados.

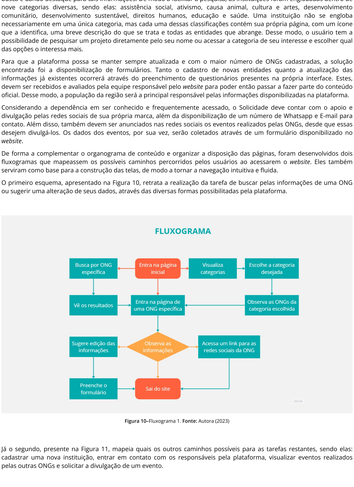


Figura 09–Organograma de conteúdo. **Fonte:** Autora (2023)

Como o foco principal do *website* são os dados das ONGs da região, o conteúdo como um todo é simples, facilitando a busca e dando destaque para tais informações. De modo a facilitar a pesquisa, as instituições foram englobadas dentro de nove categorias diversas, sendo elas: assistência social, ativismo, causa animal, cultura e artes, desenvolvimento comunitário, desenvolvimento sustentável, direitos humanos, educação e saúde. Uma instituição não se engloba necessariamente em uma única categoria, mas cada uma dessas classificações contém sua própria página, com um ícone que a identifica, uma breve descrição do que se trata e todas as entidades que abrange. Desse modo, o usuário tem a possibilidade de pesquisar um projeto diretamente pelo seu nome ou acessar a categoria de seu interesse e escolher qual das opções o interessa mais.

Para que a plataforma possa se manter sempre atualizada e com o maior número de ONGs cadastradas, a solução encontrada foi a disponibilização de formulários. Tanto o cadastro de novas entidades quanto a atualização das informações já existentes ocorrerá através do preenchimento de questionários presentes na própria interface. Estes, devem ser recebidos e avaliados pela equipe responsável pelo *website* para poder então passar a fazer parte do conteúdo oficial. Desse modo, a população da região será a principal responsável pelas informações disponibilizadas na plataforma.

Considerando a dependência em ser conhecido e frequentemente acessado, o Solicitade deve contar com o apoio e divulgação pelas redes sociais de sua própria marca, além da disponibilização de um número de Whatsapp e E-mail para contato. Além disso, também devem ser anunciados nas redes sociais os eventos realizados pelas ONGs, desde que essas desejem divulgá-los. Os dados dos eventos, por sua vez, serão coletados através de um formulário disponibilizado no *website*.

De forma a complementar o organograma de conteúdo e organizar a disposição das páginas, foram desenvolvidos dois fluxogramas que mapeassem os possíveis caminhos percorridos pelos usuários ao acessarem o *website*. Eles também serviram como base para a construção das telas, de modo a tornar a navegação intuitiva e fluida.

O primeiro esquema, apresentado na Figura 10, retrata a realização da tarefa de buscar pelas informações de uma ONG ou sugerir uma alteração de seus dados, através das diversas formas possibilitadas pela plataforma.

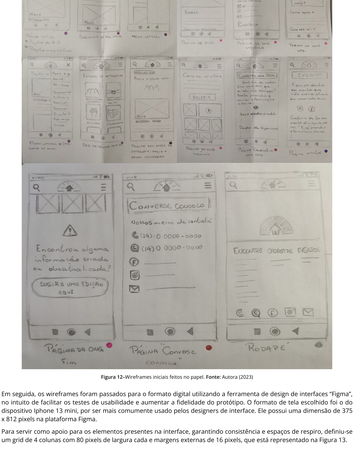


Figura 10–Fluxograma 1. **Fonte:** Autora (2023)

Já o segundo, presente na Figura 11, mapeia quais os outros caminhos possíveis para as tarefas restantes, sendo elas: cadastrar uma nova instituição, entrar em contato com os responsáveis pela plataforma, visualizar eventos realizados pelas outras ONGs e solicitar a divulgação de um evento.

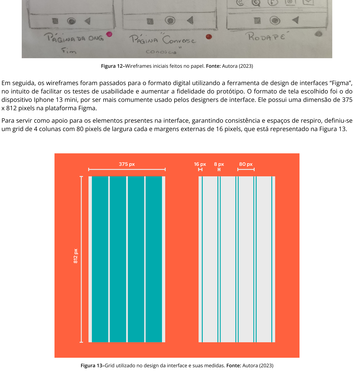


Figura 11–Fluxograma 2. **Fonte:** Autora (2023)

ESQUELETO

Tendo definido o conteúdo do site e como ele estaria organizado, foram feitos os primeiros *wireframes*, ou rascunhos, das principais páginas da interface através de desenhos no papel.

Os rascunhos (Figura 12) tiveram a função de ilustrar as principais telas e estudar qual a ordem dos dados e elementos que estariam disponíveis em cada uma delas, além de servir como base para o protótipo digital inicial. No entanto, ainda não haviam sido definidas as dimensões da tela ou o grid que serviria de base para o layout da interface.

Figura 12–Wireframes iniciais feitos no papel. **Fonte:** Autora (2023)

Em seguida, os wireframes foram passados para o formato digital utilizando a ferramenta de design de interfaces "Figma", no intuito de facilitar os testes de usabilidade e aumentar a fidelidade do protótipo. O formato de tela escolhido foi o do dispositivo Iphone 13 mini, por ser mais comumente usado pelos designers de interface. Ele possui uma dimensão de 375 x 812 pixels na plataforma Figma.

Para servir como apoio para os elementos presentes na interface, garantindo consistência e espaços de respiro, definiu-se um grid de 4 colunas com 80 pixels de largura cada e margens externas de 16 pixels, que está representado na Figura 13.

Figura 13–Grid utilizado no design da interface e suas medidas. **Fonte:** Autora (2023)

Então, foram definidas as principais páginas que estariam presentes no *website* e seu conteúdo, sendo elas:

- Página inicial: breve boas-vindas ao site, barra de pesquisa, categorias de ONGs e carrossel com as instituições mais acessadas da plataforma;
- Página de uma categoria específica ONG: nome da categoria, ícone da categoria, breve descrição, botão para ordenar buscas e todas as ONGs pertencentes àquela categoria;
- Página da ONG: banner da ONG com foto e nome, categorias às quais pertence, horário e dias de funcionamento, sobre, missão, visão, serviços prestados, meios de contato, endereço, como doar, como ser voluntário, fotos e vídeos e formulário para correção dos dados;
- Página de cadastro de nova ONG: formulário de cadastro de nova ONG;
- Página "eventos": links para as redes sociais da marca Solicidade, formulário para divulgação de evento;
- Página "converse conosco": texto "sobre nós", redes sociais, telefone, Whatsapp, e-mail para contato e botões para cadastrar nova ONG e reportar erro.

O foco da interface no acesso através de dispositivos móveis implicou na necessidade de ajuste do tamanho do texto e do espaçamento entre linhas e elementos presentes, de modo a facilitar a leitura e a interação nessas telas.

Com as telas estruturadas, a etapa seguinte foi a inserção do conteúdo de alta fidelidade em todas elas. Na Figura 14 é possível observar todos os *wireframes* desenhados e seu tamanho naquele momento do projeto.

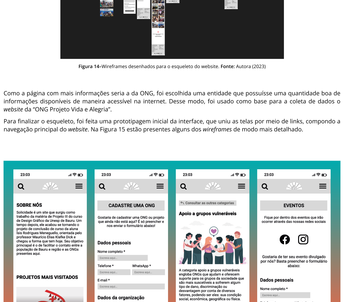


Figura 14–Wireframes desenhados para o esqueleto do website. **Fonte:** Autora (2023)

Como a página com mais informações seria a da ONG, foi escolhida uma entidade que possuísse uma quantidade boa de informações diferentes de maneira acessível na internet. Deste modo, foi usado como base para a coleta de dados o *website* da "ONG Projeto Vida e Alegria".

Para finalizar o esqueleto, foi feita uma prototipagem inicial da interface, que inclui as telas por meio de links, composto a navegação principal do website. Na Figura 15 está presente alguns dos *wireframes* de modo mais detalhado.

Figura 15–Algumas telas da versão inicial do protótipo feito no Figma. **Fonte:** Autora (2023)

SUPERFÍCIE

A etapa final de desenvolvimento da interface foi a definição do projeto gráfico, incluindo escolha da tipografia que seria utilizada, escolha do nome, criação da identidade visual da marca e escolha de elementos de interface a serem aplicados.

Identidade Visual

A identidade visual da marca Solicidade foi desenvolvida anteriormente a este projeto. Sua criação ocorreu ao decorrer da disciplina de Projeto III do curso de Design Gráfico da UNESP em Bauru e professora Cassia Leticia Carrara Domiciano e em colaboração com as colegas Beatriz Nishikawa Venturim, Flávia Alessandra Grillo, Ingrid Barreira Gielfe e Sofia de Abreu Francisco.

Como a marca teria como principal função ser responsável por unir em uma única plataforma e divulgar os projetos sociais da cidade de Bauru e suas ações, os conceitos principais pensados para ela foram os de: solidariedade, ajuda, caridade, alegria e esperança.

A partir disso, inicialmente foi realizado um *brainstorming* para a criação do nome e o resultado final foi: Solicidade. A palavra Solicidade é encontrada apenas no dicionário informal, tendo o significado de "cidade solidária", o que representa exatamente a proposta da marca, mostrar a solidariedade presente na cidade de Bauru. Além disso, o nome também pode ser interpretado como "Sol e cidade", sendo o Sol algo radiante que, traz alegria e luz para a cidade.

Com a definição do nome e todo o significado que ele carrega, foi feita então, a escolha da paleta de cores. Ela contém tons de amarelo e laranja que remetem aos raios de sol e um verde azulado, trazendo contraste e transmitindo tranquilidade, esperança e confiança. Como cores complementares, foram escolhidos o roxo e o azul escuro, que criam uma harmonia com o resto da paleta, tornando-a variada e alegre, com tons que fazem referência às cores do dia, da noite e do pôr do sol.

Figura 16–Paleta de cores da marca Solicidade. **Fonte:** Autora (2023)

Por fim, iniciaram-se as pesquisas de referências e os rascunhos para o logotipo da marca. A intenção era criar algumas referências que remetessem ao Sol e a cidade. Para essa etapa, foi criado o painel de referências a seguir (Figura 17), com outros logotipos que apresentassem uma estética interessante:

Figura 17–Painel de referências para o logotipo da marca Solicidade. **Fonte:** Autora (2023)

O resultado final foi o desenho de uma casa com raios de sol surgindo atrás de si e o nome "Solicidade" escrito embaixo (Figura 18). A forma de uma casa foi escolhida ao invés de prédios, pois além de também representar a cidade, ela traz um sentimento de aconchego e simplicidade, tornando a marca mais amigável. Os raios solares representam o Sol nascente, que é um símbolo de esperança.

A fonte escolhida para a escrita do nome foi a Dutch 801 BT no peso extra bold. Ela se trata de uma tipografia serifada, mas junto de sua *aparência clássica* o uso do peso escolhido ajuda a trazer certa simpatia ao logo.

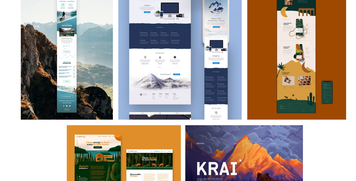


Figura 18–Logotipo da marca Solicidade e suas variações cromáticas. **Fonte:** Autora (2023)

Escolha tipográfica

Nesta etapa, foi realizada a seleção de algumas fontes sem serifa consideradas adequadas para o uso em interfaces digitais, bem como elas: Roboto, Red Hat Display, Montserrat e Open Sans. Em seguida, todas foram aplicadas no corpo de texto e título dos *wireframes* do website para uma análise de qual funcionaria melhor, como pode ser observado na Figura 19. A intenção era escolher uma tipografia clara, moderna e com diversas variações de peso disponíveis.

Figura 19–Testes de tipografias para as páginas do website. **Fonte:** Autora (2023)

Para o uso em títulos foi escolhida a fonte Red Hat Display. Por ter sido projetada com a finalidade de ser utilizada em textos maiores, ela apresenta traços regulares, espaçamento justo e letras altas e abertas, já para o corpo de texto, a fonte escolhida foi a Open Sans, pois possui boa legibilidade e é otimizada para a web e interfaces móveis, além de ter uma aparência amigável. Ambas as fontes estão presentes na Figura 20.

Apesar das duas tipografias escolhidas serem semelhantes, optou-se por manter a Red Hat Display por conta de já estar presente no padrão anterior da identidade visual do Solicidade. Com isso, viu-se necessário encontrar outra família tipográfica que se adequasse melhor em textos longos.

Figura 20–Fontes Red Hat Display e Open Sans. **Fonte:** Autora (2023)

Usabilidade e elementos da interface

A última fase da superfície da interface digital foi a aplicação de toda a identidade visual no protótipo. Para isso foi feita uma pesquisa de referências (Figura 21) que reunia interfaces que tivessem uma estética parecida com a identidade desejada para o Solicidade, o resultado da pesquisa foi o painel de referências a seguir:

Figura 21–Interfaces de websites que foram utilizados como inspiração para o projeto Solicidade. **Fonte:** Autora (2023)

Também foram reunidas referências de interface de formulários para sites, já que eles são uma parte essencial da plataforma (Figura 22) .

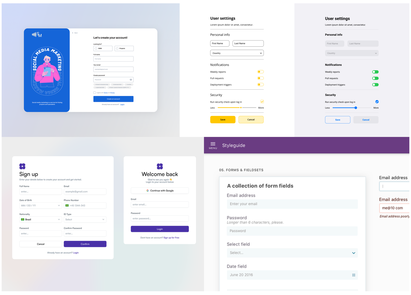


Figura 22–Design de formulários que serviram como referência para o website Solicidade. **Fonte:** Autora (2023)

Uso de cores

Na interface final foram utilizadas todas as cores da paleta da marca, incluindo as complementares. No intuito de tornar o *website* mais interessante e alegre, os diferentes tipos de páginas possuem cores variadas, sendo sempre duas ou apenas uma por página, uma principal e outra secundária (quando presente). Na presença de duas cores, a principal se encontra aplicada no cabeçalho, rodapé, principais títulos e alguns elementos. Enquanto isso, a secundária pode ser utilizada também em elementos e subtítulos, com o objetivo de dar contraste e evitar que a aparência da página se torne monótona.

Além de sua aplicação básica nas páginas, as cores da paleta também foram unidas para formar diferentes gradientes, como os mostrados na Figura 23. Esses, foram utilizados como cor de fundo de algumas seções, além de serem aplicados como filtro nas imagens de capa das ONGs.

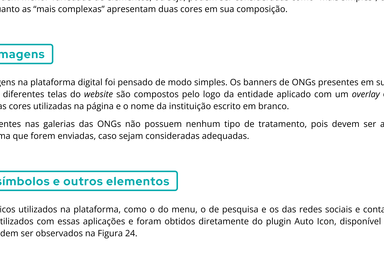


Figura 23–Gradientes utilizados no website. **Fonte:** Autora (2023)

As cores de cada página ficaram definidas da seguinte forma:

- **Página inicial:** laranja (principal) e verde azulado (secundária)
- **Página "converse conosco":** verde azulado (principal)
- **Páginas das categorias:** azul escuro (principal) e laranja (secundária)
- **Páginas das ONGs:** roxo (principal) e amarelo (secundária)
- **Página de cadastro de ONG:** roxo (principal)
- **Página de eventos:** amarelo (principal)

Como é possível observar, todas as cores presentes na paleta foram utilizadas como principal em alguma das páginas. As telas que possuem menor variedade de elementos, ou seja, podem ser consideradas como "mais simples", contêm apenas uma cor, enquanto as "mais complexas" apresentam duas cores em sua composição.

Uso de imagens

O uso de imagens na plataforma digital foi pensado de modo simples. Os banners de ONGs presentes em suas respectivas páginas e nas diferentes telas do *website* são compostos pelo logo da entidade aplicado com um *overlay* com gradiente composto pelas cores utilizadas na página e o nome da instituição escrito em branco.

As fotos presentes nas galerias das ONGs não possuem nenhum tipo de tratamento, pois devem ser adicionadas ao *website* da forma que forem enviadas, caso sejam consideradas adequadas.

Ícones, símbolos e outros elementos

Os ícones básicos utilizados na plataforma, como o do menu, o de pesquisa e os das redes sociais e contato, são ícones comumente utilizados com essas aplicações e foram obtidos diretamente do plugin Auto Icon, disponível na plataforma Figma. Eles podem ser observados na Figura 24.

Figura 24–Ícones do plugin Auto Icon utilizados na interface. **Fonte:** Autora (2023)

Com a intenção de ilustrar cada uma das categorias escolhidas para classificar as ONGs, foram criados pictogramas que as representassem (Figura 25). Para que tivessem uma aparência padronizada, todos eles foram desenhados em um *software* de vetorização e as cores utilizadas são as que compõem a paleta da marca Solicidade, salvo algumas exceções em certos pictogramas que precisavam de uma variação maior de cores.

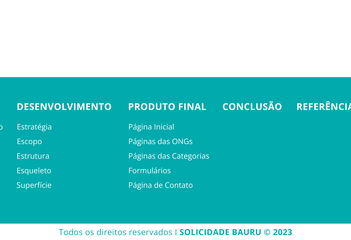


Figura 25–Ícones criados para representar as categorias de ONGs. **Fonte:** Autora (2023)

Botões

Os botões presentes na interface foram compostos por um retângulo com os cantos arredondados, nas cores utilizadas na página na qual ele está. Os textos contidos nos botões utilizam a fonte Red Hat Display e foram escritos na cor branca, alguns em caixa alta e outros em caixa baixa.

Para os tamanhos de cada botão e campos clicáveis criados, foram utilizados como base os dados fornecidos por Edwards (2022). Eles apontam que, em uma pesquisa realizada pelo MIT Touch Lab, concluiu-se que o tamanho mínimo ideal para botões em interfaces móveis é de 10mm x 10mm. O autor define três tamanhos diferentes para botões, sendo eles: pequeno (com 32px de altura), grande (com 36px de altura) e extra grande (com 44px de altura), além de um distanciamento mínimo de 8px entre um e outro.

Esse guia de medidas foi seguido na criação dos elementos clicáveis no *website* e os três diferentes tamanhos foram aplicados em diferentes usos, como pode ser visto na Figura 26.

Figura 26–Botões e campos clicáveis. **Fonte:** Autora (2023)

Teste de usabilidade

Com o objetivo de verificar se a interface estava intuitiva, funcional e adequada, foi feito um teste de usabilidade na etapa final da superfície, ainda que tais testes possam e devam ser realizados em momentos anteriores do desenvolvimento de interfaces. Nele, foram propostas três atividades diferentes envolvendo a realização de ações variadas no protótipo, que se relacionavam com a facilidade de descoberta e compreensão das informações das ONGs e formulários, bem como à ergonomia dos elementos interativos. Durante as atividades, a tela do dispositivo foi gravada para mapear as decisões dos usuários e o tempo levado para que se completasse cada tarefa. Ao final de cada uma delas, foi verificado se houveram dificuldades durante o processo e, ao fim do teste como um todo, foram coletadas opiniões e sugestões gerais acerca do *website*.

Os usuários que participaram foram dois indivíduos de diferente faixa etária e com experiências diferentes com o universo digital: um homem de 24 anos e uma mulher de 54 anos. No geral, os resultados do teste foram satisfatórios, sem erros durante a realização das tarefas e com opiniões positivas com relação ao protótipo. Contudo, foi possível observar que a participante menos adaptada às interfaces atuais, apresentou certa dificuldade para reconhecer ícones já considerados comuns entre gerações mais novas, como o do menu "sanduíche". Todavia, para confirmar esta hipótese, seria necessário realizar outro teste de usabilidade direcionado a avaliar esta dificuldade com o referido público.

Todos os direitos reservados | **SOLICIDADE BAURU © 2023**

PRODUTO FINAL

PÁGINA INICIAL

A página inicial (ou home) do *website* apresenta em seu início uma foto de Bauru/SP, que possui um *overlay* escuro por cima e uma mensagem de boas-vindas junto ao logo da marca Solicidade. Logo abaixo, ainda na imagem, há uma breve descrição do objetivo da plataforma. Em sequência, foi inserido um campo de pesquisa de ONG por nome e depois as categorias existentes. Por último, está presente um carrossel contendo as ONGs mais visitadas da plataforma.

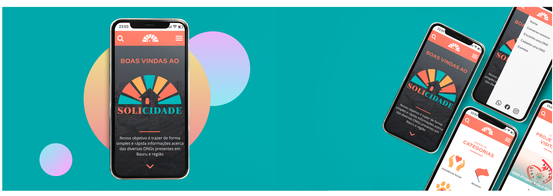


Figura 27–Mockups da tela inicial. **Fonte:** Autora (2023)

PÁGINAS DAS ONGS

As páginas de cada ONG começam com um banner, contendo a foto de capa da instituição sobreposta por um gradiente roxo e com seu nome escrito em branco. Logo em seguida estão as categorias às quais a organização pertence e as datas e horários de funcionamento. O restante da página contém as outras informações disponibilizadas pela entidade e no fim está o botão para o formulário de correção de informações, caso seja encontrado algum dado desatualizado ou incorreto.

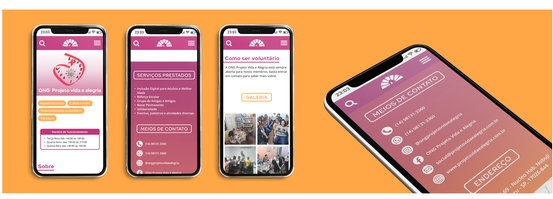


Figura 28–Mockups da página da ONG Projeto Vida e Alegria. **Fonte:** Autora (2023)

PÁGINAS DAS CATEGORIAS

As páginas de categorias apresentam primeiramente o nome da categoria escolhida e, logo após, o ícone criado para representá-la e uma breve explicação sobre o que se trata. Em sequência há um organizador de busca e, abaixo, as ONGs da categoria ordenadas de acordo com a ordem escolhida e distribuídas em mais de uma página.

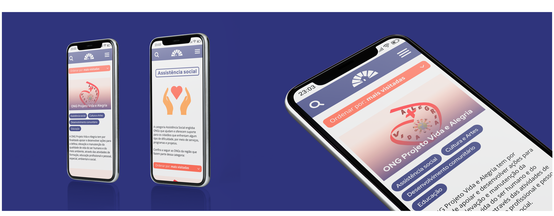


Figura 29–Mockups da página da categoria assistência social. **Fonte:** Autora (2023)

FORMULÁRIOS

Os formulários estão presentes nas páginas eventos, cadastro de ONGs e ao sugerir uma edição nas informações de uma instituição. Todos eles seguem um padrão em seu design e tem como objetivo facilitar e deixar mais ágil a coleta de informações, ao mesmo tempo em que torna a população da cidade parte fundamental para a manutenção do *website*.

A página eventos, além do formulário, também possui o perfil do Instagram da marca Solicidade embutido, para que os usuários possam consultar os eventos já anunciados.

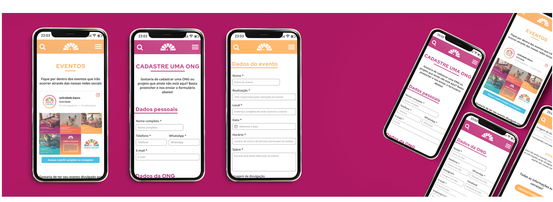


Figura 30–Mockups das páginas com formulários. **Fonte:** Autora (2023)

PÁGINA DE CONTATO

A página "Converse conosco" contém os meios de contato da marca Solicidade, com links para as redes sociais e e-mail. Também apresenta botões para o cadastro de uma nova ONG e para correção de informações e, por fim, um breve parágrafo contando sobre o surgimento da plataforma e seu objetivo.

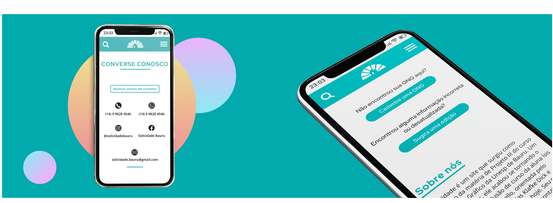


Figura 31–Mockups da página de contato. **Fonte:** Autora (2023)

O protótipo de alta fidelidade pode ser acessado por meio do link abaixo ou do QR Code presente na Figura 32.

https://figmashort.link/M8cWhW

Figura 32–Métodos para acessar o protótipo de alta fidelidade. **Fonte:** Autora (2023)

Todos os direitos reservados | **SOLICIDADE BAURU © 2023**

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As ONGs, ou “Organizações Não Governamentais” apesar de possuírem uma história recente, principalmente no Brasil, se tornaram instituições de grande impacto e muito presentes na sociedade atual. No entanto, mesmo que muitas delas possuam uma boa estrutura organizacional, nem todas conseguem se dedicar a realizar uma boa comunicação com a população e com seu público alvo a todo momento. Isso ocorre principalmente pelo fato de algumas ONGs não encontrarem voluntários dessas áreas para sua equipe.

A pesquisa de usuário realizada confirmou essa carência de comunicação nas ONGs de Bauru/SP através de uma aparente dificuldade por parte de boa parcela dos entrevistados em entrar em contato com essas instituições. Em sua maioria, o público que participou do questionário teve preferência por entrar em contato com as entidades através das redes sociais, que são ágeis e simples. Contudo, o uso de um *website* para a busca de informações foi a segunda opção mais escolhida e também esteve muito presente, justificando a existência da plataforma Solicidade.

Usando como base o método adaptado da proposta de Garrett (2010), o objetivo deste trabalho foi projetar uma solução para o problema de divulgação e comunicação das ONGs da cidade de Bauru/SP por meio de um *website*. A proposta da plataforma é servir como um acervo para as ONGs da cidade, que facilita o acesso às informações básicas por parte da população e ao mesmo tempo possivelmente aumenta o engajamento dessas instituições.

Apesar de parte considerável dos respondentes do formulário terem algum vínculo com o ambiente universitário, os dados coletados apontam um público bem variado com experiências diversas com relação às ONGs. A intenção inicial era divulgar a pesquisa para o máximo de moradores de Bauru/SP possível, mas, mesmo não tendo alcançado muitas regiões diferentes da cidade, o resultado foi satisfatório, tanto em quantidade, quanto em qualidade.

A intenção inicial para o Solicidade era a de criar dois protótipos do *website*, um para dispositivos móveis e outro para *desktops*. Também haveriam mais páginas de ONGs e de categorias, inclusive, foi considerado entrar em contato com algumas instituições para que elas oferecessem os dados para serem disponibilizados. Contudo, nem todas as ideias conseguiram ser concretizadas devido ao tempo disponível para a finalização do projeto, que foi desenvolvido de agosto a novembro de 2023.

Vale ressaltar que os pictogramas criados para representar cada categoria de ONG ainda estão em uma versão incial e possuem um design limitado. Por tal motivo, seria necessária a realização de estudos mais específicos na área para que se tivesse uma versão final e mais adequada de cada um deles. Ademais, também vê-se necessário a realização de testes de acessibilidade na plataforma como um todo, com o intuito de verificar a necessidade de adaptações e correções nesse sentido.

Todavia, apesar da existência das adversidades, o resultado final do trabalho como um todo foi muito satisfatório e agregou muito para a autora, que ao início do processo, possuía quase nenhum conhecimento na área. Todo o período de desenvolvimento dedicado a ele possibilitou um estudo rico e detalhado acerca do design de interfaces digitais.

Com relação à viabilidade financeira da plataforma, apesar de ainda não terem sido feitos planejamentos nesse quesito, existem diversas possibilidades viáveis para que seja possível haver uma monetização do projeto, visando torná-lo mais concreto. O Solicidade poderia contar tanto com o apoio de patrocinadores, quanto com o apoio do poder público do município e também com a ajuda de outras pessoas interessadas em apoiá-lo. Uma posssibilidade futura seria a existência de uma página no próprio *website* dedicada a doações e outros tipos de apoio.

Por fim, o *website* Solicidade, embora ainda não seja uma solução completa e finalizada, é uma promessa de transformação, representando não apenas um avanço para as ONGs de Bauru/SP, mas também para a comunidade como um todo, já que pode facilmente se adaptar e aderir a qualquer cidade. Ele é um indício de que a tecnologia, quando aliada à causa social, tem o poder de conectar pessoas, inspirar ação e fomentar uma sociedade mais participativa e solidária.

INTRODUÇÃO
Objetivos do Trabalho
Procedimentos Metodológicos

DESENVOLVIMENTO
Estratégia
Escopo
Estrutura
Esqueleto
Superfície

PRODUTO FINAL
Página Inicial
Páginas das ONGs
Páginas das Categorias
Formulários
Página de Contato

CONCLUSÃO

REFERÊNCIAS

APÊNDICE A

Todos os direitos reservados I **SOLICIDADE BAURU © 2023**

REFERÊNCIAS

BLUME, Bruno André; MARMENTINI, Gabriel. **O que são ONGs?**. 2023. Disponível em: <https://www.politize.com.br/ong-o-que-e/#:~:text=Segundo%20Ricardo%20Silveira%2C%20o%20termo,surgiram%20de%20acordos%20entre%20Estados>. Acesso em: 03 nov. 2023.

EDWARDS, Sarah. **UI/UX tips: A guide to creating buttons**. 2022. Disponível em: <https://makeitclear.com/ux-ui-tips-a-guide-to-creating-buttons/>. Acesso em: 03 nov. 2023.

GARRETT, Jesse James. **The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond**. 2. ed. [S. l.]: New Riders, 2010.

NIC.BR. **92 milhões de brasileiros acessam a Internet apenas pelo telefone celular, aponta TIC Domicílios 2022**. 2023. Disponível em: <https://nic.br/noticia/releases/92-milhoes-de-brasileiros-acessam-a-internet-apenas-pelo-telefone-celular-aponta-tic-domicilios-2022/>. Acesso em: 18 out. 2023.

SILVEIRA, Ricardo Vanzin. **Constituição Jurídica das Organizações Não-Governamentais**. 2006. Disponível em: <https://www.univates.br/media/graduacao/direito/CONSTITUICAO_JURIDICA_DAS_ORGANIZACOES.pdf>. Acesso em: 03 nov. 2023.

INTRODUÇÃO
Objetivos do Trabalho
Procedimentos Metodológicos

DESENVOLVIMENTO
Estratégia
Escopo
Estrutura
Esqueleto
Superfície

PRODUTO FINAL
Página Inicial
Páginas das ONGs
Páginas das Categorias
Formulários
Página de Contato

CONCLUSÃO

REFERÊNCIAS

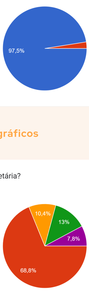
APÊNDICE A

Todos os direitos reservados I **SOLICIDADE BAURU © 2023**

PESQUISA DE USUÁRIO

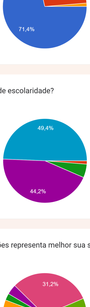
Destaca-se que os entrevistados que responderam negativamente à primeira pergunta do formulário foram levados diretamente à seção de **pesquisa de opinião.** O mesmo ocorreu com os entrevistados que responderam negativamente à pergunta "Você já teve que procurar uma ONG ou projeto social?".

Você é morador de Bauru ou alguma cidade da região?
80 respostas



Dados demográficos

Qual a sua faixa etária?
77 respostas

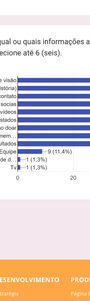


Qual é o seu gênero?
77 respostas

Qual o seu nível de escolaridade?
77 respostas

Qual destas opções representa melhor sua situação de trabalho?
77 respostas

Com qual frequência você acessa a internet?
77 respostas



Você já teve que procurar alguma ONG ou projeto social?
77 respostas

Pesquisa de experiência

Por qual ou quais motivos?
45 respostas

Como encontrou a ONG ou projeto social?
45 respostas

De que forma foi realizado o contato?
45 respostas

Você teve algum tipo de dificuldade nesse processo de encontrar a ONG ou projeto social e entrar em contato? Sem sim, qual ou quais?
45 respostas

Pesquisa de opinião

Qual ou quais canais você preferiria/acharia mais fácil de utilizar para buscar informações e entrar em contato com ONGs (caso já tenha procurado um projeto ou não)?
79 respostas

Em sua opinião, qual ou quais informações acerca de ONGs e projetos sociais da região são mais importantes? Selecione até 6 (seis).
79 respostas

Todos os direitos reservados | SOLICIDADE BAURU © 2023