

## PET TERAPIA: UMA EXPERIÊNCIA DE DESIGN THINKING

**ANNA LAUX SURIZ<sup>1</sup>; CAROLINE ELISA GONÇALVES DA SILVA<sup>2</sup>; CLARISSA DA SILVA LAZZARI<sup>3</sup>; JOSÉ PAULO PORTELA ALVES<sup>4</sup>; MÁRCIA DE OLIVEIRA NOBRE<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – anna.suriz@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – caa.elisa@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – clarissalazzari@hotmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – portela.josepaulo@gmail.com*

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas – marciaonobre@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

Segundo BROWN; WYATT (2010) Design Thinking trata-se de um processo integrado de desenvolvimento de produtos e serviços focados no ser humano, dessa forma se propõe a gerar uma solução que leve a inovação. Nessa abordagem incentiva-se uma postura de empatia, visualizar o projeto como um todo, otimismo, experimentalismo e colaboração que pode ser exercida por todos os integrantes do grupo, mesmo sem nenhuma experiência em design (BROWN, 2008).

O Projeto Pet Terapia da Universidade Federal de Pelotas, é um espaço de experimentação de design thinking. Trata-se de um projeto de ensino, extensão e pesquisa, existente desde 2006 e realiza atividade/educação/terapia assistida por animais em diversas instituições da cidade de Pelotas, atendendo crianças, jovens, adultos e idosos com necessidades especiais ou em situação de fragilidade. O grupo do Pet é interdisciplinar, formado por alunos e professores das áreas de Medicina Veterinária, Enfermagem, Psicologia, Terapia Ocupacional, Arquitetura e Design Gráfico, todos vinculados a mesma Universidade.

A equipe de Design Gráfico, hoje formada por quatro alunos de graduação, desde 2013 vem atuando junto ao grupo com foco em estratégias de comunicação e marketing, um dos últimos espaços do processo de design thinking proposto por Brown. Ponto chave para que o trabalho que o Projeto realiza chegue até o público interno e externo, divulgando e atraindo mais adeptos à questões de engajamento social, valorizando as pessoas envolvidas com o projeto, integrantes ou atendidos, e contribuindo para a divulgar a terapia assistida por animais como um método terapêutico à medicina humana.

### 2. METODOLOGIA

Segundo Brown (2008) o design thinking é o resultado das descobertas do processo criativo centrado no ser humano, seguido por ciclos interativos de prototipagem, testes e refinamentos. Acontecendo em três espaços: inspiração, onde se encontra um problema ou oportunidade que motiva a busca de solução; ideação, etapa de co-criação de alternativas, desenvolvimento de protótipos e testes; e implementação, aplica estratégias de comunicação e marketing. No entanto, o processo é melhor descrito como um sistema de espaços do que uma série ordenada de etapas, pois é possível retornar mais de uma vez aos espaços de inspiração, ideação e implementação para que o grupo refine as ideias e explore novos direcionamentos (BROWN; WYATT, 2010).

Seguindo o processo de design thinking, iniciando o ciclo no primeiro estágio, inspiração, a equipe de design dentro do Pet Terapia começou com a identificação

uma oportunidade: aprimorar a comunicação do projeto, e de um problema relatado pelo grupo: a dificuldade de conseguir apoiadores para auxiliar na manutenção dos cães.

Em 2013, quando iniciou o trabalho de design, o grupo não possuía um sistema de identidade visual eficiente, quase nenhum material gráfico para auxiliar na divulgação, pouco contato com o público externo, pouco ou nenhuma divulgação fora os pontos de contato, pessoas diretamente envolvidas com o projeto. Para solucionar o problema exposto pelo grupo, era preciso em primeiro lugar sanar as dificuldades de comunicação identificadas. Possibilitando que a comunidade conhecesse o projeto, se identificasse com a causa e assim atrair potenciais apoiadores ou dar suporte para que o grupo tenha uma publicização que o favoreça e ao mesmo tempo criasse argumentos para o convencimento de uma eventual proposta de apoio, sendo positivo para ambas as partes.

Por meio de conversas contínuas com o grupo, sugestões e aprimoramentos, já no estágio que Brown cita como ideação, foram propostas as seguintes peças: criação de um sistema de identidade visual, começando pela marca do projeto, aplicação em materiais de papelaria básica e criação de folder explicativo sobre a atividade, e definição da página do projeto na rede social Facebook como o principal meio de comunicação online com o público externo, visto que o projeto é formado por alunos usuários de redes sociais, além de atrair pessoas e contatos simpatizantes com a causa já que rede social tem grande engajamento de usuários.

A abordagem de todo o conteúdo objetiva descentralizar a figura do cão, mas mostra-lo como um terapeuta, agente tão importante quanto os demais participantes das áreas da saúde na realização das atividades de terapia/educação assistida. Mostrar os pontos de vistas de todos os envolvidos no projeto, alunos e professores das diversas áreas, responsáveis pelas instituições, pacientes, pais e profissionais com o intuito de mostrar como este tipo de trabalho impacta na vida das pessoas. Reforçar os benefícios a Terapia Assistida por Animais (TAA) e a interação entre homem e animal podem trazer benefícios à saúde e bem-estar dos mesmos.

A fase de implementação consistiu na aplicação da nova identidade e no gerenciamento da rede social. A partir do retorno do público e dos envolvidos com o projeto, são repensadas, seguindo o mesmo processo, todo o material e conteúdo que é criado.

### **3. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Em aproximadamente dois anos da atuação da equipe de design no Pet Terapia, observamos por meio de feedbacks da equipe interna e externa a aceitação e identificação com a nova identidade. Na rede social Facebook, os dados gerados pela página demonstram que em final de 2013 a página contava com aproximadamente 300 curtidas, quantidade de pessoas que acompanhavam a página em seus perfis, hoje esse número é de mais de 1.450 pessoas, em crescimento orgânico, ou seja, sem patrocínio das postagem, gerado apenas pelo compartilhamento dos usuários, após o gerenciamento da página. As publicações com fotos têm maior alcance de usuários, alcance médio de 700 pessoas, do que os compartilhamentos de links. Constatamos apenas interações positivas com a página, em forma de comentários de usuários, mensagens de apoio e curtidas das publicações, também recebemos contato de estudantes de áreas relacionados ao projeto de outros estados e até mesmo do exterior, buscando mais informações sobre o trabalho realizado pelo projeto.

Em setembro de 2014, o Portal Nossa Matilha, site destinado a reportagens sobre cães, voltado a profissionais da área, publicou uma matéria sobre o trabalho realizado pelo Pet Terapia. Um mês depois, em outubro, o Pet foi tema de uma reportagem para o Jornal do Almoço do grupo RBS-TV, onde mostrou o trabalho, na época recém iniciado, dentro do Hospital Escola da Universidade Federal de Pelotas, o trabalho se mantém até hoje e tem gerado bons resultados para o grupo e principalmente para os pacientes.

Além da implementação de estratégias de comunicação, surgiram outras demandas internas do projeto, desenvolvidas pelo processo de design thinking. Uma delas foi o desenvolvimento de jogos para serem utilizados nas visitas. O problema relatado pelos integrantes em uma das reuniões de grupo era de que os cães e os pacientes cansavam ou se dispersavam depois de um certo tempo de atividade, portanto foi proposto pelo grupo a criação de jogos. Estes foram criados adaptados às limitações dos atendidos expostas pelos integrantes do grupo, resultando em jogos da memória, quebra-cabeça, labirintos, atividades de colorir, que foram utilizados como complemento às atividades com cão, com o intuito de estimular funções cognitivas e motoras dos pacientes.

Desde o início da divulgação do projeto, o Pet tem contato com o auxílio de alguns apoiadores como a Hill's Pet Nutrition, que fornece mensalmente ração balanceada e direcionada para cada um dos 11 cães do projeto, além de algumas outras empresas como Bayer e Virbac, com o auxílio de medicação para os cães. Hoje a principal necessidade do projeto é auxílio para transporte dos mesmos e equipe de alunos da sede do Pet Terapia, no Campus do Capão do Leão-UFPel aos locais de atendimento. Esta última proposta vem sendo trabalhada pela equipe de design junto ao grupo, ainda em fase inicial de implementação.

Também é possível ressaltar o aumento da procura dos alunos pelo projeto nos processos de seleção realizados semestralmente pela Faculdade de Veterinária para os alunos das áreas afins. Além da evidente motivação e o empenho dos alunos já integrantes do Pet demonstram em realizar as atividades e contribuem para o aperfeiçoamento do mesmo.

#### **4. CONCLUSÕES**

O Pet Terapia proporciona aos estudantes de diferentes áreas o trabalho interdisciplinar ideal para a aplicação dos conceitos defendidos pelo design thinking em um processo totalmente voltado para o ser humano, uma vez que toda e qualquer atividade do grupo tem como principal objetivo proporcionar qualidade de vida para as pessoas atendidas, sendo um exercício contínuo de empatia exercido por todos os integrantes do projeto para que o trabalho seja realizado.

Dessa forma o projeto incentiva os integrantes a pensarem e a vivenciarem experiências de envolvimento direto com a comunidade fora da Universidade, lembrando que todo o conhecimento adquirido em sala de aula pode e faz diferença na comunidade e na vida das pessoas. Assim proporciona a reflexão sobre o papel social do designer, como projetista de produtos, serviços e experiências que possuem impacto direto na vida das pessoas, podendo agir também como transformador social. Os resultados obtidos até agora demonstram que o processo de design thinking gera soluções adaptadas às necessidades das pessoas e comprova que o processo de criação com base empatia, colaboração e foco no ser humano é capaz de gerar resultados inovadores.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BROWN, T; WYATT, J. Design Thinking for Social Innovation. **Stanford Social Innovation Review**, Stanford, p. 30-35, 2010.

HARVARD BUSINESS REVIEW. **Design Thinking**. Ideo, News, Archive, jun. 2008. Acessado em 20 jul. 2015. Online. Disponível em: [http://www.ideo.com/images/uploads/news/pdfs/IDEO\\_HBR\\_DesignThinking\\_9.pdf](http://www.ideo.com/images/uploads/news/pdfs/IDEO_HBR_DesignThinking_9.pdf)

IDEO.ORG. Acessado em 20 jul. 2015. Online. Disponível em: <http://www.ideo.org/>

JORNAL DO ALMOÇO. **Pet terapia tem resultados bem avaliados por médicos**. 08 out. 2014. Acessado em 20 jul. 2015. Online. Disponível em: <http://globotv.globo.com/rbs-rs/jornal-do-almoco/v/pet-terapia-tem-resultados-bem-avaliados-por-medicos/3682406/>

NOSSA MATILHA. **Pet terapia (UFPEL): "Nosso objetivo é formar cães que facilitem as ações terapêuticas"**. Notícias e mercado. Entrevistas 04 set. 2014. Acessado em 20 jul. 2015. Online. Disponível em: <http://goo.gl/K6jOj7>