

Ulide Party

IADE — Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação

Engenharia Informática — 4.º semestre

Felipe Campelo Sabbado (20191012); Leonardo Lage (20200859)

Projeto Multidisciplinar:

Algoritmos e Estruturas de Dados (Alexandre Barão);

Estatística (Maria Fernandes);

Interfaces e Usabilidade (Bruno Nobre);

Programação Web (Fábio Guilherme);

Sistemas de Informação Geográficos (Jacinto Estima).

06 de maio de 2022

Resumo:

A aplicação web Ulide party pretende ajudar jovens a encontrar locais de lazer e diversão, atividades para fazer nos tempos livres e formas de socializar com outros jovens e dar a conhecer lugares de encontro como bares, discotecas e restaurantes. Para ajudarmos os utilizadores a escolher um local o site disponibilizará informações como: horário, preço, rating (1 a 5), menu de bebidas / menu de refeições, ler comentários, entre outras coisas para melhorar, assim, a experiência e o aproveitamento do período de lazer.

Palavras-chave: jovens; bares; restaurantes; discotecas; noite.

Repositórios Github:

Documentos do Projeto - <https://github.com/felipesabbado/ProjetoWeb>

Web Site e Dashboard - <https://github.com/felipesabbado/ulideparty>

API - <https://github.com/Leonerdo15/api-ulide-party>

Sumário

Introdução	5
Objetivos	6
Público-alvo	9
Descrição	9
Quem somos?	10
Porque Ulide Party?	10
Porque existimos?	10
Pesquisa de mercado	12
Conclusão	14
O que temos até agora em relação aos sistemas de informação geográficos?	14
Guiões de teste	18
Caso 1 — Escolher um lugar:	18
Caso 2 — Criar um grupo:	18
Caso 3 — Mudar informação de um lugar:	19
Brainstorm e Organização de dados	20
Mockups	21
UX Flow	26
Moodboard	29
Personas	30
Journey Maps	31
Como criamos a logo?	33

Infraestrutura da arquitetura da aplicação Web	38
Base de dados	39
Modelo ER	39
Guia de dados	40
Introdução	40
Forma de nomenclatura de atributos	40
Tabela routes	41
Tabela spots	41
Tabela users	42
Porque escolhemos e fizemos o que fizemos?	44
Tipografia	44
Cores	44
Formas	45
Protótipo	45
Referências Bibliográficas	46
Anexo I - Questionário	47

Introdução

O surgimento da covid-19 trouxe graves consequências para o mundo, nas mais variadas áreas. Em especial os jovens, sofreram muito, seja física ou psicologicamente, com as medidas restritivas e com as consequências da própria doença (Maia & Dias, 2020). De acordo com Suzy Menezes (2020), a pandemia de covid-19 trouxe grandes repercussões no quotidiano da população mundial em parte devido à necessidade de medidas como a quarentena, o isolamento e o distanciamento social, que impactaram diretamente nas opções de lazer e saúde mental da população.

Com alívio da pandemia de covid-19 e com o abrandamento das restrições, surgiu a necessidade das pessoas reconectarem-se socialmente, em especial os jovens. Destacamos que, nessa fase da vida, grande parte desse grupo etário e social está ainda no processo de formação da sua personalidade e individualidade e que o convívio com outros jovens é uma característica preponderante desta fase. E uma das formas mais comuns de socialização que os jovens escolhem são as atividades noturnas, ou “vida noturna”, aqui entendida como a reunião deste grupo, geralmente em bares, discotecas e restaurantes, após as aulas ou nos fins de semana à noite.

É importante frisar que o lazer é uma parte importante da atividade humana e não se limita a uma mera contraposição ao trabalho. São nesses momentos livres que as pessoas podem exercer várias dimensões da individualidade e da coletividade, fundamentais para a manutenção do bem-estar físico e mental de cada um. Tais períodos permitem a prática de desportos, atividades físicas, descanso, socialização e muitas outras facetas da complexidade do ser-humano (Menezes, 2020).

Objetivos

É muito comum os jovens restringirem a sua vida noturna aos lugares mais famosos, às recomendações do seu círculo de amigos ou até mesmo não ter opções de lazer por falta de informações sobre locais que condizem mais aos seus gostos e personalidade. Tais fatos podem fazer com que eles percam a oportunidade de conhecer lugares que não sejam tão conhecidos, mas que sejam igualmente interessantes ou mesmo desistirem de sair e restringirem as suas opções de lazer e socialização, com especial sujeição aos aparelhos eletrónicos, como computadores e smartphones, e às redes sociais digitais.

Para ajudar nestas questões, decidimos desenvolver uma web app em que será possível conhecer vários lugares e diversificar as saídas. Isto será feito através de funcionalidades que permitam aos utilizadores criar perfis online, para receber recomendações personalizadas conforme as suas características e preferências pessoais, e construir comunidades com outros jovens ao redor de locais, eventos ou atividades.

Assim, esta ferramenta visa facilitar a vida de quem quer sair à noite, gosta de conhecer lugares novos e quer conhecer pessoas novas ou socializar com os seus amigos. O utilizador poderá criar grupos onde, por exemplo, pode pôr um bar diferente todas as semanas, o que fará com que haja menos mal entendidos já que o lugar escolhido vai estar definido no grupo.

Outra possibilidade é a implementação de um sistema de votação entre os locais sugeridos pelos integrantes do grupo. Os utilizadores terão a possibilidade de cadastrar locais de interesse para compartilhar com outras

pessoas e um sistema de pontuação que permite aparecer na página principal. A validação dos locais poderá ser feita pela avaliação de outros utilizadores que dirão se o local existe e também avaliarão características dos locais para criar uma forma de categorizar para além do gostar ou não gostar.

Como objetivo secundário, e possível modelo de negócios, a web app também servirá para que empresários, donos de restaurantes, bares ou discotecas, como portal para destacar o seu negócio e ampliar o alcance do seu público ao divulgá-lo para as pessoas que visitam a web app.

A nossa web app irá implementar um sistema de níveis, para assim os utilizadores ajudarem a desenvolver o site. Esse sistema vai consistir em 3 níveis (conselheiro, crítico especialista, parceiro) que para conseguir obter esses níveis os utilizadores têm que fazer certas ações no site, como comentar, postar fotos, favoritar, entre outras.

No nível 1 (conselheiro) o utilizador poderá sugerir alterações à página dos lugares, porém elas só poderão ser aceites por utilizadores com um nível superior.

No nível 2 (crítico especialista) poderá aceitar sugestões feitas por utilizadores com níveis mais baixos ou até mesmo mudar logo a informação de um lugar sem necessitar de confirmação de alguém superior.

No nível 3 (parceiro) terá as permissões do nível 2 mais a permissão de eliminar informação ou até mesmo lugares caso algo esteja errado.

Serão feitos outros dois níveis especiais (empresário, administrador). O nível administrador poderá editar ou eliminar lugares e caso seja necessário até mesmo excluir utilizadores. Os empresários poderão criar um lugar ou

tomar o controlo caso já esteja criado. Tendo assim controlo total sobre a página, não deixando que outros utilizadores mudem informações.

A respeito da componente de Sistemas de Informação Geográficos, pretendemos implementar a localização dos sítios cadastrados num mapa para exibir aos utilizadores, uma funcionalidade para indicar os locais, conforme o tipo, num determinado raio, centrado no endereço do utilizador, no estabelecimento ou sítio de referência escolhido.

Em um segundo momento, temos a ideia de criar rotas entre locais que sirvam para ajudar os utilizadores a planearem melhor as suas saídas noturnas. A nossa web app pretende ter funcionalidades que permitam selecionar o ponto de origem e o ponto de destino, seja pela localização do dispositivo do utilizador, pelo endereço cadastrado ou até pela escolha de um ponto num mapa.

Para as empresas e empresários que desejarem utilizar a nossa web app para destacar os seus negócios, poderemos fornecer estatísticas sobre a sua “zona de influência”, segundo as origens mais frequentes dos seus clientes. Assim eles poderão ter mais uma ferramenta para melhor gerir a sua empresa.

Por fim, o nosso intento é que todas essas informações estejam inseridas na nossa base de dados como geometria, o que facilitará a manipulação dos dados no lado do *back-end* e diminuirá a necessidade de processamento e implementação de código no *front-end*.

Público-alvo

Maioritariamente jovens entre os 18 e 25 anos, em especial os estudantes universitários, que residem na região metropolitana de Lisboa, e que tenham interesse em sair à noite com amigos ou para conhecer pessoas em Lisboa.

Um público-alvo secundário, mas nem por isso menos importante, será o dos empresários e empresas desta área de negócios que desejem utilizar a web app para divulgar os seus estabelecimentos, produtos ou serviços através de propaganda, promoções ou patrocínio de eventos e locais.

Descrição

Ao entrar no site serão apresentados 3 painéis (Restaurantes, Bares, Discotecas). Ao clicar num deles, vão aparecer todos os lugares ordenados por ranking. Esses lugares não terão alguma informação, mas para ver mais será preciso clicar num específico. Caso alguma informação esteja em falta ou errada o utilizador poderá alterar a informação. O dono do estabelecimento, contudo, terá controlo total sobre a sua página. Para reivindicar a posse de um lugar, o utilizador terá que enviar aos administradores do site documentação que prove ser o dono da empresa.

Caso se decida cadastrar, no seu perfil pode pedir em amizade outras pessoas. O que fará com que possa criar grupos de amigos em que poderá combinar saídas, decidir horário e locais de encontro, entre outras funcionalidades.

Quem somos?

Nós (Leonardo e Felipe) somos dois estudantes de engenharia informática. Foi nos cabido realizar um website com componentes de informação geográfica. De entre várias ideias para o projeto, escolhemos fazer uma que ajude principalmente, mas não só, jovens a encontrar lugares para sair à noite. À qual chamaremos *Ulide Party*.

Porque Ulide Party?

Primeiramente, temos que entender o que significa *Ulide*. *Ulide* é uma abreviação de **Ultimate Lisbon Guide**, pois a nossa web app serve para dar a conhecer bares, restaurantes e discotecas, na zona de Lisboa. O *Party* está devido ao facto dos lugares que existem na nossa app são espaço onde, geralmente, as pessoas se vão divertir ou passar um bom tempo.

Porque existimos?

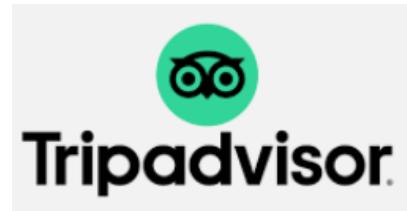
O nosso objetivo é ajudar, principalmente, grupos de pessoas que querem sair à noite. É normal que em grupos com muitos amigos uns queiram ir a um lugar e outros a outros lugares. Para evitar esses conflitos, a nossa web app irá ter grupos de conversar, onde um membro pode iniciar uma votação.

Outra funcionalidade que queremos ter, porém, não sabemos se conseguiremos implementar, é as pessoas marcarem num calendário quando estão disponíveis para assim mostrar uma data e hora ideal para todos os membros de um grupo.

Tirando essas funcionalidades, o nosso site também pode ser usado para encontrar um bar, restaurante ou discoteca (similar ao zomato ou wikinight). Contudo, as funcionalidades acima e que nos distinguem de qualquer outro site e faz com que grupos de amigos prefiram usar o nosso site e não outro similar.

Pesquisa de mercado

Entender a concorrência é de suma importância para determinar o melhor caminho a tomar no desenvolvimento da nossa web app. Para isso selecionamos dois principais concorrentes diretos, Zomato e Tripadvisor, além de uma busca em concorrentes indiretos para podermos nos inspirarmos nos pontos fortes, que fazem sucesso com o público, e descobrir os pontos fracos para entender onde a nossa web app pode se diferenciar e se destacar no mercado.



Facilidade de navegação

Design apelativo

Restaurantes organizados por coleções

Muito abrangente

Sem personalidade

Pouco interativo

Aconselha outros lugares próximos

Facilidade na criação de um novo restaurante

Bastante interativo

Muito Abrangente (Hotéis, voos, cruzeiros, restaurantes)

Anúncios muito concentrados

Design pouco apelativo

Link: <https://www.zomato.com/>

Link: <https://www.tripadvisor.pt>

Entre os pontos positivos, que achamos relevantes também que existam na nossa web app, destacamos a facilidade de navegação e o design apelativo, elementos fundamentais para chamar a atenção do nosso público alvo e tornar o uso do site agradável e intuitivo. Também pretendemos que o nosso projeto seja interativo, permitindo que os utilizadores possam se sentir como elementos integrantes e membros da comunidade. Isso será possível com ferramentas e sistemas que facilitem a criação de locais de encontro, bares, restaurantes e discotecas, a criação de grupos para marcar locais, datas e horas de encontros, informações e sugestões de locais conforme o perfil do utilizador, entre outros.

Por outro lado, vimos que, entre os pontos negativos, tais sites pecam pelo excesso de abrangência. O Zoomato, por um lado, apesar de ser apenas sobre restaurantes e de conseguir catalogar e organizar bem as coleções, parece não ter bem definido um público-alvo específico, tentando atingir um segmento muito grande. Já o Tripadvisor é generalista no que se refere a viagens, oferecendo um serviço que engloba todas as etapas, mas que, por isso mesmo, não parece se especializar em nenhuma. Aliado a isso temos, em ambos, uma falta de personalidade, denotada por uma aparência muito padronizada e pouco arrojada, dando um ar de impessoalidade que pode não ser atrativo aos jovens.

Conclusão

Chegamos a conclusão que nenhum dos nossos concorrentes possuem as ferramentas para fazer grupos de amigos, fator essencial que planeamos incluir no nosso projeto. Visto que os jovens são “pessoas altamente influenciadas pelos seus pares, em constante procura da informação e da afirmação” e que muitos deles “não tomam uma decisão importante até falar com algumas pessoas em quem confiam e procurar informações que precisam” (Coelho et al., 2019), achamos importante destacar esse ponto, pois é um dos principais objetivos da nossa web app.

O que temos até agora em relação aos sistemas de informação geográficos?

Até ao momento temos 2 mapas e estamos a utilizar uma base de dados geográfica. Para a virtualização de mapas estamos a usar a API do google ([Maps JavaScript API](#)). E para a base de dados estamos a usar o postgresql com a extensão postGIS.

A primeira coisa que fizemos foi por a nossa base de dados a suportar dados do tipo geográficos/geométricos.

```
select sp_location, st_astext(sp_location) from spots
```

Output Result 2

sp_location	st_astext
0101000000CA2B2169815A43405BB22AC24D4E22C0	POINT(38.7070743 -9.152937)
0101000000571DDE18A75B43402EBB719C254622C0	POINT(38.7160369 -9.1370057)
010100000046BE011C315C4340FABC3D63BA6722C0	POINT(38.7202487 -9.2025939)
01010000001E882CD2C45A4340C21B2D62336722C0	POINT(38.7091315 -9.2015639)

E como dá para ver já temos uma tabela (“spots”) em que o atributo “sp_location” e a geometria.

Por termos o postGIS também podemos criar uma query, onde se passarmos uma latitude, longitude, raio da circunferência podemos ir buscar os (“spots”) que estão dentro dessa circunferência. Passo a demonstrar na imagem a seguir.

```
with data as(
  select st_astext(ST_Buffer( ST_GeomFromText('POINT(38.7070743 -9.152937)'), 0.019, 'quad_segs=8')) circ
) select ST_AsText(ST_Intersection(sp_location, data.circ::geometry)) from spots, data;
```

Output ST_AsText(ST_Intersection(sp_location, data.circ::geometry))::text

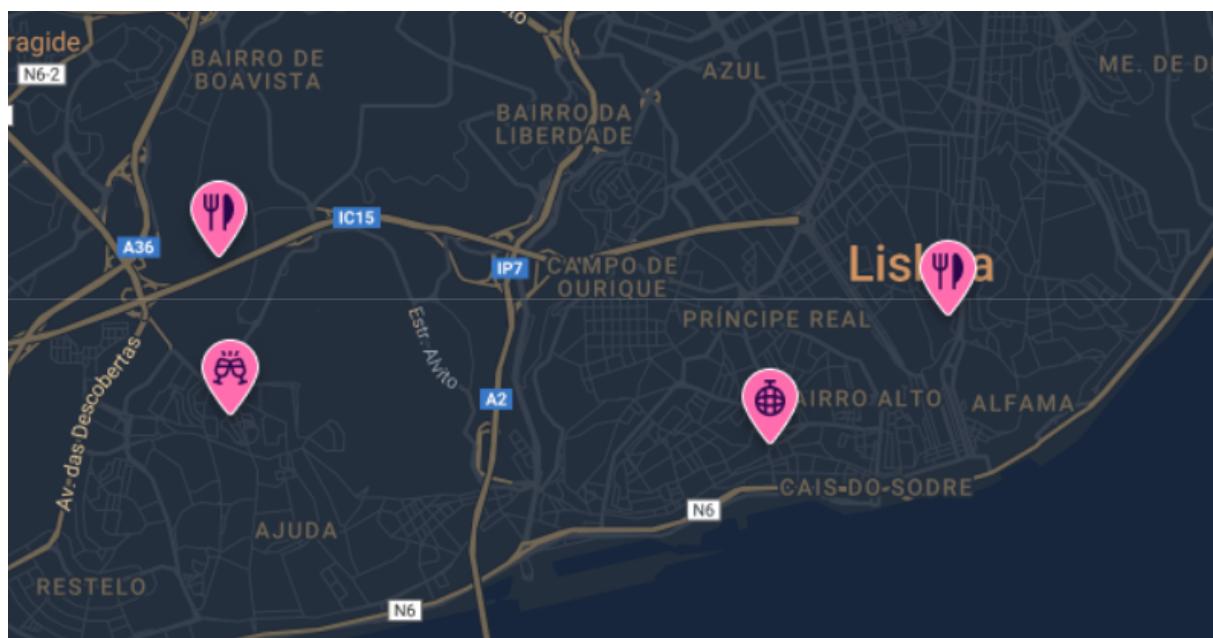
st_astext
POINT(38.7070743 -9.152937)
POINT(38.7160369 -9.1370057)
POINT EMPTY
POINT EMPTY

Query: with data as(select st_astext (ST_Buffer (ST_GeomFromText ('POINT(38.7070743 -9.152937)'),0.019, 'quad_segs=8')) circ) select ST_AsText(ST_Intersection(sp_location, data.circ::geometry)) from spots, data;

Primeiramente, criamos um círculo com o centro em “POINT(38.7070743 -9.152937)” e com um raio de 0.019° (que é

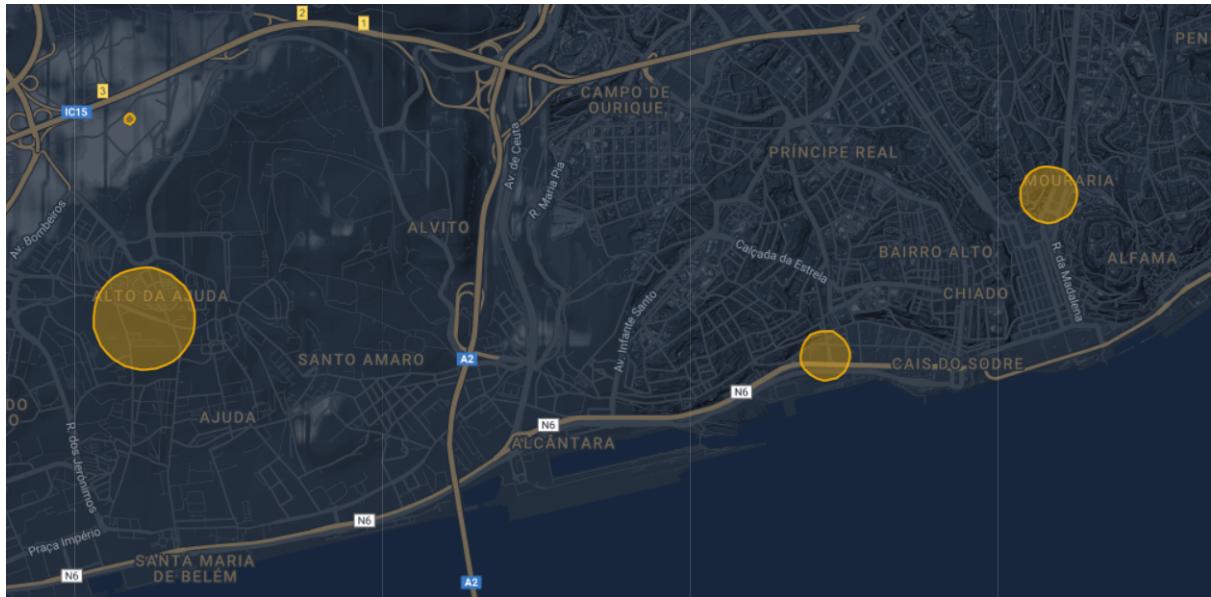
aproximadamente 2 km em Portugal) e também passamos quantos segmentos um quarto do círculo ia ter ('quad_segs=8'). Depois fomos buscar todos os nossos “spots” à base de dado e intercetamos com o círculo que criamos, dando assim que 2 “spots” que estão num raio de cerca de 2 km do POINT(38.7070743 -9.152937).

Em relação ao mapa abaixo, todos os pontos apresentados estão na nossa base de dados e dependendo do seu tipo (restaurante, bar ou discoteca) têm um ícone diferente.



Para ver online: <https://ulide-party-api.herokuapp.com/markers.html>

Já o mapa a seguir desenha círculos com o centro na localização dos lugares. O raio dos círculos varia com a quantidade de visualizações que uma página de um lugar tem.



Para ver online: <https://ulide-party-api.herokuapp.com/circle.html>

Com este mapa um empresário poderá ver quais dos seus negócios estão a correr melhor.

Guiões de teste

Ao entrar no site iremos observar o logótipo, em seguida, uma barra de pesquisa. No canto superior direito estará o botão de entrar e cadastrar. Fazendo scroll para baixo será visível 3 painéis (Restaurantes, Bares, Discotecas).

Caso 1 — Escolher um lugar:

Passo 1: clicar no painel Discotecas

Passo 2: escolher o filtro Música eletrónica.

Passo 3: clicar num lugar que lhe agrade tendo em conta a informação apresentada.

Passo 4: analisar a informação adicional para tirar conclusões.

Passo 5: ir ao topo da página e clicar no coração no lado superior direito.

Passo 6: repetir o mesmo processo para outras discotecas que goste.

Passo 7: clicar no círculo, com a imagem do seu perfil, no canto superior direito.

Passo 8: selecionar a opção “Os meus favoritos”.

Passo 9: escolher um lugar.

Passo 10: aproveitar a noite

Caso 2 — Criar um grupo:

Passo 1: clicar o círculo com a imagem de perfil no canto superior direito.

Passo 2: escolher a opção “Adicionar amigos”.

Passo 3: pesquisar pelo nome do amigo.

Passo 4: clicar no botão pedir em amizade.

Passo 5: clicar o círculo com a imagem de perfil no canto superior direito.

Passo 6: escolher a opção “criar grupo”.

Passo 7: escolher um nome, imagem e pessoas para o grupo.

Passo 8: clicar o círculo com a imagem de perfil no canto superior direito.

Passo 9: escolher a opção “Meus grupos”.

Passo 10: começar a conversar.

Caso 3 — Mudar informação de um lugar:

Passo 1: entrar na página do *Dashboard*.

Passo 2: fazer login

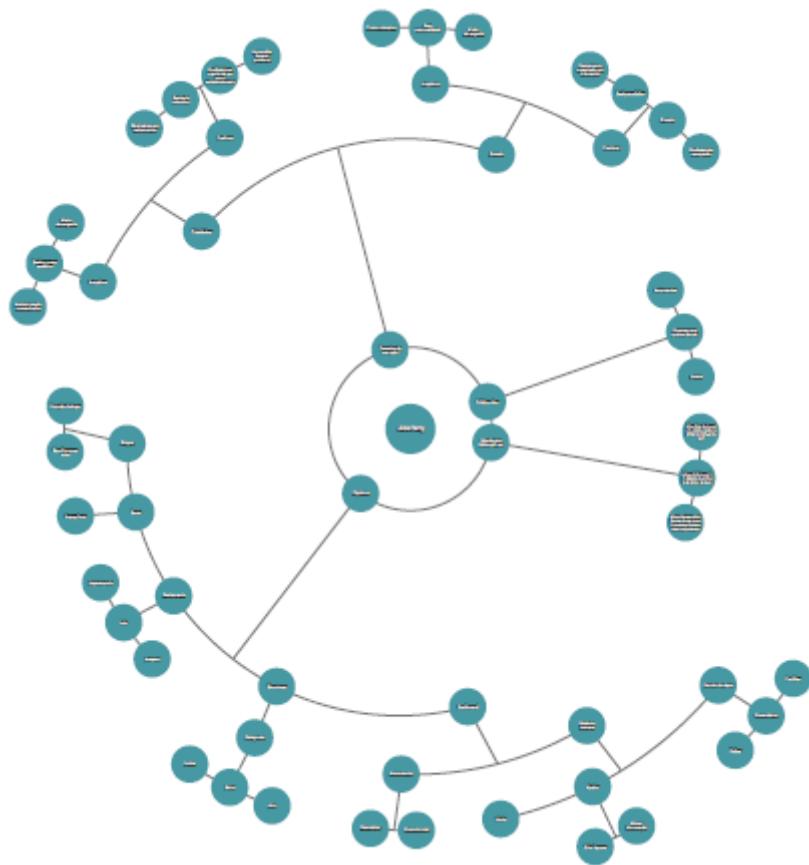
Passo 3: pesquisar por um lugar em específico.

Passo 4: clicar no botão sugerir uma edição.

Passo 5: editar o pretendido.

Passo 6: caso não tenha permissões suficientes, esperar alguém que as tenha aceito.

Brainstorm e Organização de dados



Já com a ideia inicial em mente, utilizamos a ajuda de um mindmap para organizar o desenvolvimento das nossas ideias. Uma das grandes ajudas do mindmap foi adicionar as funcionalidades que pensamos que seriam interessantes. Para melhor resolução:

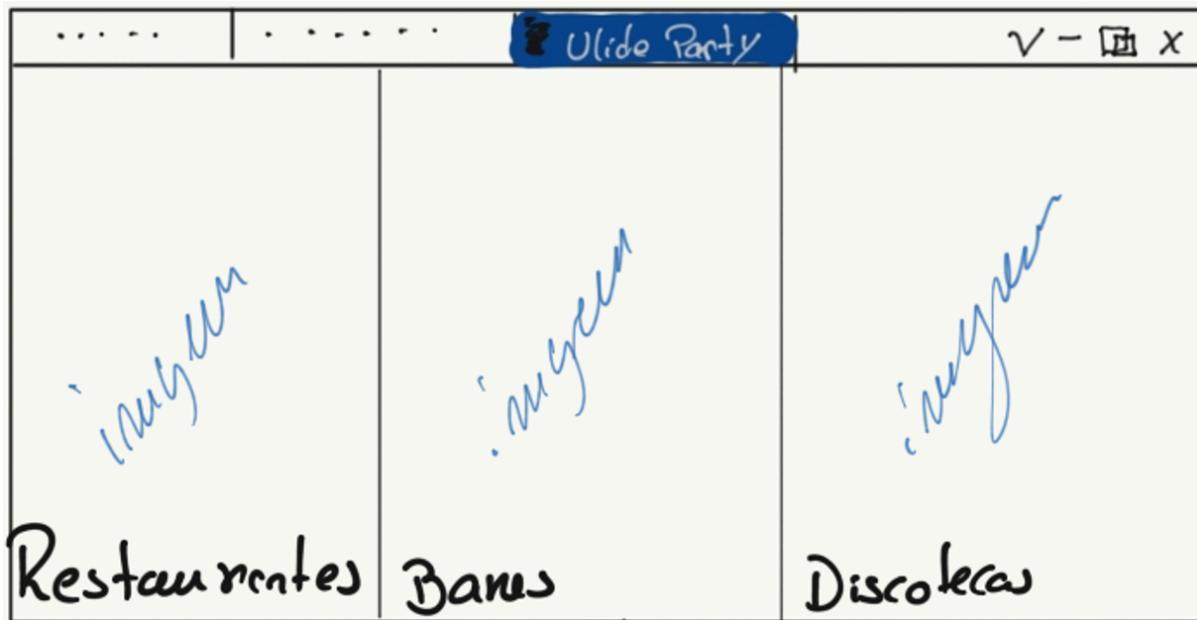
https://github.com/felipesabbado/ProjetoWeb/blob/main/Ulide_Party%20-Mind%20Map.pdf

Mockups

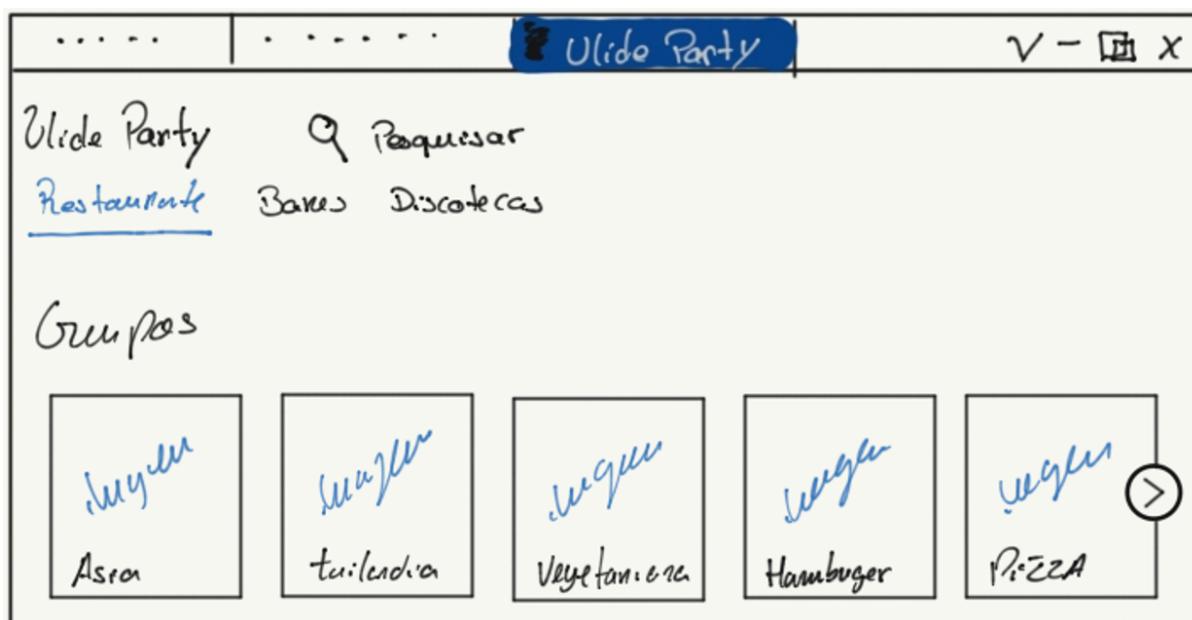
Abaixo encontram-se os nossos mockups de baixa fidelidade. Num primeiro momento. Criamos estes mockups com uma idealização do nosso público e do que ele fosse gostar de ver e ter no site.



Esta seria a primeira página que o utilizador iria ver. E num primeiro momento queríamos mostrar uma maior proximidade com os nossos utilizadores. Para esse efeito, decidimos que o nome da nossa marca teria um tipo de letra mais descontraída/festiva. Para além do tipo de letras decidimos usar formas mais suaves curvando-as no geral.

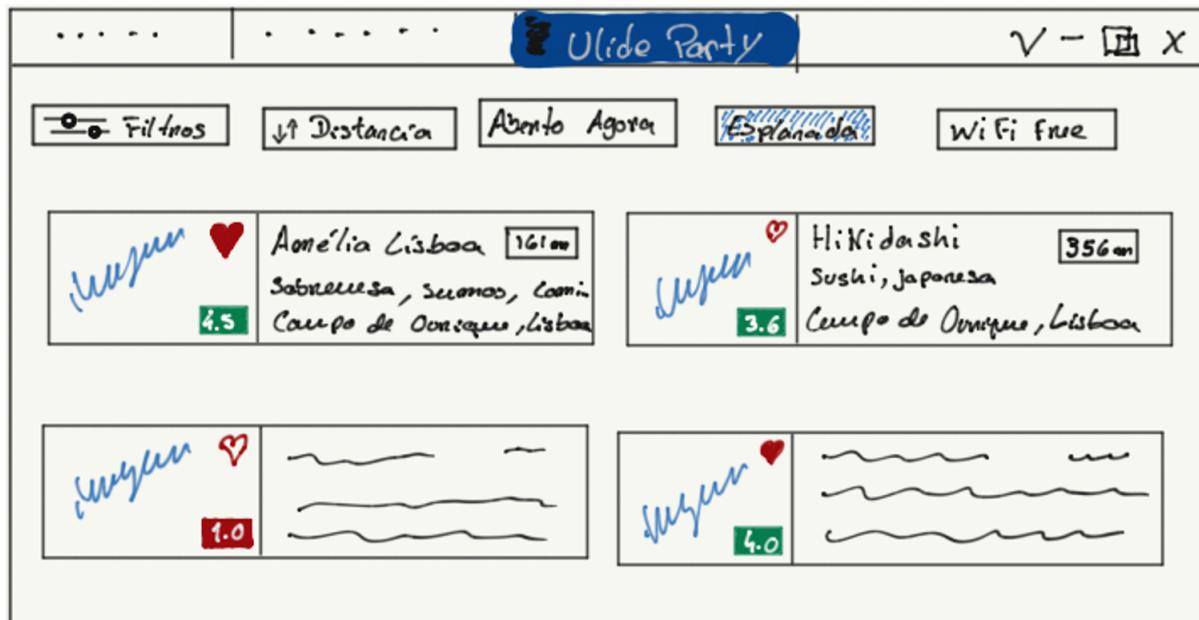


Ao fazer scroll para baixo serão apresentados 3 cartazes que ocuparam a tela inteira. O foco do nosso site é apresentar os utilizadores lugares onde podem passar um bom tempo durante a noite. Num primeiro momento teremos 3 categorias principais (restaurantes, bares ou discotecas), e com isso em mente queremos que o utilizador escolha um dos cartazes que lhe seja mais adequado e para isso não queremos apresentar outros elementos que podem fazer com que ele desvie a sua atenção.

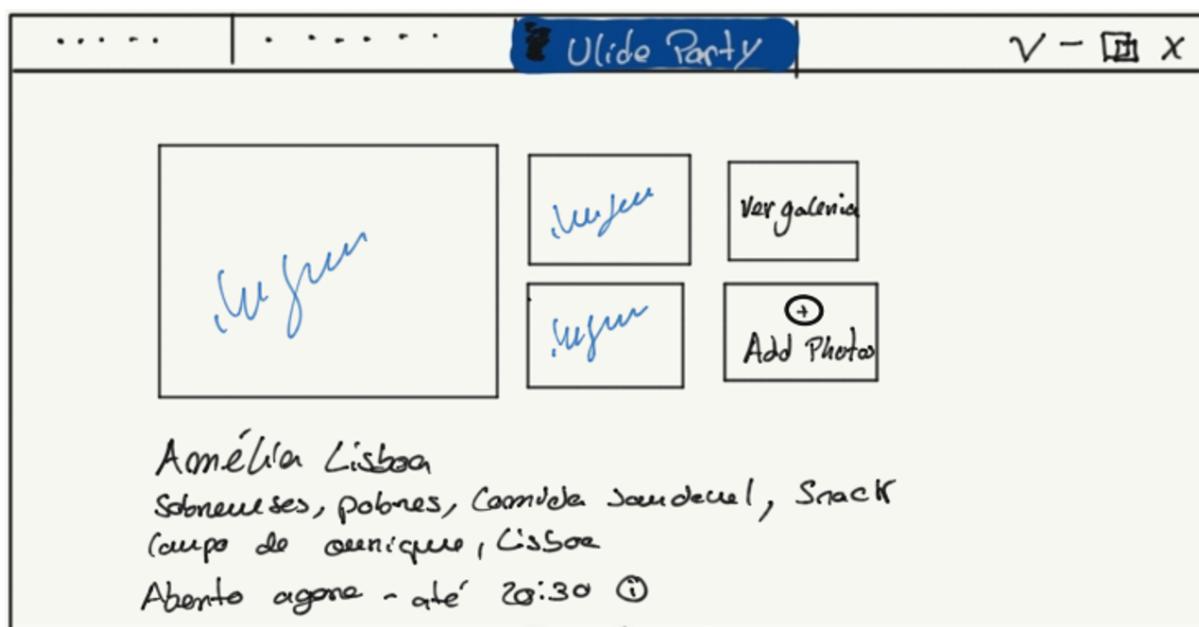


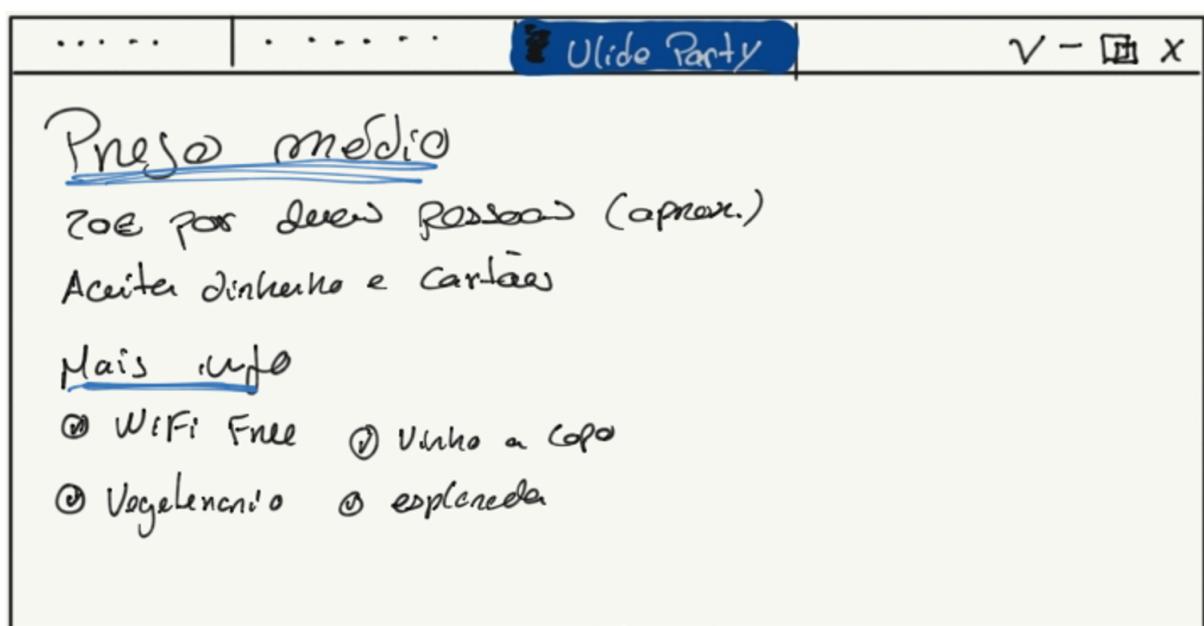
Tendo em conta que o utilizador nem sempre sabe bem o que procura, decidimos criar grupos, mostraram lugares com a característica indicada no

nome do grupo, esse nome tem de ser curto e de preferência que dê para descrever só com uma palavra, para assim ser sucinto e direto.

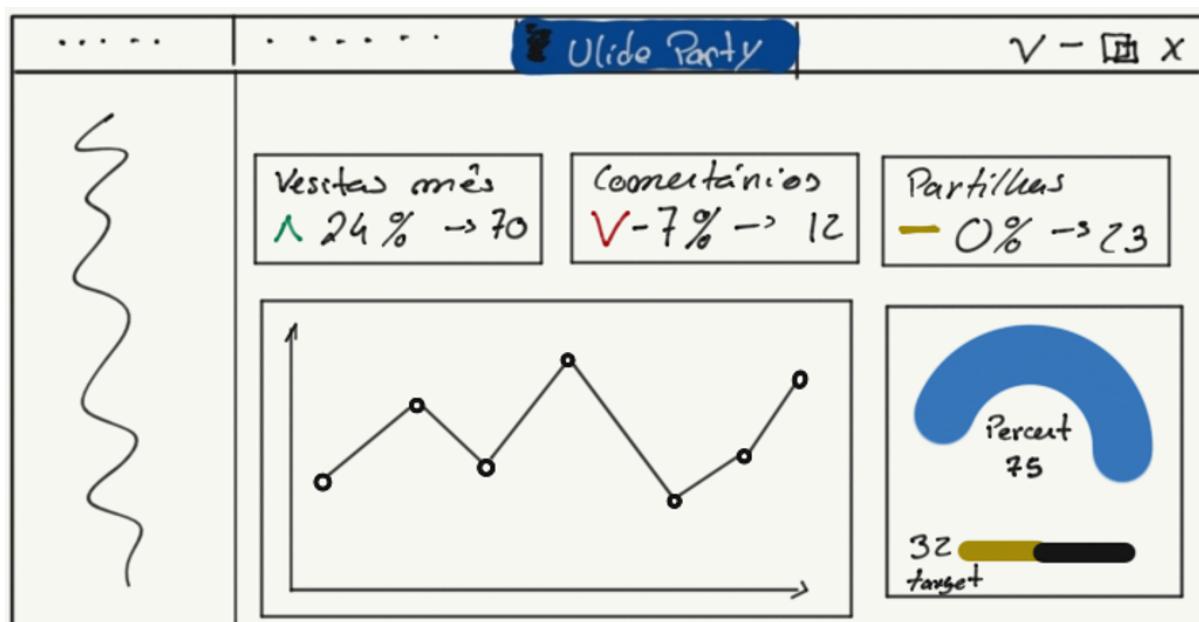


Quando o utilizado recolher um tipo de lugar será apresentado uma lista de lugares. Para cada lugar será apresentada uma foto, o nome, o que vende, a localização, a média das avaliações e a distância a um ponto (a sua localização ou um ponto inserido manualmente). Para o utilizador escolher um lugar que seja mais adequado aos seus gostos ele poderá usar filtros que restringiram os lugares.





Nós queremos que o utilizador faça a melhor utilização possível. Para tal iremos disponibilizar toda a informação disponível sobre o estabelecimento, pois não queremos omitir nada para os nossos utilizadores.



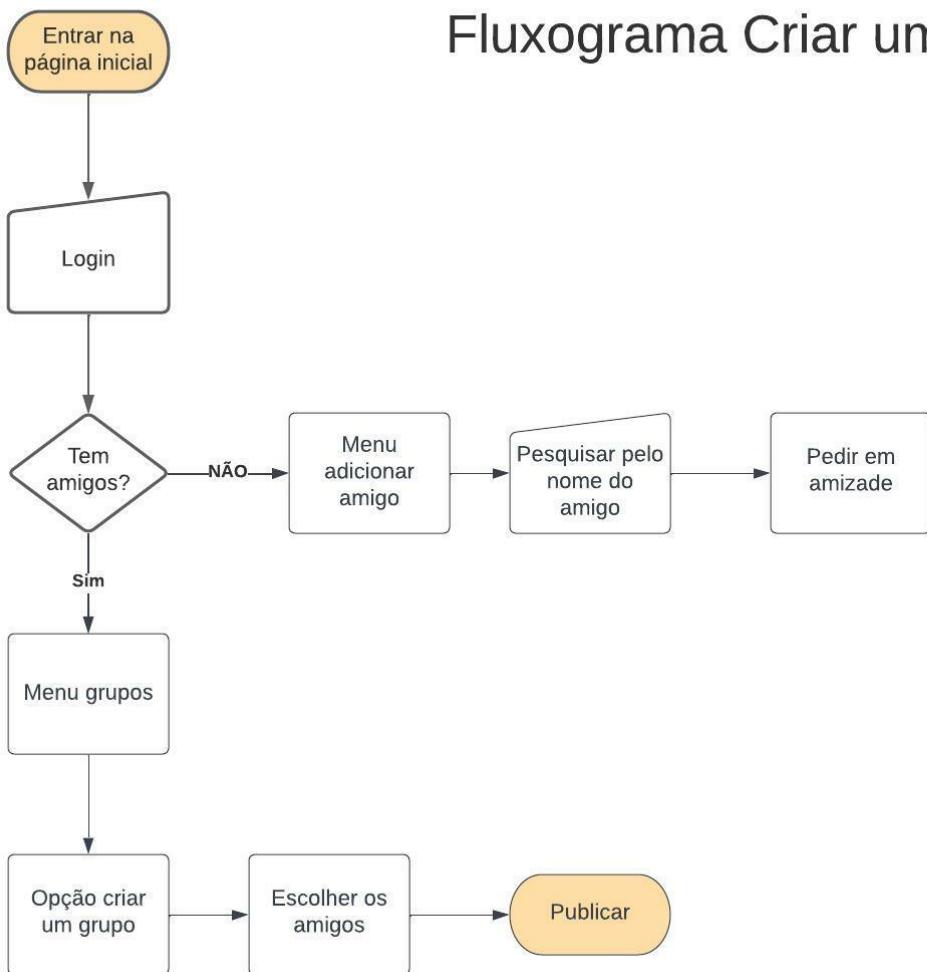
No dashboard, inicialmente a nossa ideia foi que seria uma zona de estatísticas onde donos de lugares poderiam ver como a página dos seus lugares estavam a ir.

Para melhor resolução:

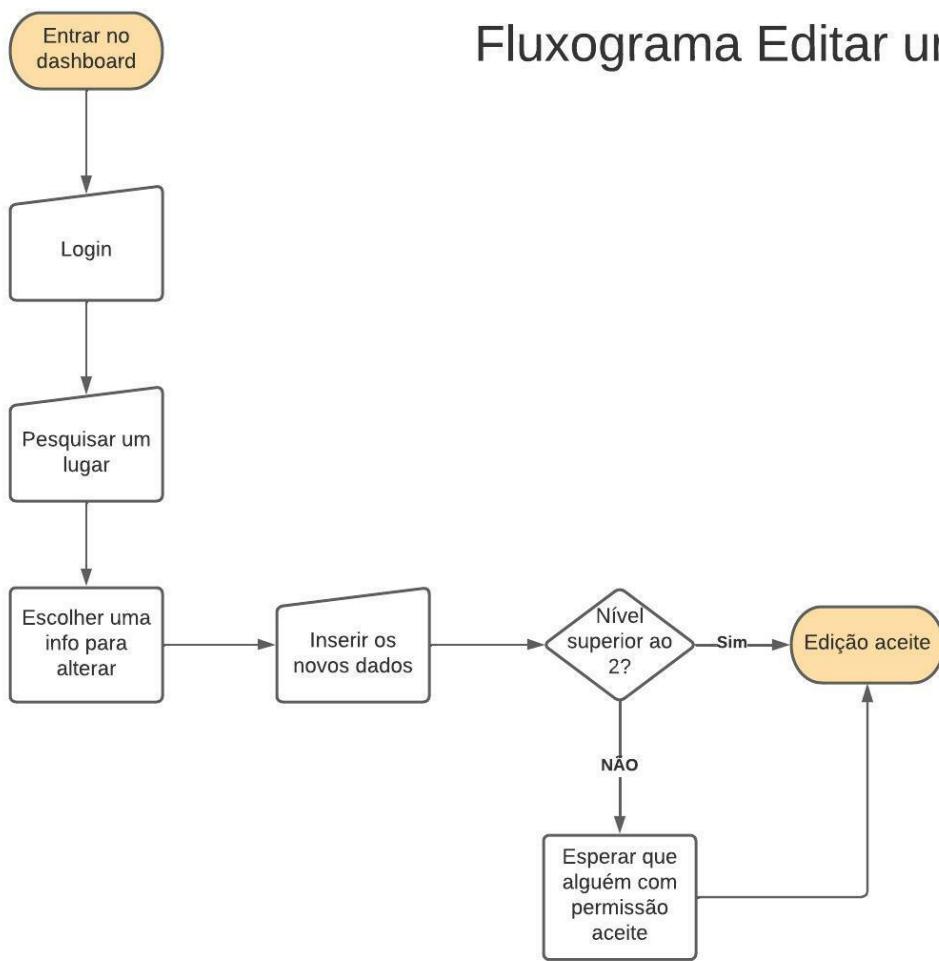
https://github.com/felipesabbado/ProjetoWeb/blob/main/Ulide_Party%20-%20Esboco.pdf

UX Flow

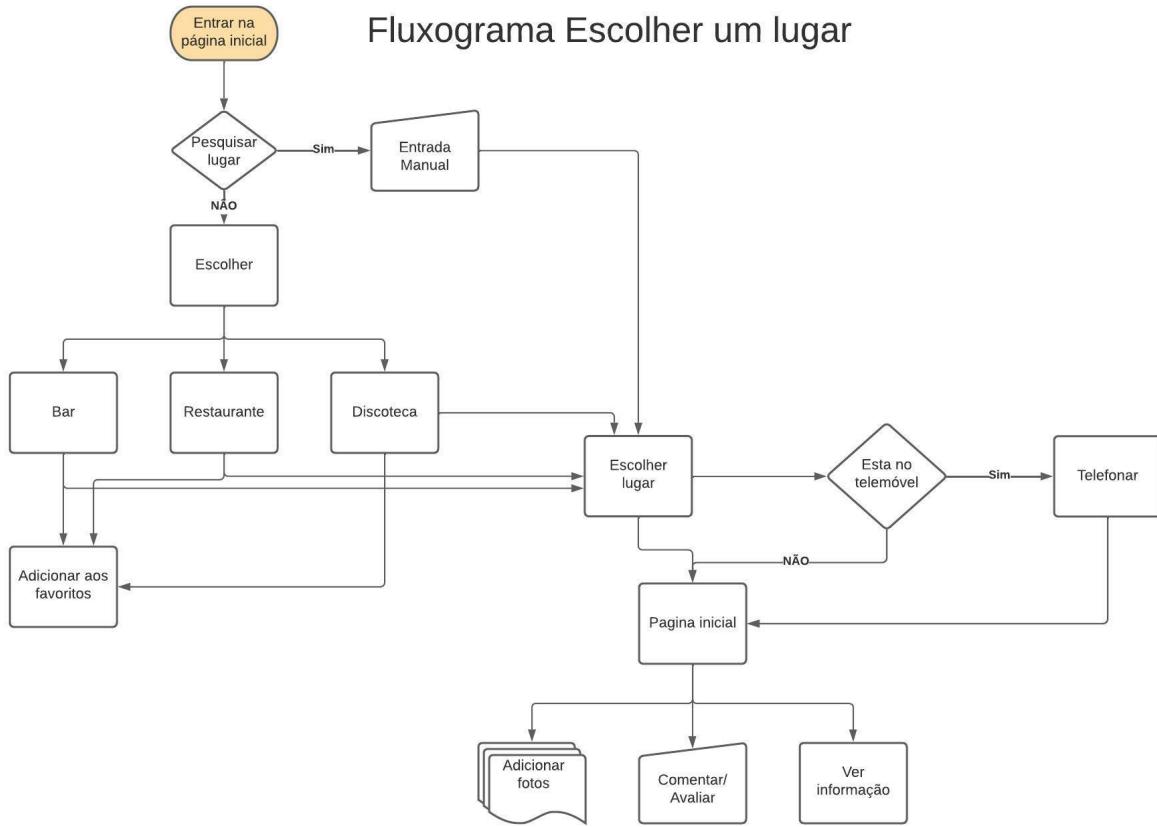
Fluxograma Criar um grupo



Fluxograma Editar um lugar



Fluxograma Escolher um lugar



Para melhor resolução:

<https://github.com/felipesabbado/ProjetoWeb/tree/main/Ux%20flow>

Moodboard



Para fazer o moodbord fomos ver como era a cidade de Lisboa à noite. De onde analisar que estão muito presentes tons azulados do céu e os tons amarelados da luz que ilumina as ruas de Lisboa. Já para representar a ideia de diversão na juventude utilizamos imagens de discotecas e bares onde podemos ver aparecerem tons de roxo e mais uma vez os azuis.

Para melhor resolução:

https://github.com/felipesabbado/ProjetoWeb/blob/main/Moodboard/Ulide_Party%20-%20MoodBoard.png

Personas

PERSONAS



Simão Beto
Sexo: M
Frequência: Comum
Renda: Alta
Estilo: Caro/Elegante
Local Favorito: Discoteca/Restaurante
Música: Pop/Música da Moda
Zona: Doca de Santo Amaro



Catarina Alternativa
Sexo: F
Frequência: Raro
Renda: Baixa
Estilo: Despojado/Arrojado
Local Favorito: Esp. Público/Discoteca
Música: Rock/Eletrônica
Zona: Bairro Alto



Beatriz Padrão
Sexo: F
Frequência: Comum
Renda: Média
Estilo: Casual/Popula
Local Favorito: Restaurante/Bar
Música: Pop/Funk
Zona: Santos



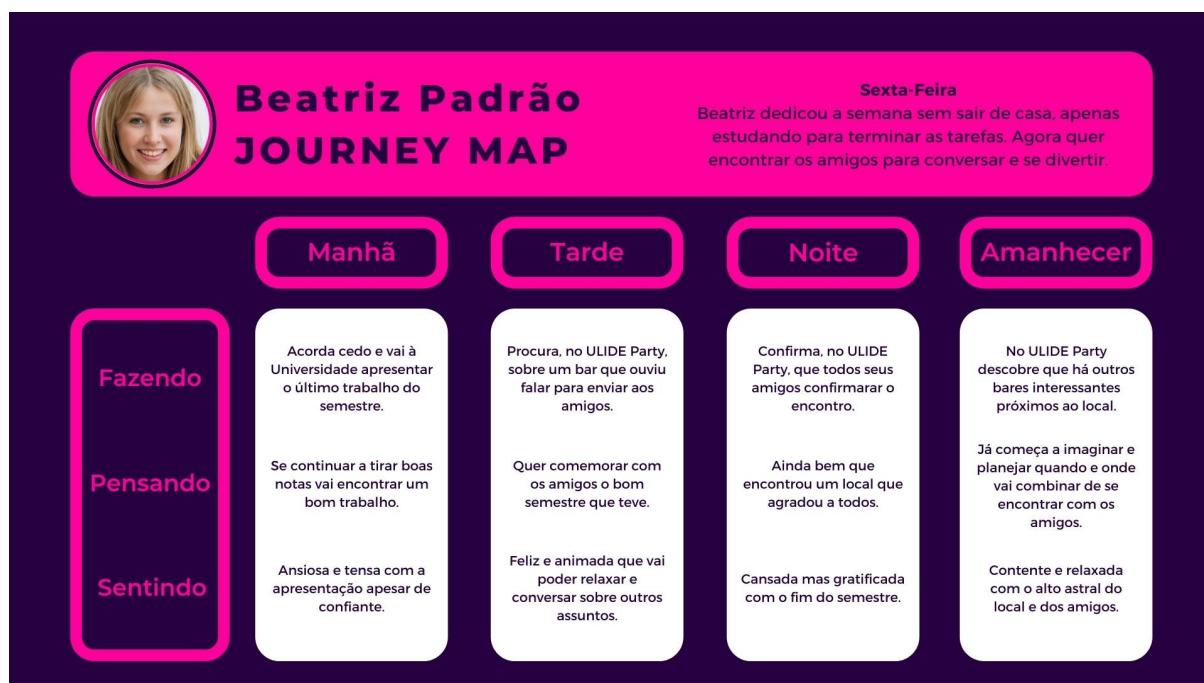
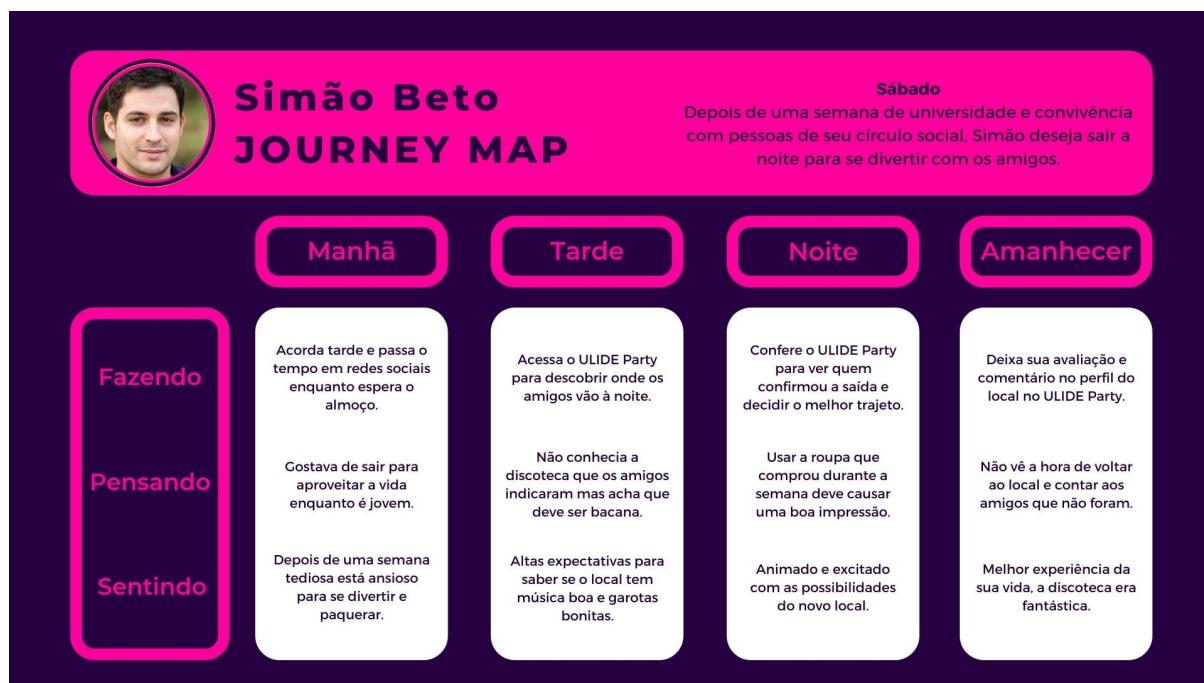
João Desportista
Sexo: M
Frequência: Incomum
Renda: Média
Estilo: Spor/Casual
Local Favorito: Bar/Esp. Público
Música: Eletrônica/Pop
Zona: Passeio Marítimo de Algés

As personas foram construídas com base em pesquisa bibliográfica, questionário online (ver Anexo I) e entrevista semi-estruturada com colegas de universidade.

Para melhor resolução:

https://github.com/felipesabbado/ProjetoWeb/blob/main/Ulide_Party%20-%20Personas.pdf

Journey Maps





Para melhor resolução:

https://github.com/felipesabbado/ProjetoWeb/blob/main/Ulide_Party%20-%20Journey%20Maps.pdf

Como criamos a logo?

Ao criar a logo quisemos representar na nossa logo Lisboa, já que a nossa web app é exclusiva para Lisboa. Ao pesquisar Lisboa no google os resultados mais frequentes são o castelo de Belém, elétrico ou a bandeira de Lisboa. Como o castelo de Belém e os elétricos são muito comuns em apps de guia turístico, decidimos usar o corvo da bandeira de Lisboa.



Img-1: Corvo pousado

A nossa web app vai estar mais associada a saídas à noite, por isso pensamos que uma boa maneira de representar a noite era adicionando uma lua ao pé do pássaro. Dando assim origem à primeira versão da nossa logo (img-2).



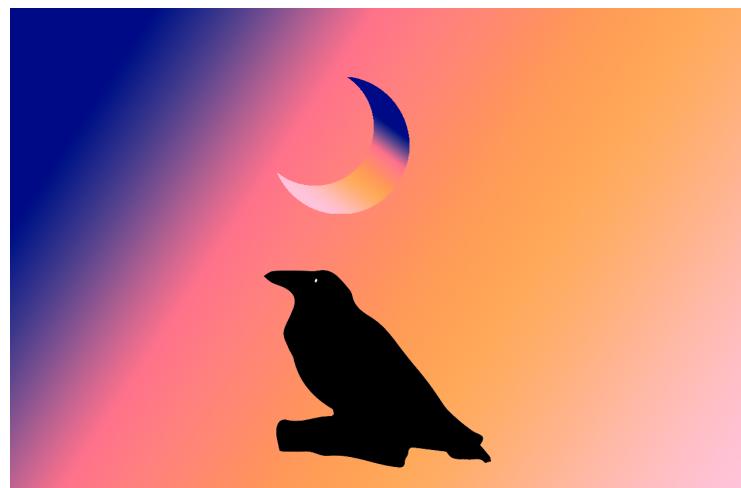
Img-2: Corvo com lua

Ao criar a nossa primeira versão verificamos que faltava alguma cor que estava estranho ser só preto e cinzento. Por isso, mudamos a cor da lua para laranja, já que é a cor associada com o pôr do sol (início da noite) que é quando a nossa app seria para usar. Tendo isso em conta criamos a segunda versão.



Img-3: Corvo com lua laranja

Ao pedir a opinião de algumas pessoas verificamos que o nosso logo passava a ideia que o nosso produto tinha algo a ver com o Japão. Fazendo com que tivéssemos de ir para a terceira versão da logo.



Img-4: Corvo com gradiente

Na Terceira tentativa(img-4), quisemos usar um gradiente que representasse a noite em Lisboa onde os tons azulados e rosados representam o céu e os amarelos a luz das ruas. Contudo, o facto da lua e o fundo usarem o mesmo gradiente, o excesso de cores e o facto de o pássaro estar desfigurado.



Img-5: Corvo com gradiente e nome

Na 4 tentativa (img-5) decidimos diminuir a quantidade de cores, mas com isso veio um problema, era difícil ver o pássaro no fundo, escuro por isso tivemos que por uma borda branca. Porém, por uma borda branca foi uma espécie de remendo tenhamos que fazer algo diferente e daí surgiu a tentativa 5 (img-6).



Img-6: Corvo com gradiente claro

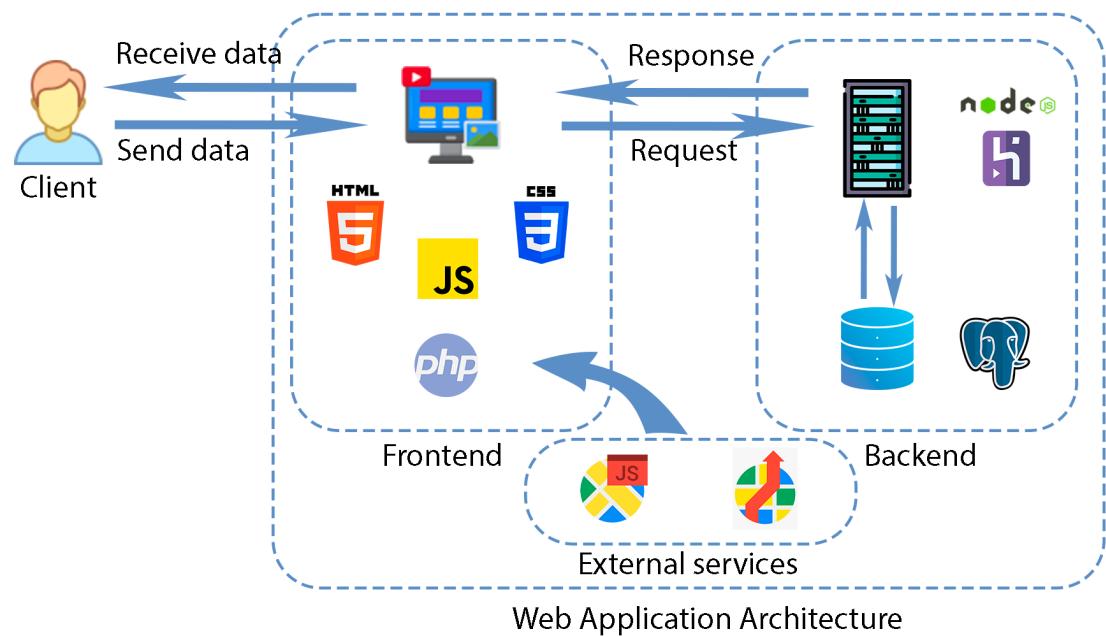
Nesta versão (img-6) mudamos o gradiente algo mais claro, assim é possível observar o pássaro. Também verificamos que com o gradiente da imagem 5 ficava difícil ler o nome do site num fundo cinzento (sendo a cor do fundo que vamos usar), por isso mudamos para branco. Achamos outro problema, dado ao facto de termos muitos elementos e de eles serem pequenos numa página mais pequena não dava para entender o logo.



Img-7: Corvo com gradiente

Nesta nova versão (img-7) utilizamos a imagem de um corvo a voar, já que nas anteriores parecia que o corvo flutuava, decidimos por o corvo a voar atrás de uma lua que está agora maior fazendo com que com tamanhos pequenos, dê para entender ser uma lua. E decidimos usar o amarelo para as letras, pois é uma das cores que está na nossa paleta de cores.

Infraestrutura da arquitetura da aplicação Web

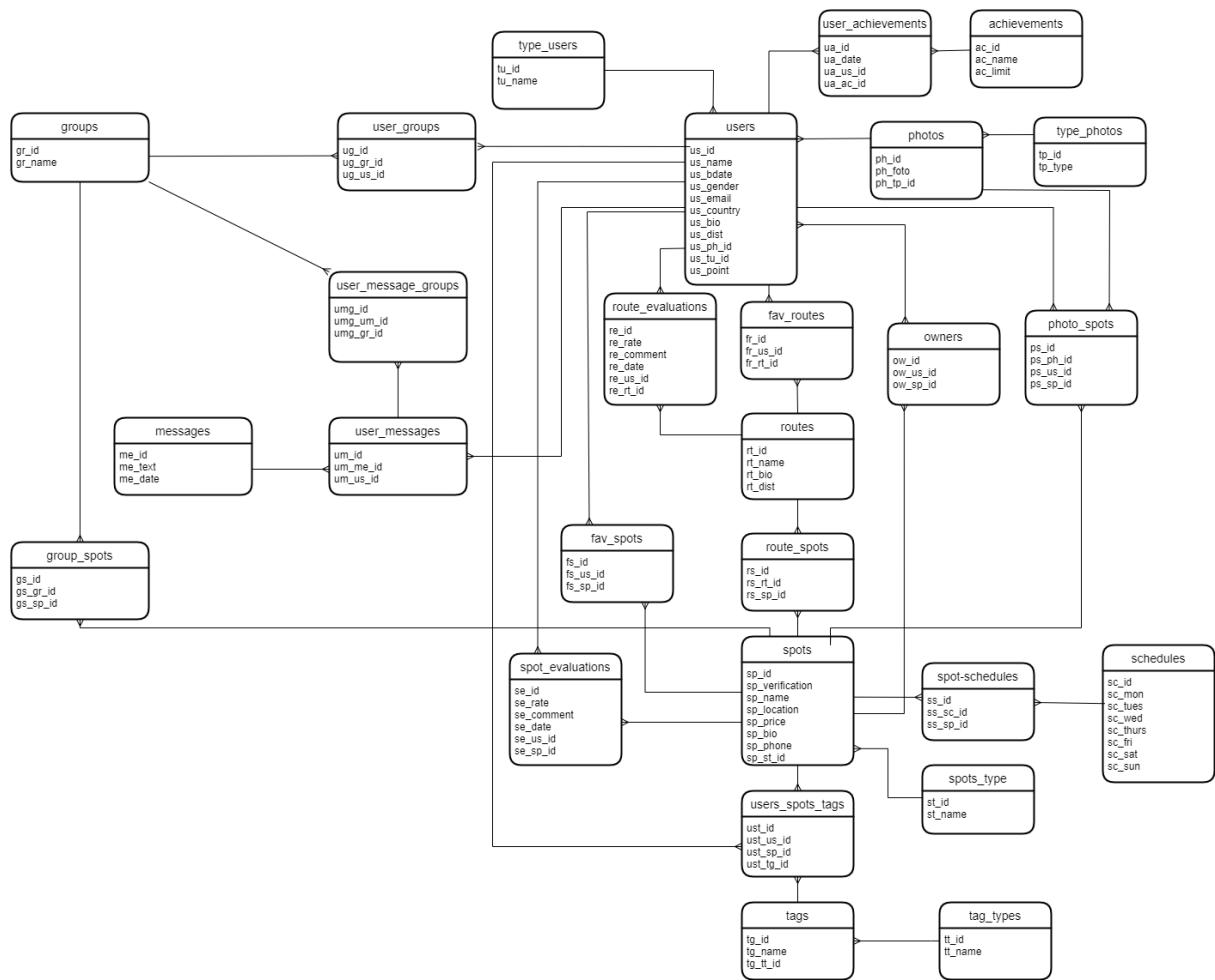


Para melhor resolução:

<https://github.com/felipesabbado/ProjetoWeb/blob/main/AqrquiteturaWebApp.png>

Base de dados

Modelo ER



Para melhor resolução:

<https://github.com/felipesabbado/ProjetoWeb/blob/main/Base%20de%20dados/Diagrama%20ER.drawio.png>

Guia de dados

Introdução

A Base de Dados visa representar relações entre Rotas (*routes*), Pontos onde passar a noite com os amigos (*spots*) e Utilizadores (*users*). As rotas são compostas por pelo menos dois pontos. Os utilizadores possuem tipos (*type_users*), que definem níveis de acesso diferentes, e podem avaliar (*route_evaluations* e *spot_evaluations*), favoritar (*fav_routes* e *fav_spots*) e concluir (*done_routes* e *done_spots*) tanto as rotas quanto os pontos. Os pontos possuem *tags* que servem para classificá-los. Os empresários poderão ter lugares favoritos e também poderão ter lugares dos quais sejam donos (*owner_spots*). Por fim, existem os grupos (*groups*) que terão um nome utilizadores e mensagens. As mensagens ficarão guardadas na tabela (*mensagens*) e para saber que utilizador escreveu a mensagem teremos a tabela *user_message* e depois só precisamos armazenar para que grupo essa mensagem foi e isso será armazenado na tabela *user_message_groups*.

P.S.: Por estarmos a usar postgis é nos criado uma tabela de 8.500 linhas e o limite no heroku é de 10.000, logo só nos resta 2.500 linhas para trabalhar.

Forma de nomenclatura de atributos

O nome dos atributos é composto pela abreviatura da tabela a qual pertence e uma palavra que o representa, separados por *underscore*. Quando o nome de uma tabela é constituído só por uma palavra e começa com uma vogal usamos as duas primeiras letras (e.g.: *users* -> *us_name*), e quando começa com uma consoante usamos as duas primeiras consoantes (e.g.:

routes -> rt_id). Quando o nome da tabela é constituído por mais que uma palavra é usada a primeira letra de cada palavra (e.g.: fav_routes -> fs_rt_id).

Tabela routes

Nesta tabela é armazenado: id (rt_id), nome de uma rota (rt_name), uma breve descrição (rt_bio), e a distância do primeiro ponto até ao último (rt_dist).

Informação dos dados:

Existem 5 rotas:

- As rotas 1 e 2 têm uma descrição;
- A rota 5 é composta apenas por pontos grátis;
- A rota 1 é a única com comentários;
- As rotas de 1 a 4 tem 7 avaliações;
- A rota 5 é a única que não tem avaliações;
- A rota 3 é a mais popular e a 2 é a menos popular;

Observações: As rotas herdam as tags dos pontos que a constituem.

Exemplo, se tenho um ponto 1 com a tag A e B e um ponto 2 com a tag A e C a rota constituída por esses pontos vai ter duas tags A, uma B e uma C. A tabela routes está ligada às seguintes tabelas: route_evaluations, fav_routes, done_routes, progress_routes e routes_spots.

Tabela spots

Esta tabela armazena: id (sp_id), nome (sp_name), latitude e longitude (sp_lat e sp_long), preço (sp_price) em booleano, representando se o local é pago ou não ou, se *null*, o preço é indeterminado e uma descrição (sp_bio).

Informação dos dados:

Existem 16 locais diferentes, dos quais:

- Os 12 primeiros possuem preços com *true* ou *false* e as outras estão a *null*;
- Os locais de 12 a 15 possuem comentários feitos pelo utilizador 2;
- Os locais 1 a 6, 8 e 11 a 16, possuem avaliações, sendo o 2 o mais avaliado com um total de 7 notas.
- Apenas o local 14 não é favoritos de algum utilizador;
- Os locais 1 a 5 têm dono
- Vários locais são favoritos de 2 utilizadores;
- Apenas a 16 não possui tags;
- Vários locais possuem 3 tags;

Observações: Os locais possuem *tags* que servem como uma classificação, indicando tipos ao qual pertencem o local.

Tabela users

Nesta tabela é armazenado: id (us_id), nome (us_name), data de nascimento (us_bdate), género (us_gender), email (us_email), pais de origem (us_country), biografia (us_bio), distância já percorrida (us_dis), nível do utilizador (us_tu_id). Um user por default quando cria uma conta recebe o nível 1.

Informação dos dados:

Existem 11 utilizadores:

- Os users 2 e 3 têm biografia;
- Os users 2 a 4 indicaram o país;

- Dois são alemães, os restantes têm nacionalidades diferentes;
- Os users 2 a 6 tem email;
- Os users 2 a 4 são os que fizeram rotas;
- Os restantes utilizadores foram utilizados para dar rate aos spots;
- O user 3 foi o que deu mas tags aos spots (5 tags);
- O user 4 deu apenas 2 tags a spots.
- o user 2 e 3 estão no grupo 1
- os restantes user não estão em nenhum grupo
- o user 2 escreve 5 mensagens
- o user 1 não escreveu nenhuma

Observações: as 3 tabelas representadas acima seriam o que nós consideramos de principais. Por isso informação que esteja em outras tabelas, mas está ligada com as “principais” está nessas tabelas.

Porque escolhemos e fizemos o que fizemos?

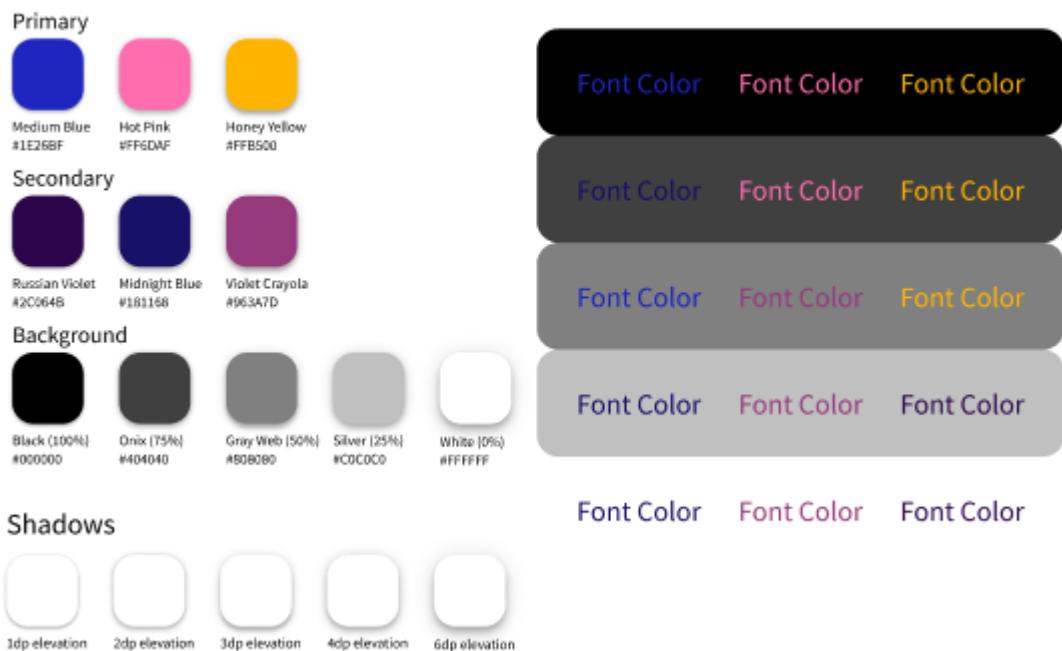
Tipografia

Escolhemos o tipo de letra “Dancing Script” para usar em ocasiões especiais como, por exemplo, o nome da marca e no slogan do site. Tendo em conta, o nosso público alvo (jovens) e o tema do nosso projeto (divertir-se/passar bom tempo com amigos) decidimos escolher uma letra mais informal que transmitisse jovialidade e diversão.

Já o tipo de letra “Source Sans Pro” vai ser usado para os restantes casos. Este tipo de letra foi inventado por Paul D. Hunt , com o intuito de inspirar clareza e legibilidade (link:

<https://www.fontsquirrel.com/fonts/source-sans-pro>), é pelo facto de transmitir clareza e simplicidade que escolhemos esta letra.

Cores

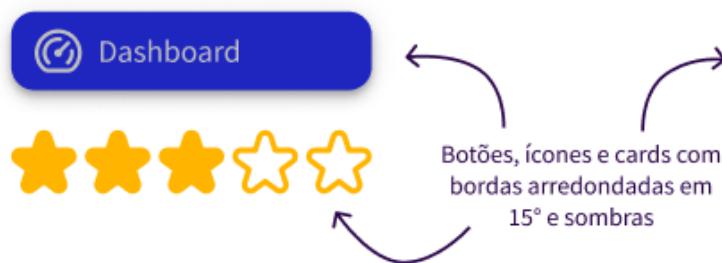


Para escolher a nossa paleta de cores, fomos pesquisar imagens da noite de Lisboa, e a partir dessas imagens (link [moodbord](#)) escolhemos o azul que representa o céu noturno, o rosa que representa a luz das discotecas e o amarelo da luz que ilumina as ruas de Lisboa.

Também escolhemos uma paleta de cinzentos para o background do nosso site já que o preto e o cinzento representam o escuro da noite.

Formas

Nossos componentes possuem formas arredondadas, preenchimento sólido e sombras para aparentar volume. Com isso transmitem sensações agradáveis como conforto e fartura.



Protótipo

Por fim, juntamos todos os elementos mostrados anteriormente para dar forma à nossa web app conforme o link abaixo.

<https://www.figma.com/proto/nPy9lR5wBc8O0MBCzfb5A/Dahsboard?node-id=0%3A1&scaling=min-zoom&starting-point-node-id=200%3A164>

Referências Bibliográficas

Coelho, T., Queiroga, A. P., Chkoniya, V. (2018, Janeiro 17). Quem são os jovens Portugueses? Como consomem e como compram? *Distribuição Hoje*.

<https://www.distribuicaohoje.com/consumo/quem-sao-os-jovens-portugueses-como-consomem-e-como-comparam/>

Maia, B. R., & Dias, P. C. (2020). Ansiedade, depressão e estresse em estudantes universitários: o impacto da COVID-19. *Estudos de Psicologia (Campinas)*, 37.

<http://dx.doi.org/10.1590/1982-0275202037e200067>

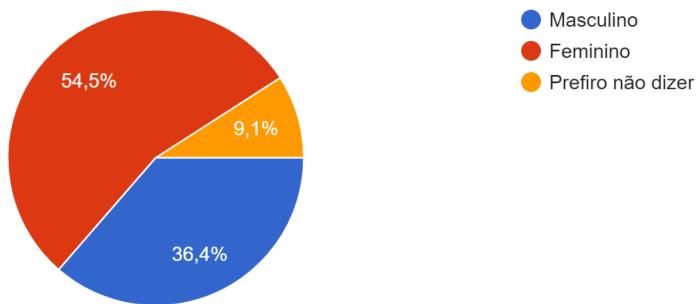
Menezes, S. K. de O. (2021). Lazer e Saúde Mental em Tempos de Covid-19. *LICERE - Revista Do Programa De Pós-graduação Interdisciplinar Em Estudos Do Lazer*, 24(1), 408–446. <https://doi.org/10.35699/2447-6218.2021.31341>

Anexo I - Questionário

Vida Noturna e o Jovem em Lisboa

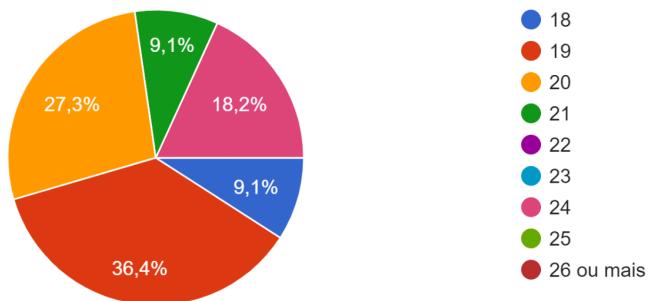
Sexo:

11 respostas



Idade:

11 respostas

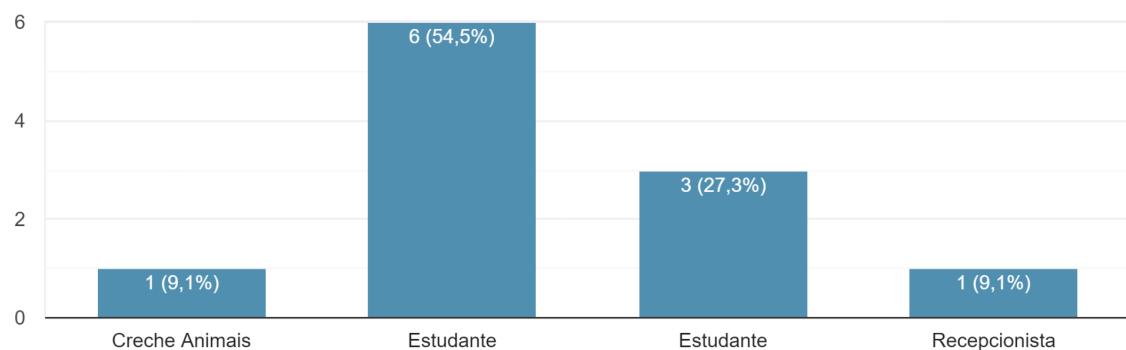


Concelho de residência:

Lisboa	3
Sintra	2
Sesimbra Seixal Sertã Amadora	1
Total	9

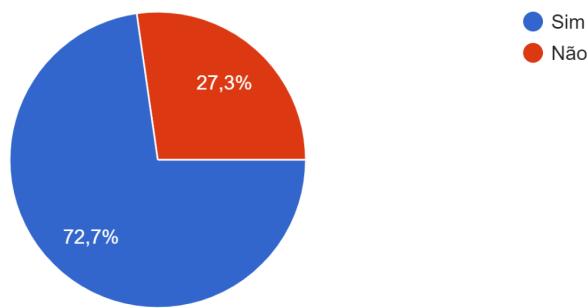
Profissão

11 respostas



Sai à noite no seu tempo livre?

11 respostas



Se a resposta foi NÃO: (3 respostas)

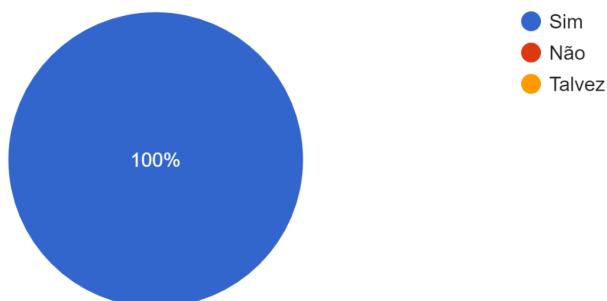
Qual o motivo? (2 respostas)

Ausência de motivo para sair

o meu grupo de amigos não tem tendência para sair a noite

Caso tenha interesse em sair, gostaria de utilizar uma aplicação web que recomenda locais de acordo com os seus interesses?

3 respostas



Qual/quais funcionalidade(s) gostava que existissem nessa aplicação? (2 respostas)

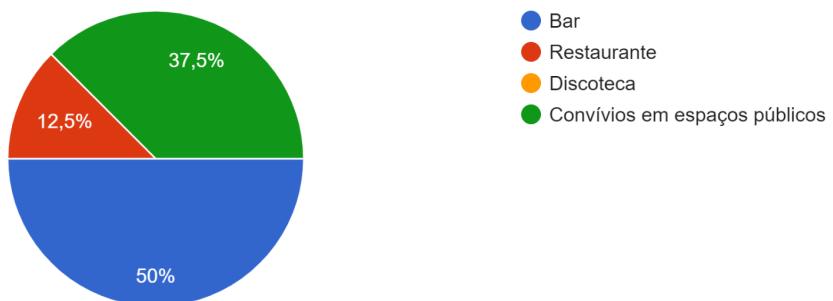
Funcionalidades que permitissem aos desenvolvedores da aplicação obter uma avaliação final no projeto de 20 valores

que desse para ver o género de música que passa

Se a resposta foi SIM: (8 respostas)

Quais destas actividades prefere:

8 respostas



Qual região de Lisboa mais frequenta quando sai à noite? (4 respostas)

Santos - 2 respostas

Bairro alto - 1 Resposta

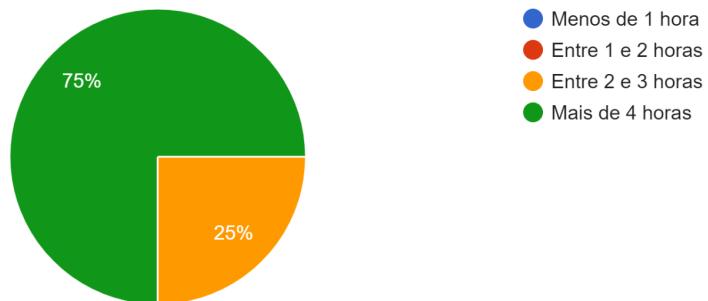
Cais Sodré - 1 Resposta

Qual local mais gosta de ir? (4 respostas)

Bairro alto, Cantinho de santos, Bares e Contra

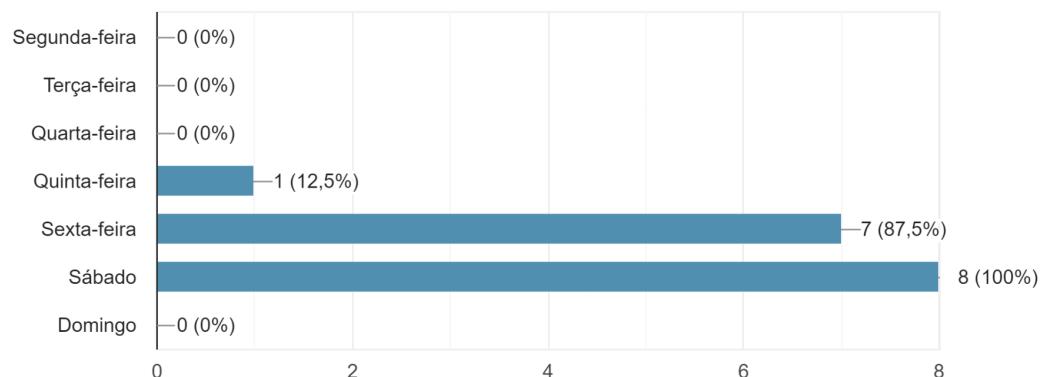
Em média, quanto tempo dura os períodos de actividade noturna?

8 respostas



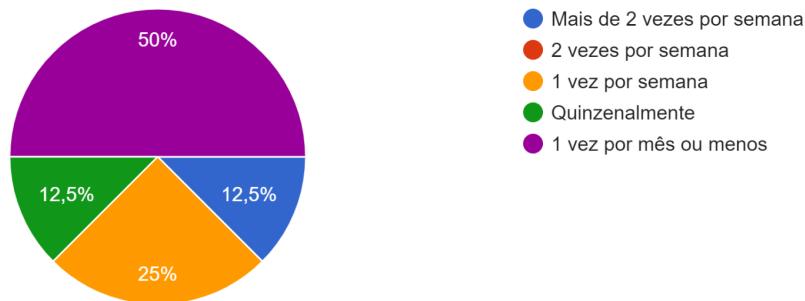
Quais dias da semana costuma sair?

8 respostas



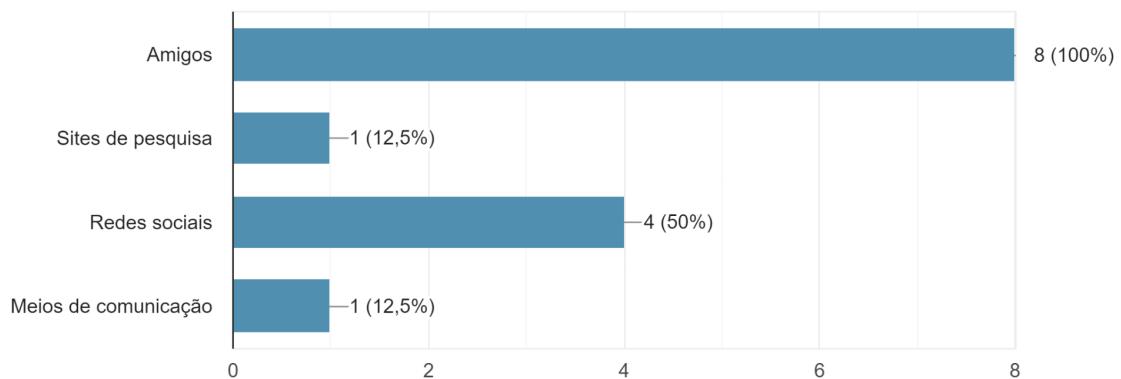
Com que frequência, em média, costuma sair?

8 respostas



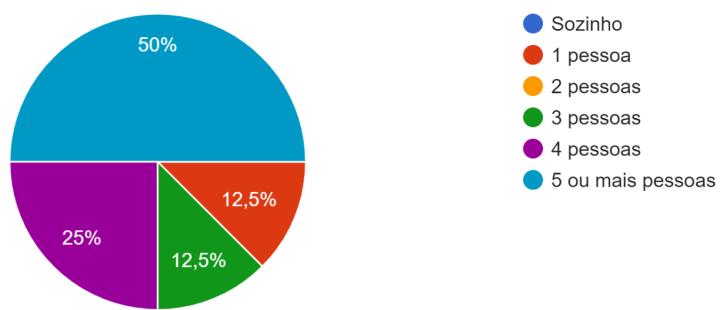
Quais são os meios que utiliza para decidir onde ir?

8 respostas



Com quantas pessoa costuma sair?

8 respostas



De qual maneira costuma ir à essas atividades?

8 respostas

