

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).

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 |
| Processo de design | 11 |
| Pesquisa de mercado | 11 |
| Brainstorm e Organização de dados | 14 |
| Mockups | 15 |
| UX Flow | 20 |
| Moodboard | 22 |
| Personas | 23 |
| Journey Maps | 24 |
| Como criamos a logo? | 26 |
| Sistema de Design | 29 |
| Tipografia | 29 |
| Cores | 30 |
| Ícones | 31 |
| Formas | 32 |
| Design atômico | 32 |
| Átomos - Botões | 33 |
| Átomos - Inputs | 34 |
| Átomos - Logotipo | 34 |
| Átomos - Outros | 36 |
| Moléculas | 37 |
| Organismos | 38 |
| Protótipo | 39 |

| | |
|--|-----------|
| Testes de Usabilidade | 46 |
| Planos de ação | 46 |
| Resultados | 47 |
| Conclusão | 55 |
| Sistemas de informação geográficos? | 56 |
| Guiões de teste | 62 |
| Caso 1 — Escolher um lugar: | 62 |
| Caso 2 — Criar um grupo: | 62 |
| Caso 3 — Mudar informação de um lugar: | 63 |
| Infraestrutura da arquitetura da aplicação Web | 63 |
| Dependências usadas no nodeJS | 66 |
| Base de dados | 67 |
| Modelo ER | 67 |
| Guia de dados | 68 |
| Introdução | 68 |
| Forma de nomenclatura de atributos | 68 |
| Tabela routes | 69 |
| Tabela spots | 70 |
| Tabela users | 70 |
| Referências Bibliográficas | 72 |
| Anexo I - Pesquisa sobre o Público alvo | 73 |
| Anexo II - Links úteis | 78 |
| Anexo III - Roteiro para o teste de usabilidade | 79 |
| Anexo IV - Questionário para teste de usabilidade | 80 |
| Anexo V - Poster | 81 |
| Anexo VI - Documentação REST | 82 |

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 reivindicá-lo caso já exista um perfil para este local. Tendo assim controlo

total sobre a página, não deixando que outros utilizadores mudem informações. Para que isso seja feito, o empresário deverá solicitar, na área do dashboard, enviando documentos que comprovem que é dono do estabelecimento cujo perfil faça referência. A documentação será então avaliada pelos administradores, que então procederão a troca de titularidade e adicionarão um selo de verificado ao local.

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 vão ter 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 e a criar grupos com os amigos para que possam compartilhar esses momentos de diversão e estabelecer vínculos mais fortes de afetividade. À este projeto chamaremos *Ulde Party*.

Porque Ulde Party?

Primeiramente, temos que entender o que significa *Ulde*. *Ulde* 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.

Processo de design

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 três principais concorrentes diretos, Zomato , Tripadvisor e Wikinight, 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

Restaurantes organizados por coleções

Design apelativo

Aconselha outros lugares próximos

Facilidade para criar um novo restaurante

Bastante interativo

Design apelativo

Informação clara e acessível

Navegação fácil e intuitiva

| | | |
|-------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| Muito abrangente | Muito Abrangente | Pouco interatividade |
| Sem personalidade | Anúncios muito concentrados | Muito centrado nos empresários |
| Pouco interativo | Design pouco apelativo | Muito comercial |

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

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

Link: <https://wikinight.eu/>

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. A facilidade no acesso às informações e a navegação intuitiva são pontos fortes que desejamos ter na nossa web app.

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.

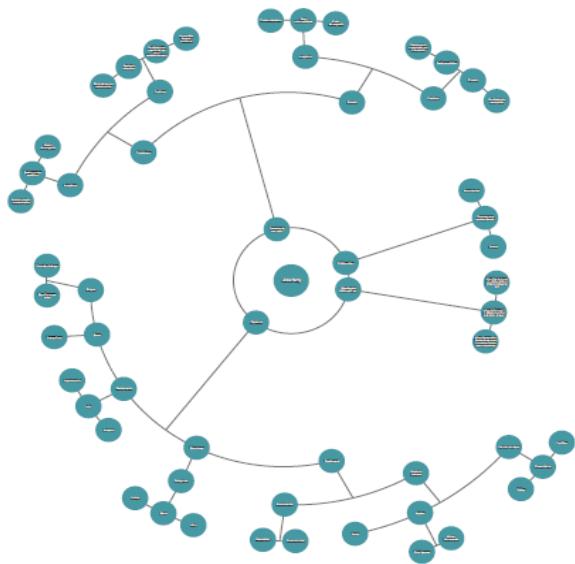
Por outro lado, vimos que, entre os pontos negativos, tais sites pecam pelo excesso de abrangência. O Zomato, por um lado, apesar de ser apenas sobre restaurantes e de conseguir catalogar e organizar bem as coleções, parece não ter bem definido um público-alvo específico, tentando atingir um segmento 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.

O Wikinight, por outro lado, tem um visual arrojado, remetendo muito à noite e diversão, facilidade de acesso às informações e navegação intuitiva. Porém tem pouquíssima interatividade para o utilizador comum que pode criar um perfil apenas para favoritar os locais. Seu público-alvo principal parece ser os donos de estabelecimentos, o que dá a impressão ao site de ser muito comercial.

Nenhum dos nossos concorrentes possui 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.

Brainstorm e Organização de dados



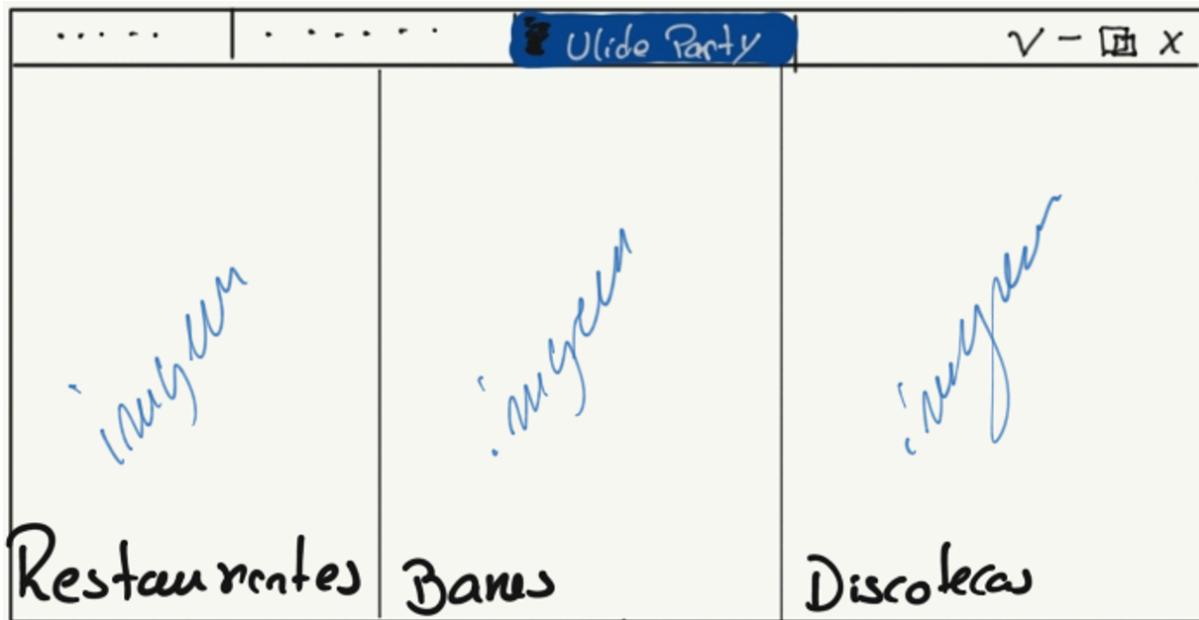
Já com a ideia inicial em mente, utilizamos a ajuda de um *mind map* para organizar o desenvolvimento das nossas ideias. Uma das grandes ajudas do mindmap foi adicionar as funcionalidades que pensamos que seriam interessantes. Para melhor resolução acesse [aqui](#).

Mockups

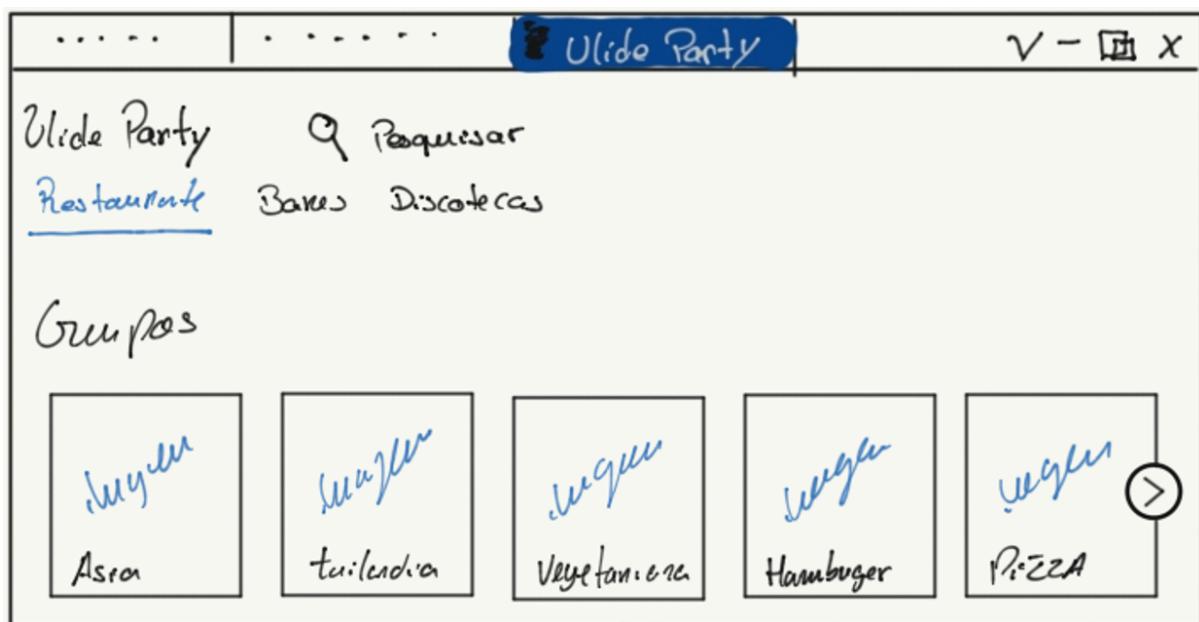
Abaixo encontram-se os nossos mockups de baixa fidelidade. Num primeiro momento. Criamos estes mockups com uma idealização do nosso público e do que ele fosse gostar de ver e ter no site.



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.

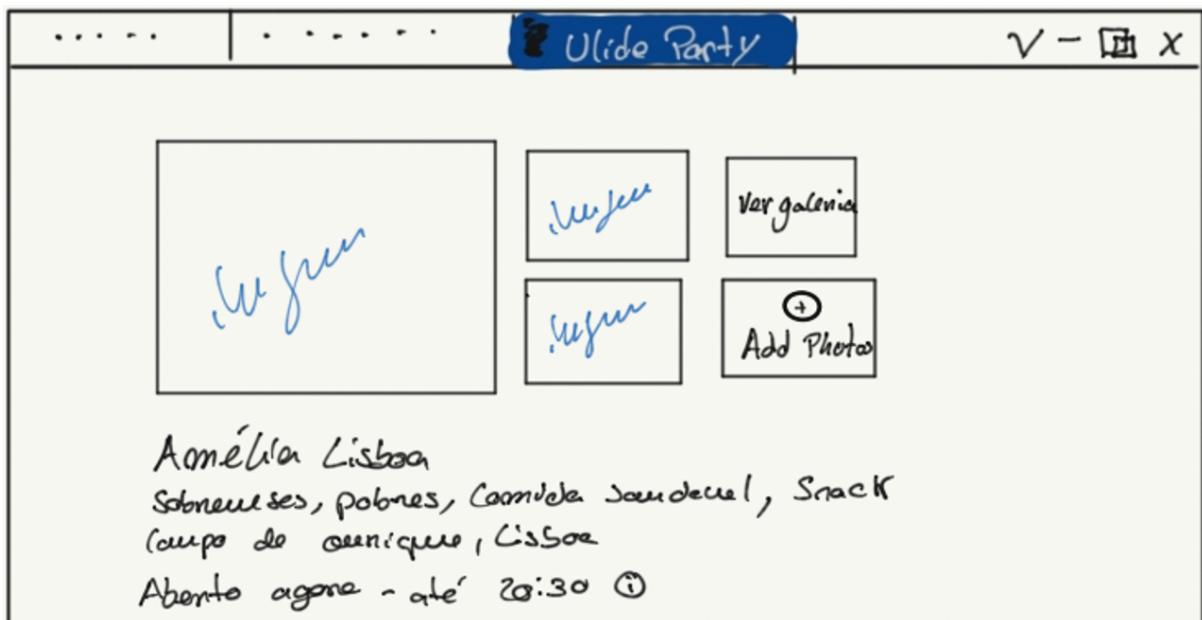


Ao fazer scroll para baixo serão apresentados 3 cartazes que ocuparam a tela inteira. O foco do nosso site é apresentar os utilizadores lugares onde podem passar um bom tempo durante a noite. Num primeiro momento teremos 3 categorias principais (restaurantes, bares ou discotecas). Com isso em mente queremos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

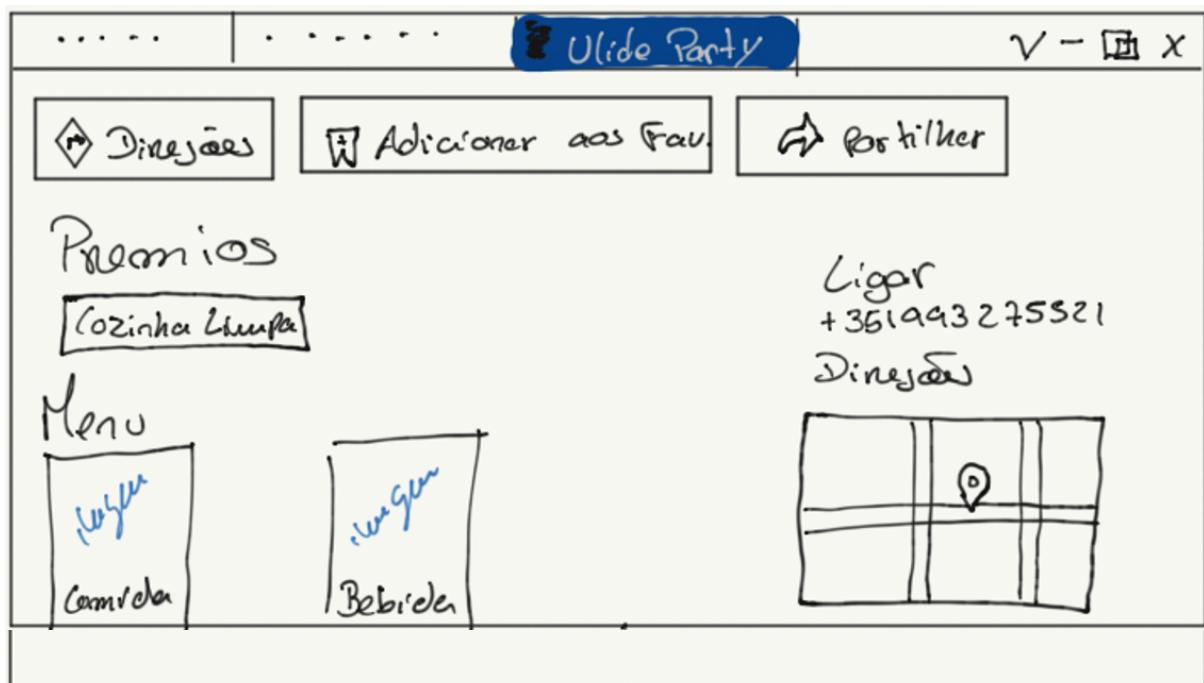


possam fazer com que ele desvie a sua atenção.

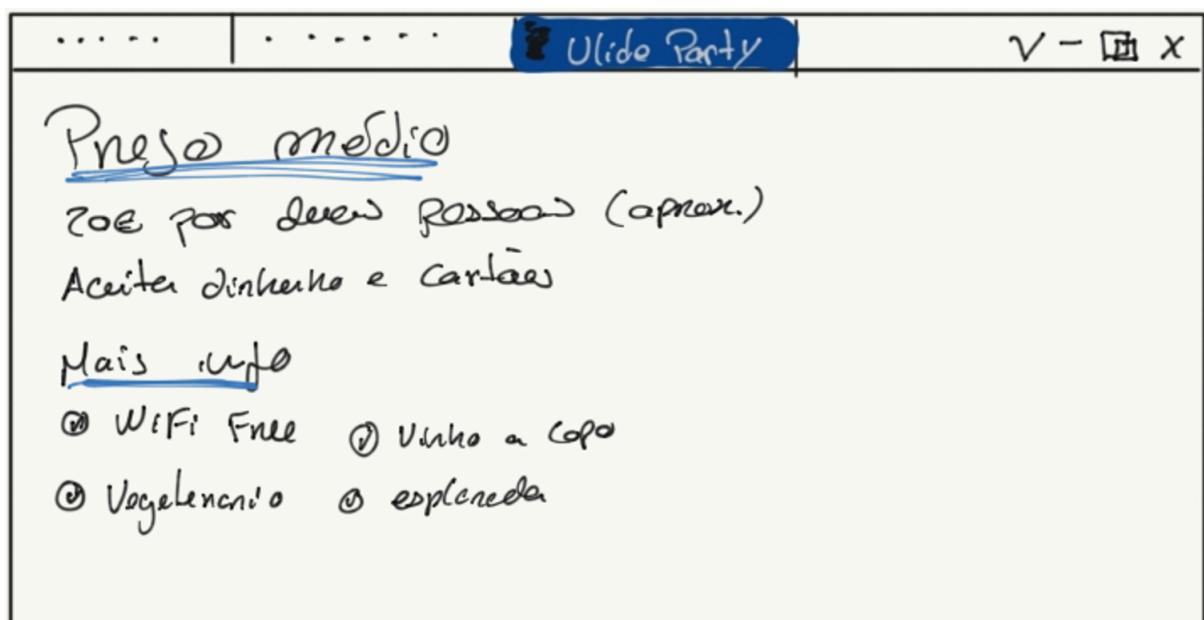
Tendo em conta que o utilizador nem sempre sabe bem o que procura, decidimos criar grupos, que irão mostrar lugares com a característica indicada no nome do grupo, esse nome tem de ser curto e de preferência que dê para descrever só com uma palavra, para assim ser sucinto e direto.



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.

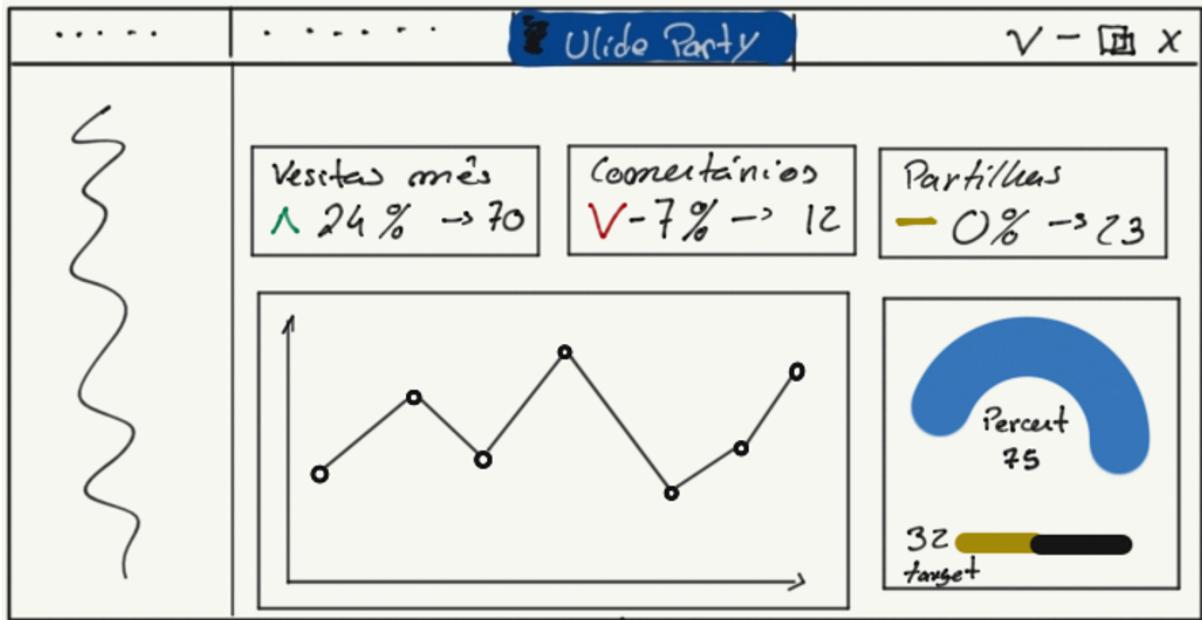


Nós queremos que o utilizador faça a melhor utilização possível. Para tal iremos disponibilizar toda a informação disponível sobre o estabelecimento, pois não queremos omitir nada para os nossos utilizadores.





O dashboard será uma zona de estatísticas e controle onde donos de lugares poderão ver como a página dos seus lugares estão a ir, além de controlar as imagens e informações que serão exibidas no perfil público do

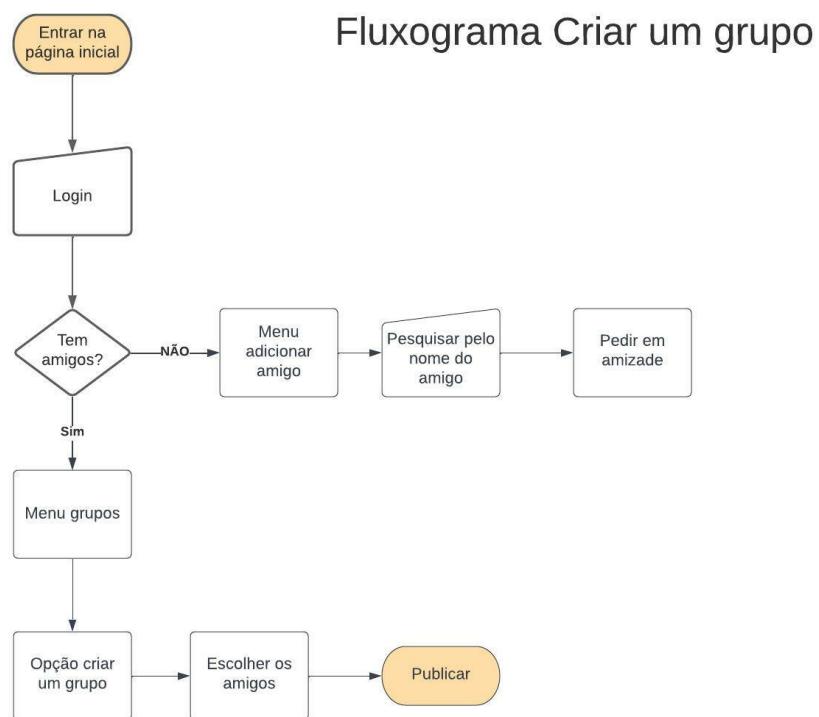


seu estabelecimento. Para além disso, esta será uma área principalmente focada no utilizador comum, que poderá adicionar locais aos seus favoritos,

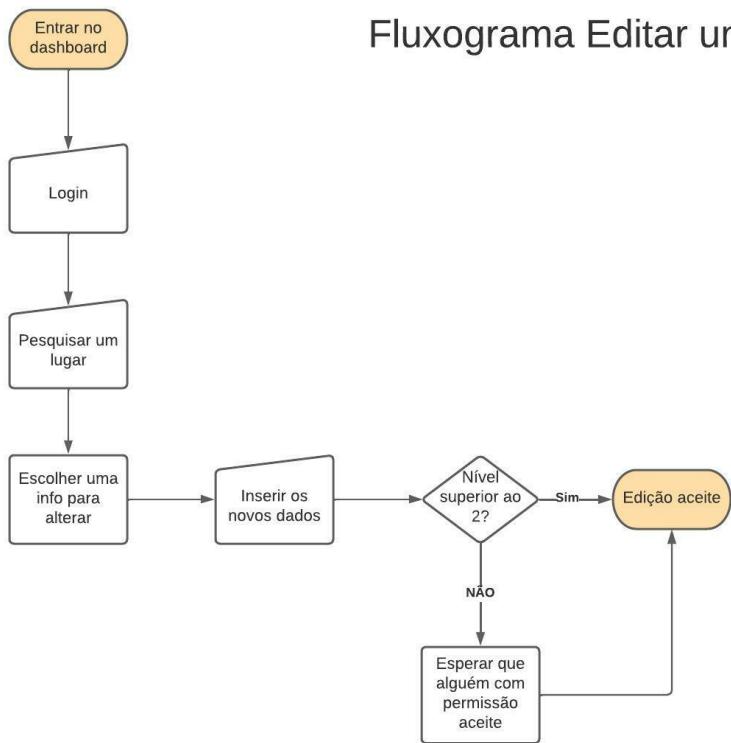
criar grupos com os seus amigos e até mesmo criar locais que ainda não existam na base de dados do site.

Para melhor resolução das imagens, acesse [aqui](#).

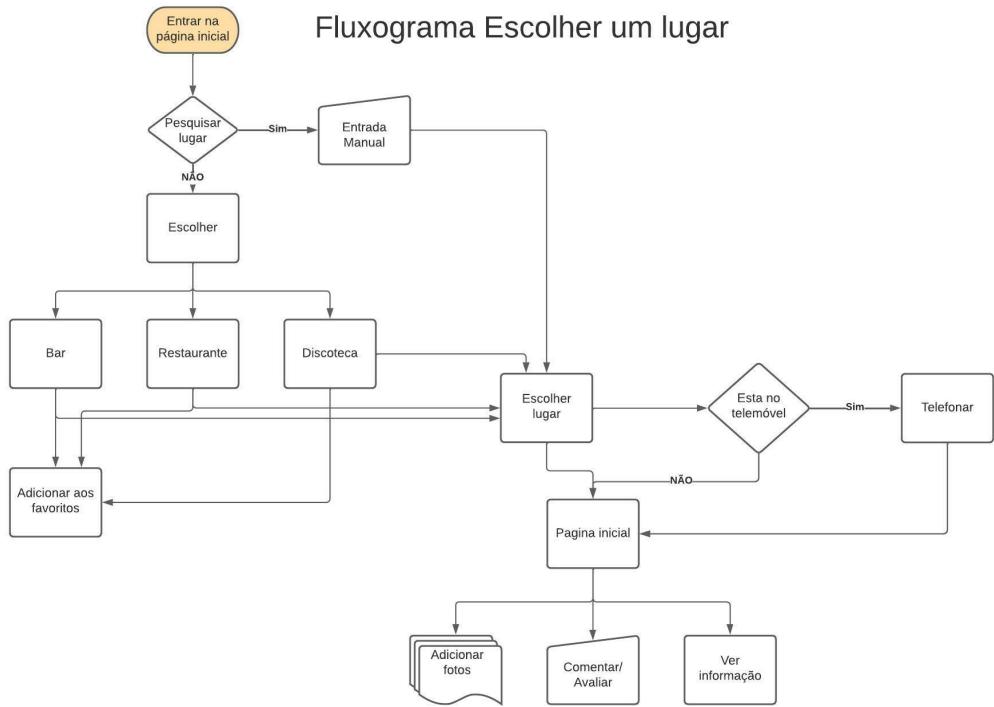
UX Flow



Fluxograma Editar um lugar



Fluxograma Escolher um lugar



Para melhor resolução das imagens, acesse [aqui](#).

Moodboard



Para fazer o moodboard 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 da imagem, acesse [aqui](#).

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

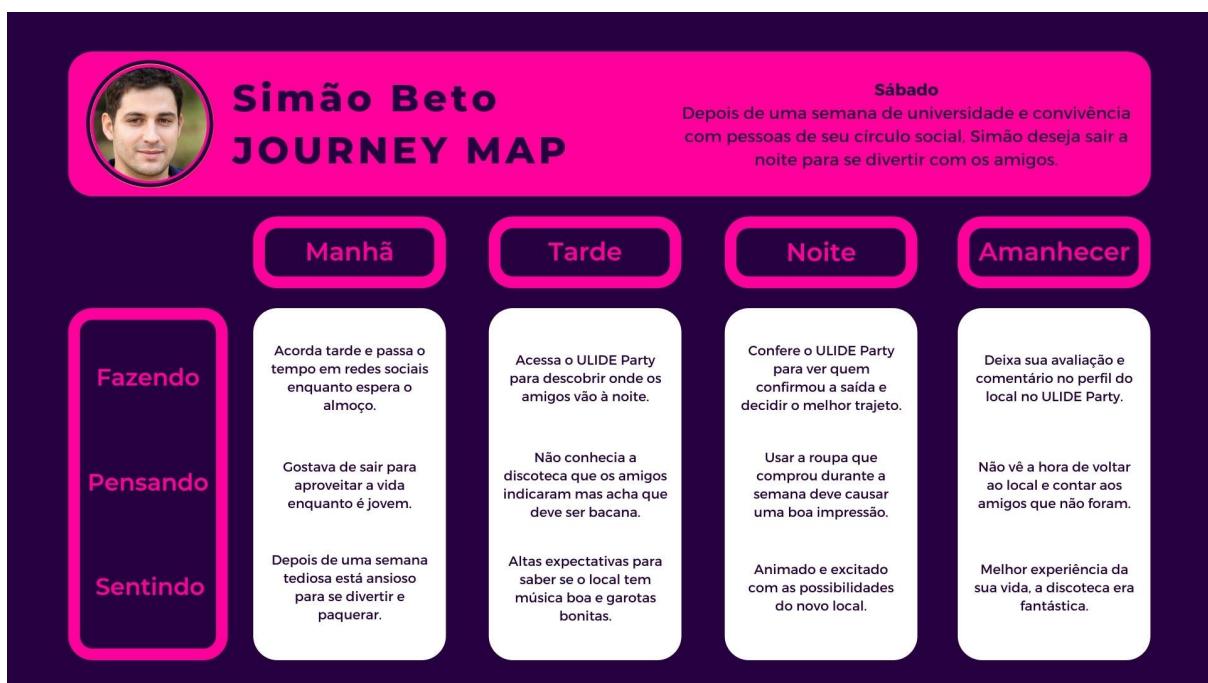


João Desportista
Sexo: M
Frequência: Incomum
Renda: Média
Estilo: Spor/Casual
Local Favorito: Bar/Esp. Público
Música: Eletrônica/Pop
Zona: Passeio Marítimo de Algés

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 da imagem, acesse [aqui](#).

Journey Maps





Catarina Alternativa JOURNEY MAP

Sexta-Feira

A rotina entre o técnico e o estágio tem sido puxada e cansativa. Catarina quer sair para dançar e desestressar.

Manhã

Tarde

Noite

Amanhecer

Fazendo

Pensando

Sentindo

Chega atrasada no técnico e assiste as aulas do dia.

Não vê a hora de acabar o dia e esquecer a semana ruim que teve.

Cansada e entediada com as aulas não consegue prestar atenção à quase nada.

Procura no ULIDE Party uma discoteca que tenha um estilo e música que a agrade.

Não aguenta mais o chefe no estágio, mas precisa disso para terminar o curso.

Furiosa com as cobranças injustas no estágio e por ter que ser simpática mesmo assim.

Depois de ter favoritado algumas discotecas vê as avaliações para decidir onde ir.

Aquela discoteca com poucas avaliações é o local ideal para fugir dos conhecidos do técnico.

Aliviada que vai poder sair e esquecer um pouco do estresse da semana.

Cria um grupo com os jovens do seu estilo que se reúnem em um local perto da discoteca.

Que legal que encontrou pessoas que não são caretas como os colegas do técnico.

Contente e animada com os novos amigos que conheceu.



João Desportista JOURNEY MAP

Sábado

Bem disposto quer saber onde os torcedores do seu clube vão se reunir para assistir o clássico que esperam a meses.

Manhã

Tarde

Noite

Amanhecer

Fazendo

Pensando

Sentindo

Acorda cedo para correr e praticar desportos.

Precisa agilizar o dia e terminar suas tarefas a tempo de ver o jogo.

Entusiasmado e confiante na vitória do seu time.

Descobre, no ULIDE Party, um local público com telão para acompanhar o jogo.

Vai ter muita gente mas o local é grande. Hora de vestir a camisa do time.

Animado mas preocupado onde poderá comemorar a vitória do seu time.

Favorita os bares perto do local e cria uma votação para os amigos decidirem qual o melhor.

Vai passar a próxima semana sacaneando os colegas que torcem para o time rival.

Empolgado e festivo com a quantidade de torcedores assistindo o jogo.

Comenta no grupo do local ao mesmo tempo parabenizando a organização do evento.

Vai virar frequentador do bar temático de esportes que foi após o fim do jogo.

Ébrio, está feliz com a vitória do time e eufórico com o próximo jogo.

Para melhor resolução das imagens, acesse [aqui](#).

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).



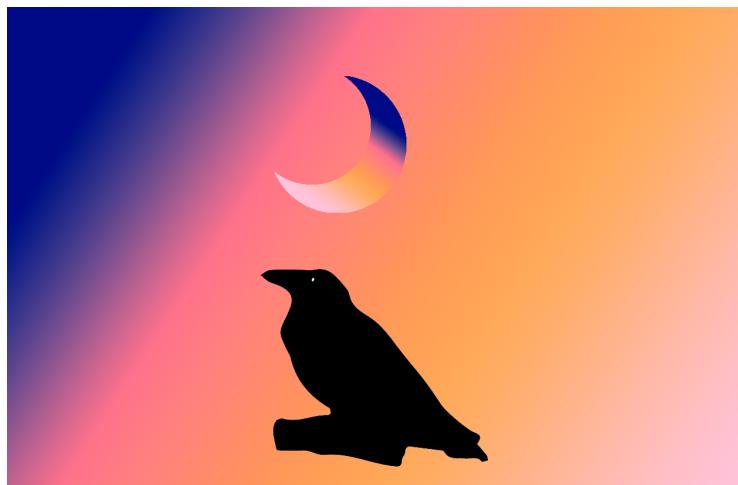
Img-2: Corvo com lua

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, tivemos 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.

Sistema de Design

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.

Special - Font Family: Dancing Script

Heading 1

Heading 2

Heading 3

Heading 4

Paragraph 1

Paragraph 2

Paragraph 3

Paragraph 4

Primary - Font Family: Source Sans Pro

Heading 1

Heading 2

Heading 3

Heading 4

Paragraph 1

Paragraph 2

Paragraph 3

Paragraph 4

Exemplos de utilização da tipografia.

Já o tipo de letra “Source Sans Pro” vai ser usado para os restantes casos. Esta fonte foi inventada por Paul D. Hunt , com o intuito de inspirar clareza e legibilidade (<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 escuro e o roxo que representam o céu noturno, o rosa e o azul claro que representam as luzes néon das discotecas e o amarelo da luz que ilumina as ruas de Lisboa.



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

Ícones

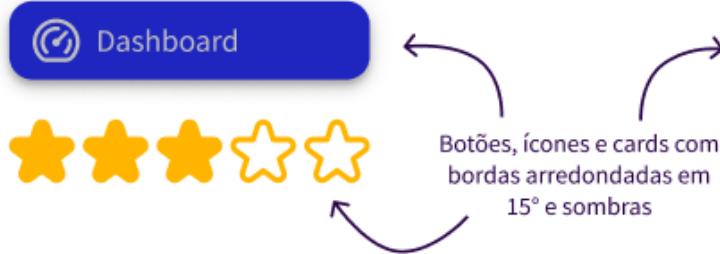
Como família de ícones utilizamos os Uicons do site Flaticon (<https://www.flaticon.com/uicons>), em especial os do tipo *rounded* (solid, regular e bold), pois suas formas arredondadas e simples nos remeteu aos padrões escolhidos por nós para outras formas do site.



Exemplo de utilização de ícones.

Formas

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



Cafe Luso

Foto

Cuba libre, mojito, daiquiri... 4.8 ★
Molestias voluptas nemo labore fugit. Dignissimos ullam labore ut vel eum. Ut et consequatur maiores quo. Ea ad magni voluptatem. Officia quis et magni maxime. Temporibus laudantium animi possimus voluptate consequatur molestias.

Bairro Alto

Abre em 20 minutos

Design atômico

A seguir são apresentados os exemplos e padrões principais do design atômico do nosso sistema, seguindo as características e os princípios dos elementos fundamentais mostrados anteriormente.

Átomos - Botões



Nossos botões seguem o padrão de cores mostrados na figura anterior. Há preferência para os padrões principais, mas dependendo do contraste com o fundo ou outros elementos, podem ser utilizadas as variações. A fonte é utilizada em bold para a maior parte dos casos, principalmente quando eles vierem isolados ou com poucos elementos iguais. As formas arredondadas seguem o padrão dos outros elementos.

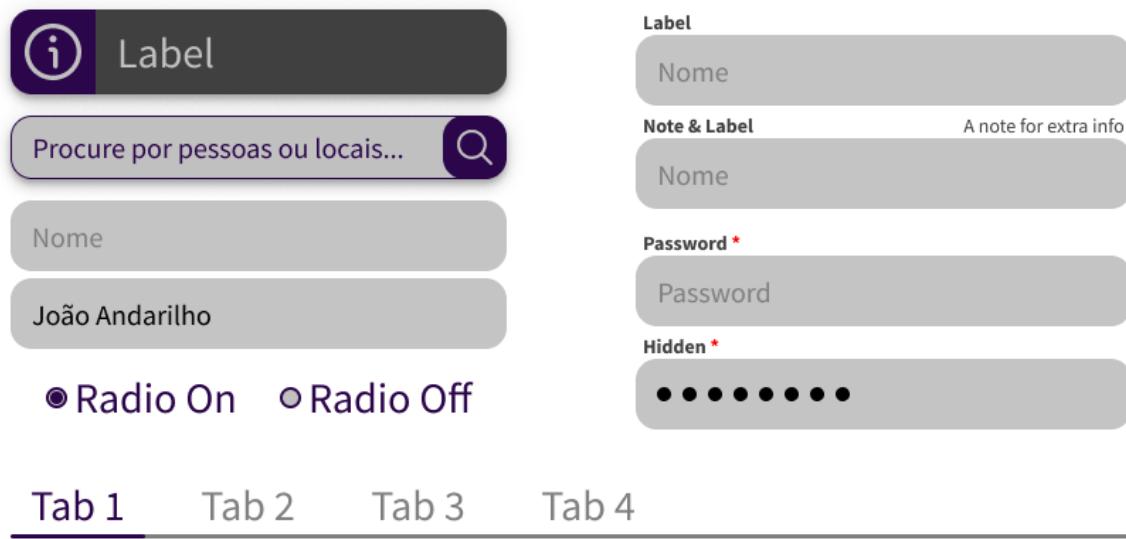
O espaçamento é menor no topo e fundo, e é maior nas laterais na proporção de 1:2. Normalmente eles serão de 5 e 10 pixels respectivamente, mas podem variar de acordo com o tamanho do botão em casos particulares. O espaçamento entre o texto e o ícone será sempre o mesmo da distância do topo. Nos botões quadrados o espaçamento é igual para todas as margens.

Os botões ativos e inativos também podem ser utilizados como animação, em alternância, quando o utilizador passar o rato por cima deles (hover). E os casos especiais são utilizados quando há uma necessidade de dar um destaque maior. Um alerta ou aviso, no caso da borda vermelha. Ou

para indicar cores já amplamente carregadas de significado de prosseguir, cautela e cuidado para os casos com apenas ícones e fundo em verde, amarelo e vermelho, respectivamente.

Átomos - Inputs

Os inputs são os campos de entrada de informação e seguem o padrão do nosso design, com cantos arredondados, a fonte principal, os ícones e os espaçamentos. As cores são mais restritas para manter a legibilidade e o contraste do texto com o fundo conforme a figura abaixo.



Átomos - Logotipo

Apesar de termos já falado da logo em outra seção, resolvemos apresentá-la novamente por considerarmos um importante elemento que compõe nosso sistema de design. Nas imagens a seguir mostramos com mais detalhes como o logotipo deve ser usado na composição do nosso site.



Logo Elements



Na imagem anterior vemos as margens de segurança mínimas para manter a logo afastada de outros elementos. Devido ao seu gradiente escuro, devemos ter o cuidado de sempre colocá-lo sobre um fundo mais claro, em especial as cores de *background* Ônix e Gray Web.

Responsive Logo



BW Version



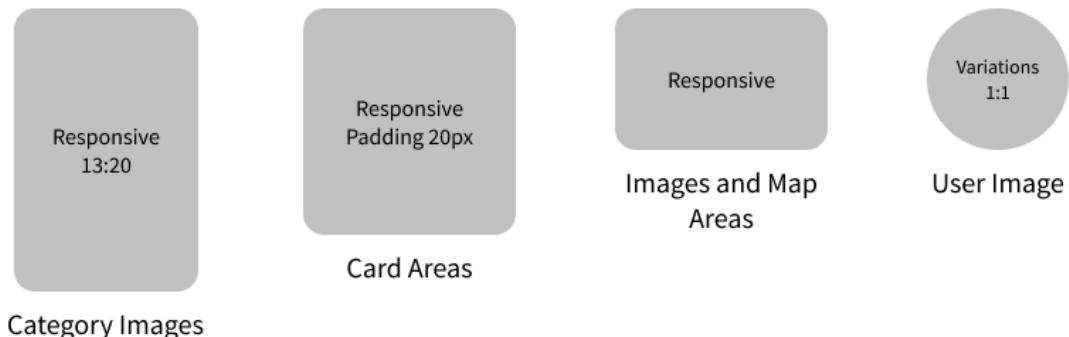
Acima temos as versões responsivas e em preto e branco para serem aplicadas nos casos necessários.

Átomos - Outros

Links

Main link Main hover link Variation link Variation hover link

Areas



Os links serão representados como um texto normal, mas com uma cor diferente do texto principal ao qual eles fazem parte. Utilizarão principalmente as cores destacadas no exemplo acima mas, em casos especiais, podem utilizar outras cores da nossa paleta. Para representar que são acessíveis ao utilizador, os links ficarão sublinhados quando o cursor passar por cima deles.

Devido à responsividade, as áreas dos elementos não tem um valor fixo. As imagens das categorias (bares, restaurantes e discotecas) seguem uma proporção de 13:20 nos casos padrão, mas variam com a responsividade, mas mantendo a disposição vertical. Por outro lado, a área para as imagens, fotos e mapas segue a disposição horizontal e o tamanho varia de acordo com o espaço disponível para o elemento.

Os cards também se adaptam ao conteúdo e ao espaço disponível, mas procurando manter um espaçamento interno (padding) de 20 pixels, enquanto a área para imagem de utilizadores será sempre redonda.

Moléculas

Os padrões a serem seguidos são mostrados nos exemplos abaixo. Há margem para variações dentro dos elementos fundamentais e átomos do sistema, mas buscando manter sempre a coerência com disposto a seguir.

The collage consists of six distinct UI components arranged in two columns:

- Top Left:** A light gray rounded rectangle containing a "Location name" input field, a placeholder "Image", and a footer section with "Tag 1, tag 2, tag 3, ... 4.8 ★" and "Address and other informations".
- Top Right:** Two dark gray rounded rectangles. The left one contains a user profile icon, "User name", and a "Solicitar amizade" button. The right one is a blank placeholder with "User Name" and three small icons.
- Middle Left:** A dark gray rounded rectangle featuring a user profile icon, a 5-star rating, the text "Avaliado em 15 de março 2022", a title "Título do Comentário", a description "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.... Mais", and the text "Nome utilizador 256 avaliações".
- Middle Right:** A dark gray rounded rectangle with a user profile icon, "45 x 45", the text "Utilizador ^", a user card for "João Andarilho" with email "joao.andarilho@email.com", and navigation options "Minha conta" and "Sair".
- Bottom Left:** A dark gray rounded rectangle with a user profile icon, a "Mapa" button, and a footer with address "Rua Ferreira Borges, 101, Campo de Ourique, Lisboa", links "@ Web site" and "@ Email", and a "Partilhar" button with social media icons.
- Bottom Right:** A dark gray rounded rectangle with a purple header bar containing a logo, "INICIAR SESSÃO", and "CRIAR CONTA". It includes a search bar, a user dropdown "Utilizador ^", and four "Option" buttons labeled "Option 1" through "Option 4".

Organismos

Semelhante às moléculas, os exemplos a seguir são utilizados como parâmetros para que outros elementos sejam construídos da junção dos outros para compor o site de acordo com as necessidades.

The image displays two wireframe prototypes for a website called "Ulde Party".
The left wireframe shows a dark-themed mobile interface with a purple header containing a bird icon and the text "Ulide Party". Below the header is a large button labeled "Label". Underneath are two placeholder fields, each with an info icon and the text "Placeholder". Below these are two radio buttons labeled "Radio On" and "Radio Off". A purple button labeled "Button" is positioned below the radio buttons. At the bottom is a text input field with placeholder text "Example text. Example link.".
The right wireframe shows a desktop version of the site. It features a purple header with the same "Ulide Party" logo and navigation links "INICIAR SESSÃO" and "CRIAR CONTA". Below the header is a banner with a cityscape background and the text "A diversão começa aqui!". A search bar with placeholder text "Procure por pessoas ou locais..." and a magnifying glass icon is located below the banner. The main content area has a dark purple background with the "Ulide Party" logo at the top. Below the logo is the text "O seu portal de diversão noturna." and an email address "support@ulideparty.pt". A small note at the bottom states "© 2022 Ulde Party. Todos os direitos reservados".

The image shows a wireframe for a service listing page.
At the top, there is a header with the text "Complete address, City" followed by a green "verificado" badge and a "4.5 ★ 2.508 Avaliações" rating. Below the header are four tabs: "Tab 1" (selected), "Tab 2", "Tab 3", and "Tab 4".
The main content area contains two sections:

- Heading**: Includes placeholder text: "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat."
- Heading**: Includes placeholder text: "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua."

On the right side, there is a sidebar with the title "Localização e Contacto". It features a large "Mapa" placeholder and contact information:

- Rua Ferreira Borges, 101, Campo de Ourique, Lisboa
- Web site
- Email
- +351 999 999 999
- Partilhar: icons for Instagram, Facebook, and Twitter

Protótipo

Por fim, juntamos todos os elementos mostrados anteriormente para dar forma à nossa web app conforme os exemplos a seguir. Para um protótipo funcional, acesse [aqui](#).

The screenshot shows the Ulide Party prototype website. At the top, there is a navigation bar with a logo of a stylized bird in flight, a search bar, and links for 'INICIAR SESSÃO' and 'CRIAR CONTA'. The main header features a purple circular logo with a yellow bird and the text 'Ulde Party'. Below it, a large banner with a sunset over a city skyline displays the tagline 'A diversão começa aqui!' and a search bar. The main content area is divided into three sections: 'Restaurantes' (with an image of a modern restaurant interior), 'Bares' (with an image of two people toasting at a bar), and 'Discotecas' (with an image of a DJ booth). At the bottom, there is a footer with the Ulde Party logo, the tagline 'O seu portal de diversão noturna.', an email link 'support@ulideparty.pt', and a copyright notice '© 2022 Ulde Party. Todos os direitos reservados'.



[INICIAR SESSÃO](#) [CRIAR CONTA](#)

Restaurantes

Descobre os melhores restaurantes de Lisboa.

Amélia Lisboa



Sobremesas, sumos, ...
4.8 ⭐
Campo de Ourique

Memória



Sobremesas, sumos, ...
4.8 ⭐
Campo de Ourique

A minha coz...



Sobremesas, sumos, ...
4.8 ⭐
Campo de Ourique

Pigmeu



Sobremesas, sumos, ...
4.8 ⭐
Campo de Ourique

Fiammetta



Sobremesas, sumos, ...
4.8 ⭐
Campo de Ourique

Atalho do m...



Sobremesas, sumos, ...
4.8 ⭐
Campo de Ourique

Yakuza Casc...



Sobremesas, sumos, ...
4.8 ⭐
Campo de Ourique

Steakhouse



Sobremesas, sumos, ...
4.8 ⭐
Campo de Ourique

[Mostrar mais](#)



Ulde Party
O seu portal de diversão noturna.

support@ulideparty.pt

© 2022 Ulde Party. Todos os direitos reservados

Amélia Lisboa

Campo de Ourique, Lisboa

Ahora em expositores - 12h00 às 15h30 | 19h00 às 00h00 (Hoje) [Detalhes](#)

Favorito [Avaliar](#) [Compartilhar](#) [Editar Local](#)

Sobre Avaliações Fotos Ementa

Localização e Contacto

Mapa

Rua Ferreira Borges, 101, Campo de Ourique, Lisboa
@Web site [Email](#) +351 999 999 999

Partilhar: [Facebook](#) [Twitter](#)

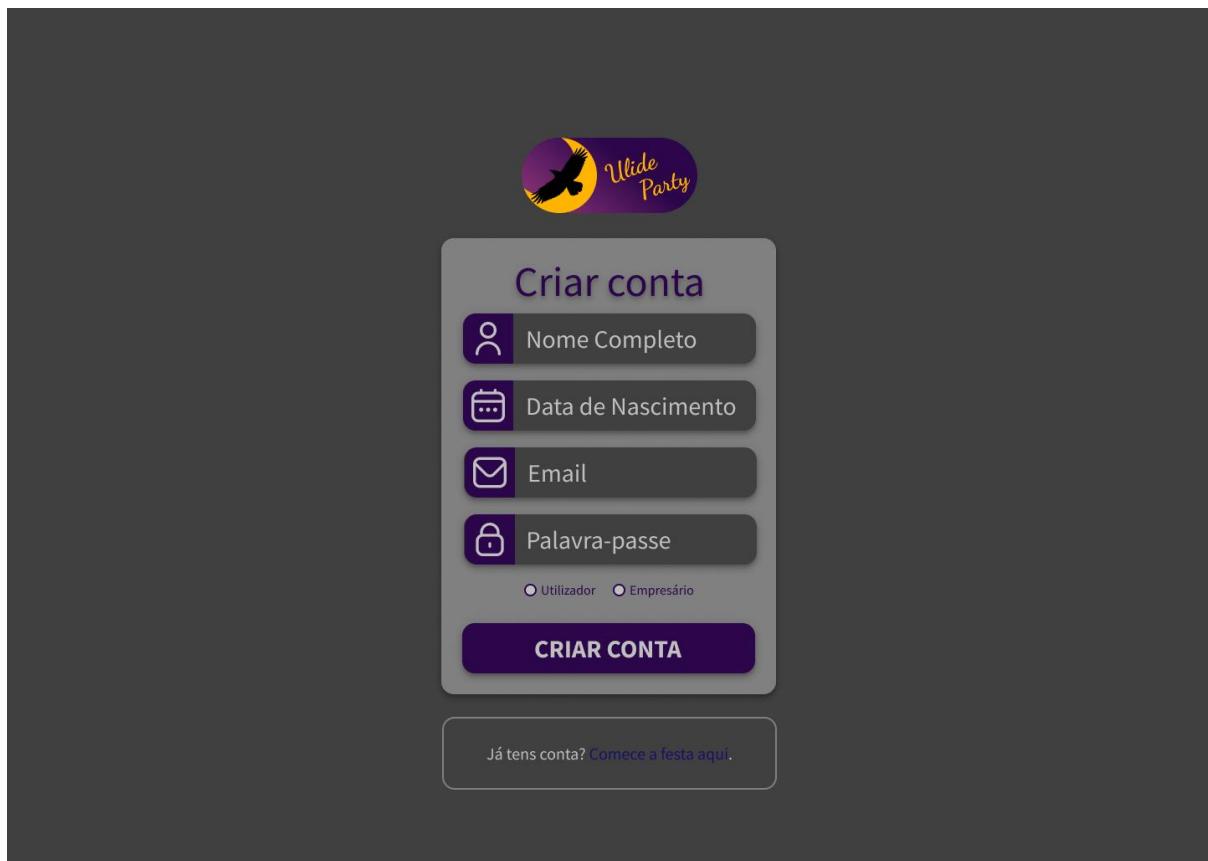
Mais informações:

Tag Tag Tag

Tag Tag Tag

Ulde Party
O seu portal de diversão noturna.

support@ulideparty.pt
© 2022 Ulde Party. Todos os direitos reservados



A screenshot of the Ulde Party dashboard. On the left is a sidebar with navigation links: Dashboard, Comunidade, Meus Locais, Grupos, Favoritos, Avaliações, and Perfil. The main area has a search bar with placeholder text "Procure por pessoas ou locais..." and a magnifying glass icon. To the right of the search bar is a user profile icon labeled "Utilizador". The dashboard features a "Visão Geral" section with a table showing statistics for "Meus Locais", "Visitas", "Curtidas", and "Comentários" for four locations: Local 01, Local 02, Local 03, and Local 04. All values are listed as 99999. Below this is a "Mapa" section showing a map of Lisbon with several yellow circular markers indicating location points. The map includes labels for various neighborhoods like Carmaxide, Alto dos Moinhos, a-a-Velha, Algés, RESTELO, AJUDA, CAMPO DE OURIQUE, PRÍNCIPE REAL, BAIRRO ALTO, ALFAMA, and AIS-DO-SODRE.

The screenshot shows a sidebar menu on the left with options like Dashboard, Comunidade (with sub-options Utilizadores and Empresários), Meus Locais, Grupos, Favoritos, Avaliações, and Perfil. The main area is titled 'Controle' and contains a table with four rows of client information:

| Clientes | Tipo | Status | Denúncias |
|------------|------------|--------------|-----------|
| Cliente 01 | Utilizador | Desbloqueado | 9 |
| Cliente 02 | Utilizador | Bloqueado | 9 |
| Cliente 03 | Empresário | Inativo | 9 |
| Cliente 04 | Empresário | Ativo | 9 |

The screenshot shows the same sidebar menu as the first screenshot. The main area is titled 'Empresários' and displays a grid of ten user profiles, each with a placeholder image (75x75), a 'User name' label, and three small icons at the bottom.

 Ulde Party

Procure por pessoas ou locais... 

45x45 Utilizador ▾

Sugerir edições

Informações Gerais

Localização

Mapa

Ajustar localização no mapa

Enviar Cancelar

 Ulde Party

Procure por pessoas ou locais... 

45x45 Utilizador ▾

Meus Favoritos

Amélia Lisboa



Sobremesas, sumos, ... 

Desfavoritar

Memória



Sobremesas, sumos, ... 

Favoritar

A minha coz...



Sobremesas, sumos, ... 

Desfavoritar

Pigmeu



Sobremesas, sumos, ... 

Desfavoritar

Fiammetta



Sobremesas, sumos, ... 

Desfavoritar

Atalho do m...



Sobremesas, sumos, ... 

Desfavoritar

Yakuza Casc...



Sobremesas, sumos, ... 

Desfavoritar

Steakhouse



Sobremesas, sumos, ... 

Desfavoritar



Procure por pessoas ou locais... Q

45 x 45 Utilizador

Local 01 - Meus comentários (X)



75 x 75

Nome utilizador
256 avaliações

★★★☆☆ Avaliado em 15 de março 2022

Título do Comentário

Lore ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscin elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Tincidunt arcu non sodales neque sodales ut etiam sit amet... [Mais](#)

[Editar](#)



75 x 75

Nome utilizador
256 avaliações

★★★☆☆ Avaliado em 15 de março 2022

Título do Comentário

Lore ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscin elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Tincidunt arcu non sodales neque sodales ut etiam sit amet... [Mais](#)

[Editar](#)



75 x 75

Nome utilizador
256 avaliações

★★★☆☆ Avaliado em 15 de março 2022

Título do Comentário

Lore ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscin elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim

The screenshot shows a mobile application interface. At the top left is a logo for 'Vide Party' featuring a yellow bird icon. To its right is a search bar with the placeholder 'Procure por pessoas ou locais...' and a magnifying glass icon. On the top right is a circular profile picture placeholder with the text '45 x 45' and the word 'Utilizador'. Below the header is a navigation bar with rounded corners containing several items: 'Dashboard', 'Comunidade' (with a dropdown arrow), 'Meus Locais', 'Grupos', 'Favoritos', 'Avaliações', and 'Perfil' (which is highlighted with a purple background). The main content area displays a user profile for a person named 'Nome de usuário'. The profile includes a placeholder image, two camera icons (one large, one small), and a placeholder for a profile picture. Below the image are input fields for 'Nome Completo' (Name), 'Email', 'Número de Telefone' (Phone Number), and 'Data de Nascimento' (Birth Date). There is also a large text area labeled 'Descrição' (Description) which contains placeholder text from Latin literature. At the bottom of the modal are two buttons: 'Cancelar' (Cancel) and 'Confirmar' (Confirm).

Testes de Usabilidade

Devido às limitações do Usability Hub, de tempo e de disponibilidade de participantes da pesquisa, alguns resultados podem não ser satisfatórios e alguns planos de ação não puderam ser realizados. Os planos de ação não seguem qualquer hierarquia e são cílicos podendo (e devendo) ser utilizados em qualquer ordem, intercalados e refeitos em um processo de melhoria contínua da web app.

Planos de ação

1 - Testes de visualização, mais gerais, para entender quais são as primeiras impressões que as pessoas têm do site e assim podermos identificar problemas e questões da web app e assim verificar em quais pontos podemos fazer testes mais específicos.

2 - Teste de navegação. Definir uma tarefa e verificar o tempo e a facilidade com que o utilizador a realiza. Serve para identificar questões de UX e obter insights de como podem ser melhoradas.

Ex.: Navegue pelo site e mostre como você faria para realizar o registo e o login. Navegue pelo site e mostre como faria para atualizar informações de um local.

3 - Testes de comparação entre duas opções de um elemento. Pode ser utilizado para escolher entre cores, tamanhos de fontes, arredondamento das bordas, disposição e alinhamento de elementos, entre outras questões mais visuais, de UI ou de UX.

Ex.: O rating médio dos locais é melhor com uma ou duas casas decimais. A melhor cor de fundo é A ou B.

4 - Testes presenciais/semi-presenciais. Repetir os testes anteriores, presencial ou remotamente, para poder aplicar um questionário mais completo e específico.

Resultados

Foram feitos três testes não-moderados, o primeiro de 10 segundos de visualização e os outros dois de tarefas de protótipo. O teste 1 foi respondido por 18 participantes, o teste 2 foi respondido por 14 e o terceiro por 15.

No teste 1 foi exibido a página inicial da web app por 10 segundos e em seguida foram feitas as seguintes perguntas com os resultados (as respostas são exibidas exatamente como escritas).

A 1a. Short text question

Para que pensas que serve o site?

Respostas:

| | | |
|--|---------------------------------|-------------------------------------|
| Atividades Noturnas | Para se divertir | procura de bares/restaurantes |
| localizar sitios em portugal | Turismo | Não pensei em algo |
| Publicidade | Informações para saídas à noite | Para atrações na região |
| Eventos e lazer | Para encontrar diversão ;) | Dicas de bares, discotecas e festas |
| Para a escolha de uma diversão noturna | bares e restaurantes | guia turístico |
| Propaganda | Diversão | festa |

A 1b. Short text question

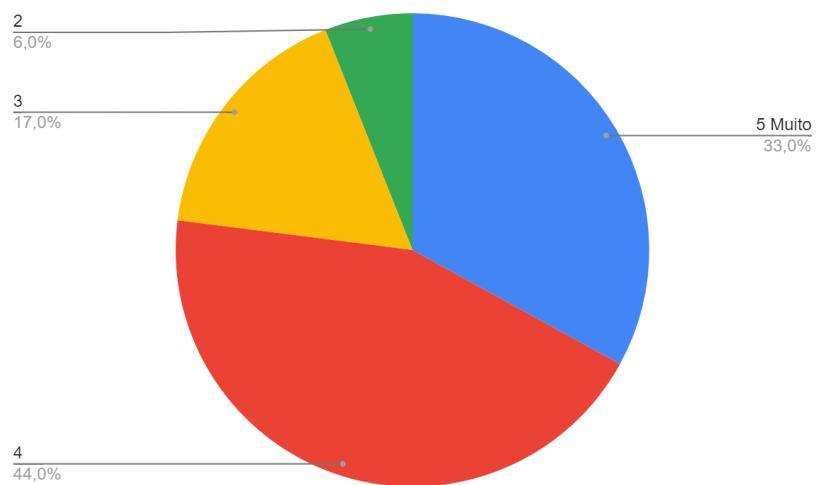
Qual é o nome e o *slogan* do site?

Respostas:

| | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|-------------|
| Não me lembro | Ulid party | wild... |
| junta te a festa | Não reparei | Não reparei |
| Não sei | Ulde party, diversão começa aqui | Wildcat |
| Wild moon | A diversão principia aqui | Ulde |
| Não lembro | nao sei | nem vi |
| Restaurante, bares e discotecas | não vi a tempo | ulide |

→ 1c. Linear scale question

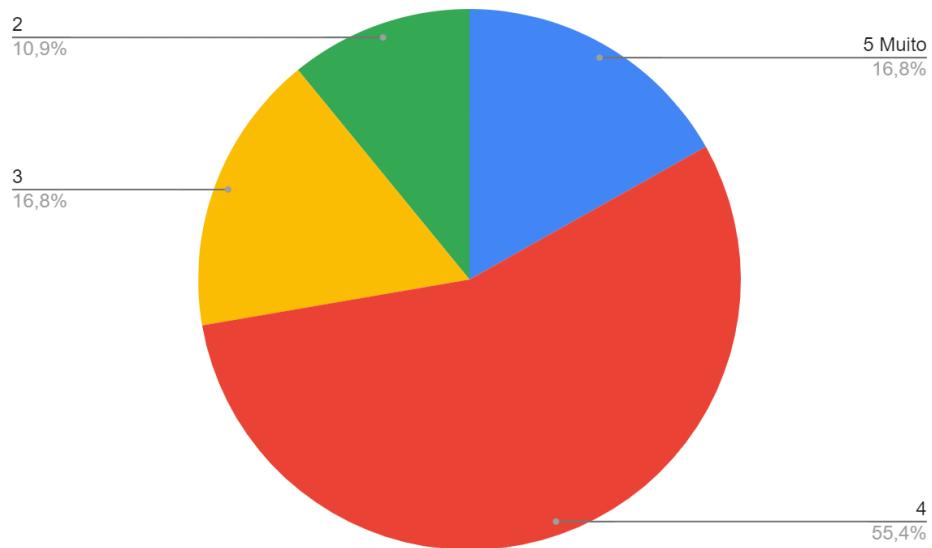
Quanto o site remete à festa e diversão?



O gráfico mostra a porcentagem das respostas, sendo que a escala varia de 5, muito, a 1, pouco. A média do resultado foi de 4,06.

➡ 1d. Linear scale question

Quão agradável é a aparência do site?



O gráfico mostra a porcentagem das respostas, sendo que a escala varia de 5, muito, a 1, pouco. A média do resultado foi de 3,78.

≡ 1e. Long text question

Quais pontos poderiam ser melhorados?

Respostas:

| | | |
|--|---|--|
| . | O nome do site muito pequeno e letras muito parecida | + |
| ser mais explicitos sobre o conteúdo do site | As cores utilizadas | É muito linear o visual, podia ser mais variado |
| Nada a melhorar | Algo "sobre nós" | Achei muito escuro |
| Fonte do Slogan | Nenhuns | Qual cidade e região atende |
| As cores são muito escuras, com pouco contraste. As pessoas com problemas visuais tem dificuldade de | o design não é muito satisfatório{ prazeroso de olhar | aparentemente, parece ter poucas áreas clicáveis |

| | | |
|--|--|--------|
| visualizar os detalhes, letras, etc do site, por causa do contraste. | | |
| Mais informações | Mais tempo para observar o site Mais destaque no nome | nenhum |

Pudemos concluir, pelas respostas, que as pessoas só com 10 segundos conseguem de forma geral entender do que é o site, mas tem dificuldade de identificar que é específico para Lisboa. Também não conseguiram memorizar, em sua maioria, qual era o nome do site e seu slogan.

A etapa seguinte seria, então, nos focarmos nestes dois aspectos e fazermos testes específicos para cada um deles para descobrirmos qual seriam as melhores formas de deixar claro que site é específico para Lisboa e tornar nossa marca e slogan mais marcantes. Tudo isso pensando sempre na experiência e usabilidade do utilizador.

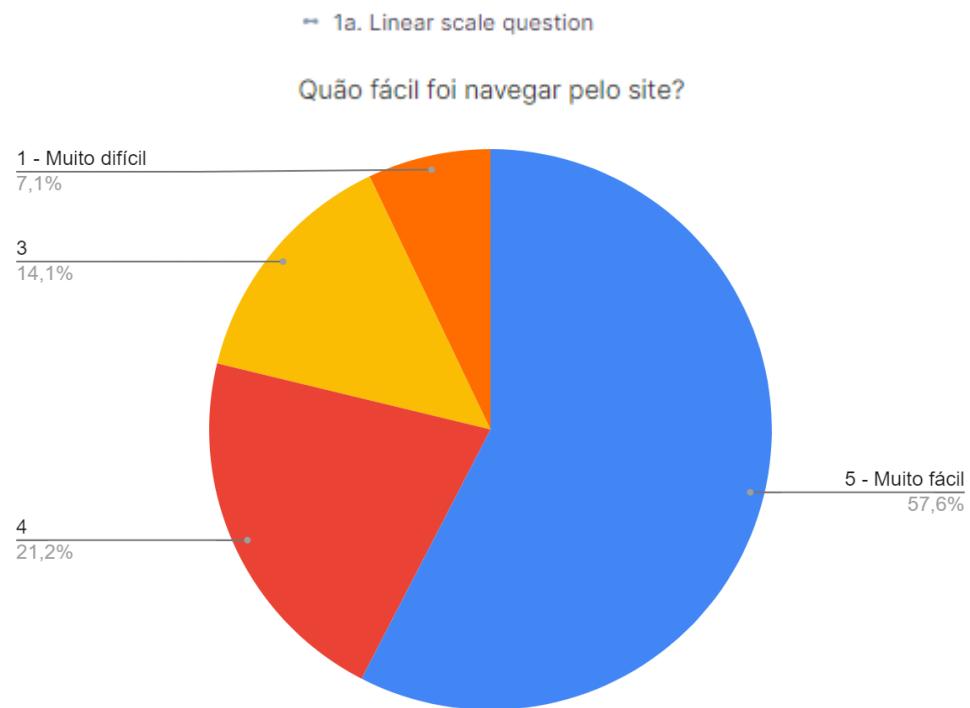
Outro ponto que também nos chamou a atenção, e que foi de igual forma identificado nos testes seguintes, foi a questão das cores. Este seria um aspecto que demandaria um esforço maior, voltando algumas etapas até a parte de pesquisa e desenvolvimento, para entendermos melhor os aspectos ligados à psicologia das cores e a interação entre elas. Talvez criando variações de paletas (ainda que dentro da identidade por nós escolhida) para identificar nos testes quais seriam mais adequadas para implementar em nosso site.

Para o teste 2 foi realizado um teste de protótipo para a parte do home site da nossa web app. Para isso pedimos para o utilizador navegar pelo site

até chegar a página de um local e o menu do utilizador. Em seguida solicitamos que respondesse algumas perguntas.

Nossa intenção era a de obter informações sobre a utilização do site, descobrir áreas de interesse e identificar problemas de usabilidade e de experiência. Com tais informações poderíamos, então, construir testes mais específicos para descobrir as melhores soluções.

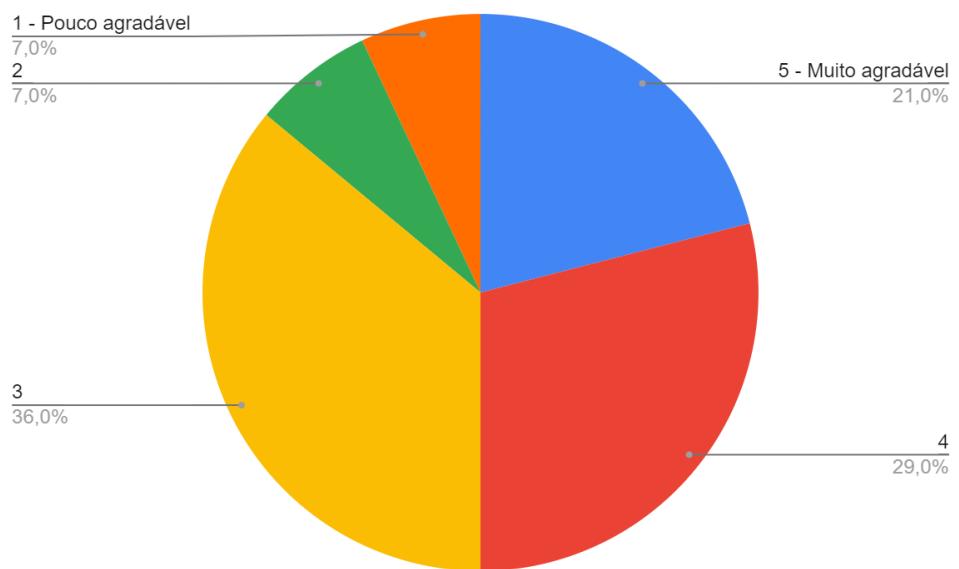
As perguntas feitas no teste 2 foram as seguintes e apresentaram os resultados:



O gráfico anterior mostra a porcentagem das respostas, sendo que a escala varia de 5, muito fácil, a 1, muito difícil. A média do resultado foi de 4,21.

« 1b. Linear scale question

Quão agradável são as cores do site?



O gráfico anterior mostra a porcentagem das respostas, sendo que a escala varia de 5, muito agradável, a 1, pouco agradável. A média do resultado foi de 3,5.

• 1c. Single Choice question

Para este tipo de site, como você prefere as cores?

| | | | |
|--------------------------|-----|---|--|
| Mais fortes e chamativas | 43% | 6 | |
| Mais claras e suaves | 57% | 8 | |

• 1d. Single Choice question

Como considera o tamanho dos *cards*?

| | | | |
|----------------|-----|----|--|
| Muito grandes | 14% | 2 | |
| Muito pequenos | 14% | 2 | |
| Estão bons | 71% | 10 | |

De forma geral, pudemos identificar, com este segundo teste não moderado, que a naveabilidade está boa. Precisaríamos de testes mais específicos para identificar quais aspectos podem ser melhorados e de que maneira isso poderia ser feito na visão do utilizador. Visto que foi apresentado um protótipo que, apesar de possuir muitas ligações, não é de fato um site real, algumas destas questões podem estar ligadas a este fato, isto é, algumas coisas no protótipo não funcionam de igual forma a um site real.

Também pudemos identificar e confirmar, ainda neste segundo teste, que as cores, aspecto de suma importância em nosso projeto, ainda causam uma certa inquietação em nossos utilizadores e não são unâimes. Como citado anteriormente, esse seria um aspecto a se trabalhar mais.

Para o teste 3 também realizamos um teste de protótipo só que para a parte do dashboard da nossa web app. Pedimos apenas para o utilizador navegar pelo site e ao final responder uma pergunta. Devido a limitação do Usability Hub, plataforma gratuita onde realizamos nossos testes, e pelo tamanho desta parte do protótipo, conseguimos apenas fazer uma pergunta.

Nossa intenção, assim como a do teste 2, era a de obter informações sobre a utilização do dashboard, descobrir áreas de interesse e identificar problemas de usabilidade e de experiência. Com tais informações poderíamos, então, construir testes mais específicos para descobrir as melhores soluções.

A informação mais importante que pudemos obter neste teste foi a de que deveríamos ter “quebrado” ele em mais partes. Já havíamos feito isso ao separar o home site do dashboard para fazer os testes 2 e 3, mas não foi o suficiente.

A pergunta que fizemos foi: “Você utilizaria ou recomendaria este site para seus amigos?”. Obtivemos, de 15 respostas, 93% de sim (14 respostas), 7% de talvez (1 resposta) e nenhuma resposta negativa. Neste caso deveríamos ter utilizado a escala NPS (Net Promoter Score), mas tentamos simplificar para acelerar o processo. Contudo percebemos que, neste caso, os resultados não puderam indicar muita coisa útil para melhoria do nosso projeto em si.

Por outro lado, os testes não moderados 2 e 3, foram interessantes no que diz respeito aos “heat maps”, onde pudemos ver quais eram as áreas de maior interesse dos utilizadores. Pudemos ver onde as pessoas clicaram e foi interessante descobrir que as áreas de discotecas e bares eram o alvo mais frequente, enquanto os restaurantes foram mais negligenciados, apesar de esta ser a primeira opção. Pudemos perceber que os utilizadores são bastantes visuais, visto que clicaram bastante nas imagens e mapas.

Para o teste moderado conseguimos fazer apenas 3 entrevistas. Para isso, fizemos um roteiro (Anexo III) e um questionário semi-estruturado (Anexo IV). A ideia geral foi a de apresentar o protótipo ao utilizador e pedir para que ele navegassem livremente enquanto observamos seu comportamento. Quando ele demonstrasse estar perdido ou tivesse terminado sua navegação, apresentamos as áreas não visitadas e explicamos aspectos da nossa web app que ele não tinha entendido. Em seguida, fizemos uma entrevista para entender quais eram os problemas identificados pelo utilizador e quais melhorias poderiam ser feitas.

Conclusão

Os testes de usabilidade se mostraram de fundamental importância para entendermos nosso público alvo e os melhores caminhos para nossa web app. Apresentamos apenas as informações que achamos de maior relevância mas muito mais conseguimos inferir dos testes. Alguns pontos, inclusive, como a área “Sobre”, resumindo o que é o Ulide Party, na página principal, tínhamos planejado incluir, mas por questões de tempo e prioridade acabamos por não fazê-las.

Enfim, entendemos a importância dos testes e a melhoria contínua que eles proporcionam bem como a necessidade de um bom planejamento para que nossos projetos possam ganhar destaque e relevância, em especial no que concerne à usabilidade e experiência do utilizador.

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
```

| sp_location | st_astext |
|--|------------------------------|
| 1 0101000000CA2B2169815A43405BB22AC24D4E22C0 | POINT(38.7070743 -9.152937) |
| 2 0101000000571DDE18A75B43402EBB719C254622C0 | POINT(38.7160369 -9.1370057) |
| 3 010100000046BE011C315C4340FABC3D63BA6722C0 | POINT(38.7202487 -9.2025939) |
| 4 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;

```

The screenshot shows a PostgreSQL query editor. The query is displayed in the top pane, and the results are shown in the bottom pane. The results table has one column named 'st_astext' with four rows:

| 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).

Como passar de graus para KM difere da latitude fomos ver uma fórmula que toma isso em consideração.

$$d = r \cos^{-1} [\cos a \cos b \cos(x-y) + \sin a \sin b]$$

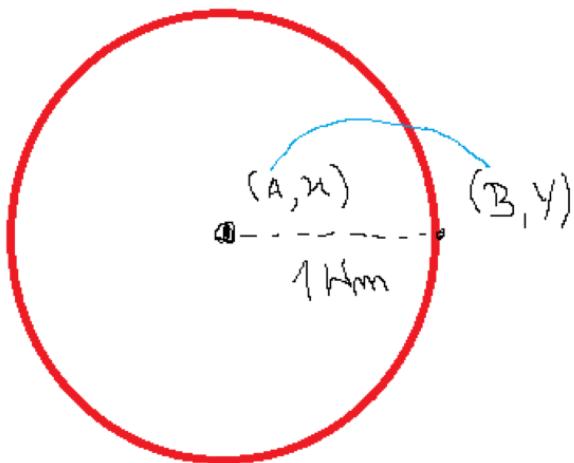
where,

r depicts the earth's radius,

a and *b* depict the latitude

while the longitudes are depicted by *x* and *y*.

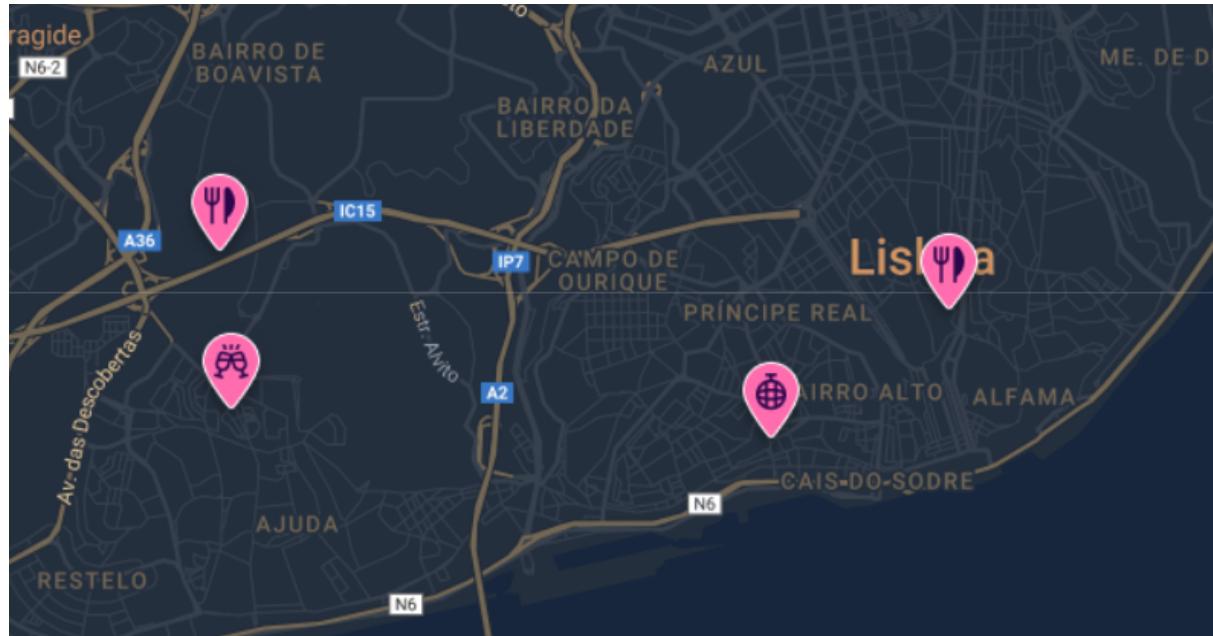
Achamos esta fórmula (Great Circle Formula) que permite calcular a distância entre dois pontos. Porém nós queremos que através de uma distância e de um ponto nos de outro ponto. Por exemplo, tendo a $d = 1 \text{ km}$, a $= 38.5765$, $x = -9.76576$ quero que devolva um “b” e um “y”. Mas como isto não é um sistema eu não consigo tirar dois valores e resolver esse problema chegamos a conclusão que como é um círculo com centro em “a” “x” vai haver pelo menos um “B” que vai ser igual a “A”. Como dá para constatar no desenho a seguir.



Contudo, não achamos nada que resolvesse essa equação, o máximo que conseguimos fazer foi utilizar Mathsolver obter 2 resultados. Todavia, eles não têm uma API que possamos usar.

Aqui estão os resultados para o exemplo acima, que pode ser consultado [aqui](#).

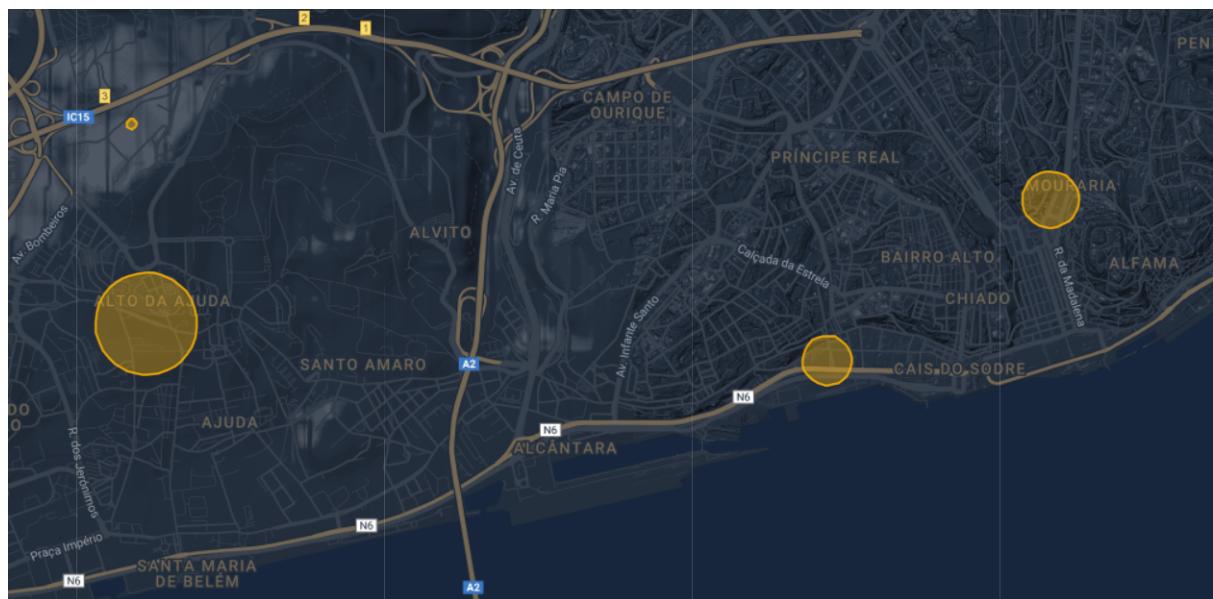
Em relação ao mapa abaixo, todos os pontos apresentados estão na nossa base de dados e dependendo do seu tipo (restaurante, bar ou



discoteca) têm um ícone diferente.

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

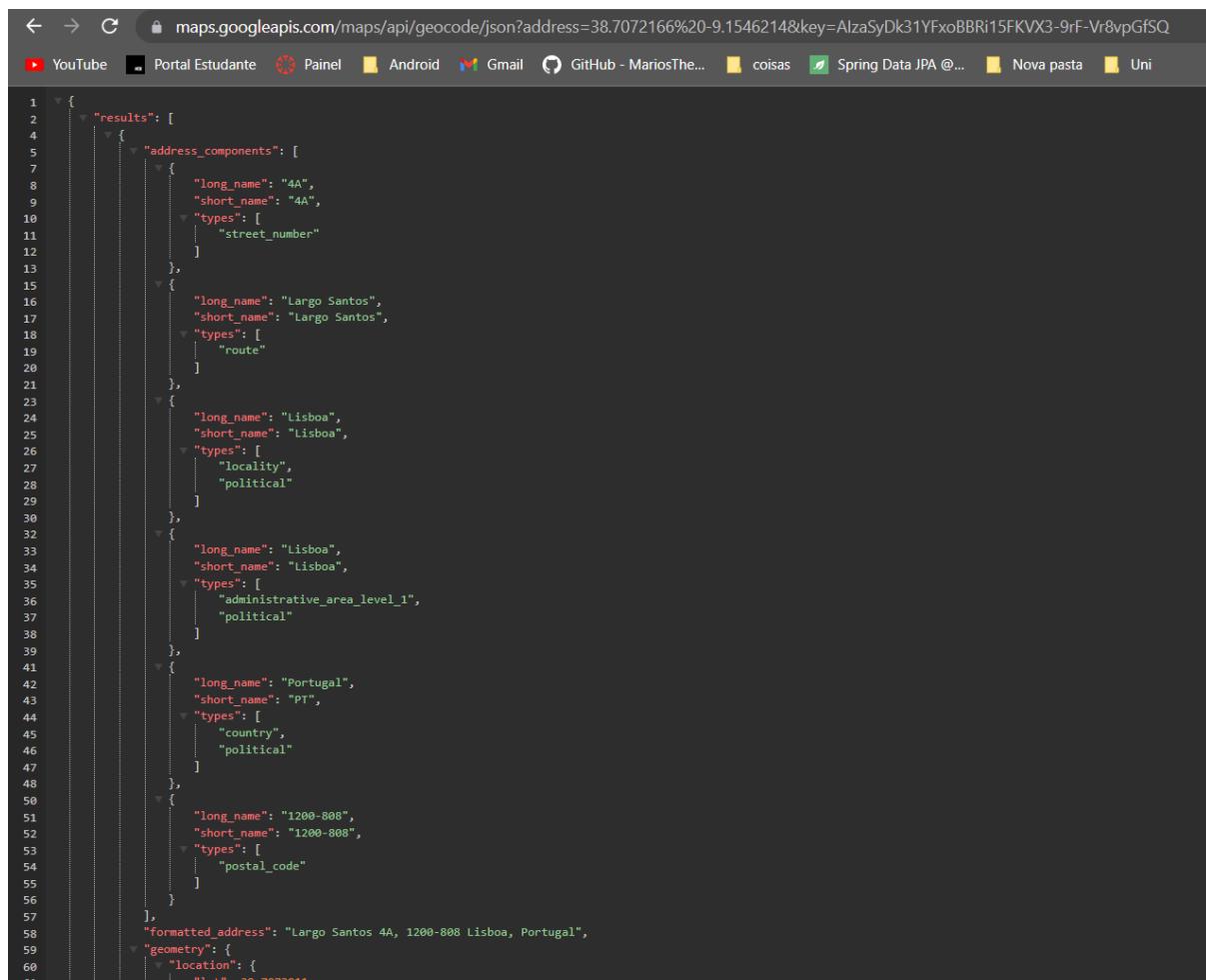
Já o mapa a seguir desenha círculos com o centro na localização dos lugares. O raio dos círculos varia com a quantidade de visualizações que uma página de um lugar tem.



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

Com este mapa um empresário poderá ver quais dos seus negócios correm melhor.

Também usamos a api do geocoding. Onde se passarmos uma latitude e uma longitude de lugar ele dá o endereço desse lugar como dá para observar na imagem abaixo.

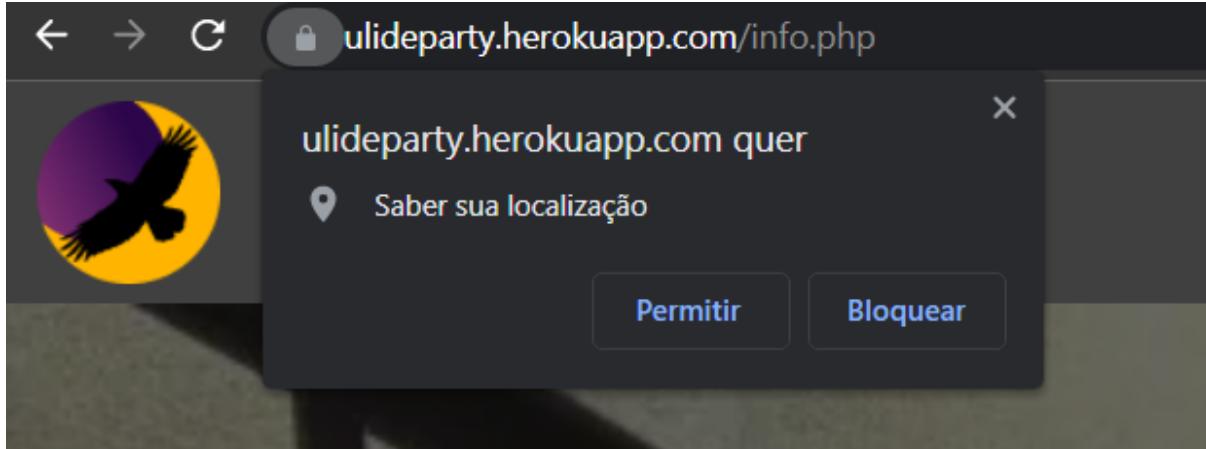


```
1  {
2    "results": [
3      {
4        "address_components": [
5          {
6            "long_name": "4A",
7            "short_name": "4A",
8            "types": [
9              "street_number"
10             ]
11            },
12            {
13              "long_name": "Largo Santos",
14              "short_name": "Largo Santos",
15              "types": [
16                "route",
17                ]
18              },
19              {
20                "long_name": "Lisboa",
21                "short_name": "Lisboa",
22                "types": [
23                  "locality",
24                  "political"
25                  ]
26                },
27                {
28                  "long_name": "Lisboa",
29                  "short_name": "Lisboa",
30                  "types": [
31                    "administrative_area_level_1",
32                    "political"
33                    ]
34                  },
35                  {
36                    "long_name": "Portugal",
37                    "short_name": "PT",
38                    "types": [
39                      "country",
40                      "political"
41                      ]
42                    },
43                    {
44                      "long_name": "1200-808",
45                      "short_name": "1200-808",
46                      "types": [
47                        "postal_code"
48                        ]
49                      }
50                      ],
51                      "formatted_address": "Largo Santos 4A, 1200-808 Lisboa, Portugal",
52                      "geometry": {
53                        "location": {
54                          "lat": 38.7072166,
55                          "lon": -9.1546214
56                          }
57                        }
58                      ]
59                      }
60                      }
```

Link:

<https://maps.googleapis.com/maps/api/geocode/json?address=38.7072166%20-9.1546214&key=AIzaSyDk31YFxoBBRi15FKVX3-9rF-Vr8vpGfSQ>

Também fazemos rotas a partir do direction api. Usámos a latitude e a longitude do lugar que a pessoa escolhe e vamos buscar a latitude e longitude da pessoa.



Como dá para ver na imagem acima, pedimos permissão para ir buscar a latitude e longitude da pessoa. Depois da pessoa aceitar, criamos a rota.



O Utilizador poderá escolher de que modo quer ir para o lugar (dirigir, a pé, bicicleta ou transportes públicos). Não dá para ver numa imagem, mas as bolas cinzentas movimentam-se do lugar do utilizador para o lugar escolhido.

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.

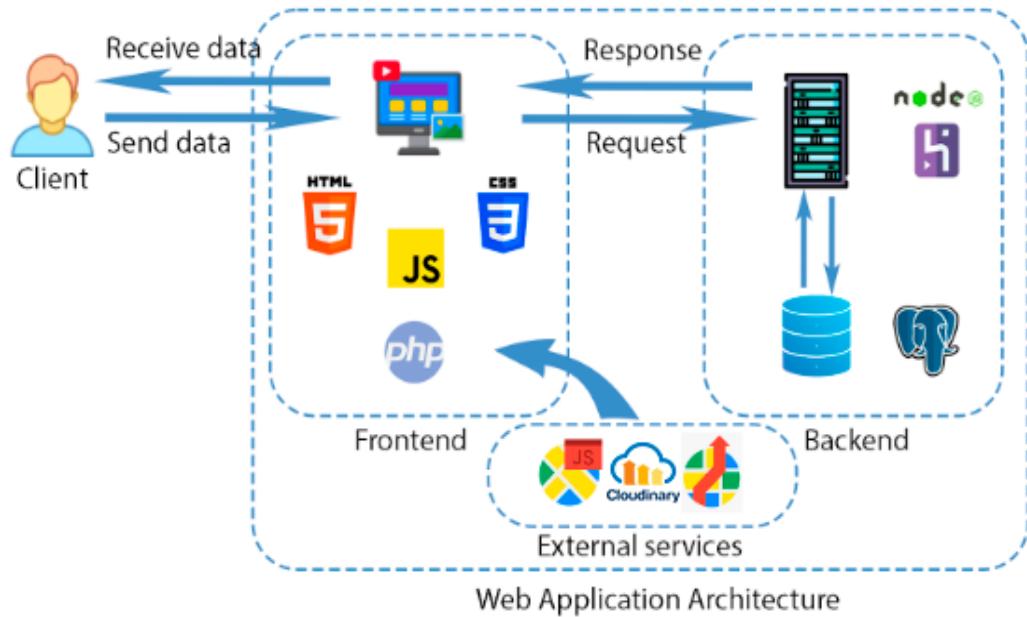
Passo 5: editar o pretendido.

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

Infraestrutura da arquitetura da aplicação Web

Para melhor resolução:

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



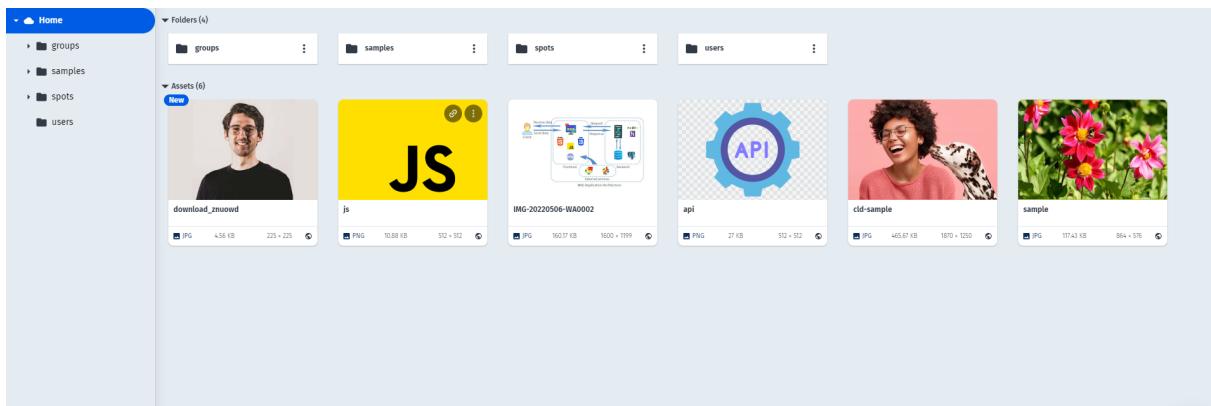
Conforme referenciado na imagem acima, utilizamos, para o frontend, as linguagens de marcação/programação HTML5, CSS, Javascript e PHP. Construímos o site e o dashboard com o auxílio de outras ferramentas e bibliotecas, tais como o Bootstrap, o JQuery, fonte para os ícones (<https://www.flaticon.com/uicons>), entre outras.

Em relação ao backend, utilizamos o NodeJS para construir a API, que foi hospedada, assim como a web app, no Heroku. A base de dados foi feita em PostgreSQL com o uso do recurso do PostGIS para dar suporte às informações geográficas.

Praticamente toda a parte do site principal foi feita do zero, incluindo o HTML, o CSS e o Javascript. Exceção fica por conta da ligação à base de dados, que inicialmente foi feita com base em exemplos dados pelos professores e, posteriormente, incrementado e ampliado por nós. O dashboard foi feito com base em um *template*, mas está sendo adaptado e personalizado para condizer com o planejamento realizado durante a UC de Interfaces e Usabilidade e materializado no Sistema de Design.

O site está disponível online em ulideparty.herokuapp.com/, para entrar no dashboard é possível com os utilizadores User01 e Manager01, sendo que a senha para ambos é 123456. De acordo com o tipo de utilizador será exibido o menu com opções diferentes de acesso.

Para ir buscar ou salvar imagens usamos um host de imagens (<https://cloudinary.com/>).



Na pasta spots temos todos os spots (exemplo: [foto de um lugar](#)) e na pasta users temos as dos user (exemplo: [foto de um user](#))

A API está disponível online em ulide-party-api.herokuapp.com/ e exibe as informações em formato JSON. Os caminhos estão disponíveis na documentação REST.

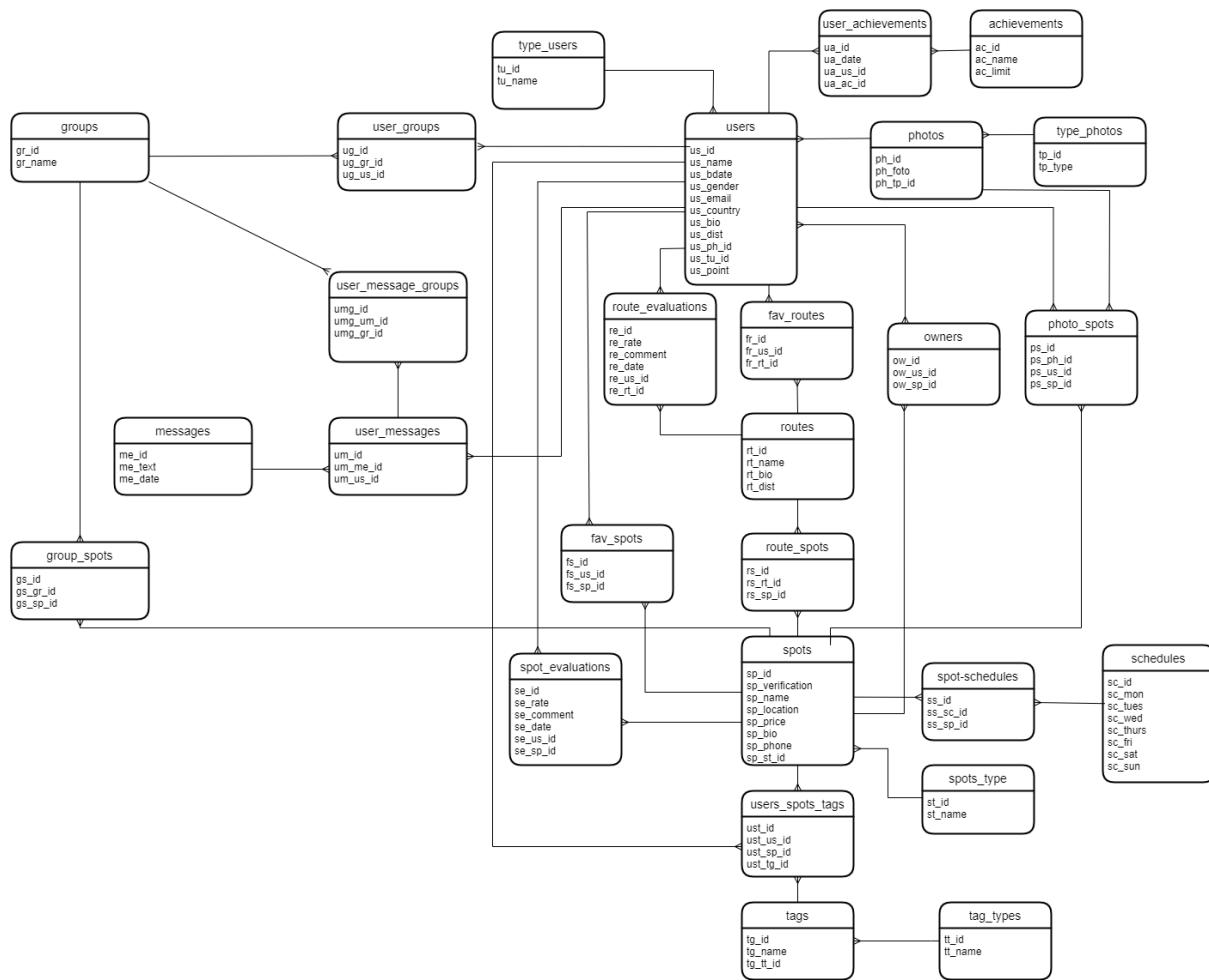
Dependências usadas no nodeJS

Para o nosso projeto usamos um total de 18 dependências:

| | | |
|---------------------|---------------------|--------------------|
| "@tweenjs/tween.js" | "express": | "node-fetch": |
| : "^18.6.4", | "~4.16.1", | "^3.2.4", |
| "body-parser": | "formidable": | "nodemon": |
| "^1.20.0", | "^2.0.1", | "^2.0.15", |
| "cloudinary": | "ip": "^1.1.8", | "path": "^0.12.7", |
| "^1.29.1", | "md5": "^2.3.0", | "pg": "^8.7.3", |
| "cookie-parser": | "morgan": "~1.9.1", | "sync-request": |
| "~1.4.4", | "nerdamer": | "^6.1.0", |
| "cors": "^2.8.5", | "^1.1.13", | "xhr2": "^0.2.1" |
| "debug": "~2.6.9", | | |

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.

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>

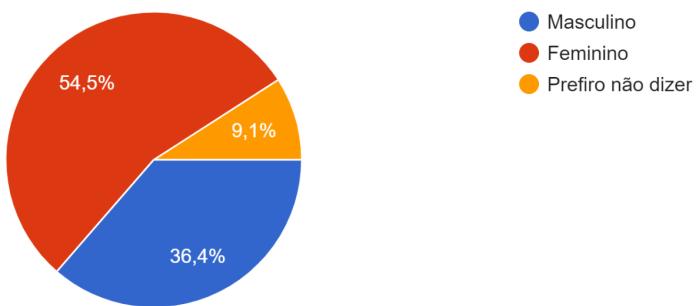
Menezes, S. K. de O. (2021). Lazer e Saúde Mental em Tempos de Covid-19. *LICERE - Revista Do Programa De Pós-graduação Interdisciplinar Em Estudos Do Lazer*, 24(1), 408–446. <https://doi.org/10.35699/2447-6218.2021.31341>

Anexo I - Pesquisa sobre o Público alvo

Vida Noturna e o Jovem em Lisboa

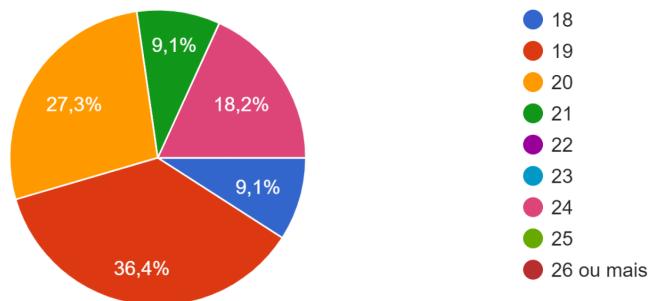
Sexo:

11 respostas



Idade:

11 respostas

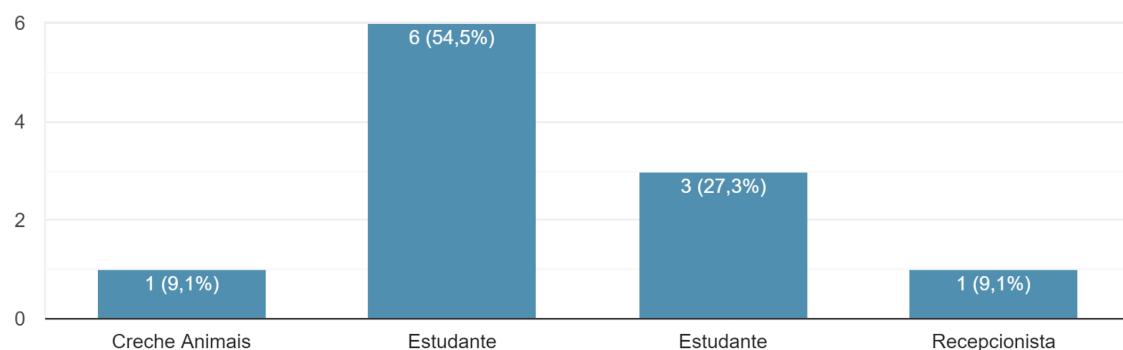


Concelho de residência:

| | |
|----------|---|
| Lisboa | 3 |
| Sintra | 2 |
| Sesimbra | 1 |
| Seixal | |
| Sertã | |
| Amadora | |
| Total | 9 |

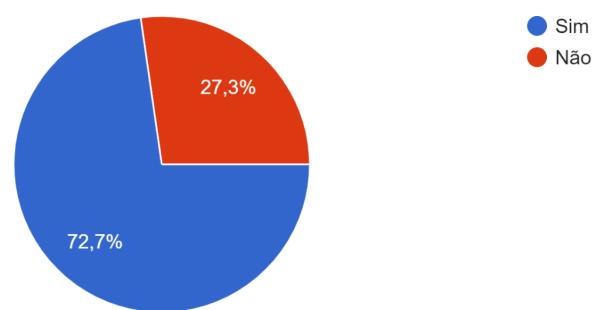
Profissão

11 respostas



Sai à noite no seu tempo livre?

11 respostas



Se a resposta foi NÃO: (3 respostas)

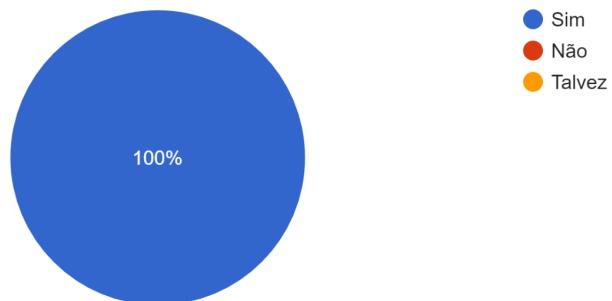
Qual o motivo? (2 respostas)

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)

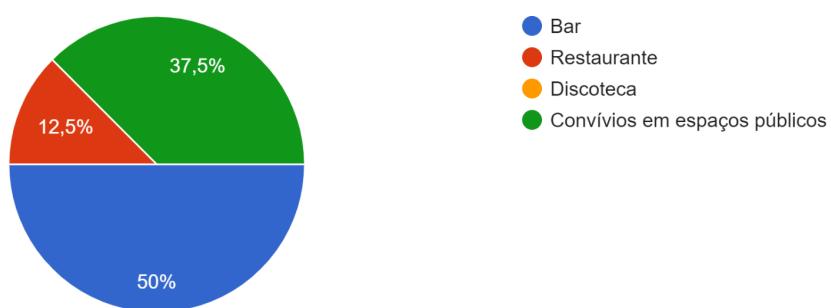
Funcionalidades que permitissem aos desenvolvedores da aplicação obter uma avaliação final no projeto de 20 valores

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

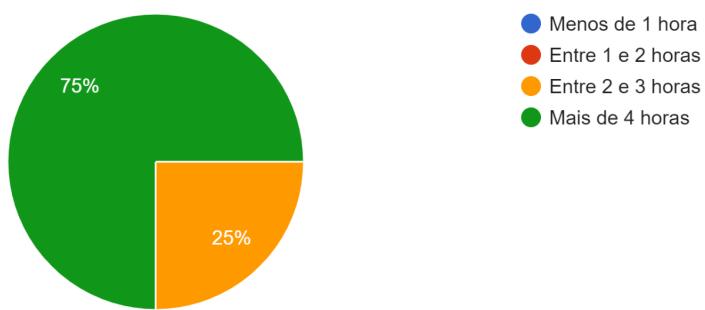
Cais Sodré - 1 Resposta

Qual local mais gosta de ir? (4 respostas)

Bairro alto, Cantinho de santos, Bares e Contra

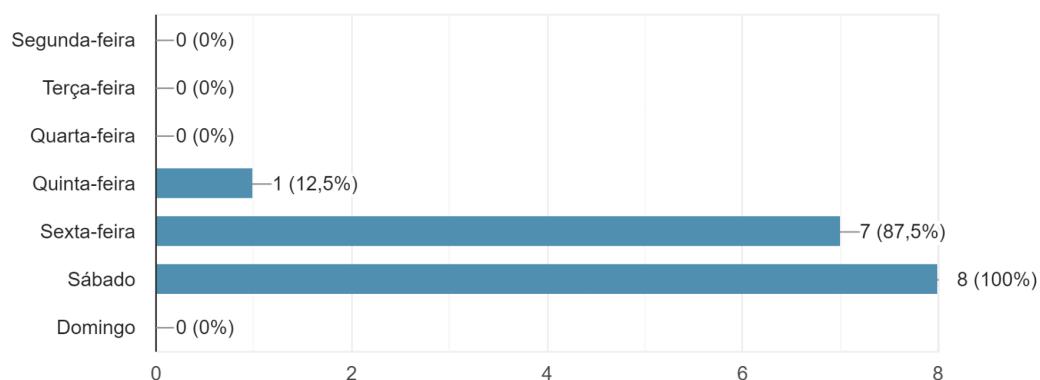
Em média, quanto tempo dura os períodos de actividade noturna?

8 respostas



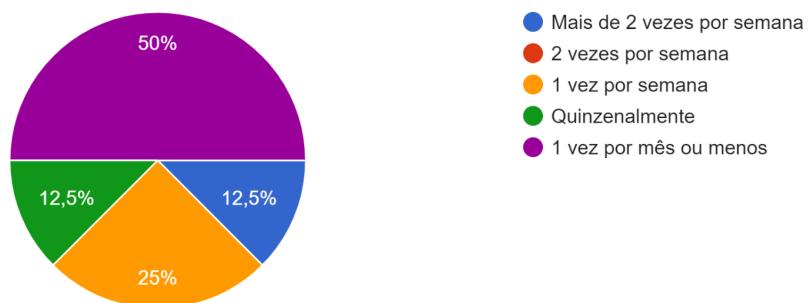
Quais dias da semana costuma sair?

8 respostas



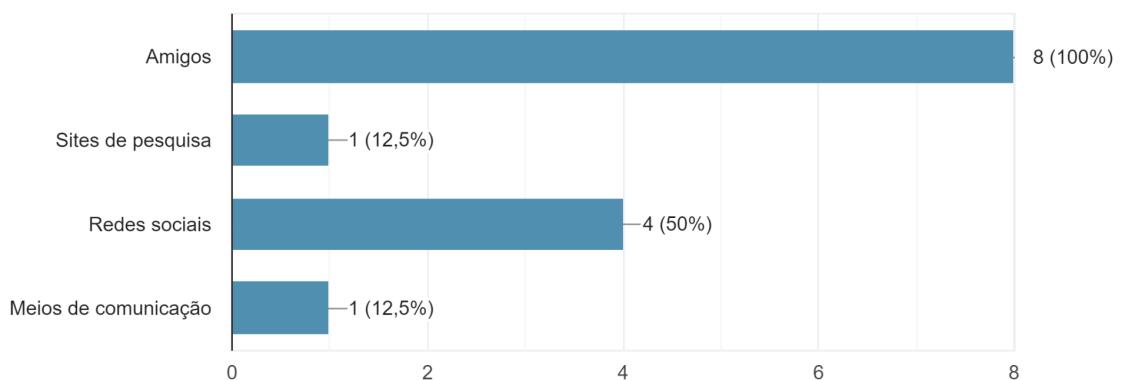
Com que frequência, em média, costuma sair?

8 respostas



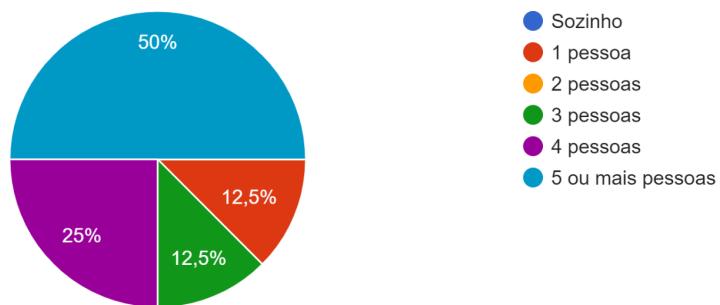
Quais são os meios que utiliza para decidir onde ir?

8 respostas



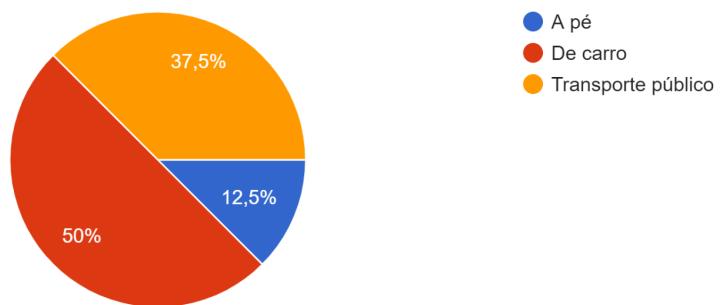
Com quantas pessoa costuma sair?

8 respostas



De qual maneira costuma ir à essas atividades?

8 respostas



Anexo II - Links úteis

Link 1 - Documentos do Projeto: <https://github.com/felipesabbado/ProjetoWeb>

Link 2 - Web Site e Dashboard: <https://github.com/felipesabbado/ulideparty>

Link 3 - API: <https://github.com/Leonerdo15/api-ulide-party>

Link 4 - Zoomato: <https://www.zomato.com/>

Link 5 - Tripadvisor: <https://www.tripadvisor.pt>

Link 6 - Wikinight: <https://wikinight.eu/>

Link 7 - Mindmap:

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

Link 8 - Mockups de baixa fidelidade:

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

Link 9 - UX Flow: <https://github.com/felipesabbado/ProjetoWeb/tree/main/Ux%20flow>

Link 10 - Moodboard:

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

Link 11 - Personas:

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

Link 12 - Journey maps:

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

Link 13 - Protótipo:

<https://www.figma.com/proto/s8SiE5YtRssdYX7v7lf29g/Design-System?node-id=200%3A164&scaling=scale-down-width&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=200%3A164&hide-ui=1>

Anexo III - Roteiro para o teste de usabilidade

| Autores | Contatos |
|--|--|
| Felipe Sabbado e Leonardo Rodrigues | fsabbado@gmail.com leonardolage10@gmail.com |
| Produto sob teste <p>Web app Ulide Party, incluindo a home page e o dashboard. Para esta etapa será utilizado o protótipo para demonstração, com as considerações a respeito das limitações desta fase.</p> | Objetivos do teste <p>Compreensão geral dos participantes sobre o propósito do site. Insights a respeito das funcionalidades e aparência da web app (home page e dashboard). Utilidade da web app para o público alvo.</p> |
| Caso de uso <p>Este teste busca compreender, de forma geral, qual a impressão as pessoas irão ter da web app. Futuramente isto servirá de base para testes com questões mais específicas.</p> | <p>Link: https://www.figma.com/proto/s8SIE5YtRssdYX7v7lf29g/Design-System?node-id=200%3A164&scaling=scale-down-width&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=200%3A164</p> |
| Participantes <p>Público geral, sem faixa etária definida, escolhidos entre o círculo de amizade dos autores, que tenham o perfil de sair à noite nos momentos de lazer.</p> | Tarefas do teste <ul style="list-style-type: none">Orientar o participante para ser o mais sincero possível, explicando que não há respostas certas ou erradas e que é o site que está sob teste e não ele.Mostrar o protótipo explicando as limitações em relação a um site e diferenciando entre a parte da home page e do dashboard.Deixar o utilizador navegar pela web app à vontade, mostrando as telas não visualizadas quando perceber que o utilizador finalizou sua navegação.Realizar o questionário. |
| Equipamento <ul style="list-style-type: none">Portátil ou desktop para demonstração da web app.Entrevistas presenciais ou remotas usando ferramentas de conversa por vídeo-chamada. | Locais e datas <p>Presencialmente ou remotamente nos dias 29 e 30 de maio e horários compatíveis com a disponibilidade dos participantes.</p> |
| Responsabilidades <p>A responsabilidade foi igualmente distribuída entre os autores do projeto:</p> <ul style="list-style-type: none">Felipe Sabbado;Leonardo Rodrigues. | |
| Procedimento <pre>graph LR; A[0-5 min Boas vindas/ Orientação] --> B[10-20 min Navegação pelo protótipo]; B --> C[20-30 min Questionário]; C --> D[30-35 min Considerações/ Agradecimento]</pre> | |

Anexo IV - Questionário para teste de usabilidade

1 - Qual a sua opinião sobre o nome e o slogan do site?

2 - Qual a sua opinião sobre o logotipo?

3 - Qual a sua opinião sobre a aparência do site (cores, formas, letras, etc.)?

4 - Em uma escala de 1 a 10, sendo 1 pouco e 10 muito, o quanto você utilizaria ou recomendaria este site para um amigo/familiar?

5 - Sobre o dashboard, o que você acha de sua utilidade e funcionalidade?

6 - Ainda sobre o dashboard, quão provável seria a utilização dele para juntar um grupo de amigos para compartilhar e combinar encontros nos locais de interesse?

7 - Em sua opinião, o que falta para você se tornar um utilizador do site?

8 - O que você achou de mais útil no site?

9 - Quais foram os pontos fortes e fracos da home page?

10 - Quais foram os pontos fortes e fracos do dashboard?

Anexo V - Poster



Ulde Party

A Diversão começa aqui !!!

POR: LEONARDO RODRIGUES
FELIPE SABBADO

INTRODUÇÃO

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.



OBJETIVOS

Ajudar as pessoas a descobrirem, decidirem e conhecerem locais e estabelecimentos de lazer e diversão na noite de Lisboa.

Criar comunidades, grupos de amigos e socialização, resgatando a satisfação dos momentos de convívio pessoalmente.

PESSOA

As pessoas poderão ver locais e nesses locais. Estando com o login efetuado poderão favoritar, comentar/avaliar. Também existem chats onde podem falar

EMPRESÁRIO

Os empresários podem ter locais e ter um mapa que vai mostrar as visualizações dos locais para ter uma maior percepção de como ocorre o seu negócio

**Faculdade de Design,
Tecnologia e Comunicação**
Universidade Europeia



Para melhor resolução acesse:

https://github.com/felipesabbado/ProjetoWeb/blob/main/UlideParty_Cartaz.pdf

Anexo VI - Documentação REST

| | |
|--|-----------|
| Recurso Spots | 83 |
| Ir buscar todos os Locais | 83 |
| Ir buscar um Local dado um id | 83 |
| Adicionar um Local | 83 |
| Ir buscar um Local dado um id e atualizar as visualizações | 84 |
| Ir buscar um Local dado um id do tipo de local | 84 |
| Devolve todos os pontos em uma certa área do com centro num ponto específico | 85 |
| Apagar um Local dado um id | 85 |
| Recurso Users | 86 |
| Vais buscar todos os utilizadores | 86 |
| Ir buscar um user dado um id | 86 |
| Ir buscar um user dado um o username e password | 86 |
| Adicionar um user | 87 |
| Apagar um user dado um id | 87 |
| Recurso UserMessage | 88 |
| Adicionar uma mensagem ao um utilizador | 88 |
| Recurso UserMessageGroup | 88 |
| Ir buscar as mensagens de um grupo | 88 |
| Adicionar uma mensagem ao um utilizador num grupo | 89 |
| Recurso Message | 89 |
| Adicionar uma mensagem ao um utilizador num grupo | 89 |
| Apagar uma menssagem dado um id | 90 |

URL da API geral: <https://ulide-party-api.herokuapp.com>

Recurso Spots

Ir buscar todos os Locais

Devolve todos locais na base dados

URL: /api/spots (**get**)

Resultado:

```
[ {  
    "sp_id": 1, "sp_name": "IADE",  
    "sp_location": "0101000000CA2B2169815A43405BB22AC24D4E22C0",  
    "sp_price": false, "sp_bio": "Discoteca",  
    "sp_verification": true, "sp_views": 235,  
    "sp_st_id": 3, "sp_lat": 38.7070743,  
    "sp_long": -9.152937  
}, ...]
```

Ir buscar um Local dado um id

Devolve o local correspondente ao id

URL: /api/spots/{id:[0-9]+} (**get**)

Parâmetros:

id - inteiro positivo que corresponde ao id do local a obter

Resultado:

```
{  
    "sp_id": 2,  
    "sp_name": "Mercado Oriental",  
    "sp_location": "0101000000571DDE18A75B43402EBB719C254622C0",  
    "sp_price": false,  
    "sp_bio": "comida",  
    "sp_verification": false,  
    "sp_views": 309,  
    "sp_st_id": 2  
}
```

Adicionar um Local

Recebe as informações do local e cria um novo

URL: /api/spots (**post**)

Dados:

```
{  
    "sp_name": "teste",  
    "sp_location": "point(38.707043 -9.65443)",  
}
```

```
"sp_price": true,  
"sp_bio": "escrever algo para mostrar",  
"sp_st_id": 1  
}
```

Resultado:

```
{  
"sp_id": 23,  
"sp_name": "teste",  
"sp_location": "point(38.707043 -9.65443)",  
"sp_price": true,  
"sp_bio": "escrever algo para mostrar",  
"sp_st_id": 1  
}
```

Ir buscar um Local dado um id e atualizar as visualizações

Devolve o local correspondente ao id

URL: /api/spots/update/{id:[0-9]+} (**get**)

Parâmetros:

id - inteiro positivo que corresponde ao id do local a obter

Resultado:

```
{  
"sp_id": 2, "sp_name": "Mercado Oriental",  
"sp_location": "0101000000571DDE18A75B43402EBB719C254622C0",  
"sp_price": false, "sp_bio": "comida",  
"sp_verification": false, "sp_views": 309,  
"sp_st_id": 2  
}
```

Ir buscar um Local dado um id do tipo de local

Devolve o local correspondente ao id

URL: /api/spots/type/{id:[0-9]+} (**get**)

Parâmetros:

id - inteiro positivo que corresponde ao id do tipo do local

Resultado:

```
[ {  
"sp_id": 1,  
"sp_name": "IADE",  
"sp_location": "0101000000CA2B2169815A43405BB22AC24D4E22C0",  
"sp_price": false,  
"sp_bio": "Discoteca",  
"sp_verification": true,  
}
```

```
"sp_views": 235,  
"sp_st_id": 3,  
"sp_lat": 38.7070743,  
"sp_long": -9.152937  
}, ...]
```

Erros:

404 ([HttpStatus.NOT_FOUND](#)): O local não foi encontrado

```
{  
    "timestamp": "2021-11-09T17:19:04.918+00:00",  
    "status": 404,  
    "error": "Not Found",  
    "message": "Spot with id 25 not found.",  
    "path": "/api/spots/25"  
}
```

Devolve todos os pontos em uma certa área do com centro num ponto específico

Devolve o local correspondente ao id

URL: /api/spots/area (**get**)

Parâmetros:

lat - latitude do centro

long - longitude do centro

dist - distância do raio em graus

Resultado:

```
[ {  
    "st_astext": "POINT(38.7070743 -9.152937)"  
},  
{  
    "st_astext": "POINT(38.7160369 -9.1370057)"  
},  
{  
    "st_astext": "POINT EMPTY"  
},  
{  
    "st_astext": "POINT EMPTY"  
}]
```

Apagar um Local dado um id

Apaga local correspondente ao id

URL: /api/spots/{id:[0-9]+} (**delete**)

Parâmetros:

id - inteiro positivo que corresponde ao id do local a apagar

Resultado:

```
{  
  "message": "Deleted spot with id 17",  
  "object": null  
}
```

Recurso Users

Vais buscar todos os utilizadores

Devolve todos os users na base de dados

URL: /api/users (**get**)

Resultado:

```
[ {  
  "us_id": 3,  
  "us_name": "User01",  
  "us_bdate": null,  
  "us_email": "user01@email.com",  
  "us_bio": null,  
  "us_tu_id": 2,  
  "us_password": "e10adc3949ba59abbe56e057f20f883e",  
  "us_ph_id": null  
}, ...]
```

Ir buscar um user dado um id

Devolve o user correspondente ao id

URL: /api/users/{id:[0-9]+} (**get**)

Parâmetros:

id - inteiro positivo que corresponde ao id da user a obter

Resultado:

```
{  
  "us_id": 2,  
  "us_name": "Leonardo",  
  "us_bdate": "2022-04-19T00:00:00.000Z",  
  "us_email": "leo@gmail.com",  
  "us_bio": "Gosto de Harry potter",  
  "us_tu_id": 1,  
  "us_password": "e10adc3949ba59abbe56e057f20f883e",  
  "us_ph_id": null  
}
```

Ir buscar um user dado um username e password

Devolve o user correspondente ao id

URL: /api/users/login (**get**)

Parâmetros:

sp_name - username do utilizador
sp_password - password correspondente ao nome

Resultado:

```
{  
  "us_id": 2,  
  "us_name": "Leonardo"  
}
```

Adicionar um user

Recebe as informações do user e cria um novo

URL: /api/usres (**post**)

Dados:

```
{  
  "us_name": "Leonardo",  
  "us_country": "Portugal",  
  "us_bdate": "2002-10-15",  
  "us_bio": "Descontraida",  
  "us_password": "passMuitoSegura1234"  
}
```

Resultado:

```
{  
  "us_id": 1,  
  "us_name": "Leonardo",  
  "us_country": "Portugal",  
  "us_bdate": "2002-10-15",  
  "us_bio": "Descontraida",  
  "us_tp_id": 2  
  "us_password": "passMuitoSegura1234"  
  "us_ph_id": null  
}
```

Apagar um user dado um id

Apaga user correspondente ao id

URL: /api/users/{id:[0-9]+} (**delete**)

Parâmetros:

id - inteiro positivo que corresponde ao id do user a apagar

Resultado:

```
{  
  "message": "Deleted user with id 17",  
  "object": null  
}
```

```
{  
  "path": "/api/spots/17"  
}
```

Recurso UserMessage

Adicionar uma mensagem ao um utilizador

Recebe as informações do userMessage e cria um novo

URL: /api/usresMessage (**post**)

Dados:

```
{  
  "um_me_id": 112  
  "um_us_id": 2  
}
```

Resultado:

```
{  
  "um_id": 600  
  "um_me_id": 112  
  "um_us_id": 2  
}
```

Recurso UserMessageGroup

Ir buscar as mensagens de um grupo

Devolve o local correspondente ao id

URL: /api/userMessageGroups/group/{id:[0-9]+} (**get**)

Parâmetros:

id - inteiro positivo que corresponde ao id do grupo

Resultado:

```
[  
  {  
    "umg_id": 530,  
    "umg_gr": {  
      "gr_id": 1,  
      "gr_name": "Batatolas"  
    },  
    "umg_um": {  
      "um_id": 534,  
      "um_me_id": {  
        "me_id": 543,  
        "me_text": "dhfh",  
        "me_date": "2022-05-04T10:37:44.220Z"  
      }  
    }  
  }  
]
```

```

},
"um_us": {
    "us_id": 1,
    "us_name": "Felipe Sabbado",
    "us_bdate": "1986-05-08T00:00:00.000Z",
    "us_email": "felipe@email.com",
    "us_bio": null,
    "us_tu_id": 1,
    "us_password": "e10adc3949ba59abbe56e057f20f883e",
    "us_ph_id": null
}
}
}, ..]

```

Adicionar uma mensagem ao um utilizador num grupo

Recebe as informações do userMessage e cria um novo

URL: /api/usresMessageGroup (**post**)

Dados:

```
{
    "us_id": 2
    "me_text": "exemplo"
    "gr_id": 2
}
```

Resultado:

Dados:

```
{
    "umg_id": 123
    "umg_um_id": 20
    "umg_gr_id": 2
}
```

Recurso Message

Adicionar uma mensagem ao um utilizador num grupo

Recebe as informações do userMessage e cria um novo

URL: /api/usresMessageGroup (**post**)

Dados:

```
{
    "me_text": "exemplo"
}
```

Resultado:

Dados:

```
{
```

```
"me_id": 2  
"me_text": "exemplo"  
"me_date": "2022-05-05 11:11:21.828654 +00:00"  
}
```

Apagar uma menssagem dado um id

Apaga uma mensagem correspondente ao id

URL: /api/message/{id:[0-9]+} (**delete**)

Parâmetros:

id - inteiro positivo que corresponde ao id da mensagem a apagar

Resultado:

```
{  
  "message": "Deleted message with id 112",  
  "object": null  
}
```