



Universidade do Porto

FEUP Faculdade de
Engenharia

Mestrado em Multimédia

**Contribuição do Design Multimédia para
o Voluntariado na Universidade do
Porto. Plataforma colaborativa *on-line***



Dissertação para obtenção do grau de mestre em Multimédia

Autor
Victor Martins

Orientador
Professor Doutor António Manuel Lucas Soares

Setembro de 2010

© Victor Martins

“I am always doing that which I can not do, in order that I may learn how to do it.”
— Pablo Picasso

Obrigado Mãe

Agradecimentos

Este trabalho simplesmente não teria sido possível, sem o apoio da minha namorada Daniela Martins, da minha mãe que me tem apoiado incondicionalmente ao longo da vida, do meu pai, mais distante, mas sempre lá quando é preciso.

Um abraço especial ao meu grande amigo Miguel Alho, com quem partilho aventuras há longos anos, que me faz rir e me relembra to Keep It Simple Stupid!

Um abraço Migo,

Ao João Pereira a.k.a. Djo e Cristiano Sebolão pela ajuda e noitadas que fizeram porque acreditaram no Migos.

Ao gabinete Purpura Design por ter ajudado o Migos a ficar bonito.

Ao Pedro Mota pelos bonequinhos na comemoração dos 100 Migos.

Aos grandes amigos Ana Magalhães e Leonel Sousa.

A todos os Migos que agiram na plataforma, que mostraram o que estavam bem e o que estava mal, e sobretudo que motivaram com o seu feedback.

Ao João Antunes por me ter apresentado o Ruby on Rails.

Ao meu orientador, Professor Doutor António Lucas Soares.

Resumo

O trabalho desenvolvido durante esta dissertação procura ser um contributo para o nobre esforço que é o trabalho voluntário.

Unir indivíduos e organizações de apoio social é um factor de grande importância para potenciar resultados cada vez mais ambiciosos. Procurou-se através da tecnologia e do design multimédia criar essa oportunidade.

Estudaram-se casos internacionais e nacionais que procuram contribuir para estabelecer estes elos de ligação, identificando-se pontos positivos e oportunidades de melhoria.

Definiu-se um método e uma estratégia para a obtenção de resultados práticos, descrevendo-se as várias etapas até à implementação da plataforma.

Desenvolveu-se o protótipo de uma plataforma colaborativa on-line no seio dos grupos de voluntariado da Universidade do Porto, com base no feedback das suas necessidades.

Desenvolvido com uma bolsa comum de voluntários, permite uma ligação transversal com todos os grupos, aumentando as suas capacidades de acção.

Procurou-se retirar os voluntários do anonimato, de forma a que as capacidades e experiência fossem facilmente identificáveis e partilháveis, resultando numa mais valia para todos.

Avaliou-se a sua adopção contrapondo-a com o cenário do sector em Portugal, procurando saber como melhorar no futuro.

Este projecto criou sobretudo oportunidades e levantou questões, que serão respondidas com o desenrolar do tempo e com o contínuo desenvolvimento da técnica e dos laços sociais que formam a rede humana que se está a desenvolver.

Abstract

The work developed during this dissertation aims to be a contribution to the noble effort which is the volunteer work.

Uniting individuals and organizations of social support is a major factor to enable even more ambitious results. The aim was to create that opportunity through technology and multimedia design.

We studied international and national (portuguese) examples seeking to contribute and establish these linkages, and identified strengths and improvement opportunities. A method and a strategy was defined to obtain practical results, describing the various stages until the implementation of the platform.

The outcome was a prototype of a collaborative online platform based on the feedback of the volunteers and volunteer groups needs from the University of Porto.

The prototype was built with a shared bank of volunteers, which enabled a transverse connection between all groups, augmenting the organizations' capabilities.

Another goal was to take the volunteers from anonymity, so that their skills and experience were easy to find and share. This will ultimately empower all the stakeholders.

The adoption of the platform was evaluated, contrasting the results with the scenario of the non profit sector in Portugal, to learn how to improve in the future.

This project created opportunities and raised questions that will be answered with the unfolding of time and with the continued development of technical skills and social bonds that make up the human network that is developing.

Nota ao Leitor

Considere-se que o conteúdo deste documento deve ser tido em conta mediante a consulta da plataforma:

<http://www.migos.org>

Glossário

AJAX	Asynchronous JavaScript and XML
API	Application Programming Interface
AOF	Activities, Objects and Features
BDD	Behaviour Driven Development
BLV	Banco Local de Voluntariado
CNPV	Conselho Nacional para a Promoção do Voluntariado
CoC	Convention over Configuration
CSS	Cascading Style Sheets
CMS	Content Management System
CRUD	Create, Read, Update and Delete
DDD	Domain-Driven Design
DOM	Document Object Model
DRY	Don't Repeat Yourself
ERb	Embedded Ruby
FEP	Faculdade de Economia da Universidade do Porto
FEUP	Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto
FPCEUP	Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto
GIRO	Grace Intervir Recuperar e Organizar
GRACE	Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial
IPSS	Instituições Particulares de Solidariedade Social
JSON	JavaScript Object Notation
OCDE	Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Económico
OOP	Object Oriented Programming
RoR	Ruby on Rails
RSE	Responsabilidade Social Empresarial
TDD	Test Driven Development
U.Porto	Universidade do Porto
XML	eXtensible Markup Language

Índice

Agradecimentos	v
Resumo	vii
Abstract	ix
Nota ao Leitor	xi
Glossário	xiii
Índice	xv
Índice de figuras	xxi
1. Introdução	1
1.1. Importância e relevância do trabalho	1
1.2. Problema, contexto e resultados esperados	3
1.3. Objectivos da dissertação	6
1.4. Abordagem e metodologia	7
1.4.1. Estratégia Social	7
1.4.2. Estratégia Tecnológica	8
1.5. Estrutura da dissertação	9
2. Estado da Arte. Plataformas de gestão e apoio ao voluntariado	13
2.1. Contexto do voluntariado na Universidade do Porto	13
2.1.1. O voluntariado e a U.Porto	13
2.1.2. Voluntariado e os estudantes da U.Porto	15
2.2. O voluntariado nas empresas. Oportunidade de colaboração e aprendizagem	18
2.3. Plataformas de Voluntariado	19
2.3.1. Plataformas Internacionais	19
2.3.1.1. Do it	19
2.3.1.2. DoSomething	25
2.3.1.3. TheExtraordinaires	32
2.3.1.4. V2V	34
2.3.1.5. Conclusão	39
2.3.2. Nacionais	41
2.3.2.1. Voluntariado.pt	41
2.3.2.2. Entreaajuda.pt	45
2.3.2.3. Bolsa de voluntariado.pt	48
2.3.2.4. dosomething.pt	53

2.3.2.5.	Inpakt.com	54
2.3.2.6.	Câmara Municipal do Porto – Apoio ao Voluntário	55
2.3.2.7.	Banco de Voluntários da Associação Voluntários Universitários VO.U	57
2.3.2.8.	Conclusão	58
3.	Identificação, análise e especificação de requisitos	59
3.1.	Descrição, abordagem e considerações	60
3.2.	Análise das entrevistas e inquérito	62
3.3.	Metodologia de desenvolvimento ágil	65
3.3.1.	Metodologia	66
3.3.2.	Desenvolvimento	69
3.3.3.	Especificação de Requisitos	70
3.4.	Requisitos do sistema	71
3.4.1.	Requisitos Funcionais	71
3.4.1.1.	Requisitos Mínimos	71
3.4.1.2.	Requisitos não mínimos	73
3.4.2.	Requisitos Não Funcionais	74
3.4.2.1.	Requisitos Mínimos	74
3.4.2.2.	Requisitos Não Mínimos	75
3.4.3.	Actores do Sistema	75
3.4.3.1.	Voluntário (VOL)	75
3.4.3.2.	Administrador de Sistema (AS)	75
3.4.3.3.	Administrador de Instituição (AI)	76
3.4.3.4.	Administrador de Grupo de Trabalho (AGT)	76
3.4.3.5.	Colaborador de Grupo de Trabalho (CGT)	76
3.4.3.6.	Responsável pela Missão (RM)	76
3.4.3.7.	Visitante (V)	77
3.5.	Casos de Utilização	77
3.5.1.	Informação Pública	77
3.5.2.	Registo de Voluntários	78
3.5.3.	Dados do Voluntário	78
3.5.4.	Registo e Gestão de Grupos de Trabalho e Instituições	79
3.5.5.	Gestão de Afiliações	79
3.5.6.	Gestão de Missões e Tarefas	80
3.5.7.	Gestão de Formações	81
3.5.8.	Comunicação	81
3.5.9.	Reconhecimento	83

3.5.10.	Recursos Materiais	83
3.5.11.	Gestão de Meios Materiais	83
3.5.12.	Gestão e manutenção da plataforma	84
4.	Desenho e Implementação da Aplicação Migos.org	85
4.1.	Tecnologia considerada para o desenvolvimento da aplicação	85
4.1.1.	Content Management System (CMS)	86
4.1.1.1.	Joomla http://www.joomla.org/	86
4.1.1.2.	Drupal http://drupal.org/	87
4.1.1.3.	Elgg http://www.elgg.org/	87
4.1.2.	Frameworks para o desenvolvimento de aplicações Web	88
4.2.	Ruby on Rails	90
4.2.1.	Filosofia de desenvolvimento	91
4.2.1.1.	Convention over Configuration (CoC)	91
4.2.1.2.	Don't repeat yourself (DRY)	91
4.2.1.3.	Clarity over cleverness	92
4.2.1.4.	<i>Rails</i> é ágil	92
4.2.2.	Arquitectura	92
4.2.2.1.	Model, View, Controller	92
4.2.2.2.	Active Record: Rails Model	94
4.2.2.3.	Active Pack: Views e Controllers	95
4.3.	AJAX, JavaScript e jQuery	95
4.4.	Desenvolvimento da aplicação	98
4.4.1.	Primeiro Protótipo	98
4.4.1.1.	Objectivos	99
4.4.1.2.	Protótipo	99
4.4.1.3.	Conclusão	100
4.5.	Plataforma Migos	100
4.5.1.	Estudo de Layout	101
4.5.1.1.	Layout 1	102
4.5.1.2.	Layout 2	103
4.5.1.3.	Layout 3	103
4.5.2.	Design	104
4.5.2.1.	Logótipo	104
4.5.2.2.	Esquema de cores	104
4.5.2.3.	Ícones	105
4.5.3.	Páginas principais e características desenvolvidas.	106

4.5.3.1.	Página Principal (<i>Homepage</i>)	107
4.5.3.2.	Páginas do Voluntário	108
4.5.3.3.	Mensagens internas	114
4.5.3.4.	Páginas da Organização, Missão, Tarefas e Instituição	116
4.5.3.5.	Notícias	119
4.5.3.6.	Páginas de Listagem	119
4.5.4.	Estrutura de Navegação	120
4.5.5.	Alojamento e Escalabilidade	122
4.5.6.	Requisitos mínimos não implementados	123
4.5.7.	Software utilizado	124
5.	Avaliação da Utilização da Plataforma	127
5.1.	Justificação e objectivos da avaliação	127
5.1.1.	Objectivo 1: Análise da utilização da plataforma	128
5.1.1.1.	Por inquérito lançado a todos os utilizadores da plataforma.	128
5.1.1.2.	Avaliação da métrica de utilização da plataforma	131
5.1.1.3.	Discussão dos resultados	134
5.1.2.	Objectivo 2: Análise da adesão dos grupos voluntários em termos de acções levadas a cabo na plataforma	134
5.1.2.1.	Discussão dos resultados	135
5.1.3.	Objectivo 3: Avaliar a performance da plataforma.	135
5.1.3.1.	Discussão de resultados	138
6.	Estudo de factores que afectaram a adopção da plataforma Migos	139
6.1.	Principais problemas sentidos	139
6.2.	Opiniões formadas sobre o terceiro sector	140
6.2.1.	Sector social público e privado	140
6.2.2.	Desafios na Gestão e Financiamento.	140
6.2.3.	Profissionalização do sector	142
6.2.4.	Inovação	143
6.3.	Análise do perfil dos jovens universitários	144
6.4.	Obstáculos para a adopção da aplicação	145
6.4.1.	Ciclo de vida de Utilização	145
7.	Conclusões e trabalho futuro	149
7.1.	Resultados obtidos	149
7.2.	Avaliação crítica dos objectivos iniciais	150
7.3.	Conclusões	151

7.4.	Trabalho futuro	153
7.4.1.	Desenvolvimento da plataforma	153
7.4.2.	Estratégias de comunicação	154
7.4.3.	Gestão e sustentabilidade	154
	Referências bibliográficas	157
	Anexos	163
	ANEXO 1 Inquéritos	165
	Inquérito aos responsáveis dos grupos de trabalho para estudo de pré requisitos	165
	Inquérito para avaliação da plataforma a todos os seus utilizadores	173
	ANEXO 2 Entrevistas	183
	Entrevista com Dr. Pedro Marques	185
	Entrevista com Dra. Mercedes Barrote Meira	188
	Entrevista com Dr. Roberto Leão	191
	Entrevista com Dra. Ircília Guiomar e Dra. Rita Viana	197
	ANEXO 3: Métricas do sistema	201
	Google Analytics	203
	New Relic	207

Índice de figuras

Figura 1 - Homepage do-it.org.uk	22
Figura 2 - Resultados da pesquisa do-it.org.uk.....	23
Figura 3 - Homepage dosomething.org.....	26
Figura 4 - Campo de Pesquisa dosomething.org.....	28
Figura 5 - Campo de pesquisa em matriz dosomething.org.....	28
Figura 6 - Resultado da pesquisa dosomething.org	29
Figura 7 - Caixa de inscrição em acção.....	30
Figura 8 - Questionários dosomething.org	31
Figura 9 - Homepage theextraordinaires.org.....	32
Figura 10 - Homepage v2v.net	34
Figura 11 - Portal Voluntários Bradesco	36
Figura 12 - Homepage Starbucks V2V.....	36
Figura 13 - Homepage Instituto HSBC Solidariedade.....	37
Figura 14 - Homepage IBM - On Demand Community	37
Figura 15 - Homepage Portal do Voluntário	38
Figura 16 - Homepage voluntariado.up.....	41
Figura 17 - Resultado de pesquisa voluntariado.pt	43
Figura 18 - Homepage entreajuda.pt.....	45
Figura 19 - Homepage bolsavoluntariado.pt.....	48
Figura 20 - Área de pesquisa bolsadovoluntariado.pt	50
Figura 21 - Resultado de pesquisa bolsadovoluntariado.pt	51
Figura 22 - Homepage dosomething.pt	53
Figura 23 - Homepage inpakt.com.....	54
Figura 24 - Homepage banco de voluntariado CM Porto	56
Figura 25 - Diagrama de metodologia ágil	66
Figura 26 - <i>User story cards</i> do Migos.org	67
Figura 27 - Arquitectura MCV	93
Figura 28 - Página das organizações no primeiro protótipo do Migos	98
Figura 29 - Página do voluntário no 1º protótipo do Migos.....	98
Figura 30 - Estudo de <i>layouts</i>	101
Figura 31 - Estudo de <i>layouts 2</i>	101
Figura 32 - Diagrama de <i>layout</i>	101
Figura 33- diagramas de layout finais do Migos	102
Figura 34 - Maqueta de design de layout 1.....	103
Figura 35 - Maquete de design de layout 2.....	103
Figura 36 - Logotipo do Migos	104
Figura 37 - Esquema de cores.....	105
Figura 38 - Exemplo de alguns ícones do Migos.....	106
Figura 39 - Homepage do Migos vista por visitante	107
Figura 40 - Homepage do Migos visto por Migo.....	107
Figura 41 - Caixa da missão expandida	108
Figura 42 - Ecrã de registo.....	109
Figura 43 - Ecrã de login	109
Figura 44 - Página do Migo	110

Figura 45 - Ecrã de geo-localização	111
Figura 46 - Ecrã de registo de horas de trabalho	112
Figura 47- Ficha de voluntário	113
Figura 48 - Ícone de envio da mensagem (em contexto)	114
Figura 49 - Ecrã de envio de mensagens	115
Figura 50 - Ecrã geral de mensagens	115
Figura 51 - Ecrã de conversa.....	116
Figura 52 - Página de grupo de trabalho	117
Figura 53 - Gestão de graus de participação	118
Figura 54 - Ecrã de notícias.....	119
Figura 55 - Listagem de Migos	120
Figura 56 - Listagem de grupos de trabalho.....	120
Figura 57 - Diagrama Apdex.....	138

1. Introdução

1.1. Importância e relevância do trabalho

Com a actual conjuntura sócio-económica do país, em geral, um reflexo do contexto global, o papel do terceiro sector, o Sector da Economia Social Solidária, ganha cada vez mais relevância. A importância das organizações sem fins lucrativos tem aumentado na Europa, Estados Unidos e Ásia-Pacífico, sendo reconhecidas pelo contributo ao nível da Saúde, Cultura, Educação e Apoio Social. Segundo Anheiner, o sector das organizações sem fins lucrativos (ONG's), nos países que pertencem à Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Económico (OCDE), representa em média 6% da taxa de emprego, sendo de 10% se for contabilizado o trabalho voluntário (Anheier, 2005). A partir dos anos 90, as ONG's são encaradas socialmente desde três principais perspectivas:

- São um complemento ao Estado-providência, tendo um papel activo no bem-estar e desenvolvimento social;
- São centrais à sociedade civil procurando fortalecer sentimentos de comunidade e de acção cívica, como o voluntariado e os donativos;
- São sujeitas ao escrutínio público, obrigando a uma transparência das suas acções (Anheier, 2009).

Em 2005, foi realizado um estudo pela Universidade Católica do Porto em parceria com a Universidade de Johns Hopkins, intitulado “ O sector não lucrativo Português numa perspectiva comparada”. Este estudo “proporcionou o primeiro retrato empírico alguma vez desenvolvido sobre esta importante componente da sociedade portuguesa.” Franco, R. et al (2005). Esse estudo revela que:

- **O sector é uma força económica significativa.**

Em 2002 contabilizou despesas na ordem de 4.2% do PIB. Conta com cerca de

250.000 trabalhadores ETI (Equivalentes a Tempo Inteiro) estando 70% em posições remuneradas e as restantes em regime de voluntariado, colocando-se assim, como um sector de empregabilidade relevante.

- **É um sector predominantemente social.**

A mão de obra do sector ligada a funções de serviço é de 60%, 48% está ligada aos serviços sociais. Havendo ainda uma proporção substancial envolvida em actividades culturais, de lazer e participação cívica.

- **As receitas são provenientes sobretudo de fontes próprias e do Governo.**

Cerca de 48% das receitas são obtidas por vendas em quotizações e 40% por apoio público. A filantropia cobre 12%. Se considerarmos o apoio voluntário como filantropia, o valor sobe para 21%.

- **É representativo da História cívica do país.**

O sector não lucrativo, demonstra a história do desenvolvimento da sociedade civil do país. História marcada sobretudo pela herança da Igreja Católica Romana no país, pela tradição de mutualismo, pela história de controlo político autoritário e finalmente, pela transição democrática que permitiu uma ligação de confiança entre o Estado e as organizações privadas não lucrativas.

O mesmo estudo, aponta ainda uma série de desafios “críticos” para o futuro: aumentar o conhecimento do público sobre o sector; fortalecer o enquadramento legal; melhorar a capacidade da sociedade civil; melhorar as relações governo / organizações não lucrativas.

A presente dissertação, procura dar um contributo para a divulgação do trabalho efectuado por grupos de voluntários, assim como potenciar o aumento da capacidade dos participantes, através da concepção e protótipagem de uma plataforma colaborativa web-based. A plataforma pretende funcionar no formato de rede colaborativa permitindo a articulação entre grupos de voluntariado e voluntários. Este formato de colaboração, ou produção com pares, cria ainda oportunidade para inovação, maior capacidade de produção e raio de acção. É um fenómeno conhecido e estudado, presente em muitas comunidades com elementos voluntários e não remunerados (Tapscott 2008).

Os objectivos genéricos da plataforma são: a divulgação de propostas de voluntariado, potenciar uma maior comunicação e colaboração entre os grupos de voluntariado e os voluntários e grupos onde estes possam vir a colaborar. Procura-se ainda estudar casos de sucesso com o uso de aplicações semelhantes e metodologias que permitam potenciar o esforço voluntário. Existem várias aplicações web, internacionais e nacionais, que procuram dar resposta às questões apontadas. Contudo, depois de devidamente estudadas e analisadas, percebemos que existem muitas oportunidades de melhoria e inovação. É nosso propósito, então, procurar aprender com o que já existe e encontrar a melhor forma de evolução.

1.2. Problema, contexto e resultados esperados

A Internet criou um novo paradigma da comunicação.

Sendo que comunicar faz parte da essência humana, todos os domínios da vida social são afectados e alterados por essa tecnologia. Nasce uma nova forma social, a sociedade em rede, com uma série de novas oportunidades e desafios, sendo que o resultado final dessa mudança está ainda por determinar. A Internet é uma tecnologia associada à liberdade, e como tal, tem o preço de ser usada para o bem e para o mal. Os medos existem: globalização, futuro da nova economia, objectivos humanos incertos, a sensação de perda de controlo, da exclusão da rede e o medo da mudança (Castells 2004).

O conceito de rede social e aplicações como o MSN, o Skype, o Facebook, o YouTube, etc. fazem parte do dia-a-dia das últimas gerações. Vivemos com elas de uma forma que quase se tornam transparentes. São uma extensão de nós mesmos, representam o nosso modo de viver e de comunicar. Não é nova a exploração deste meio para informar e consciencializar populações para determinados problemas: ambientais, catástrofes, políticos, etc. acabando por mobilizar multidões.

Como refere Castells (2004), a Internet trouxe uma crise de legitimação dos governos. O poder da informação torna as pessoas mais atentas e críticas sobre o poder político.

As empresas e as ONG's acabam por se mostrar socialmente mais responsáveis e eficientes no apoio social do que o governo, embora, por vezes, apresentem ser uma extensão deste. O poder institucional continua a ser uma necessidade, mas a responsabilidade cai em todos nós, indivíduos, de nos mantermos conscientes, informados e atentos à mudança.

Salamon e Sokolowski (2004), num estudo que envolve 24 países de todo o mundo (no entanto sem dados portugueses), concluem que o tamanho do sector não lucrativo é directamente proporcional a falhas no mercado ou governo e à vontade dos indivíduos. Isto porque, se as populações precisarem de produtos ou serviços não disponíveis no mercado ou providenciados pelo governo, vão fomentar, criar e apoiar este sector.

A Universidade do Porto, tem um universo bastante interessante de voluntariado, tanto em número de grupos como em número de actuais e potenciais voluntários. Um estudo revela-nos que a adesão ao voluntariado na UP está acima dos 50% e, em geral, demonstra uma atitude optimista quanto à resolução de problemas no mundo e sociedade. Diz-nos ainda que: “as redes sociais são factores incentivadores e essenciais para o voluntariado activo e continuado”, concluindo que existe espaço, na UP, para promover o voluntariado junto dos estudantes, via maior divulgação e difusão das actividades de voluntariado desenvolvidas no seu seio (Aurora et al 2010).

Podemos afirmar também que Portugal está na vanguarda europeia da aceitação das redes sociais. Em 2009, Portugal chegou aos 3.6 milhões de registos em redes sociais, o que apresenta 87,2% dos internautas nacionais. Já em 2008, Portugal apresentava-se como o 3º país europeu com mais população nas redes sociais (25% da população). O fenómeno é, inclusive, aproveitado pelos partidos políticos para conseguir um maior contacto com a população. (TWN Portugal 18, Fev 2010) (Diário de Notícias 22, Fev, 2009). O tempo que os portugueses dedicam a redes sociais subiu 122.3% face aos primeiros seis meses de 2009. (Markest, NETPANEL, Meios&Publicidade ,2010)

No desenrolar da investigação, foram trazidas à luz carências que reduzem e atrofiam muito o resultado da força de trabalho voluntário, incentivando a nossa concentração e procura de resposta a uma série de problemas específicos:

1. A inscrição dos voluntários está dificultada. O método usado pela esmagadora maioria dos grupos é o de levar o utilizador a fazer download de um ficheiro de texto ou PDF, preencher e enviar de novo por email. Muitas vezes os ficheiros não permitem uma edição directa, ficando ou desformatados ou necessitando de ser impressos, preenchidos à mão e digitalizados.
2. A recolha dessa informação é em grande parte feita manualmente e transposta para ficheiros de cálculo, o que pode levantar algumas dificuldades no processamento e pesquisa da informação.
3. Cada grupo de trabalho tem a sua própria bolsa de voluntários, não havendo partilha de informação. Isto leva a que, na necessidade de angariar elementos, nunca se tenha em conta a disponibilidade de voluntários já inseridos noutras bolsas.
4. Não existe um espaço comum onde os voluntários dos vários grupos possam trocar experiências entre eles. Perde-se assim o potencial do conhecimento colectivo que poderá catalisar um desenvolvimento e apoio continuado.
5. Não existe nenhuma forma prática de manter o registo de actividades do voluntário. A informação fica normalmente dispersa e por isso, de difícil acesso. Um registo automático no formato de curriculum vitae poderá ser interessante para o voluntário, como identificador das suas competências e experiência.
6. Os voluntários que trabalham nas várias actividades, e muitas vezes os próprios dirigentes de cada grupo, ficam no anonimato para o exterior. Dar uma exposição a estas pessoas, não por motivos de recompensa pessoal, mas para uma fácil identificação e partilha de experiências, poderá ser vantajoso como potenciador de sinergias. Poderá também ajudar a resolver problemas mais rapidamente, devido aos responsáveis estarem facilmente contactáveis.
7. Não existe nenhum local que organize de forma sistemática e coerente os vários grupos de voluntários e oportunidades de voluntariado. É necessário navegar por diferentes páginas (quando existem), cada uma, naturalmente, com a sua formatação.

Criar um espaço de fácil acesso e leitura, poderá ser vantajoso para motivar a acção, dar ênfase ao esforço que está a ser feito e sensibilizar o público em geral.

1.3. Objectivos da dissertação

Os objectivos genéricos desta dissertação são:

- A identificação de oportunidades para melhorar a comunicação dos voluntários e organizações de voluntários da Universidade do Porto, assim como dos trabalhos desenvolvidos pelos mesmos;
- Potenciar sinergias e espaços de colaboração;
- Tornar a adesão ao voluntariado mais fácil e aliciante de forma a que os grupos possam ter mais capacidade de enfrentar os seus desafios;
- Cativar um número relevante de grupos de voluntários e voluntários ligados a U.Porto a participar na comunidade.

Procura-se ainda ganhar conhecimento para que, futuramente, torne possível expandir o alcance da rede para além desta instituição, como de facto nos parece importante e necessário.

Pretende-se especificamente:

- 1.** Prototipar uma plataforma colaborativa web-based que consiga resolver os problemas apontados.
- 2.** Identificar métodos e boas práticas de gestão, sustentabilidade e comunicação, que possam ajudar os grupos de voluntários.
- 3.** Criar uma base de conhecimento baseado nos resultados obtidos, e uma rede de contactos de longo prazo que permitam o desenvolvimento futuro da plataforma e, como consequência, potenciem ainda mais o esforço voluntário.

1.4. Abordagem e metodologia

Grande parte dos problemas que procuramos resolver são complexos, já foram estudados por outros e foram encontrando barreiras que muitas vezes os levaram ao fracasso, como se verifica pelo estado da arte, em particular em Portugal. É, sobretudo, um trabalho de constante reflexão e análise da informação que nos chega por parte das pessoas que trabalham no campo e pelas mudanças no paradigma social. É um trabalho que requer persistência e resiliência perante o fracasso. Os desafios têm a complexidade técnica e de engenharia próprios do universo informático e a imprevisibilidade e complexidade próprias do trabalho social.

Sabendo isto, foi necessário traçar uma estratégia multi-disciplinar, flexível o suficiente para absorver e dar resposta a factores em constante mutação.

1.4.1. Estratégia Social

1. Identificação dos problemas no campo.

Um trabalho desta natureza só é conseguido quando existe um diálogo e uma observação séria sobre o trabalho de campo. Contactaram-se grupos de trabalho, realizaram-se entrevistas e observaram-se actividades, com o objectivo de perceber concretamente alguns dos problemas que são enfrentados. Procurou-se perceber, quais deles poderiam vir a sofrer melhorias com a nossa intervenção.

2. Formar e receber formação dos diversos intervenientes.

Um dos pilares da nossa estratégia é a aprendizagem e a partilha. Acreditamos que todos têm um contributo importante a dar. Assim, através do diálogo procuramos aprender e partilhar o máximo possível. Procuramos absorver o que leva uma pessoa a querer trabalhar com idosos. Como é trabalhar num hospital com crianças doentes de cancro. Como é feita a comunicação entre voluntários e entre organizadores das actividades. Como se organizam. Que dificuldades têm no acesso, na compreensão e na produção de conteúdos através de meios informáticos. Como produzem os seus meios de comunicação. Como criam e lançam as suas campanhas de angariação de voluntários. Como organizam e registam a informação.

3. Análise da interação com plataformas de voluntariado.

Analisar a forma como os voluntários interagem com a aplicação Migos.org assim como em aplicações semelhantes. Se temos como objectivo implementar uma aplicação web no universo do voluntariado, teremos que perceber como é que as pessoas a vêem, qual o seu à vontade na utilização desse tipo de plataformas, que credibilidade lhe dão, como interagem com ela.

4. Rede colaborativa - conhecimento colectivo.

Percebemos que seguir o modelo de rede colaborativa, permite desenvolver um enorme potencial. Conseguir pontos de contacto tornou-se imprescindível. O primeiro passo foi procurar criar laços com os envolvidos através do diálogo e mostras de cooperação.

5. Análise da adopção da plataforma desenvolvida

Através dos dados recolhidos na avaliação da plataforma e experiência obtida, vamos procurar perceber quais são os factores que levam ou não à sua adopção.

1.4.2. Estratégia Tecnológica

1. *Ready Made* ou *Custom Made*?

Talvez um dos desafios iniciais foi perceber se iríamos trabalhar com solução “pré fabricada” ou nos arriscaríamos a desenvolver uma solução de raiz e enfrentar todas as dificuldades implícitas. Analisou-se algumas aplicações CMS, mas a experiência com um protótipo rápido, usando o ELGG mostrou-nos algumas dificuldades.

Decidiu-se então abandonar os CMS, e trabalhar não do zero mas com uma framework, de forma a construir uma solução com maior flexibilidade, controlo e conhecimento. O custo foi enfrentar uma série de dificuldades, devido ao desconhecimento, que obrigou a um esforço e empenho muito mais elevado. A mais valia daí resultante foi, com o conhecimento adquirido, o potencial para o contínuo desenvolvimento da aplicação é muito maior devido à maior autonomia e controlo. Permite ainda responder a problemas concretos de forma cirúrgica e potencialmente inovadora. O que dificilmente aconteceria, com o constrangimento da utilização de um software mais genérico como o caso de um CMS. Foi sobretudo,

uma opção a pensar no médio/longo prazo, para além do contexto da presente dissertação.

2. Tecnologia *Open Source*

Os benefícios da tecnologia open source são já amplamente conhecidos, com casos de sucesso com o Linux. Utilizar ferramentas e tecnologia open source, permitiu trabalhar com custos muito reduzidos, ter acesso a código que podemos manipular e adaptar e, trabalhar com comunidades que prestam um apoio muito significativo.

3. Metodologia de desenvolvimento

A natureza do trabalho, implicava que o desenvolvimento ia sofrer uma sequência interminável de problemas e soluções. Este factor tem implicações directas no método e ferramentas escolhidas para o desenvolvimento.

Neste contexto, foi escolhido o “método ágil” para o planeamento e controlo do trabalho. Este método permite planear com o conhecimento existente a determinado momento, bem como a sua adaptação aos objectivos críticos, e presuppõe uma constante adaptação à medida que se avança no projecto e se adquire novos dados. Oferece, ainda, uma grande flexibilidade num contexto de rápida e constante mudança - Cohn (2006), 37signals (2006). Inerente a este processo, foi necessário procurar uma forma concreta de priorização de objectivos e características a implementar e ainda, um método de teste e controlo das já implementadas. Seguiu-se o método AOF (Activities, Objects and Features), um método pensado para gerir prioridades durante o desenvolvimento de redes sociais (Porter, 2008). Para testar as características implementadas escolheu-se a metodologia BDD (Behaviour Driven Development).

1.5. Estrutura da dissertação

A dissertação está organizada em 7 capítulos.

O primeiro capítulo procura apresentar a importância do trabalho no sector não lucrativo, referindo-se a um contexto do global para o particular da U.Porto.

Identificam-se os objectivos previstos a atingir e as metodologias a aplicar, tendo em conta a vertente tecnologica e social do projecto.

No segundo capítulo é analisado o estado da arte no domínio do trabalho proposto. Faz-se um levantamento sobre o panorama do voluntariado na U.Porto e analisa-se um conjunto relevante de plataformas on-line de gestão e apoio ao voluntariado. O objectivo desta análise é identificar os pontos fortes e fracos das soluções existentes para melhor se perceber de que forma o trabalho proposto pode ser relevante no meio.

O estudo das acções a tomar, assim como o levantamento dos pré-requisitos da aplicação é feito no terceiro capítulo, onde é feita uma conceptualização da plataforma com base no conhecimento adquirido sobre o domínio. São apresentandos requisitos mínimos a atingir e outros que não sendo possíveis durante o período desta dissertação, ficam registados como sendo significativos para implementação futura.

O desenvolvimento e implementação da plataforma, Migos.org é discutido no quarto capítulo, em que é feita uma abordagem à tecnologia e métodos usados. Apresenta-se o processo de desenvolvimento, assim como o resultado final, focando as áreas mais importantes da plataforma.

São ainda referidas as opções ligadas ao alojamento e escalabilidade, fechando assim o ciclo de implementação. Por fim, faz-se referência às ferramentas e software utilizados mais significativos para o desenvolvimento do trabalho.

O quinto capítulo foca-se na avaliação do trabalho. A avaliação é feita tendo em conta três objectivos: a utilização da plataforma, a adesão à plataforma e a sua performance. Esta análise é feita através de métrica e de um inquérito aos participantes.

Sentindo que a adesão conseguida não foi a esperada, desenvolve-se um sexto capítulo que procura estudar que factores poderão ter ocorrido que limitaram a adopção da plataforma. O objectivo é identificar as barreiras e os desafios a ter em conta, de forma a ser possível traçar uma estratégia de acção.

No último capítulo, concluímos a dissertação através da ressalva dos resultados obtidos, assim como uma avaliação crítica dos objectivos iniciais.

É feita uma conclusão geral do trabalho assim como algumas considerações finais.

Por fim faz-se um levantamento do trabalho futuro necessário para dar continuidade ao projecto.

2. Estado da Arte. Plataformas de gestão e apoio ao voluntariado

2.1. Contexto do voluntariado na Universidade do Porto

2.1.1. O voluntariado e a U.Porto

A lei 62/2007, que define o Regime Jurídico das Instituições de Ensino Superior (RJIES), no seu oitavo artigo, entre outros factores, atribui às instituições de ensino superior a “prestação de serviços à comunidade e de apoio ao desenvolvimento”.

Os estatutos da U.Porto, Diário da República (2009), no seu primeiro artigo, entre outros pontos, ressalva os seguintes fins:

“f) A cooperação com as diversas instituições, grupos e outros agentes numa perspectiva de valorização recíproca, nomeadamente através da investigação aplicada e da prestação de serviços à comunidade;”

“h) A contribuição, no seu âmbito de actividade, para a cooperação internacional e para a aproximação entre os povos.”

Esta vontade é, em 2008, reconhecida no regulamento: “Princípios de enquadramento do voluntariado da UPorto” (Universidade do Porto, 2008). Esse documento apresenta a importância social e cultural do voluntariado, assim como a UPorto o procura promover.

De relevo para o presente trabalho, destacam-se os seguintes pontos do documento:

- É necessário estabelecer acórdãos de colaboração com a Universidade do Porto para a execução dos programas de voluntariado, dentro ou fora da instituição.
- É criada na U.Porto uma bolsa de voluntários, gerida pela Comissão de Voluntariado, constituída por até 5 membros, nomeados pelo Reitor e coordenado por um dos seus membros.
- A Comissão seleccionará os voluntários para as actividades a partir dessa bolsa, tendo em conta o perfil da pessoa e a finalidade do projecto.
- A bolsa é exclusiva a estudantes, funcionários docentes e não docentes, aposentados ou jubilados da U.Porto, assim como antigos estudantes.
- Será criado um programa de voluntariado para cada acção aprovada, que define os objectivos, natureza, conteúdo, finalidade e duração do trabalho a realizar pelos voluntários, assim como as relações entre estes e as entidades envolvidas.
- Para programas de voluntariado de duração superior a três meses será atribuído um cartão de voluntário, a ser devolvido no término do programa.
- O voluntário terá um seguro obrigatório como protecção em caso de acidente ou doença no exercício do trabalho voluntário.
- O trabalho do voluntário poderá ser acreditado e certificado mediante determinados critérios, como por exemplo o cumprimento de 90% da acção e avaliação positiva. Essa avaliação poderá ser incluída nas informações complementares do suplemento ao diploma do estudante, desde que a actividade tenha merecido para o efeito, despacho do Reitor.

A criação da Comissão de Voluntariado da U.Porto é anunciada publicamente em Setembro de 2009 através do despacho N.º GR.06/09/2009 (Universidade do Porto 2009).

A 4 de Dezembro desse ano, a Reitoria da U.Porto promoveu o “I Encontro sobre o Voluntariado na Universidade”, organizado pela Comissão de Voluntariado da U.Porto. Este encontro procurou dar a conhecer alguns dos projectos de Voluntariado da Universidade, criar reflexão e debate, assim como, aproximar a comunidade para o tema. Este encontro acontece numa excelente altura para o desenrolar deste trabalho. O clima de interesse e desenvolvimento mostrava-se presente e foi uma oportunidade para começar a conhecer de perto os grupos com os quais se procurou trabalhar. Estiveram representados 10 grupos de voluntariado da Universidade, com projectos desde locais a internacionais e com voluntários desde a dezena a quase duas centenas.

Permitiu ainda, ouvir em primeira-mão, responsáveis por iniciativas de voluntariado ligados ao mundo empresarial, sendo o caso da Bial, Sonae e IBM. Estas iniciativas estão no quadro da Responsabilidade Social.

Este contexto demonstra que existe uma boa oportunidade para agir e cooperar com a U.Porto no âmbito do trabalho voluntário. Devido à presente dissertação, entramos em contacto com a Assessora da Comissão de Voluntariado, em Novembro de 2009, servindo de ponto de partida para a troca de informação que levou a conhecer melhor os grupos de voluntários, bem como, algumas das necessidades do trabalho.

2.1.2. Voluntariado e os estudantes da U.Porto

Foi realizado um estudo sobre o voluntariado na Universidade do Porto, levado a cabo por um grupo de estudantes da FEP e FEUP com o nome de Sharing Knowledge, que faz parte de uma organização multi-cultural estudantil sem fins lucrativos - a ShARE (Sharing Analysis on Regional Economies). Entre outros factores, este estudo salienta as seguintes características:

- Mais de 50% dos estudantes de ambos os sexos já fizeram voluntariado pelo menos uma vez na vida e é altamente provável que 41% faça voluntariado até concluir o curso.
- 44% dos estudantes da U.P. fizeram voluntariado nos últimos 12 meses.
- Perfil-tipo do estudante voluntário: Sexo feminino com idade compreendida entre os 21 e 23 anos. Bom aluno e academicamente empenhado. É estudante da FPCEUP. Exerce frequentemente o direito de voto. Têm um agregado familiar superior a quatro pessoas, sendo que os pais têm habilitações ao nível do ensino superior.

No dia 28 de Abril de 2010 foi realizado na Reitoria da U.Porto uma série de actividades ligadas ao Dia do Voluntário. Este foi um dia importante para o presente trabalho. Entre outras actividades, foram realizados 4 workshops pelos grupos de voluntários e, foram nomeados e distinguidos os “Voluntários U.Porto 2009”. Esta nomeação foi feita por cada grupo individualmente. Estiveram presentes 17 grupos de

voluntariado directamente ligados à U.Porto. Foi também a primeira apresentação pública do Migos, explicou-se o conceito e projectaram-se as páginas principais da aplicação.

Os objectivos dos grupos vão desde o apoio aos estudantes de ERASMUS ou portadores de deficiência, à intervenção internacional, por exemplo em Moçambique, Guiné-Bissau e Timor-Leste. As áreas de formação vão desde a Engenharia, Psicologia e Medicina.

Assim, de uma forma geral, pode-se dizer que o voluntariado está presente nas várias ramificações da universidade, com as mais diversas experiências. A heterogeneidade é uma excelente oportunidade para criar sinergias com grande potencial.

Através de um levantamento da U.Porto (Universidade do Porto 2010), podemos ter uma ideia do universo de voluntários envolvido até essa data:

Núcleos e Associações	Áreas de Actividade	nº V.
EpDAh - Engenharia para o Desenvolvimento e Assistência humanitária	Formação; Projectos de Engenharia;	38
FEP Solidária	Informação e Sensibilização; Organização de actividades sociais;	6
G.A.S.Porto - Grupo de Acção Social do Porto	Formação; Informação e Sensibilização; Organização de várias actividades sociais; Acções de solidariedade nacionais e internacionais;	60
GEV - Grupo de Estudantes Voluntários da FDUP	Formação; Informação e Sensibilização; Organização de actividades sociais;	30
Mundial de Rugby Sevens - U.Porto	Organização de Eventos; Jornalismo Desportivo; Área Médica; Organização de actividades sociais;	80
NASA - Núcleo de Acção Social da AEFUP	Informação e Sensibilização; Organização de actividades sociais; Acções de solidariedade;	80
NEV - Núcleo de	Informação e Sensibilização;	46

Estudantes Voluntários da FEP	Organização de actividades sociais;	
Programa de Voluntariado da Faculdade de Medicina Dentária da U.Porto	Formação; Informação e Sensibilização;	31
Voluntariado Desportivo U.Porto	Jornalismo Desportivo; Organização de Eventos;	30
Projecto de Tutoria Estudantes Erasmus da FEP	Formação; Informação e Sensibilização; Organização de actividades sociais; Acções de solidariedade;	39
Projectos Solidários - Orfeão Universitário do Porto	Voluntariado Cultural na área da música; Organização de Eventos;	334
Voluntariado nos Museus U.Porto	Organização de Eventos; Informação e Sensibilização; Inventariação e Investigação;	0
Voluntariado Estudantil Tutorial	Formação; Informação e Sensibilização;	18
Voluntariado para a produção de informação acessível	Digitalização e Processamento de Informação; Impressão em Braille;	2
Vo.U. - Associação de Voluntariado Universitário	Formação; Informação e Sensibilização;	253
GIVE - Grupo de Intervenção, Voluntariado e Envolvimento	Formação; Informação e Sensibilização; Organização de actividades sociais; Organização de actividades sociais; Acções de solidariedade;	0
Total de Voluntários		1046

2.2.O voluntariado nas empresas. Oportunidade de colaboração e aprendizagem

Não cabe a esta dissertação uma análise aprofundada sobre a questão da RSE (Responsabilidade Social das Empresas), no entanto, a sua observação é benéfica.

A Comissão Europeia lança em 2001, o Livro Verde “Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas”, onde se percebe a simbiose entre a Empresa e a Sociedade Comissão Europeia (2001). É interessante observar e apreender a forma como as empresas utilizam os seus mecanismos de gestão para optimizarem os seus resultados no âmbito do voluntariado. É também relevante a forma como um leque de empresas dos mais diversos ramos se conseguem associar e colaborar alavancando o seu poder de acção social, utilizando para isso o conhecimento e meios inerentes ao seu negócio. A IBM, no encontro referido, apresentou o grupo GRACE e o projecto GIRO:

- GRACE é o acrónimo de Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial. Foi fundado a 25 de Fevereiro de 2000 e é constituído por um leque de empresas nacionais e internacionais. Os seus principais objectivos são a promoção do conceito de Cidadania Empresarial e de Responsabilidade Social das Organizações e, o apoio a actividades desenvolvidas por terceiros, mesmo não associados, como IPSS, Misericórdias e ONG’s, procurando assim a colaboração com as comunidades locais e organizações de solidariedade social GRACE (2009a).
- GIRO é o acrónimo de Grace Intervir Recuperar e Organizar.

Utilizando a rede de empresas que constitui a GRACE, organizam acções no terreno recorrendo aos voluntários registados, constituindo assim equipas multidisciplinares. As suas acções são, na grande maioria, a recuperação de espaços sociais como lares, jardins de infância, etc. Como podemos ver no relatório de actividades de 2009 (GRACE 2009b) durante o período de uma semana (12 a 16 de Outubro) conseguiram envolver 319 voluntários de 64 empresas, 5 câmaras municipais e 1 parceiro institucional com 9 instituições de solidariedade, em 7 pontos do país. Durante esses dias conseguiram realizar trabalhos que tiveram impacto directo na melhoria da qualidade de vida de 3709 pessoas.

A GRACE já publicou diversos livros sobre RSE que valem a pena consultar. Uma dessas publicações é guia para os primeiros passos de uma empresa no planeamento e implementação de projectos no âmbito de responsabilidade social. Aborda temas como, estabelecer uma missão e código de conduta, gestão dos recursos humanos, gestão e transparência, controlo e redução de custos (GRACE 2004). Parece haver um consenso geral sobre o quanto há a aprender com esta colaboração, e a necessidade urgente de o fazer, como veremos a seguir.

2.3. Plataformas de Voluntariado

Como foi referido, a criação de aplicações *web* para gestão e informação ligadas ao voluntariado não é novidade. Existem inúmeros exemplos com os quais se pode aprender através da sua análise. Procurou-se retirar os elementos mais significativos de cada exemplo. Analisaram-se casos nacionais e internacionais de forma a ter uma visão geral das soluções disponíveis, das suas potencialidades e fraquezas. Procurou-se ainda perceber como estão estruturadas as equipas de suporte e os modelos de negócio que sustentam as aplicações. Esta informação será útil para ter um leque de estratégias a implementar no projecto Migos.org.

2.3.1. Plataformas Internacionais

2.3.1.1. Do it

<http://www.do-it.org.uk>

Existe desde 2001, tem uma base de dados de 500.000 voluntários e 1.000.000 de oportunidades de voluntariado sendo a primeira base de dados de oportunidades de voluntariado do Reino Unido. Faz parte da organização sem fins lucrativos YouthNet. Ganhou em 2008 o prémio na categoria de Open Internet da Nominet Best Practice

Challenge tendo a seguinte nota do júri: “takes access to the Internet to another level and connects people who need help with people who want to help them.”

As oportunidades são criadas por 350 centros de voluntariado oficiais e 200 centros regionais de caridade, exclusivos ao Reino Unido.

Todo o contexto deste projecto é muito relevante para o presente estudo. Desde a aplicação *web* de voluntariado do-it.org.uk e a sua funcionalidade, ao seu modelo de gestão e negócio. A sua análise ajuda a ver no concreto a aplicação de alguns dos factores referidos anteriormente. A YouthNet foi fundada em 1995 por Martyn Lewis tornando-se na primeira organização de caridade exclusivamente on-line no Reino Unido. Tem como objectivo informar e orientar adolescente dos 16 aos 25 anos e fá-lo através de três sites distintos:

- TheSite.org procura apoiar e guiar a vida dos jovens dos 16 aos 25 anos nos mais diversos tópicos, desde Sexo, Saúde, Drogas, Finanças, Emprego, etc.
- Do-it.org.uk, aplicação web dedicada ao voluntariado que irá ser estudada mais em pormenor.
- Lifetracks.com, foca-se em questões como o estudo e o emprego, cobrindo áreas como a construção de um curriculum, a gerir um orçamento de estudante. O utilizador pode colocar questões que são respondidas de forma gratuita e confidencial por especialistas, um processo todo ele on-line.

Apresenta uma equipa distribuída em 6 grupos, que trabalha nos três sites mencionados. O grupo de administração composto por um Chefe Executivo apoiado por 4 pessoas, incluindo uma responsável por relações humanas. É importante salientar o que escrevem sobre o seu chefe executivo:

“Our Chief Executive provides leadership and guidance, and is crucial in shaping the organisations vision and strategy.”

A preocupação com uma gestão sólida e visão coerente está muito presente.

Têm um grupo de desenvolvimento composto por 13 pessoas, responsável por garantir o financiamento da organização, capacitando-a para atingir os seus objectivos.

A team of skilled fundraisers build and manage relationships with funders from companies, government and charitable trusts and foundations.

O grupo de operações, composto por 16 pessoas, faz a gestão dos sites da organização, produzindo conteúdos e criando parcerias.

The team includes experienced journalists, online community experts and project managers, who work tirelessly to manage ongoing relationships with key partners and content providers.

A equipa técnica, constituída por 15 elementos, desenvolve e procura tecnologia para suportar os diferentes serviços prestados pelos sites.

Our technical team includes software programmers, technical project managers, IT support staff and systems specialists, who together, create a solid platform on which we can build our services.

A equipa de comunicação e marketing tem como objectivo aumentar a influência e o alcance da organização sobre a sua audiência alvo.

Our experienced researcher provides intelligence and research to support YouthNet, while marketing and communications professionals support internal teams and provide a consistent perception of YouthNet and its brands across all stakeholders and beneficiaries.

Por fim, tem um conjunto de 8 pessoas incluindo o fundador do grupo, Martyn Lewis, que trabalham de perto com o Chefe Executivo de forma a garantir que a direcção e objectivos estão de acordo com a legislação, respeitam a estratégia financeira e cumprem as directrizes da sua constituição.

Toda esta informação é visível no site da YouthNet, tendo o cuidado de apresentar cada membro da equipa com uma fotografia, dando, desta forma, um rosto ao nome, criando assim uma relação mais humana. Através da estrutura de organização conseguimos perceber um modelo de gestão próximo do empresarial, sem dúvida um bom exemplo a seguir.



Figura 1 - Homepage do-it.org.uk

Da análise da aplicação Do-it em concreto, destacamos uma apresentação simples usando blocos de cor para diferenciar as áreas de informação. É um design conservador, podia-se dizer até demasiado conservador, comparando com outras propostas como o dosomething.org, analisado mais à frente, ou até mesmo com o *lifetracks* que aposta num grafismo mais arrojado. Talvez uma herança resultante da sua presença de nove anos na Internet.

A aplicação centra-se no seu motor de pesquisa e base de dados de oportunidades de voluntariado, referenciadas geograficamente. Mesmo que uma pessoa não esteja registada na aplicação, pode rapidamente escolher uma área de actuação, colocar o seu código postal e assim, receber uma listagem de oportunidades.

Do-it
Volunteering made easy

home | about us | supporters
help | login to see your profile

want to volunteer? | do-it partners | do-it magazine | advanced search

home>>local search results

search results

You searched for volunteer opportunities within 5 km of EC4Y 0DH
Found 131 opportunities.
Displaying results 1 to 10 in order of proximity.

9 county-wide opportunities in London were also found.
Select the county tab below to view them

[Can't find what you're looking for?](#)

Local | **County** | Volunteer Centres

Green Gym
BTCV London
0.671 km

Come and make a difference to your environment. Through local collective action, BTCV support over 300'000 volunteers through practical and environmental conservation projects each year.

The Green Gym is a new and innovative way to get physically active, and make a difference to your local environment. Come along to explore landmark locations, discover hidden green spaces, improve your...
[More information and contact details](#)

Transform the environment and learn new skills
BTCV London
0.671 km

Come and make a difference to your environment and help London's lungs breath again. Through local collective action, BTCV support over 300'000 volunteers through environmental conservation projects each year.

BTCV Camden offers innovative ways to get physically active, and make a difference to your local environment. Come along to explore landmark locations, discover hidden green...
[More information and contact details](#)

Transform the environment and learn new skills
BTCV Green Gym Camden
0.707 km

Come and make a difference to your environment and help London's lungs breath again. Through local collective action, BTCV support over 300'000 volunteers through environmental conservation projects each year.

BTCV Camden offers innovative ways to get physically active, and make a difference to your local environment. Come along to explore landmark locations, discover hidden green...
[More information and contact details](#)

1 Enter your town OR postcode
EC4Y 0DH
Choose how far you would like to travel
5 km

2 Choose what you would like to give your time to?:
Animals
And what you would like to do?:
All Activities
AND/OR
Enter keywords or a phrase:

3 WHEN ARE YOU AVAILABLE?
Click the day and the times to select

All	Morning	Afternoon	Evening
Mon	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Tue	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Wed	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Thu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Fri	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Sat	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Sun	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

4 Find It!

Figura 2 - Resultados da pesquisa do-it.org.uk

O utilizador pode refinar a sua pesquisa inserindo outros factores, como distância em km do código postal, áreas de interesse, palavras-chave ou tempo livre. Pode ainda trocar o âmbito de pesquisa entre local, condado ou centro de voluntariado. No entanto, a pesquisa é sempre feita em relação a uma posição geográfica e um código postal. O sistema de pesquisa aparenta ter algumas falhas, como se pode ver pela

repetição de resultados. Os mesmos casos apareceram dezenas de vezes. Este problema é exposto por Olly Benson, director de operações. ¹

Ao seleccionar uma das oportunidades, o utilizador tem acesso a um pequeno texto que descreve a oportunidade, a organização, as qualificações necessárias e o horário. Para participar, o utilizador necessita de se registar na aplicação criando assim uma ficha de voluntário, permanecendo na base de dados interna e é posteriormente enviada para as organizações registadas. O processo de candidatura é descrito no momento em que o utilizador se regista.

Existem duas outras áreas de relevo: os parceiros e as notícias. Na secção parceiros, é exposta a forma como é feita a colaboração entre estes e a organização. Essencialmente, é vendido um serviço de utilização da base de dados e apoio técnico, são apresentadas as ferramentas para o envio de dados e pesquisa no do-it, assim como a possibilidade de inserir o módulo de pesquisa em sites externos. O pagamento é feito anualmente e varia consoante o rendimento anual das organizações.

A segunda área de interesse, a área das notícias, alberga uma série de *blogs* temáticos e artigos à volta de questões ligadas ao voluntariado.

O sucesso desta aplicação parece ser a sua simplicidade, focando-se num objectivo muito concreto, permitir aos voluntários encontrarem actividades perto de si. Em termos de comunicação, é de realçar a adequada organização da informação, podendo, no entanto, tornar-se monótona devido à falta de elementos gráficos nas páginas. Toda a aplicação é pouco ilustrada, sendo frequente encontrar páginas cobertas apenas por texto. Por outro lado, há uma falha nas características sociais na aplicação, não existe forma de contactar outros voluntários e deixar feedback. A única forma encontrada de interacção é a possibilidade de deixar comentários nos *blogs* temáticos.

Numa mostra da necessidade de avaliação e clareza de resultados, foram publicados uma série de rigorosas análises de satisfação da plataforma do-it². Um bom exemplo a seguir para projectos semelhantes, tal como o que se pretende realizar, de forma periódica (anual). Dando especial atenção ao relatório de 2009, encontramos uma série

¹ http://www.youthnet.org/ynblog/blog/entry/developing_do_it_can_you

² <http://www.do-it.org.uk/doitpartners/informationandresources/researchstatistics>

de dados importantes, devido à experiência e contexto global da plataforma ao longo dos anos. Um dos factores de relevo para a presente dissertação, é o levantamento das características preferenciais da plataforma por parte dos seus utilizadores. Das características já implementadas, as três que mais se destacam são a pesquisa de oportunidades de voluntariado, a procura de oportunidades de emprego na área do voluntariado e a pesquisa por centros de voluntariado.

De entre as características não implementadas, mas mais pedidas, destacam-se o registo de actividades onde já se participou, actividades em grupo, a possibilidade de comentar e avaliar oportunidades, assim como divulgar oportunidades via e-mail

2.3.1.2. DoSomething

<http://www.dosomething.org/>

DoSomething.org é uma das maiores organizações de voluntariado de jovens dos Estados Unidos. Toda a sua linguagem e posição é virada exclusivamente para os jovens, desde a pré-adolescência.

Old people are cool, but this site is really meant to empower teens³.

³ <http://www.dosomething.org/oldpeople>



Figura 3 - Homepage dosomething.org

A comunicação dirigida a este segmento específico faz com que esta seja muito efectiva. Usam o Youtube como suporte para os seus vídeos, uma plataforma muito bem implantada na camada jovem. Os vídeos oficiais das suas campanhas, como o disponível na página “about”, são integralmente feitos pelos seus participantes.

Apontam no próprio vídeo, que a banda sonora foi criada por um jovem de 15 anos. É clara toda uma estratégia de marketing pensada para atingir em particular o referido segmento.

“market segmentation is the key of robust marketing strategy development... it involves more than simply grouping customers into segments... identifying segments, targeting, positioning and developing a differential advantage over rivals is the foundation of marketing strategy.” (Dibb et al., 2001).

Comparativamente ao do-it.org.uk, as páginas têm mais espaço vazio, mais imagens e os blocos de texto são menos densos. O próprio layout é mais arrojado fugindo da grelha rígida do anterior. Tudo isto torna as páginas menos aborrecidas e monótonas e mais fáceis de ler, especialmente para o público-alvo apontado, que tem um tempo de atenção muito reduzido.

A informação está bem hierarquizada e organizada, sendo fácil encontrar um tema de actuação. Aí encontramos dois campos - aprender e agir. Do lado da aprendizagem, encontramos desde listas de factos, compostas por curtos parágrafos mas com números e afirmações marcantes, até curtos artigos.

A abordagem na secção agir pareceu muito interessante e inovadora. Ao invés de apresentar apenas oportunidades de voluntariado já organizadas, apresenta uma série de “*how-tos*” que sugerem instruções para o próprio utilizador agir. Estas guias abordam temas tão abrangentes como, ajudar cuidar do seu animal de estimação, como tornar-se um activista e lançar uma campanha de sensibilização. Este espírito vai ainda mais longe, ao promoverem a criação de clubes Do Something, gratuitamente.

*Do Something Clubs are your chance to take action in your community with your friends. Clubs do projects on any issue that matters to them. We give you ideas and resources, you decide what projects your Club takes on.*⁴

Para formar um clube, é necessário um grupo de 5 elementos e criar no mínimo dois projectos por ano. Os clubes estão sujeitos à aprovação da organização Do Something. Existe ainda a hipótese de concorrer a bolsas no valor de \$250 e a concursos reservados

⁴ <http://www.dosomething.org/clubs>

apenas para clubes. Promovem assim, a acção de grupos independentes nas comunidades com um toque de competição.

Em termos da aplicação em si, mais uma vez o sistema de pesquisa é a sua função principal. Têm um sistema de pesquisa geo-localizada através do código postal (a que dão pouca relevância na página).

Find volunteer opportunities online right now

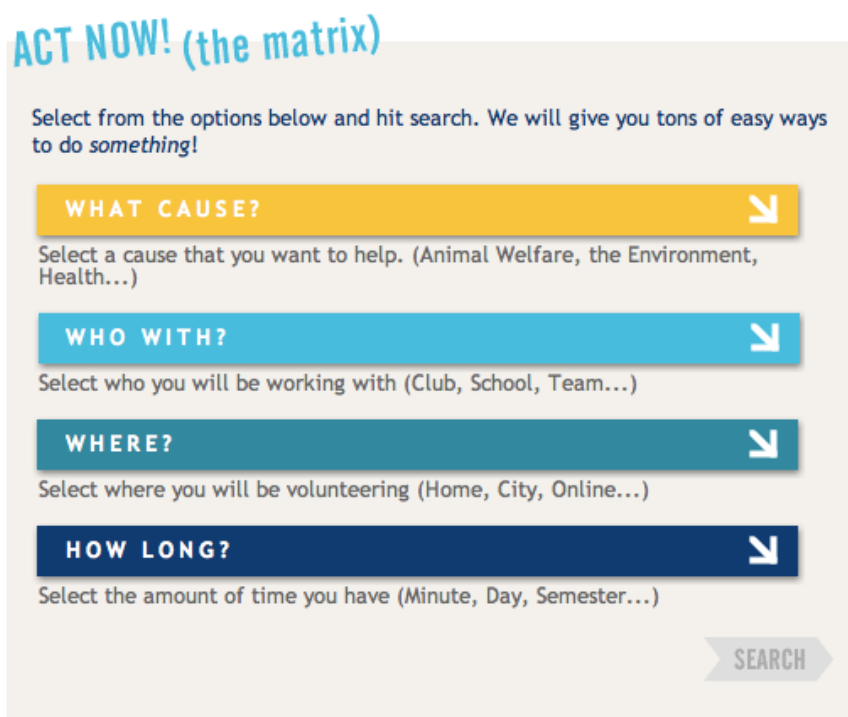


Enter your zip code

Grab the volunteer widget! >

Figura 4 - Campo de Pesquisa dosomething.org

Mas onde realmente se focam, é num sistema de pesquisa baseado numa matriz, que pareceu ser outro conceito inovador.



ACT NOW! (the matrix)

Select from the options below and hit search. We will give you tons of easy ways to do *something!*

- WHAT CAUSE?** Select a cause that you want to help. (Animal Welfare, the Environment, Health...)
- WHO WITH?** Select who you will be working with (Club, School, Team...)
- WHERE?** Select where you will be volunteering (Home, City, Online...)
- HOW LONG?** Select the amount of time you have (Minute, Day, Semester...)

Figura 5 - Campo de pesquisa em matriz dosomething.org

Através do mapeamento da informação nesta matriz, consegue-se facilmente escolher um tipo de acção bastante personalizada e com apenas quatro variáveis.

O sistema parece, no entanto, falhar no sentido em que devolve bastantes resultados repetidos (como aconteceu com o do-it.org.uk). Também não se conseguiu encontrar nenhum resultado, que fosse a participação numa actividade já formada por um grupo organizado.



 **ACT NOW!** (THE MATRIX)

We found 21 ways for you to take action!

Share these results with a friend!



Easy ideas need no explanation and are quick ways to get involved with this cause. **Action guides** are bigger ideas that you can click on to get more info. Enjoy!

Action Guides

- [Action Tips: Ways You Can Stop Global Warming](#)
- [How To: Organize a Poetry Slam for Your Cause](#)
- [Action Tips: Organize a Benefit Concert for Your Cause](#)
- [How To: Start an Awareness Campaign About Your Cause](#)
- [How To: Organize a Poetry Slam for Your Cause](#)
- [How To: Host a 5k run for your cause](#)
- [How To: Organize a Poetry Slam for Your Cause](#)
- [How To: Make a Risk Map of Your Community](#)
- [How To: Host a 5k run for your cause](#)
- [How To: Host a 5k run for your cause](#)
- [How To: Host a 5k run for your cause](#)

1 2 next > last »

Figura 6 - Resultado da pesquisa dosomething.org

Ao seleccionar uma das propostas de acção, neste caso, guias de actuação, é apresentada uma lista de passos sucintamente explicados. É comum aparecer no final, uma lista de fontes de onde a informação apresentada foi obtida. No final da página, existe um caixa de acção e uma área de comentários. É assim possível passar a palavra e deixar comentários

Take Action

1195
people have done this...

1. Let us know if you're going to do this...
2. Email a friend about this idea.
3. Find more info on other causes:
[Wrongful Imprisonment: What if you were accused of a crime you didn't commit? Turns out, that is a reality for thousands of Americans.](#)

Figura 7 - Caixa de inscrição em acção

É ainda possível comunicar através de fóruns, distribuídos pelos temas de actuação apresentados na aplicação: Pobreza, Saúde, etc.

Em termos de características sociais, esta aplicação não vai muito além da anterior. Os voluntários continuam a estar “escondidos” do lado da aplicação. Os fóruns acabam por aliviar essa questão, permitindo que haja diálogo entre pessoas com preocupações semelhantes.

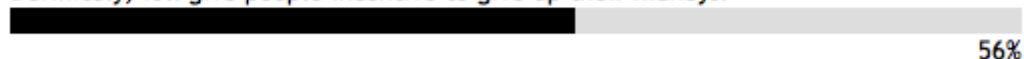
Outro aspecto interessante da aplicação são os questionários à comunidade. Têm mais de uma centena de questionários realizados, sobre os mais diversos temas. Para além de serem informativos, permitem o direito à expressão da camada mais jovem. São também uma excelente ferramenta de análise para sentir o pulso da comunidade, assim como, os seus ideais.

Some states offer a tax deduction or credit to living organ donors. Should donors be paid?

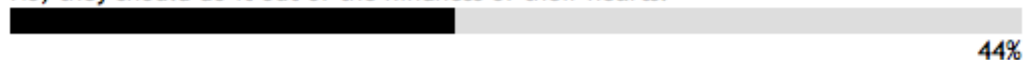
This is a complicated issue.



Definitely, it'll give people incentive to give up their kidneys.



No, they should do it out of the kindness of their hearts.



[Cancel your vote](#)

[Login](#) or [register](#) to post comments

Figura 8 - Questionários dosomething.org

2.3.1.3. TheExtraordinaires

<http://www.theextraordinaires.org>

Não foi possível obter muita informação sobre esta comunidade, devido estarem em desenvolvimento e numa versão de acesso privado para testes. No entanto, vale a pena referir esta iniciativa devido ao seu conceito de “Micro-Volunteering”.



Figura 9 - Homepage theextraordinaires.org

Segundo a informação disponível na página “*about*⁵” da aplicação, o objectivo é canalizar algum do tempo que as pessoas gastam na Internet sob a forma de lazer, para a resolução de desafios colocados por organizações sem fins lucrativos com uma duração de 10 minutos ou menos. As organizações colocam perguntas de vários níveis de complexidade, desde a crítica de logótipos a como angariar fundos para construir um poço no Kénia.

Esta abordagem é semelhante à utilizada pelo InnoCentive⁶, fundado em 2001 (Tapscott, Williams A. D. 2008), mas cujas soluções recebem compensações monetárias. O modelo de trabalho, conhecido como Crowdsourcing. O termo foi cunhado por Jeff Hoew e Mark Robinson em Junho de 2006 e é descrito por Howe (2006a) como:

Simply defined, crowdsourcing represents the act of a company or institution taking a function once performed by employees and outsourcing it to an undefined (and generally large) network of people in the form of an open call. This can take the form of peer-production (when the job is performed collaboratively), but is also often undertaken by sole individuals. The crucial prerequisite is the use of the open call format and the large network of potential laborers.

Howe explica ainda que, para se considerar o modelo como Crowdsourcing, a solução do problema deverá ser aplicada. Sendo uma empresa lucrativa, isso implica o processo de fabricação em massa e a sua venda. (Howe, J. 2006b)

É um excelente método de resolução de problemas, no entanto, apresenta bastante controvérsia sobre a sua legitimidade. Segundo o estudo realizado por (Brabham Daren C. Brabham 2008), é de facto legítimo, e um exercício de inteligência colectiva. Aponta que é preciso ter cuidado na forma como é usado, pois através da exploração da ingenuidade pode levantar problemas sérios.

⁵<https://app.beextra.org/about>

⁶<http://www2.innocentive.com/>

No caso da sua utilização por organizações sem fins lucrativos, pode ser extremamente valioso, pois pode gerar desenvolvimento que de outra forma seria demasiado lento ou dispendioso de se obter.

Um factor interessante de reparar na aplicação, é o facto de promover também a ligação de grupos e empresas para colaborarem com as organizações sem fins lucrativos.

Promovem o seu software como uma solução “chave-na-mão” para integrar nos planos de voluntariado empresariais. Oferecem uma forma conveniente de promover actividades de voluntariado de uma forma rápida e prática, e com uma monitorização detalhada. São características importantes a ter em conta no desenvolvimento da plataforma Migos.org, pois como já foi visto, existe uma forte acção de voluntariado empresarial, o que cria uma grande oportunidade de colaboração.

2.3.1.4. V2V

<http://v2v.net>



Figura 10 - Homepage v2v.net

O estudo da V2V (Volunteer-to-Volunteer) deve-se ao seu modelo de negócio de venda do software da aplicação em conjunto com uma série de serviços, e pelo facto de ser a aplicação mais próxima de uma rede social das que já foi estudada.

Os seus objectivos são similares aos de outros projectos analisados, incluindo o do Migos.org.

V2V (Volunteer-to-Volunteer) is an innovative volunteer network that fosters a global collaborative environment for volunteers. Through the V2V network, people from around the world have the opportunity to share in their passion for volunteering. This network creates an inspiring community of sharing, creativity, and mass collaboration.

Segundo os dados presentes na página⁷, a rede é composta por mais de 100.000 pessoas, promovendo 20.000 acções em 60 países. O principal projecto do V2V é o portal Brasileiro, Portal do Voluntário (<http://portaldovoluntario.org.br/>), lançado em 2000. Mais tarde, em 2004, o Portal desenvolveu a aplicação web V2V, uma rede social para ligar voluntários de forma a criar nestes maior autonomia e alternativas de actuação.

A rede, pioneira no Brasil, acabou por ter uma grande expansão devido a ter atraído e criado parcerias de marcas como : ABN Amro Bank, Alcoa, Bank Boston, Bradesco, Claro, CPFL, Embraer, Embratel, HSBC, IBM, Itaú , Unibanco, Nike, Vale e Vivo. Em 2008 conseguem uma parceria internacional, com a Starbucks Coffee Company, com o lançamento da Starbucks V2V.

Assim, a V2V tornou-se um software personalizável às diferentes marcas e permite que possam criar os seus próprios portais. Desde 2010 desenvolveram uma área de consultadoria especializada para o uso de novas tecnologias com vista à mobilização social⁸.

É interessante analisar os serviços que prestam, e perceber o seu modelo de negócio. Como o V2V.net oferecem:

⁷ <http://v2v.net/index.php?lang=br>

⁸ http://v2v.net/index.php?option=com_content&view=article&id=46&Itemid=55&lang=br

- Um *layout* personalizado à imagem da empresa;
- Uma rede social exclusiva para os seus funcionários;
- Relatórios com os resultados das actividades usando as métricas padrão exigidas em relatórios de sustentabilidade;
- Conteúdos especializados desenvolvidos por uma equipa de jornalistas;
- *Newsletters* e campanhas;
- Consultadoria no desenvolvimento de programas de voluntariado corporativo;
- Suporte tecnológico e serviço de *help-desk*;

Publicitam a implementação do sistema na empresa em poucas semanas, sem necessidade de recursos humanos ou técnicos por parte desta.

Este conjunto de serviços, mostra uma forma de conseguir sustentabilidade em projectos ligados ao voluntariado. Procuram resolver problemas concretos dando soluções práticas. Algumas das plataformas implementadas são:



Figura 11 - Portal Voluntários Bradesco

Portal Voluntários Bradesco
<http://www.voluntariosbradesco.com.br/>

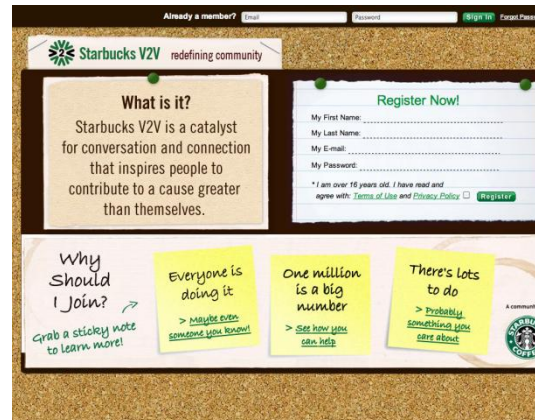


Figura 12 - Homepage Starbucks V2V

Starbucks V2V
<http://www.v2v.net/starbucks>

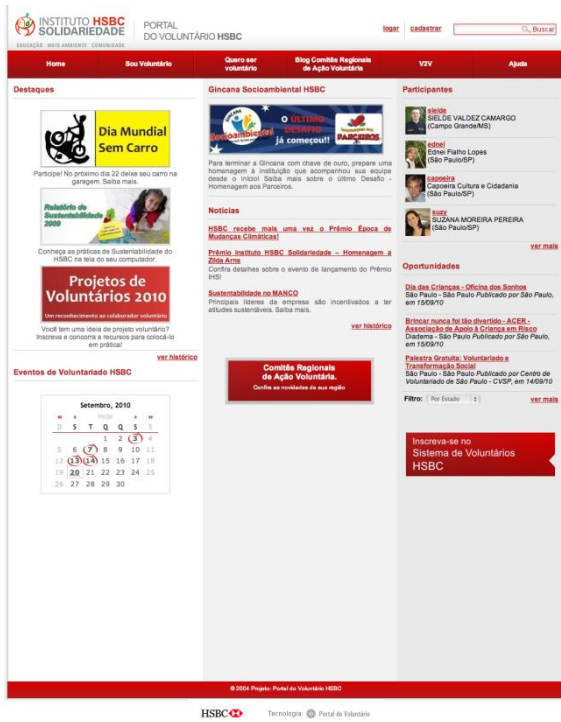


Figura 13 - Homepage Instituto HSBC Solidariedade

Instituto HSBC Solidariedade
<http://www.portaldovoluntarioshbc.com.br/v2v.php>



Figura 14 - Homepage IBM - On Demand Community

IBM - On Demand Community
<http://www.voluntariosibm.org/site/>



Figura 15 - Homepage Portal do Voluntário

Portal do Voluntário
<http://portaldovoluntario.org.br/>

O software V2V foi extraído do Portal do Voluntário, e como se pode ver pelos exemplos acima, consegue ser bastante personalizado. Esta capacidade deve-se muito provavelmente, ao trocar folhas de estilos CSS.

Analisando a página Portal do Voluntário, conseguiu-se apurar as características principais que a aplicação V2V permite.

O layout da página obedece a uma estrutura tradicionalmente encontrada em CMS's e Blogs: uma coluna à esquerda com notícias e a possibilidade de colocar comentários, uma coluna à direita com o menu de navegação, bloco de participantes, pequenos anúncios de acções, e o arquivo das notícias agrupadas por data.

O uso desta estratégia traz a mais valia de ser facilmente usada por pessoas habituadas ao uso de blogs, o que diminui consideravelmente a curva de aprendizagem de utilização.

A aplicação apresenta os utilizadores registados no sistema. É possível aceder à página de perfil dos mesmos e estabelecer rapidamente um contacto, assim como, verificar os seus interesses de actuação e as acções que estão a participar.

As acções têm também uma página própria, onde se apresenta informação como “Quando, Onde, Descrição” assim como tags que permite catalogá-las no sistema. Podemos ver também quantas pessoas estão a participar na acção, assim como consultar o seu perfil.

Existe um botão de participação na página da acção, que permite associar um utilizador à mesma.

É ainda possível que os utilizadores deixem comentários nas acções, no perfil de outros utilizadores e nas notícias.

A pesquisa de acções faz-se por localização geográfica e por categorias (correspondentes às *tags*).

As páginas estão, de um modo geral, bem organizadas e a navegação segue uma lógica fácil de entender. O Portal do Voluntário tem mais de 80.000 membros e as acções encontradas são recentes e têm bastante participação. Pode-se assim concluir que a aplicação tem uma boa aceitação e consegue cumprir com o objectivo de levar as pessoas a participar nas várias acções.

2.3.1.5. Conclusão

Este estudo procurou encontrar algumas das aplicações web com mais sucesso, ligadas ao voluntariado, e ao mesmo tempo, analisar diferenças marcantes entre elas. As estratégias de comunicação variam bastante, podendo ser abrangentes ou focadas num segmento muito concreto como no caso da DoSomething.org. As várias propostas apresentam formas interessantes de conseguir rendimento para se tornarem sustentáveis, desde a venda do acesso à base de dados como no caso do-it.org.uk, à venda do software e serviços completos a outras organizações como o caso da V2V.net.

Este esforço para conseguir fontes de rendimentos através da criação de valor e venda de serviços vai de encontro às necessidades de gestão e financiamento que vimos anteriormente. Um complementar das formas tradicionais, como a quotas, os donativos e os subsídios. A dimensão das redes em termos de voluntários e organizações de voluntariado envolvidas, mostra que existe aceitação e praticabilidade deste tipo de aplicações. No entanto, a aplicação é sempre e apenas, uma ferramenta, um facilitador. É necessário um acompanhamento do desenrolar das actividades e das pessoas envolvidas. Receber o *feedback*, perceber os problemas, contactar as pessoas, prestar atenção, parece ser muito significativo para o sucesso da comunidade.

Isto é muito notório no DoSomething. A comunicação e atenção está totalmente virada para os jovens, e pelos testemunhos em vídeo, isto é sentido por eles de forma significativa. Terem o seu próprio clube, ganharem dinheiro para as suas iniciativas, mesmo tendo 14, 15 anos, é um voto de confiança e parece criar motivação e empenho.

2.3.2. Nacionais

Existem várias instituições e aplicações *web* nacionais que procuram desempenhar o mesmo papel. Algumas privadas, outras governamentais. Analisar-se-ão as principais, por forma a perceber que soluções existem actualmente.

2.3.2.1. Voluntariado.pt

<http://www.voluntariado.pt/>



Figura 16 - Homepage voluntariado.up

O voluntariado.pt, representa o Conselho Nacional para a Promoção do Voluntariado.

O Conselho Nacional para a Promoção do Voluntariado (CNPV) é uma entidade criada pelo Decreto-Lei n.º 389/99, de 30 de Setembro, a quem compete desenvolver as acções indispensáveis à promoção, coordenação e qualificação do voluntariado.⁹

O CNPV é composto por:

- Uma individualidade a nomear por despacho do Ministro do Trabalho e da Solidariedade Social, que presidirá ao Conselho Nacional;
- Um representante do Ministro dos Negócios Estrangeiros;
- Um representante do Ministro da Defesa Nacional;
- Um representante do Ministro da Administração Interna;
- Dois representantes do Ministro do Trabalho e da Solidariedade Social;
- Um representante do Ministro da Justiça;
- Um representante do Ministro da Educação;
- Um representante do Ministro da Saúde;
- Um representante do Ministro do Ambiente, do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Regional;
- Um representante do Ministro da Cultura;
- Um representante do Secretário de Estado da Presidência do Conselho de Ministros;
- Um representante do Secretário de Estado da Juventude e Desportos;
- Um representante do Governo Regional dos Açores;
- Um representante do Governo Regional da Madeira;
- Um representante da Associação Nacional dos Municípios Portugueses;
- Um representante da Associação Nacional de Freguesias;
- Um representante da Confederação Nacional das Instituições Particulares de Solidariedade;
- Um representante da União das Misericórdias Portuguesas;
- Um representante da União das Mutualidades Portuguesas;
- Um representante da Cruz Vermelha Portuguesa;

⁹ <http://www.voluntariado.pt/left.asp?01.01.01>

- Um representante da Liga dos Bombeiros Portugueses;
- Um representante da Plataforma Portuguesa das Organizações Não Governamentais para o Desenvolvimento;
- Um representante da Comissão para o Voluntariado no domínio da Saúde;
- Um representante da Comissão para o Voluntariado no domínio da Justiça.

E ainda, com estatuto de Observador:

- Um representante da Rede Europeia Anti Pobreza Portugal;
- Um representante da Confederação Portuguesa de Voluntariado;
- Um representante, da Responsabilidade Social das Empresas, através do Projecto “Mão na Mão” da Fundação Portugal Telecom.



Figura 17 -
Resultado de
pesquisa
voluntariado.pt

Esta extensa lista mostra que estamos perante um organismo de grande importância para o voluntariado em Portugal. Da parte do utilizador, também é relevante apontar que ao escrever a palavra “voluntariado” no motor de busca google.pt, aparece mencionado no topo da lista. O que naturalmente leva a crer que será uma das primeiras páginas a ser visitada por quem começa uma busca sobre o tema.

Ao nível da funcionalidade da aplicação, ela permite o registo de organizações promotoras de voluntariado, mas não o de voluntários.

O utilizador pode pesquisar as organizações registadas por concelho, por actividade ou por população alvo.

O resultado dessa pesquisa é uma lista composta por nomes de organizações, moradas, números de telefone e fax e, quando disponível, endereços de email e de página na Internet. Não é, no entanto, invulgar encontrar registos com apenas nome e morada.

No caso de uma pesquisa pelo concelho do Porto, o resultado é uma lista com 5000px de tamanho, cerca de cinco vezes a resolução

vertical recomendada (1024px)¹⁰ , com um tamanho de letra muito reduzido.

São identificados alguns problemas. Os resultados carecem de algumas informações importantes: que actividades se pode desempenhar? O que se espera do voluntário? Falta todo o contexto de trabalho que permitiria o utilizador fazer uma decisão informada.

O tipo de pesquisa também não é muito útil. Se fizermos uma pesquisa por concelho, para perceber que organizações temos perto da zona de residência, ao obtermos os resultados, não sabemos quais são as suas áreas de actuação.

Se fizermos uma pesquisa por área de actuação, aparece uma lista de resultados de norte a sul do país. O mesmo numa pesquisa por população alvo. Existe a opção para ver os Bancos Locais de Voluntariado. Os BLV são bancos de voluntários criados formalmente através de um protocolo com a CNPV. Ao seleccionar essa opção, podemos proceder ao descarregamento de um ficheiro de texto com os nomes, localidades, data de constituição e contactos. O tipo de contactos é o mesmo referido anteriormente. Dos cerca de 90 BLV mencionados no ficheiro, nenhum deles apresenta um endereço de página de internet. A esmagadora maioria dos endereços de correio electrónico/moradas são de câmaras municipais.

Em geral, a informação encontrada nas diversas páginas, é sobretudo informação institucional e legal. Existe uma área com exemplos do trabalho realizado por organizações de voluntariado que é interessante para o utilizador conhecer alguns dos projectos e organizações inscritas. É no entanto muito limitado.

Para além do referido, em termos de usabilidade, o factor mais problemático deve-se à cor de fundo e ao tamanho de letra reduzido (em especial nas pesquisa) que torna as páginas muito difíceis de ler passado algum tempo de utilização.

¹⁰ http://www.w3schools.com/browsers/browsers_display.asp

2.3.2.2. Entrajuda.pt

<http://www.entrajuda.pt>

A ENTRAJUDA é uma IPSS, que procura apoiar outras IPSS ao nível da organização e gestão, de forma a aumentar o desempenho e eficiência. Para isso, procura desenvolver uma rede de pessoas e empresas e disponibiliza produtos e serviços.¹¹



Figura 18 - Homepage entrajuda.pt

Foi constituída em Abril de 2004 e tornou-se reconhecida como pessoa colectiva de utilidade pública em Abril de 2005. A sua génese é o Banco Alimentar Contra a Fome de Lisboa. Sendo que foi esse primeiro grupo de instituições-alvo apoiadas em cerca de 260 instituições.

¹¹ http://www.entrajuda.pt/m-1-A_Entrajuda.html

A ENTRAJUDA trabalha organizando os seus participantes em 4 grupos distintos: as instituições (IPSS), os voluntários, os parceiros e os benfeitores.

É interessante analisar este facto, pois permite ter uma ideia de como funciona o ecossistema da instituição.

- O primeiro grupo, representa as instituições com quem trabalham e dão apoio. São sobretudo estruturas pequenas e flexíveis, com proximidade aos utentes e recorrem à colaboração de voluntários.¹²
- O grupo de voluntários, são as pessoas que assumem o compromisso com a ENTRAJUDA e com as instituições da rede onde possam vir a trabalhar. Podem ser voluntários individuais ou grupos de voluntários de uma determinada empresa. Aqui, faz-se a ligação com as empresas, com programas de responsabilidade social que estudamos anteriormente.¹³
- Os parceiros são aqueles que fornecem produtos ou serviços. Podem ser pessoas privadas, colectivas ou públicas, organizações, entidades, instituições ou empresas.
- Os benfeitores são aqueles que contribuem doando bens ou capital, que serão canalizados para IPSS através da ENTRAJUDA consoante as necessidades. Podem ser pessoas individuais ou colectivas.

Esta vontade de criar uma rede de contactos, produtos e serviços para ajudar as IPSS vai muito ao encontro do que tínhamos visto com a iniciativa brasileira/internacional V2V.

O processo de registo on-line destes grupos é feito através do *download* de ficheiros PDF, sem campos automáticos de edição, que precisam de ser preenchidos e enviados por email. O ficheiro de inscrição de parceiro e de benfeitor, são digitalizações de documentos em papel, que ficaram ruidosas com algumas partes ilegíveis. Para um utilizador comum, este processo significaria o *download* do ficheiro, a sua impressão, preenchimento, digitalização e envio via email.

Um procedimento que não é nem rápido nem prático e pode levantar problemas para quem não tem ou não sabe trabalhar correctamente com um scanner.

¹² <http://www.entrajuda.pt/m-2-Instituies.html>

¹³ <http://www.entrajuda.pt/m-3-Voluntrios.html>

Infelizmente, este método é usado em várias outras páginas de Internet que foram analisadas, e parece que invalida em grande parte, o propósito de ter um registo on-line.

Curiosamente, a ENTRAJUDA tem uma parceria com uma plataforma de registo de voluntários e instituições. Está algo escondida, sendo a última opção do menu Projectos Especiais, intitulado Bolsa do Voluntário. É um projecto com o apoio da Caixa Geral de Depósitos, um banco estatal português, e é usado por este, para promover voluntariado tanto internamente pelos seus funcionários (RSE) como externamente para toda a população.

Analisa-se essa solução de seguida.

2.3.2.3. Bolsa de voluntariado.pt

<http://www.bolsadovoluntariado.pt/>

Bolsa do Voluntariado

Parcelos **ENTRAJUDA** Caixa Geral de Depósitos

Uma ponte entre quem quer dar... e quem precisa de receber

Bolsa do Voluntariado

O objectivo da Bolsa do Voluntariado é servir de ponto de encontro entre a procura e oferta de trabalho voluntário.

Visa permitir, numa óptica dinâmica, articular a necessidade de trabalho voluntário das instituições e organizações por área de actividade com a disponibilidade para o prestar por parte de pessoas e entidades.

Trata-se de um projecto inovador, de âmbito nacional, transversal a toda a sociedade e economia, que fomenta o exercício da Cidadania e da Responsabilidade Social.

A Bolsa do Voluntariado vem potenciar um "mercado" virtual de voluntariado, dinamizar o encontro de necessidades e vontades. Trata-se de uma ferramenta on line em tempo real que aproveita as qualificações dos voluntários e promove a capacitação das organizações.

Como funciona a Bolsa do Voluntariado:

1. Os voluntários que querem colaborar, registam-se na página [Voluntário. Registe-se.](#)
2. As Organizações que pretendem receber trabalho voluntário ou produtos, registam-se na página [Organizações. Registe-se.](#)
3. Os Voluntários que procuram uma Instituição ou Organização onde colaborar vão á página [Pesquisa de Oportunidades de Voluntariado](#) ou [Pesquisa de Organizações.](#)
4. Os Voluntários que procuram Organizações a actuar fora de Portugal vão a [Oportunidades de Voluntariado Internacional.](#)
5. As Instituições ou Organizações que procuram voluntários vão á página [Pesquisa de voluntários.](#)

Voluntários Organizações

Username
Password
LOGIN
Registe-se aqui!

- Voluntários
- Organizações
- Bolsa de Talentos
- Voluntariado Empresa
- Bolsa de Produtos
- Fale Conosco

- Projectos Solidários
- Guião de Entrevista para Voluntários

Apoios: tmn BBODS RMAC

Perguntas e Respostas | Links Úteis | Contactos | Legislação | Publicações
Powered by Superemprego

Figura 19 - Homepage bolsavoluntariado.pt

“O objectivo da Bolsa do Voluntariado é servir de ponto de encontro entre a procura e oferta de trabalho voluntário.

Visa permitir, numa óptica dinâmica, articular a necessidade de trabalho voluntário das instituições e organizações por área de actividade com a disponibilidade para o prestar por parte de pessoas e entidades.

Trata-se de um projecto inovador, de âmbito nacional, transversal a toda a sociedade e economia, que fomenta o exercício da Cidadania e da Responsabilidade Social.

A Bolsa do Voluntariado vem potenciar um "mercado" virtual de voluntariado, dinamizar o encontro de necessidades e vontades. Trata-se de uma ferramenta on line em tempo real que aproveita as qualificações dos voluntários e promove a capacitação das organizações.”

A sua descrição apresenta uma proposta para solucionar exactamente o problema em mãos. Aponta as funções da aplicação em cinco pontos:

- O registo de voluntários;
- O registo de Instituições ou Organizações;
- A pesquisa por parte dos voluntários sobre propostas de colaboração;
- A pesquisa por parte dos voluntários sobre propostas internacionais;
- A pesquisa por parte das Instituições e Organizações sobre voluntários.

O registo como voluntário é agora simples de se fazer. Para além dos dados de contacto, morada e e-mail, pode-se colocar a Área de Actuação (ex: Novas Tecnologias), e com quem se pretende trabalhar (ex: crianças). Pode-se ainda definir a área de especialidade (ex: Informático) e a profissão. São elementos bastante úteis numa pesquisa como já se viu anteriormente.

Efectivamente, se se fizesse uma pesquisa na “Bolsa de Talentos”, encontravam-se todos esses campos à nossa disposição. Pode-se assim fazer uma pesquisa por uma pessoa com um determinado perfil e numa determinada zona geográfica.

The image shows a search interface for 'Bolsa de Talentos'. It features three multi-select dropdown menus for filtering by area of action, recipients, and specialties. Below these are three dropdown menus for geographical location (District, Municipality, and Parish) and a text input field for the postal code. A 'PESQUISAR' button is located at the bottom right.

Áreas de Actuação (Escolha Múltipla)

- Cidadania e Defesa dos Direitos
- Cultura e Artes
- Desporto e Lazer
- Educação
- Ambiente

Destinatários (Escolha Múltipla)

- Indiferente
- Adultos
- Animais
- Bebés
- Comunidade

Áreas de Especialidades (Escolha Múltipla)

- Indiferente
- Actor
- Administrativo
- Advogado
- Agente de Seguros

Distrito: [-----] ▼

Concelho: [-----] ▼

Freguesia: [-----] ▼

Código Postal: [] (Ex: 1234-123)

PESQUISAR

Figura 20 - Área de pesquisa bolsadovoluntarido.pt

É então devolvida uma lista de resultados, sendo que em cada página são apresentados 10. Estes devolvem a zona geográfica e o perfil da pessoa. Não é possível para alguém que não esteja registado como organização, ver os dados pessoais como o nome ou os seus contactos.

ID	Região	Áreas de Actuação	Destinatários	Áreas de Especialidades
5591	Lisboa Odivelas Pontevedra 1675 - 183	Cidadania e Defesa dos Direitos	Adultos	Administrativo
5409	Setúbal Palmela Pinhal Novo 2955 - 32	Cidadania e Defesa dos Direitos Educação Ambiente Saúde Solidariedade Social	Adultos Animais Comunidade Crianças	Psicólogo
27857	Santarém Tomar Santa Maria Olivais 2300 - 406	Cidadania e Defesa dos Direitos Cultura e Artes Desporto e Lazer Educação Ambiente Saúde Solidariedade Social	Indiferente Adultos Animais Bebés Comunidade Crianças Idosos Jovens Portadores de Necessidades Especiais Sem Abrigo Mulheres Grávidas Mães Solteiras Violência Doméstica	Indiferente Biólogo Comercial Delegado de Informação Médica Estudante
9867	Setúbal Seixal 2855 - 555	Cidadania e Defesa dos Direitos Cultura e Artes Desporto e Lazer Educação Ambiente Novas Tecnologias Saúde Solidariedade Social	Adultos Animais Bebés Comunidade Crianças Idosos Jovens Portadores de Necessidades Especiais Tóxico-Dependentes Mulheres Grávidas Mães Solteiras Violência Doméstica	Estudante

Figura 21 - Resultado de pesquisa bolsadovoluntariado.pt

A pesquisa de oportunidades de voluntariado por parte do voluntário segue a mesma mecânica e a interface é essencialmente o mesmo.

Ao seleccionar um dos resultados, tem-se acesso ao nome da organização, o seu contacto por email, função, localidade, descrição da organização, áreas de actuação, destinatários, áreas de especialidade e descrição do que se pretende do voluntário.

Esta última descrição por vezes não é muito informativa, pois pode ter simplesmente “Apoiar a associação nos respectivos departamentos”.

A funcionalidade geral da Bolsa do Voluntariado, permite a troca de contactos pretendida. No entanto, sente-se falta das opções de feedback e contacto com outros voluntários. Seria também interessante que para além da listagem das organizações, houvesse uma listagem mais concreta de oportunidades de trabalho, e que estas estivessem descritas em termos de objectivos.

2.3.2.4. dosomething.pt

<http://www.dosomething.pt/>

DO SOMETHING .PT

QUAL É A TUA? (causa) **FAZ AGORA!** **OS NOSSOS PROGRAMAS**

Área reservada
USERNAME
***** OK
Recuperar password
REGISTA-TE AQUI!!

A internet como forma de ligar os jovens a causas no terreno.
Oportunidades de Voluntariado para jovens entre os 15 e os 30 anos.

NOTÍCIAS DO DIA Ver todas >

OIL SPILL UPDATE
The Gulf Coast is prepping for the onslaught of an oil slick the size of Puerto Rico.

FAZ AGORA!
Selecciona as opções que mais se adequam a ti e clica em pesquisar. Vamos dar-te ideias de como podes actuar!
QUE CAUSA? ▾
COM QUEM? ▾
ONDE? ▾
QUANTO TEMPO? ▾
PESQUISAR

PROJECTO DO DIA
Grupo Intervenção Humanitária
Estou a tentar incentivar e ajudar os jovens e a população em geral na prática do voluntariado e da cooperação para o desenvolvimento em Portugal e noutros países (especialmente PALOP's), através da divulgação de projectos, formações e oportunidades no Grupo Intervenção Humanitária, criado por mim no Facebook.

Em Destaque!
Este Verão, o Tour Do Something andou pelo país. *Sabe mais.*
A partir de agora as Associações com oportunidades de voluntariado já se podem registar no DoSomething.pt.

Junta-te a Nós!
Tens um projecto com um grupo de amigos?
Forma um **Clube Do Something!**
Vais receber benefícios fantásticos!
CLUBES!

PARTILHA ALGUMA COISA
Voluntariado na Escola
Com o início do novo ano lectivo, a tua escola oferece oportunidades de voluntariado?
 Sim.
 Não.
 Não Sei.
VOTA! mais

Find us on Facebook
Do Something Portugal
You like this. Unlike
1,333 people like Do Something Portugal
Paulo Tese Assoc Vanda Carlos Madalena
Lidia Jú Daniel Carolita De Tarot

Patrocinadores
BRANDIA CENTRAL

Parceiros
Fundação edp Instituto Português da Juventude, I.P. SANTA CASA FUNDAÇÃO LUSO-AMERICANA FUNDAÇÃO INSTITUTO DE CASILLAS

Ajuda Sobre Nós Mapa do Site Privacidade Subsídios Donativos Associações Celebidades PESQUISAR seara.com

tese
Projecto Implementado por TESE

Figura 22 - Homepage dosomething.pt

Em Setembro do presente ano (2010), surgiu em Portugal o conceito do dosomething.org. Este projecto foi implementado pela Tese¹⁴, uma associação para o desenvolvimento estabelecida em 2002. A aplicação é idêntica à estudada, assim como a forma de actuação, incluindo a formação de clubes e a doação de fundos para projectos lançados pelos jovens.

Será um bom caso de estudo a analisar futuramente.

2.3.2.5. Inpakt.com

<http://www.inpakt.com/>

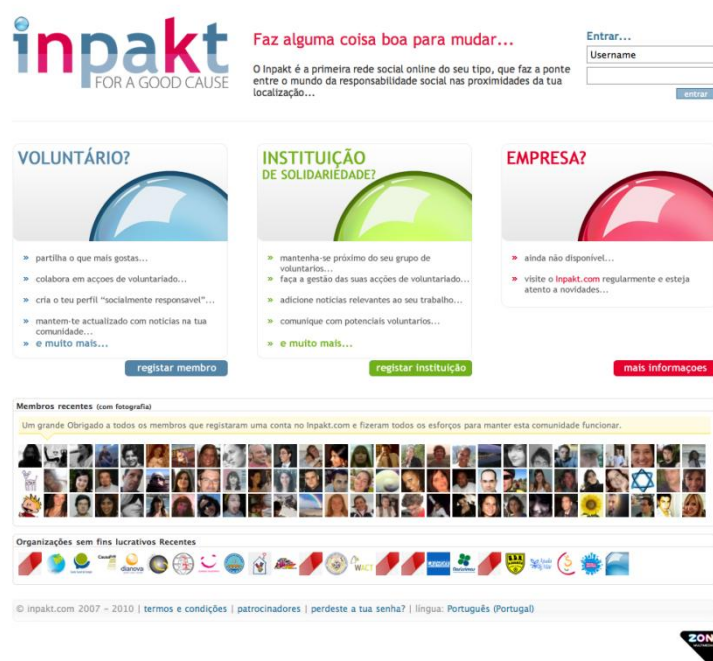


Figura 23 - Homepage inpakt.com

A aplicação inpakt.com, desenvolvida em 2007, pretende fazer a “[...]ponte entre instituições de solidariedade social e os potenciais voluntários registados no site¹⁵[...]” .

¹⁴ <http://www.tese.org.pt/>

¹⁵ http://www.inpakt.com/what_is/

Utiliza a geo-localização das acções de voluntariado, instituições sem fins lucrativos e voluntários, para optimização das pesquisas. Permite o registo de voluntários e instituições de forma rápida através de formulários. Apresenta a opção de registo de empresas, mas ainda em construção.

Apresenta também várias dezenas de voluntários inscritos e 24 organizações. No entanto, dessas organizações, apenas duas têm acções de voluntariado definidas, e nenhuma tem voluntários activos.

Não se conseguiu apurar mais informação, parece uma plataforma promissora, mas talvez tenha ficado parada no tempo, sem manutenção.

2.3.2.6. Câmara Municipal do Porto – Apoio ao Voluntário

<http://195.23.4.225/FrontEnd1/Voluntarios/>

Durante a pesquisa, foi-nos referenciado que a Câmara Municipal do Porto tinha lançado uma plataforma de pesquisa de propostas de voluntariado. Dada a proximidade geográfica da zona de trabalho, procurou-se analisar a mesma.

Foi francamente difícil encontrar a aplicação de pesquisa de oportunidades de voluntariado na página da Câmara Municipal do Porto.

O actual endereço para a aplicação é o curioso:

<http://195.23.4.225/FrontEnd1/Voluntarios/>

smav / serviço municipal de apoio ao voluntariado

PORTO Câmara Municipal

»Pesquisa de Oportunidades »Organizações aderentes »Ajuda

Nome da instituição	Descrição	Detalhes	Reservar	Vagas
Centro Social da Paróquia Senhora da Conceição	Serviço de sopa quente e pão, de segunda-feira a sexta-feira à hora do jantar (18h-20:30h), aos sem-abrigo da cidade do Porto, no bar do Centro Paroquial.			59
Associação Portuguesa dos Pais e Amigos da Cidadão Deficiente ...	voluntário(a) para colaborar no recebimento de quotas dos associados (os dias e horas serão de acordo com a sua disponibilidade)			2
ATLAS- Cooperativa Cultural	Voluntários para prestar apoio processual, informativo e jurídico a Imigrantes, acompanhamento em processos de legalização, nacionalidade e outros.			0
ATLAS- Cooperativa Cultural	Voluntário para expediente geral de escritório do Departamento de Formação Profissional da Atlas. As tarefas predominantes seriam atendimento ao público, atendimento telefónico, arquivo, produção de textos, fotocópias, etc.			0
ATLAS- Cooperativa Cultural	Voluntários para desenvolver a 2.ª fase do Projecto Djunta Mom, projecto de Solidariedade e Cooperação com Cabo - Verde. Este projecto é apadrinhado pelo Atleta Nelson Évora e é da Responsabilidade da Associação Nacional de Bombeiros...			6
ASSOCIAÇÃO ANIMAIS DA QUINTA	Colaborar, em regime de voluntariado, na limpeza e ordenamento do caniil da Associação Anímalis da Quinta, e no acompanhamento e tratamento dos animais que lá se encontram instalados. O caniil situa-se na zona de Gondomar. Possuir vistoria própria é aconselhado...			9
ASSOCIAÇÃO ANIMAIS DA QUINTA	Colaborar, em regime de voluntariado, com outros elementos da Associação Anímalis da Quinta, em acções de campanha de promoção da nossa actividade e dinamização de adopção dos nossos animais. Os locais serão variáveis...			7
Junta de Freguesia de Looelredo do Ouro	Promoção de uma sessão semanal na área da informática / animação junto dos idosos do Centro Social da Arrábida. Não se trata de habilitar os idosos para trabalhar no computador mas mostrar-lhes as potencialidades da internet, pondo...			0
Mundo a Sorrir - Associação de Médicos Dentistas Solidári...	Médicos Dentistas para realizar consultas de forma voluntária, uma manhã ou uma tarde por mês, no Projecto Saúde a Sorrir - Centro de Apoio à Saúde Oral.			15
Mundo a Sorrir - Associação de Médicos Dentistas Solidári...	Médicos Dentistas, Estudantes de Medicina Oral e Higienistas Oraís para realizar rastreios de saúde oral, uma vez por semana.			15

Segueite >>

Nome da Instituição: Qualquer

Área de Intervenção: Qualquer, Acção Cívica, Ciência e/ou Cultura, Desenvolvimento da vida associativ, Desporto, Emprego e Formação Profissional, Promoção de Voluntariado e da Solidari...

Área Geográfica: Paranhos, Ramalde, Santo Ildefonso, São Nicolau, Sé, Victória, Outra (ver local em "Detalhes")

Horários: Seleccionar todas, Limpar Todas

Seg. Ter. Qua. Qui. Sex. Sáb. Dom

Manhã

Tarde

Noite

Licenciatura: Licenciatura

Pesquisar >

PortoDigital POS CONHECIMENTO

Figura 24 - Homepage banco de voluntariado CM Porto

A aplicação tem um sistema de pesquisa semelhante ao da “Bolsa do Voluntariado”, talvez um pouco mais rudimentar.

No entanto, os resultados da pesquisa, são mais claros sobre aquilo que se espera do voluntário. Sabe-se o “Onde” e de forma sucinta, “O Que”. Indica ainda o número de vagas disponíveis, uma ficha com alguns detalhes sobre a acção, e uma opção para inscrição do voluntário na mesma.

O método de inscrição do voluntário nas acções, parece algo confuso. Pela conclusão que se tirou, o voluntário terá de preencher um formulário de inscrição (muito pouco apelativo devido a estar mal formatado e construído) por cada acção, visto não haver nenhum registo do voluntário na aplicação, apenas nas propostas.

O sistema parece ter apenas doze propostas inseridas na base de dados, algumas delas com mais de um ano e meio. Talvez esteja numa fase experimental ou em construção.

2.3.2.7. Banco de Voluntários da Associação Voluntários Universitários VO.U

<http://spreadsheets.google.com/viewform?hl=en&formkey=dFBtektZSXFoS1k5MoJfUGViV3hoVGc6MA>

Não se podia terminar este capítulo sem mencionar uma iniciativa de um dos grupos de voluntários da U.Porto que faz parte do nosso estudo.

Foge um pouco ao contexto que temos vindo a estudar, mas prima pela iniciativa e simplicidade, assim como, a vontade de fazer, usando as ferramentas ao seu dispor.

Uma das propostas do Grupo VO.U é a criação de um banco de voluntários universitário. Ao invés de recorrerem ao tradicional envio de PDF's ou emails, resolveram utilizar uma ferramenta gratuita disponibilizada pela Google. Com o Google Docs , usando a aplicação Spreadsheets, similar às folhas de cálculo do Excel da Microsoft, é possível a criação de formulários on-line customizados, fáceis de enviar por email e com representação gráfica dos dados recebidos.

Apesar de não estar no âmbito de uma plataforma com cruzamento de dados e capacidades de uma rede social, contornaram o problema de uma forma relativamente rápida e gratuita.

Foi também o único grupo a utilizar esta ferramenta como forma de inscrição de voluntários. Se nada mais, apresenta uma boa oportunidade para transmitir este

conhecimento a outros grupos, de forma a aproveitarem ferramentas de acesso gratuito como o Google Docs, que tanto podem otimizar e facilitar o trabalho diário.

2.3.2.8. Conclusão

O estudo destas propostas foi motivador no sentido em que, os objectivos em que se propôs intervenção, estão identificados por várias instituições, provando a existência da necessidade, para além de estarem a ser feitos esforços para se conseguir chegar a soluções.

No campo nacional, existe muito espaço para intervenção e muitas oportunidades para aprender com as experiências de quem já está no campo a trabalhar.

É sem dúvida possível contribuir com muitas destas organizações para ajudar a desenvolver as ligações, sinergias e divulgação necessárias.

3. Identificação, análise e especificação de requisitos

A identificação, análise e especificação de requisitos é uma das partes centrais da dissertação deste trabalho. Podemos dizer que o seu objectivo é procurar aplicar os recursos disponíveis na resolução de problemas realmente importantes. No entanto, o processo não é nem linear nem finito neste caso em particular. Não é linear porque a longo prazo não existe um ou mais objectivos concretos e imutáveis.

Através do contacto com os *stakeholders* e adquirindo um conhecimento cada vez mais completo do domínio, as condições necessariamente alteraram. Isto implica que tenha sido necessário aplicar mudanças estratégicas ao desenvolvimento do projecto.

Como se irá ver mais à frente, a plataforma do-it.org.uk baseou a sua estratégia de recolha e pesquisa de dados por geo-localização. Funcionou durante anos, mas recentemente encontraram problemas que os forçaram a reformular o processo.

Não é finito, pelo mesmo princípio. A constante mudança vai levar não só à reformulação do que já se conhece, como à eventual desistência de alguns requisitos e acolhimento de outros. O estado de estagnação que se viu em algumas das plataformas estudadas, que não avançaram nem em termos gráficos nem em termos tecnológicos, mostra que não é possível criar uma aplicação deste género e esperar que o que foi válido na altura da criação, o seja *ad eternum*. Se mais não for, pelo simples facto de que cada geração tem interesses e necessidades diferentes da anterior.

Pegando nos pensamentos de Thoreau e Emerson (1983):

Each generation must discover the world through its own eyes rather than through the eyes of the previous generations

Se tomarmos o exemplo do dosomething.org, vemos que toda a sua aposta está na valorização das gerações mais novas. Dão valor às novas ideias e iniciativas, menos formatadas dos mais jovens. Avaliando pelo feedback dos seus participantes, tanto nos

vídeos como nas mensagens, percebemos que foi uma aposta ganha. Os projectos são interessantes e inovadores, a motivação é grande, e os resultados são significativos.

3.1. Descrição, abordagem e considerações

Esta análise tomou em consideração os seguintes pontos, tendo em conta aspectos tecnológicos e sociais:

- Revisão da literatura;
- Avaliação do estado da arte;
- Observação e dialogo com os *stakeholders*;
- Recolha de boas práticas referidas e aplicadas ao terceiro sector.

Usa-se o termo *stakeholder* no seu sentido mais lato, ou seja, refere-se a todas as pessoas ou organizações que tenham um interesse legítimo no projecto, ou sejam afectadas por este, directa ou indirectamente. Englobam-se assim as pessoas no seu desenvolvimento, os voluntários e dirigentes dos grupos de voluntários, e os seus utentes, o que no fundo significa, toda a comunidade envolvente. Dada a grande dimensão deste grupo, é natural que apenas se tenha conseguido uma pequena amostra, no curto período respeitante a esta dissertação. O aprofundamento, será considerado um trabalho continuado e de longo prazo.

Em termos de abordagem, uma das preocupações iniciais foi conhecer o domínio. O propósito de desenvolver código e criar uma aplicação é o de melhorar um determinado domínio, neste caso, o do Voluntariado. Para se conseguir este efeito, o software deve encaixar harmoniosamente nesse domínio, caso contrário, criará atrito e, inevitavelmente, barreiras que levarão ao não funcionamento do mesmo. Seguindo os princípios do Domain-Driven Design, o software deve reflectir o domínio, e incorporar os seus conceitos fundamentais (Haywood D. 2009).

Foi então necessária a observação e o diálogo com os intervenientes do domínio. A título de experiência, foi feito em duas fases distintas. Nos primeiros meses do projecto a abordagem foi muito activa, contactos, reuniões, protótipos, etc. Quando se sentiu

que não havia dúvidas de que os envolvidos conheciam o propósito, a disponibilidade e a intenção deste projecto, deixou-se de fazer tanta e tão frequente pressão, para avaliar o pulso da comunidade. Nesta fase a plataforma já estava on-line, limitada em características funcionais, mas com as bases necessárias para se trabalhar.

Concretamente, tomou-se a seguinte abordagem:

Análise do estado da arte: avaliando plataformas de propósito similar, como vimos no capítulo 2.

- A partir de meados de Dezembro de 2009, foram contactados sistematicamente os vários grupos e foram feitas entrevistas pessoais exploratórias, aos que devolveram uma resposta. Os resultados serão analisados mais adiante.
- Participou-se em reuniões com os vários responsáveis incluindo a U.Porto à qual foi apresentada formalmente uma proposta do que se pretendia fazer e as características que se iria procurar implementar na plataforma.
- Dia 30 de Janeiro, colocou-se um protótipo funcional, mas visualmente muito simples. Este protótipo só foi divulgado aos responsáveis pelos grupos de voluntariado, tanto por nós como pela própria Comissão de Voluntariado da U.Porto.

Os objectivos passavam por motivar os envolvidos no sentido que estavam efectivamente a acontecer coisas, testar o uso da mecânica idealizada até ao momento - inscrição de voluntários, páginas de organização, inserir missões e tarefas, possibilidade de inscrição nas tarefas, etc., e sobretudo, conseguir inicializar um diálogo baseado no feedback.

O protótipo esteve on-line até ao dia 28 de Abril, altura em que se inaugurou a plataforma Migos.org divulgando-a ao público, no dia do Voluntário na Reitoria da Universidade do Porto, com o novo interface e algumas funcionalidades base a funcionar.

Durante este período de 3 meses, a adesão à experimentação com o protótipo foi insignificante.

Foi apresentado pessoalmente a alguns dos envolvidos. O parecer dado foi bastante positivo quanto à iniciativa e sua pertinência. Deixavam promessas de envolvimento, que não se confirmavam.

O feedback mais directo que se obteve, de um dos dirigentes, foi: “Está feio, não gosto”.

Durante esse período, e acreditando que o maior obstáculo estava efectivamente na parte gráfica, foram reformuladas prioridades por forma a canalizar mais recursos nesta aérea.

Construíram-se maquetas, estudaram-se *layouts* e procurou-se ajuda.

- A 9 de Abril agendou-se um workshop com todos os responsáveis dos grupos de voluntariado, comparecendo sete elementos representativos de 6 grupos distintos. Foram apresentadas as maquetas das diversas páginas da plataforma e discutidos os vários pontos de funcionamento e interface.
- A 28 de Abril a plataforma foi inaugurada com a capacidade de registo de voluntários, organizações, missões e tarefas. Permitia ainda a atribuição de direitos administrativos aos gestores dos grupos, e a inscrição nas actividades. A partir dessa data, iniciou-se o polimento e desenvolvimento de funcionalidades mais complexas. Decidiu-se não continuar a pressionar o envolvimento dos grupos, mas apoiar as suas acções assim que tomavam a iniciativa de participar. Procuramos assim, não adulterar a nossa experiência com acessos forçados. Desta forma seria mais simples analisar a espontaneidade dos grupos e compreender a sua dinâmica.

3.2. Análise das entrevistas e inquérito

Foram feitas entrevistas exploratórias e, em simultâneo, um inquérito (Anexo 1) a pessoas responsáveis pela grupos de voluntários. Alerta-se para o universo reduzido, de 10 respostas. No entanto, daí foram retiradas as seguintes conclusões:

- As equipas coordenadoras são normalmente pequenas, entre 1 a 5 elementos, com uma notória excepção de um caso de 16 elementos.

- As idades médias dessas equipas está compreendida entre os 20 e 30 anos, havendo equipas com uma média entre os 36 e os 45 anos.
- 60% das equipas faz apenas tarefas de longo prazo, 40% faz de longo prazo e pontuais. Nenhum grupo faz apenas tarefas pontuais.
- Todos os grupos inquiridos têm presença na internet. 60% dos casos está presente em redes sociais, 50% tem página própria e 40% têm uma página dedicada dentro do contexto de outro site. Apenas 20% sente a necessidade de ter um *blog*. A soma dos valores é acima dos 100% pois podem ter mais que um caso em simultâneo.
- O meio mais usado para comunicar com os voluntários é o correio electrónico.
- Apenas um grupo contactou um banco de voluntários, no entanto, foi dito que não obtiveram qualquer resposta. 90% dos grupos têm o seu próprio banco de voluntários. Que é, na grande maioria, uma folha de cálculo.
- A esmagadora maioria dos casos, estaria disposta a partilhar o seu banco de voluntários com outras organizações, caso os voluntários assim o permitissem.
- O processo de inscrição de voluntários é feito sobretudo em papel ou através do download de um documento word ou PDF. Apenas um caso, usa formulário on-line.
- As actividades são formalmente organizadas, é feita a gestão de grupos, divisão de tarefas e estipulação de objectivos. Apenas 30% faz análise de desempenho.
- 50% dos grupos tem apoio de pessoas ligadas à área de comunicação, marketing e/ou design.

É importante notar o facto de todos os grupos terem uma presença na Internet e procurarem tirar benefícios das oportunidades lá existentes, em especial, na divulgação das suas actividades em redes sociais, um facto importante, visto que 25% da população está envolvida nelas. (TWN Portugal 18, Fev 2010) (Diário de Notícias 22, Fev, 2009)

É comum não ser fácil a actualização as suas páginas on-line, normalmente por falta de conhecimento, o que leva à necessidade de contactar terceiros para o fazer. É especialmente complicado quando é uma página inserida no site geral da faculdade. Daí a procura por um *blog* por forma a facilitar a publicação de notícias, mas que eventualmente leva à dispersão da informação.

Apesar do inquérito apontar que 50% dos grupos têm acesso a pessoas ligadas à comunicação, na prática a comunicação acaba por ser mais vezes analógica (flyers, cartazes, etc) em detrimento da comunicação e aposta na imagem via internet.

Normalmente, as soluções de comunicação desenvolvidas internamente pelos grupos têm muitas carências. É comum que as pessoas envolvidas não tenham formação na área da Informática ou design de comunicação. Os seus recursos financeiros são também, muitas vezes, limitados ou aplicados para resolver problemas que consideram de maior importância. Há ainda o caso de não sentirem a necessidade de comunicar de forma diferente do que já fazem.

Os problemas que daí resultam são vários: no contexto social actual, o standard de qualidade da comunicação atinge níveis muito elevados, a publicidade, a comunicação informativa, digital e analógica, têm evoluído a passos largos, em grande parte devido à competitividade pela atenção do receptor. Especialmente com a introdução da Internet, e respectivos custos reduzidos na criação e divulgação de conteúdos, houve uma explosão de informação como nunca antes na história da humanidade (Porter 2008). Já em 1971 Herbert Simon, analisando a informação escrita nas ruas e no geral, apontava que numa sociedade rica em informação, existe um rápido consumo da atenção do receptor (Simon 1971, p. 40-41). Isto implica que, muitas vezes, a qualidade da mensagem se confunda com a qualidade da comunicação (do meio, do formato, do design...) afectando assim, a sua credibilidade, ou causando que esta seja ignorada por completo. Este facto poderá limitar, à partida, muitas potenciais adesões aos projectos e grupos de voluntariado através da desistência.

Nos grupos com maior dimensão e organização, a angariação de voluntários acontece em sessões de apresentação e participação em eventos usando um stand. O registo via *web* é normalmente feito através do email com o envio de fichas de inscrição em PDF ou documentos de texto.

O armazenamento e organização de informação, quando feito em formatos de difícil acesso, manutenção e pesquisa, tornam-se um problema. Os arquivos em papel, as folhas de cálculo, base de dados de acesso rudimentar ou de difícil acesso por falta de formação, podem tornar-se um enorme obstáculo assim que o número de voluntários cresce em poucas dezenas. Se a informação for difícil de guardar, organizar ou pesquisar/processar, então, mais cedo ou mais tarde, acaba por desaparecer porque simplesmente não é prático utilizá-la. Apesar de não o fazerem, existe a disponibilidade de partilhar a base de dados de voluntários. No entanto, sem uma base de dados

centralizada, seria muito difícil fazê-lo. Sincronizar a informação seria um problema, usando os métodos que actuais.

A natureza do trabalho voluntário implica muitas vezes dar resposta a problemas que surgem sem hora marcada, e para isso é necessário encontrar recursos humanos e outros meios, de forma rápida. Dificilmente há tempo ou motivação para enfrentar processos morosos ou para lançar novas campanhas de angariação de voluntários devido ao tempo e meios que para elas é necessário despende.

3.3. Metodologia de desenvolvimento ágil

O tempo e recursos limitados, assim como as incertezas, obrigam a um planeamento cuidado. O desenvolvimento da aplicação foi sobretudo realizado pelo autor com a ajuda pontual de dois colegas. A constante aprendizagem, e o acesso a nova informação por parte da investigação, obrigavam a um reavaliar da situação e a repensar prioridades.

Estamos, então, perante um contexto de uma pequena equipa e de factores em constante mudança. Foi, por isso, escolhida a metodologia de desenvolvimento ágil de forma a procurar tornar o desenvolvimento mais fluído e organizado possível. Utilizar o método de desenvolvimento ágil com rigor, requer experiência e estudo continuado. Neste caso, esses factores não existiam, mas através de consulta de literatura disponível, procurou-se aplicar concretamente os seguintes pontos do método.

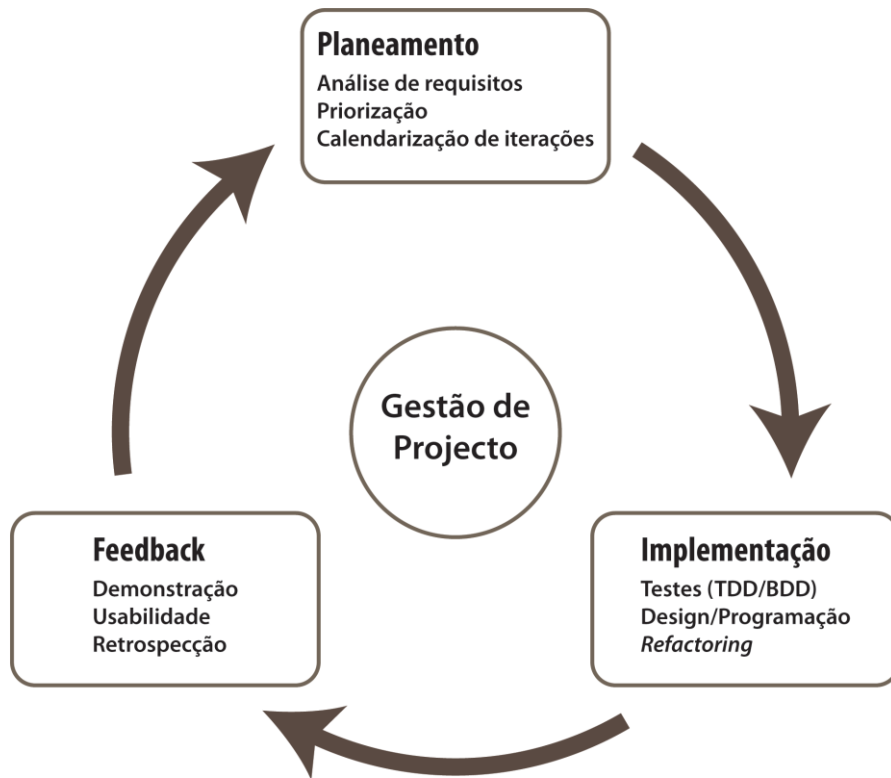


Figura 25 – Metodologia ágil - ciclo de iteração

3.3.1. Metodologia

1. Manter a atenção do cliente (as pessoas responsáveis pelos grupos de voluntários e os próprios voluntários) procurando apresentar novas características com ciclos interativos de desenvolvimento curtos, normalmente inferiores a duas semanas. O constante desenvolvimento também ajuda a eliminar incertezas e paralização, pois a melhor forma de reduzir incertezas é através da execução e análise de feedbacks.

“The higher a project’s uncertainties, the more critical an agile approach is to success.” Jim Highsmith (2006)

2. Criação de histórias de utilizador (*user stories*). Através do diálogo com os *stakeholders*, e do processo geral de estudo para compreensão do domínio, são escritos pequenos parágrafos que descrevem uma acção de um utilizador na

aplicação. Tradicionalmente essas histórias são escritas em pequenos cartões de papel para evitar que se estendam em complexidade. Não contêm informação de implementação mas podem conter (nas traseiras do cartão) alguns testes a serem escritos. (Cohn, 2004). A utilização de testes durante o desenvolvimento acaba por estar inerente á metodologia ágil. O tipo de testes é descrito mais adiante.

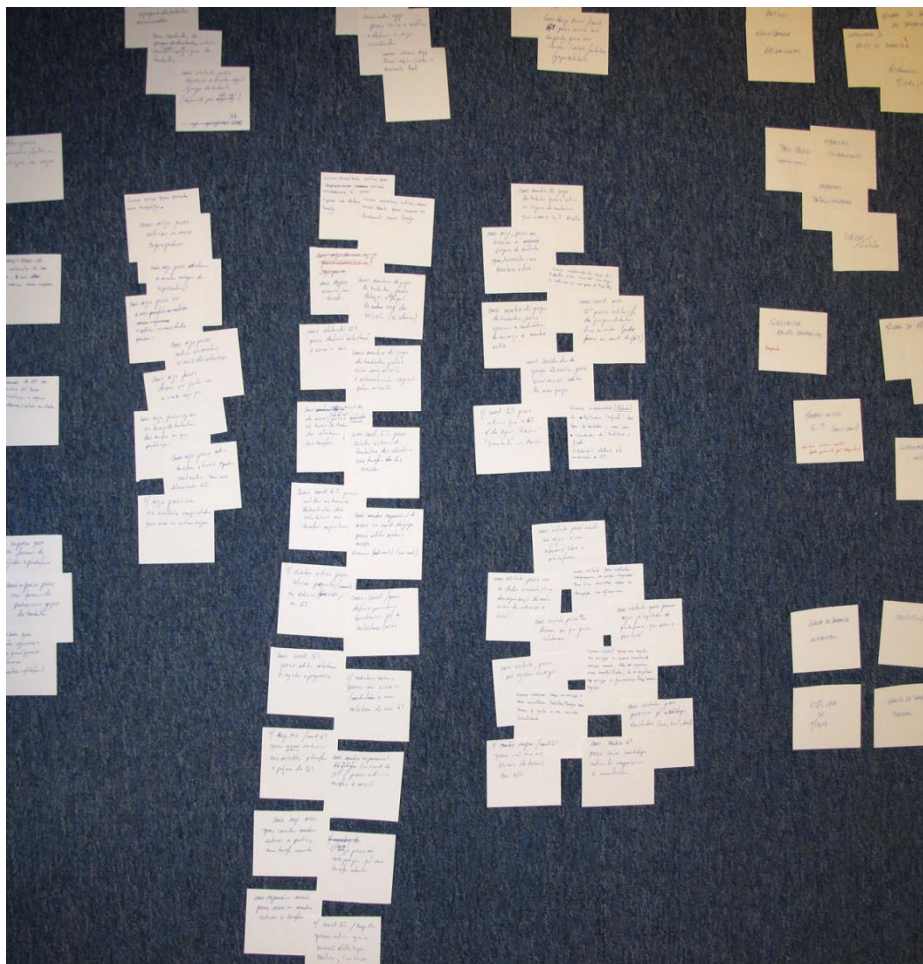


Figura 26 - User story cards do Migos.org

3. O feedback, foi sempre uma prioridade. Desde o protótipo inicial que permitia testar a primeira mecânica do projecto, com o objectivo de produzir feedback. Foram efectuadas entrevistas com responsáveis de cada grupo de voluntários de forma individual. Foi realizado um workshop com membros responsáveis pelos grupos de voluntários, onde se apresentaram os ecrãs principais, assim como, funcionalidades e palavras-chave do sistema, como missão, tarefa, grupo de trabalho. Houve um contacto constante via e-mail e uma total disponibilidade para discutir ideias e processos. Este é um processo contínuo, pois a aplicação estará sempre sobre auscultação e em constante desenvolvimento. Para além do feedback

ser uma excelente ferramenta de análise de requisitos é também um excelente canal de avaliação. Se a ambição é criar algo para ser usado por pessoas, ouvir o que têm para dizer é muito importante. Deve-se, no entanto, ter sempre presente o plano geral da aplicação para não cair no já referido erro do excesso de implementação de características.

O custo de implementação de uma característica pode ser demasiado alto. O desenho, teste e implementação consomem muitos recursos. As características devem ser muito ponderadas e merecer serem implementadas; deve-se começar sempre por dizer não, até ser completamente óbvio (muitas vezes pelo repetido feedback) da sua necessidade (37signals 2006).

4. **Motivação constante do grupo de trabalho.** Apesar de na maior parte do tempo, a aplicação ter sido desenvolvida pelo autor, foi fundamental o apoio de amigos, que dedicaram muitas horas a desenvolver código CSS, Javascript. Foi também fundamental a contínua discussão de abordagens técnicas para os problemas mais complexos do sistema, como as regras internas. Para isto, e como defendido pelo método ágil, é necessário estar rodeado de um grupo de pessoas motivadas e motivadoras. Para além das virtudes técnicas das pessoas o companheirismo e espírito de equipa, parecem ser factores cruciais no desenvolvimento.
5. **Auto-organização e adaptação.** Num ambiente onde os factores mudam rapidamente, devido á velocidade com que é preciso apreender nova informação, o repensar, organizar e adaptar é fundamental. Nem sempre as primeiras abordagens eram as correctas e, o voltar atrás, rapidamente acabou por poupar muito tempo a longo prazo.
6. **Priorização.**
A criação e gestão de prioridades é um dos pontos críticos do trabalho. É demasiado tentador criar listas intermináveis de características a implementar na aplicação. Mas, partindo do pressuposto que o tempo e os recursos são limitados e não podem ser esticados, é necessário escolher bem onde o esforço deverá ser aplicado.
7. **Procurou-se então seguir o método AOF referido por Porter para a gestão de prioridades no desenvolvimento de redes sociais (Porter, 2008).**

8. Este método baseia-se em três passos: a) Foco na actividade principal da aplicação onde se procura especificar exactamente o que é que a audiência vai fazer; b) Identificação dos objectos com os quais a audiência vai interagir; c) Escolha das características chave a implementar com base nos dados dos dois tópicos anteriores. Essas características referem-se às acções que a audiência vai realizar com os objectos apontados e que dão sustentação à aplicação.

3.3.2. Desenvolvimento

O desenvolvimento do código obedeceu na grande maioria ao método BDD, Behaviour Driven Development e ao Unit Testing. O método BDD é uma optimização do método TDD, Test Driven Development. Ambos os métodos requerem que antes de escrever o código para um determinado resultado, seja escrito primeiro um teste que irá verificar esse resultado. Ao seguir estes métodos, foi garantida uma maior robustez na aplicação e a possibilidade de ser automaticamente documentado o código escrito, visto cada teste ser descritivo. O método TDD baseia-se no seguinte ciclo:

1. Escreve-se um pequeno teste para um determinado resultado. Por exemplo: Se a parcela A for um número inteiro 2 e a parcela B for um número inteiro 2, o resultado será um número inteiro 4.
2. Verifica-se que o teste falha. Ainda não foi criado nenhum código de implementação, portanto não existe parcela A, B ou resultado.
3. Escreve-se o código de implementação. O código é escrito da forma mais simples e directa possível. O objectivo é que o teste anterior passe.
4. Analisa-se o resultado da nossa iteração. De seguida pode-se optimizar o código criado, ou seja a fase de refactoring.
5. No caso de ser necessário implementar código para gerir outras responsabilidades, por exemplo: imprimir o resultado, escreve-se um novo teste e repete-se o processo.

Este processo é também útil para documentar erros (bugs) que possam surgir quando a aplicação está a ser utilizada. Quando um erro é detectado, deve-se escrever um teste e depois a sua solução.

A vantagem de usar o BDD invés do TDD, é que o TDD testa sobretudo a estrutura interna de um objecto# enquanto o BDD testa as suas acções numa linguagem próxima da do utilizador final. Um teste no formato BDD seria por exemplo o seguinte: O administrador de um grupo de trabalho pode criar uma tarefa, que deverá ficar guardada na base de dados com a data de hoje. Ou seja, eliminamos da descrição pormenores técnicos de implementação e foca-se casos de interacção entre os actores da aplicação e a aplicação.

De forma a não se perder a minúcia dos testes de TDD, conjuga-se o BDD com Unit Testing. Depois de se criar o teste de BDD e este falhar, começa-se a escrever pequenos testes muito concretos, que descrevem passo a passo o código de implementação. Quando todos esses testes, chamados de Unit Tests passarem, então o BDD irá passar. Usaram-se duas frameworks para este efeito, o Cucumber# para BDD e o RSpec# para Unit Testing.

A utilização do método BDD ajuda a trabalhar com o planeamento ágil e vice-versa, visto podermos transformar as user stories em testes BDD.

3.3.3. Especificação de Requisitos

At its most basic, a software requirement is a property which must be exhibited in order to solve some problem in the real world. (IEEE 2004)

Esta análise é feita através do capítulo 2, da informação recolhida junto dos *stakeholders*, e da literatura disponível.

Devido à limitação de tempo e recursos, o desenvolvimento centrou-se na resolução dos requisitos mínimos de forma a conseguir ter uma versão estável da plataforma, obter participação dos *stakeholders* e assim conseguir uma avaliação da mesma.

Assim sendo, os requisitos mínimos não são considerados os mínimos para o bom funcionamento geral da plataforma, mas os necessários para cumprir esses objectivos.

Um requisito importante, como a pesquisa, não se encontra aí incluído, pois, sabendo que o número de informação inicial é para todos os efeitos reduzido, essa pesquisa não ia ser relevante. Por outro lado, a complexidade necessária para ter um bom sistema de pesquisa, que evite alguns dos problemas encontrados noutros sistemas, iria só por si consumir muitos dos recursos disponíveis.

3.4.Requisitos do sistema

3.4.1. Requisitos Funcionais

Os requisitos funcionais descrevem as funções que o software tem de executar, ou seja, são as suas capacidades. (IEEE 2004)

3.4.1.1. Requisitos Mínimos

- Registo de voluntários na plataforma, com validação automática de endereço de e-mail.
- Página pessoal de voluntário, com capacidades de administração de forma a editar os seus dados, verificar grupos e tarefas onde está inscrito, e possibilidade de apagar a conta.
- Permitir que um voluntário possa registar diversos dados pessoais que o ajudem no percurso como voluntário, como o registo de características pessoais, localização geo-referenciada, contactos, histórico de actividade académica e de voluntário, e ainda o registo de horas de trabalho voluntário para formar um currículo de voluntário.

- Permitir que um voluntário inicie uma troca de mensagens com um ou mais voluntários em simultâneo. Trata-se de uma comunicação assíncrona, que funciona como um mecanismo de e-mail interno. São enviadas notificações via e-mail para os voluntários quando recebem uma mensagem.
- Permitir que o voluntário se possa inscrever em grupos de trabalho, missões e tarefas.
- Permitir que um visitante se possa inscrever num grupo de trabalho, ficando automaticamente inscrito como voluntário na plataforma e no respectivo grupo.
- Permitir que um voluntário possa a qualquer altura submeter um registo de feedback com sugestões, dúvidas ou sugestões.
- Registo automático de falhas no sistema e envio de notificações para os administradores.
- Permitir a inscrição de grupos de trabalho no Migos. Esta inscrição é feita manualmente pelos administradores do Migos para garantir controlo e qualidade das inscrições.
- Permitir que um grupo de trabalho subdivida uma missão em tarefas concretas em que os voluntários possam inscrever.
- Permitir que um grupo de trabalho defina o estado em que determinada tarefa se encontra, e concluir com um testemunho sobre como decorreu a tarefa.
- Permitir que um grupo de trabalho possa ter administradores, e que esses administradores possam autonomamente gerir graus de administração no seu grupo de trabalho, podendo atribuir grau de administração, colaboração ou voluntário.
- Permitir que os administradores ou colaboradores de um grupo de trabalho possam editar as informações desse grupo, incluindo o nome, contactos, logótipo, slogan e geo-referenciação.
- Permitir que um grupo de trabalho aceite pedidos de participação de voluntários registados, atribuindo um perfil dentro da organização (fã, migo, colaborador, administrador), e associando a uma missão ou uma tarefa.
- Permitir que um grupo de trabalho possa identificar voluntários associados a missões, mas não associados a uma tarefa concreta. O voluntário neste estado é considerado no sistema como estando em “limbo”. Este estado ajuda grupos de trabalho a identificar voluntários livres no momento.
- Permitir a troca livre de mensagens nas páginas de voluntário, instituição, organização, missão e tarefa.

- Permitir que os responsáveis por missões possam validar o trabalho dos voluntários, quer por validação de tempo de trabalho prestado, como também no registo de observações sobre a participação.
- Permitir a divulgação de notícias do Migos e das organizações.
- Permitir que um grupo de trabalho ou tarefas desse grupo sejam marcadas como reservadas e deste modo as inscrições dos voluntários fiquem em modo pendente até serem validadas pelos administradores.
- O sistema deve fazer um *backup* periódico automático dos seus dados.
- Sistema de pesquisa de informação que tenha em conta o perfil dos utilizadores, das organizações, missões e tarefas.

3.4.1.2. Requisitos não mínimos

- Filtrar e esconder automaticamente voluntários que não façam login na plataforma durante um período de tempo a determinar.
- Filtrar e esconder grupos de trabalho que não demonstrem qualquer tipo de actividade durante um período de tempo a determinar.
- Permitir que grupos de utilizadores formem autonomamente equipas de trabalho com um espaço próprio na aplicação. Estas equipas poderão ser integradas em tarefas estabelecendo uma ligação automática com todos os membros da equipa.
- Permitir que voluntários pesquisem a oferta de tarefas e grupos de trabalho, priorizado pela correlação com a sua posição geográfica e tipo de disponibilidade.
- Permitir que grupos de trabalho e voluntários organizem sessões de formação de diversos formatos e temas, formais ou informais na plataforma, visíveis a todos os utilizadores do sistema.
- O sistema deverá contemplar a calendarização de eventos e a notificação desses eventos automaticamente.
- O sistema deverá ter uma secção para informação e inscrição em acções de formação.
- O sistema deverá permitir a recolha de donativos ou pagamento de serviços directamente, através de serviços como o *paypal* ou *visa*.
- O sistema deverá permitir que um grupo lance uma campanha sobre uma missão ou tarefas de forma automática através de e-mail.

- Este e-mail será formatado com os dados do grupo e o contexto de trabalho e enviado para um grupo-alvo de voluntários seleccionado.
- O sistema deverá permitir que os grupos de trabalho possam criar metas quantitativas para missões, que servirão de *milestones*. Por exemplo, organizar um número X de pessoas, conseguir realizar X horas de trabalho, ou angariar um X em fundos.
- O sistema deverá ter um mecanismo de atribuição de recompensas em forma de crachás virtuais, baseado num conjunto de regras bem definido.
- O sistema deverá permitir a gestão de meios materiais assim como, o registo de possíveis empréstimos ou alugueres.
- Módulos de análise estatística integrados na aplicação de forma a poder facultar relatórios detalhados das actividades aos grupos de trabalho.

3.4.2. Requisitos Não Funcionais

Os requisitos não funcionais referem-se a constrangimentos ou requisitos de qualidade, como performance, manutenção, usabilidade, etc. (IEEE 2004)

3.4.2.1. Requisitos Mínimos

- O sistema deve suportar pelo menos 500 utilizadores durante a fase de desenvolvimento para tese.
- O sistema deve suportar pelo menos 20 organizações durante a fase de desenvolvimento.
- O sistema deve suportar o envio de pelo menos 200 e-mails diários.
- O sistema deve (retirei de) conseguir suportar a geração de pelo menos 100Mb de dados na base de dados durante o período de desenvolvimento.
- A base de dados deve ter tempos de resposta inferior a 50ms.
- A interface da plataforma deve (retirei de) obedecer a critérios de design que a tornem apelativa aos seus utilizadores.

- O interface deverá garantir uma elevada usabilidade com o mínimo de frustração por parte dos utilizadores.

3.4.2.2. Requisitos Não Mínimos

- O sistema deve ser escalável e suportar um número indeterminado de utilizadores.
- O sistema deve ser escalável e suportar um número indeterminado de organizações.
- O sistema deve permitir a expansão vertical (separação por camadas) ou horizontal (acréscimo de pontos de acesso e cores de processamento) para suportar o aumento de acessos.

3.4.3. Actores do Sistema

3.4.3.1. Voluntário (VOL)

Todas as pessoas registadas na plataforma são voluntárias, quer sejam ou não dirigentes de grupos de voluntariado. Este conceito permite que todos os intervenientes sejam encarados da mesma maneira. Por outro lado, dá liberdade de actuação ao voluntário já que ele pode ser administrador de um grupo de trabalho e voluntário noutro, utilizando a mesma conta.

3.4.3.2. Administrador de Sistema (AS)

Um administrador de sistema é um voluntário que tem permissões para gerir todas as particularidades da aplicação.

3.4.3.3. Administrador de Instituição (AI)

Um administrador de instituição, representa um cargo de formalidade no sistema. As Instituições são agregadores de vários grupos de trabalho. Estes administradores podem ser chamados a intervir em situações de formalidade. Por exemplo, validar determinadas horas de trabalho que precisem de maior legitimidade.

3.4.3.4. Administrador de Grupo de Trabalho (AGT)

Um administrador de grupo pode criar e editar missões e tarefas do grupo a que pertence. Nesta qualidade também pode fazer a gestão de voluntários do grupo que coordena, aceder aos seus perfis e validar horas de trabalho.

3.4.3.5. Colaborador de Grupo de Trabalho (CGT)

Um administrador de grupo pode designar um voluntário como colaborador. Os colaboradores podem criar missões e tarefas nessas missões, passando a estar responsáveis por estas. Não podem editar ou apagar missões e tarefas das quais não são responsáveis.

3.4.3.6. Responsável pela Missão (RM)

O responsável pela missão é o AGT ou CGT designado a coordenar as acções e administrar os dados e afiliações da missão. A tarefa não é exclusiva a este membro, mas é dado maior ênfase à sua acção nesse papel como responsável.

3.4.3.7. Visitante (V)

Um visitante é qualquer pessoa que chega à plataforma mas não está registada.

3.5. Casos de Utilização

3.5.1. Informação Pública

- Como visitante posso aceder ao migos.org e ver informações sobre a plataforma.
- Como visitante posso ver os grupos de trabalho existentes e suas características.
- Posso filtrar e/ou ordenar a lista de grupos de trabalho pelas minhas áreas de interesse e preferências regionais.
- Como visitante posso contactar responsáveis de uma organização para tirar dúvidas sobre as obrigações que tenho ao afiliar-me a um GT.
- Como visitante posso procurar por voluntários já registados na plataforma por área e local.
- Como visitante posso ver a lista de tarefas disponíveis nos grupos de trabalho.
- Posso filtrar e/ou ordenar a lista de tarefas pelas áreas de interesse e preferências regionais.
- Como visitante posso ver a lista de formações disponibilizadas.
- Posso filtrar e/ou ordenar por área de interesse, preferências regionais, e formador.
- Como visitante posso ver as notícias publicadas na plataforma.
- Como visitante posso ver os artigos escritos para a plataforma.
- Como empresa posso ver formas de ajudar a plataforma.
- Como empresa posso ver formas de patrocinar grupos de trabalho.
- Como potencial patrocinador posso contactar organizações com as quais quero colaborar. Devo de permanecer "invisível" à plataforma caso deseje.
- Como visitante posso ver tópicos de ajuda na utilização da plataforma.

3.5.2. Registo de Voluntários

- Como visitante posso registar-me no Migos.
- Como visitante posso inscrever-me numa tarefa levando-me a inscrever no Migos, ficar associado à organização, missão e tarefa.
- Como visitante posso inscrever-me numa missão levando-me a inscrever no Migos, na organização e na missão.
- Como visitante posso pedir afiliação a um grupo de trabalho levando-me a inscrever no Migos.
- Como visitante posso registar-me no Migos e inserir emails de amigos meus sugerindo a sua inscrição na plataforma.

3.5.3. Dados do Voluntário

- Como voluntário posso preencher o meu perfil no sistema:
- Nome e data de nascimento;
- Motivação e interesse;
- Localização geográfica;
- Informação de habilitações académicas;
- Informação de experiência profissional;
- Informação de áreas de interesse;
- Informação de experiência de voluntariado;
- Contactos.
- Como voluntário posso preencher os meus dados de estudante (caso aplicável).
- Como utilizador posso definir a privacidade dos meus contactos.
- Como utilizador tornar posso tornar o meu perfil invisível quando não estou disponível para realizar trabalho voluntário.
- Como voluntário posso alterar a minha imagem de apresentação.

3.5.4. Registo e Gestão de Grupos de Trabalho e Instituições

- Como administrador de sistema (AS) posso aprovar propostas de grupos de trabalho e definir migo um utilizador como administrador desse grupo de trabalho (AGT).
- Como AS posso criar uma instituição e definir um utilizador como administrador de instituição (AI).
- Como AI posso editar os dados da minha instituição.
- Como AI posso propor a criação de grupos de trabalho da minha instituição.
- Como AGT posso editar os dados do meu grupo de trabalho:
 - Nome;
 - Localização geográfica;
 - Slogan, motivação e objectivos;
 - Logótipo;
- Tipo de grupo de trabalho: o grupo aberto permite a livre inscrição de voluntários; o grupo exclusivo requer validação da inscrição;
- Contactos.
- Como AI não posso editar informação dos grupos de trabalho, a menos que também seja AGT desse grupo.
- Como AS ou AGT posso transformar um grupo de trabalho num grupo aberto ou exclusivo.
- Como Migo posso formar ou juntar-me a uma equipa.

3.5.5. Gestão de Afiliações

- Como voluntário posso associar-me a grupos de trabalho. A afiliação é imediata se o grupo de trabalho for do tipo aberto ou pendente de validação se for do tipo exclusivo.
- Como AGT ou CGT posso validar as afiliações de voluntários no grupo de trabalho;
- Como AGT ou CGT posso promover voluntários ao cargo de CGT no grupo de trabalho;

- Como AGT posso promover voluntários ao cargo de AGT no grupo de trabalho;
- Como AGT ou CGT posso demover o voluntário a amigo do grupo de trabalho.
- Como voluntário posso desactivar filiações em grupos de trabalho a partir da minha página pessoal.
- Como AGT ou CGT posso convidar um voluntário a filiar-se no grupo de trabalho.

3.5.6. Gestão de Missões e Tarefas

- Como AGT posso criar uma missão para o grupo de trabalho e caracterizá-lo:
 - Nome e responsável;
 - Objectivos;
 - Imagem de capa.
- Como AGT ou CGT, quando criar uma missão, sou automaticamente associado como responsável pela missão (RM).
- Como RM, posso editar os dados das missões.
- Como AGT ou CGT posso criar uma tarefa, associada a uma missão e caracterizá-la:
 - Tipo de pré-selecção (livre ou com validação de pré-requisitos do voluntário);
 - Nome;
 - Objectivos e horário;
 - Horas previstas;
 - Datas de início e conclusão.
- Como RM posso mudar o estado de progresso da tarefa: cancelado, em progresso ou concluído.
- Como AGT ou CGT posso definir objectivos globais concretos (*milestones*) e associar missões a esse objectivo.
- Como AGT posso definir parâmetros quantitativos para a *milestone* ou missão.
- Como AGT posso editar *milestones* e registar o progresso.
- Como RM posso criar notícias nas missões e tarefas, assim como na página do grupo de trabalho.
- Como responsável por uma missão (RM), posso associar membros activos do grupo de trabalho a tarefas.

- Como AGT ou CGT posso organizar os voluntários inscritos na missão, colocando-os nas tarefas adequadas.
- Como AGT ou CGT posso ver a lista de colaboradores desocupados de tarefas.
- Como RM, posso convidar membros activos a participar numa determinada tarefa.
- Como voluntário posso auto propor-me para uma tarefa.
- Como voluntário, posso registar as horas de trabalho das tarefas a que pertença para futura avaliação.
- Como voluntário posso indicar tarefas e horas realizadas espontaneamente para um determinado grupo de trabalho.
- Como RM, posso inserir (mas não validar) horas de trabalho dos voluntários nas tarefas.
- Como AGT posso validar as horas de trabalho dos voluntários.
- Havendo a necessidade (protocolo) de legitimação "oficial" das horas de trabalho, será um AI a fazê-lo. O protocolo é estabelecido pelo AGT.
- Como voluntário afiliado, posso colocar perguntas/comentários nas missões, tarefas.

3.5.7. Gestão de Formações

- Como AGT ou CGT posso criar formações indicando responsáveis (formadores) e características.
- Como AGT ou CGT posso gerir as inscrições nas formações.
- Como AGT ou CGT posso validar as horas de formação.

3.5.8. Comunicação

- Como voluntário posso clicar no ícone de qualquer outro voluntário e enviar-lhe uma mensagem.
- Como voluntário posso enviar uma mensagem a outro a partir da sua página de perfil.

- Como voluntário posso enviar uma mensagem a um grupo de voluntários associados a mim (grupo de trabalho ou migos).
- Como voluntário posso ver se tenho alguma mensagem nova em qualquer página em que eu esteja.
- Como migo posso ver a lista das minhas mensagens recebidas, distinguindo as lidas, das não lidas.
- Como voluntário, recebo uma notificação sempre que forem adicionadas tarefas ou missões que se encaixem no meu perfil.
- Como voluntário posso marcar as mensagens como lido/ não lido.
- Como voluntário posso filtrar as minhas mensagens por texto.
- Como voluntário posso etiquetar (*tags*) mensagens.
- Como voluntário posso marcar uma mensagem recebida como SPAM.
- Como voluntário posso responder a uma mensagem que vem de um migo.
- Como voluntário, se responder a uma mensagem que tem como destino vários voluntários, a resposta deve ir para o conjunto de voluntários que participam na mensagem.
- Como migo posso apagar uma mensagem recebida.
- Como migo posso filtrar as minhas mensagens por etiquetas.
- Como AGT ou RM, posso iniciar uma campanha para uma tarefa, missão, *milestone*, ou grupo de trabalho e caracterizar a campanha.
- Posso definir o público-alvo, pesquisando por critérios de área de interesse e localização geográfica.
- Como AGT ou CGT posso colocar notícias na página do grupo de trabalho, da missão ou da tarefa.
- Como voluntário associado a um grupo de trabalho, irei receber notícias desse grupo de trabalho.
- Como voluntário associado a uma missão ou tarefa, irei receber notificações das notícias dessa missão ou tarefa.

3.5.9. Reconhecimento

- O sistema deve atribuir um prémio de reconhecimento aos voluntários que atingem determinados objectivos, previamente definidos. Esses prémios terão a forma de crachás virtuais. Podem também ser criados crachás a ser atribuídos por dirigentes de grupos de trabalho. As regras de atribuição automática podem ser, desde participação numa tarefa ou missão ligada a uma área de interesse, número de horas de trabalho voluntário oferecido, etc.

Este mecanismo tem como propósito realçar os membros mais activos, servindo de motivação. Também passa a ser um sistema útil para identificar voluntários com mais experiência de forma a que se possam formar equipas de trabalho equilibradas.

- Como voluntário posso ver os crachás conseguidos por mim ou outros voluntários.

3.5.10. Recursos Materiais

- Como AGT ou CGT posso indicar os tipos de materiais que o grupo de trabalho recolhe.

3.5.11. Gestão de Meios Materiais

- Como AGT ou CGT posso registar, que meios materiais tenho disponíveis. Por exemplo: veículos, espaços físicos, equipamento.
- Como AGT ou CGT poderei registar a partilha desses materiais com outros grupos, marcando a data de entrega, a data de retorno e outros dados úteis.

3.5.12. Gestão e manutenção da plataforma

- Como administrador de sistema, posso definir e editar o documento legal (currículo de voluntário).
- Como administrador de sistema, posso efectuar a manutenção e salvaguarda da base de dados.
- Como administrador de sistema, posso observar os registos do sistema.

4. Desenho e Implementação da Aplicação Migos.org

De forma a contextualizar este capítulo, as opções tomadas e outras considerações, julga-se necessário partilhar alguns factores. Apesar de estar inicialmente prevista a colaboração logo à partida de dois programadores habituados às tecnologias *web*, tal acabou por não acontecer. O desenho e implementação da plataforma acabou por cair nas minhas mãos de uma forma muito mais intensiva que a esperada. Isto porque tinha previsto concentrar-me no desenho teórico do sistema e na conceptualização dos seus componentes e não na programação em si, que não dominava. Procuo com esta informação apenas realçar que a experiência acabou por ser muito interessante e enriquecedora. De alguma forma confirma, que com a tecnologia e informação ao alcance de uns cliques e à custa de uma meia dúzia de livros, pessoas com conhecimentos médios de programação ActionScript 3, OOP e com um background muito reduzido de tecnologia Web, conseguem realizar muito mais do que se esperava. Estamos numa era realmente fantástica, cheia de oportunidades de criar sem prestar grandes contas ao cartório.

4.1. Tecnologia considerada para o desenvolvimento da aplicação

Foi decidido desde o início que se iria utilizar tecnologia *open-source*. O motivo dessa opção, foi o evitar incorrer em custos com software, ou ficar preso a algum pacote de ferramentas comercial. Usar ferramentas e código open-source permite um grau de liberdade muito maior. Foi apenas necessário escolher bem, que tipo de ferramentas e software se ia utilizar, de forma a terem um grau de maturidade e uma comunidade suficientemente sólida para haver documentação e suporte ao longo do caminho.

Como vimos no capítulo anterior, é necessário garantir que se consiga implementar características de uma rede social, como contas de utilizador, serviço de mensagens, gestão de graus de administração para determinadas áreas, etc. O processo de inserir

informação, deve ser também o mais simples possível. Espera-se, por exemplo, que um administrador de um grupo de trabalho, consiga inserir informação com o mínimo de preocupações técnicas possível.

Por forma a tornar viável a implementação da plataforma, era claro que se precisava de iniciar com uma estrutura pré-desenvolvida, de forma a facilitar e encurtar os tempos de desenvolvimento.

Portanto, a primeira opção a tomar, foi a escolha entre usar um Content Management System (CMS) ou uma Framework para construção de aplicações Web.

4.1.1. Content Management System (CMS)

O típico CMS, é já uma aplicação solidamente construída com um conjunto de características prontas a usar logo após a sua instalação. O seu ponto forte, como o nome indica, é a gestão integrada de conteúdos, normalmente através de uma zona privada de administração (*back office ou backend*). O Conteúdo pode ir de texto a vídeo ou até mesmo documentos. Tem a vantagem de ser fácil de instalar e de necessitar de pouco conhecimento técnico. Um bom CMS, tem normalmente uma extensa comunidade de pessoas que o desenvolvem directamente, e indirectamente, através de *plugins* que estendem a sua funcionalidade. Existem dezenas de CMS disponíveis de forma gratuita, dos quais se deixa a referência de 3. Todos eles respeitam as considerações referidas, solidez, comunidade, extensibilidade e *open-source*.

4.1.1.1. Joomla **<http://www.joomla.org/>**

O Joomla não é o típico CMS para construir uma aplicação com características de rede social. É muito bom para criar sítios na Internet que necessitem de gestão de conteúdo por um grupo limitado de administradores. Por exemplo, páginas corporativas, páginas de comércio electrónico (e-commerce), páginas para empresas, etc. No entanto,

graças à sua extensibilidade, foram desenvolvidas extensões que lhe dão essa funcionalidade. O JomSocial ¹⁶permite adicionar características como: grupos, envio de mensagens, integração com redes sociais, gestão de eventos, entre outros. Existem ainda outras extensões que se podem aplicar para criar uma rede social mais robusta e completa¹⁷.

É possível ver alguns exemplos de redes sociais criadas desta forma e testar as suas funcionalidades. ¹⁸

4.1.1.2. Drupal **<http://drupal.org/>**

O Drupal é, nas suas virtudes, muito idêntico ao Joomla e serve os mesmos propósitos na sua funcionalidade base. Como mais valia, permite de origem utilizar características comuns nas aplicações de rede social¹⁹. Pode ter-se uma boa ideia das funcionalidades experimentando o Drupal Social Network ²⁰. É, no entanto, apontado como tendo uma curva de aprendizagem mais elevada e um interface de administração confuso e intimidante para novos utilizadores.

4.1.1.3. Elgg **<http://www.elgg.org/>**

O Elgg foge já um pouco da categoria de CMS, pelo facto de ter sido desenhado de raiz como uma aplicação de rede social (Sharma M. 2008) Permite criar contas de utilizador com respectivos perfis, páginas de grupos (ou projectos), capacidade de criar amizades, envio de mensagens, *blogs*, *microblogs*, etc. ²¹. Pode ver-se um excelente

¹⁶ <http://www.jomsocial.com/>

¹⁷ <http://net.tutsplus.com/tutorials/other/build-a-social-network-using-joomla>

¹⁸ <http://www.jomsocial.com/community.html>

<http://www.sanctuary4gamers.com/>

<http://www.coolplanet2009.org/>

¹⁹ <http://drupal.org/cases>

²⁰ <http://drupalsn.com/>

²¹ <http://docs.elgg.org/wiki/Features>

exemplo do Elgg em funcionamento na sua página de comunidade, uma rede social, utilizando o próprio Elgg para o seu desenvolvimento²².

A conclusão retirada, é que qualquer uma destas aplicações, com mais ou menos *plugins* consegue criar uma aplicação para funcionar como rede social, bastante completa e segura.

Foi feito um primeiro protótipo utilizando o Elgg para procurar simular o registo de voluntários, a criação de páginas para as organizações e toda a interacção base que se pretendia. Acabou-se por bater em algumas barreiras, muito provavelmente pela falta de experiência em programação PHP. O grande problema começa quando se procura personalizar algumas das características. Coisas simples, como criar uma página com um formulário e guardá-lo para a base de dados, leva a que se tenha de trabalhar com vários ficheiros de código pré feitos e mexer numa hierarquia de base de dados que não se conhece. O problema é agudizado quando temos de fazer o mesmo, mas em plugins que procuramos instalar. Pois o código pode não estar tão bem escrito ou documentado, nem a estabilidade garantida.

4.1.2. Frameworks para o desenvolvimento de aplicações Web

De forma a ter um maior controlo e conhecimento sobre a aplicação, optou-se por abandonar os CMS e utilizar uma *framework* destinada ao desenvolvimento de aplicações *web*. O principal motivo foi a necessidade de ter a suficiente flexibilidade, de forma a procurar desenvolver mecanismos personalizados na aplicação. Não se queria ter à partida tudo o que um CMS trazia, mas sim, ter pequenas coisas que os CMS não permitiam sem o estudo de muito código já escrito. Um dos objectivos de prosseguir este caminho, foi também o mergulhar mais fundo na tecnologia por trás de uma aplicação *web*, de forma a iniciar uma aprendizagem que será útil para o constante desenvolvimento da mesma.

²² <http://community.elgg.org/>

Em termos operacionais, a utilização de uma *framework*, requer um maior estudo e planeamento inicial, em especial neste contexto que não se dominava ou conhecia, nem a linguagem de programação, nem qualquer uma das *frameworks* estudadas. Isto obviamente reflecte-se na velocidade inicial de desenvolvimento, sendo muito mais lenta devido à entrada na curva de aprendizagem. A satisfação pessoal é, no entanto, também muito maior.

Mas o que é uma *framework*? No contexto da programação informática, uma *framework* é um caso especial de bibliotecas de software. Tal como as bibliotecas, uma *framework* é uma abstracção de código genérico que resolve funcionalidades comuns, como acesso à base de dados, manipulação de dados, interface, etc. Essas funcionalidades podem ser manipuladas através de código escrito pelo utilizador, extendendo ou alterando as suas funcionalidades. Uma *framework* difere de uma biblioteca de software, essencialmente, devido a ter um interface (API) muito bem definido para se reutilizar e trabalhar com o código/funcionalidades escondidas através das abstracções. Outra distinção, é que ao contrário da utilização de uma biblioteca a *framework* vai obrigar um determinado padrão de desenvolvimento. Ela trará um comportamento pré definido que deve ser útil ao projecto que se pretende realizar. Como se viu, pode estender-se e modificar as funcionalidades nativas, no entanto, não é aconselhado modificar o código genérico da própria *framework*.

Ao utilizar uma *framework* com bastante maturidade, vários anos de desenvolvimento, várias aplicações comprovadas, uma boa comunidade de desenvolvimento e numa versão estável, traz mais valias interessantes para o desenvolvimento. Em primeiro lugar, o código da mesma está testado, ou seja, se houver problemas (*bugs*), o mais provável é que sejam em código escrito pelo utilizador, o que reduz bastante a complexidade de o resolver. Como o esqueleto funcional da aplicação está a funcionar, é possível a concentração no desenvolvimento das características da aplicação que queremos implementar.

Da mesma forma que no caso dos CMS, existem dezenas de *frameworks* disponíveis. ²³

A avaliação limitou-se a três, com bastante reputação: Symfony ²⁴, Django ²⁵e Ruby on Rails ²⁶, escritas em PHP ²⁷, Python ²⁸e Ruby ²⁹respectivamente. As suas

²³ http://en.wikipedia.org/wiki/Comparison_of_web_application_frameworks

funcionalidades e arquitectura são bastante similares. Usam uma arquitectura Model-View-Controller (MCV), Object-Relational Mapper (ORM), Sistema de Templates para HTML, verificador de formulários, suporte para internacionalização, etc. Estas características serão discutidas mais adiante.

Sem tempo para testar a implementação das várias *frameworks*, a decisão pendeu para o *Ruby on Rails* (RoR), devido à sua sustentação no mercado, à sua filosofia de desenvolvimento, com a qual me identifiquei, e pelo facto de utilizar a linguagem Ruby, de fácil leitura e simplicidade. A *framework* RoR foi extraída por David Heinemeier de uma aplicação web de nome *Basecamp* em 2004. Uma aplicação conhecida pelo seu sucesso no mercado. A *framework* ganhou notoriedade e atingiu um ponto alto com o anúncio da Apple de que o *Mac OS X v10.5 “Leopard”* ia trazer o RoR. A Março de 2009 é lançada a versão 2.3 que traz uma série de melhoramentos. Acabamos por desenvolver a aplicação na versão 2.3.8. Em Agosto de 2010 sai a versão 3.0, com modificações no *core* da *framework*, que a torna incompatível com a versão 2.3 (Wikipédia, 2010). Decidiu-se adiar a migração para desenvolvimento futuro.

4.2. Ruby on Rails

“Web development that doesn’t hurt” – rubyonrails.org

Como referido anteriormente, trabalhar com uma *framework*, é aceitar a sua estrutura e funcionamento. Neste caso, foi também, aprender com ela. Não se pretende entrar no campo de esta ser ou não a melhor metodologia. Seria muito para além das minhas actuais capacidades e propósito.

²⁴<http://www.symfony-project.org>

²⁵ <http://www.djangoproject.com/>

²⁶ <http://rubyonrails.org/>

²⁷ <http://www.php.net/>

²⁸ <http://www.python.org/>

²⁹ <http://www.ruby-lang.org/en>

4.2.1. Filosofia de desenvolvimento

A filosofia por detrás do RoR está, como não poderia deixar de ser, interligada com a filosofia da empresa 37signals³⁰, a génese do *Rails*. Estes princípios são referidos de forma contundente no seu livro *Getting Real - The Smarter, faster, easier way to build a successful web application* (37signals 2006). Princípios com os quais o autor se sentiu identificado e como tal procurou aprender e aplicar com o máximo das minhas capacidades. Estando ainda longe de ter conseguido uma perfeita harmonia, visto ser a primeira vez que estudo e aplico estes conhecimentos.

4.2.1.1. Convention over Configuration (CoC)³¹

CoC um paradigma da programação que procura diminuir o número de decisões em prol da simplicidade, sem no entanto perder a flexibilidade. Confiando nas decisões que levaram a *framework* a comportar-se de determinada maneira, podemos seguir uma série de convenções que acabam por tornar o desenvolvimento mais rápido e fácil. Por exemplo, ao iniciar um projecto em RoR é automaticamente criada uma estrutura de directórios e ficheiros que obedecem a uma determinada organização. Tudo tem o seu lugar pré-definido. A nomenclatura é também importante. Por exemplo: se tivermos uma classe (*model*, ver MCV) chamada *User*, haverá uma correspondência directa a uma tabela na base de dados chamada *users*.

4.2.1.2. Don't repeat yourself (DRY)

O DRY promove que a informação, ou determinado pedaço de código que gere uma responsabilidade, esteja localizado num único lugar. RoR promove este método, por exemplo através de ficheiros (*helpers*) constituídos por *modules* que permitem agrupar um conjunto de funções, variáveis ou classes que ficam automaticamente disponíveis para serem usados em todas as *views* do modelo MCV.

³⁰ <http://37signals.com/>

³¹ http://en.wikipedia.org/wiki/Convention_over_Configuration

4.2.1.3. Clarity over cleverness

Escrever menos código e tornar o código legível. É mais fácil de manter, tem menos bugs e implica menos suporte. Não é por acaso que o *Rails* utiliza *Ruby* como linguagem. A sua sintaxe, baseada na linguagem *Perl* e *Smalltalk*, torna-a muito fácil de ler, quase como frases em inglês.

“Ruby is a dynamic, open source programming language with a focus on simplicity and productivity. It has an elegant syntax that is natural to read and easy to write.” — <http://www.ruby-lang.org/>

4.2.1.4. Rails é ágil

Pois permite o rápido desenvolvimento de protótipos ou até mesmo de características na aplicação. Em muitos cenários é possível estar com o cliente, criar um novo conjunto de dados, por exemplo produtos, mostrar um interface base com capacidades CRUD, voltar atrás se necessário, alterar ou inserir novos dados e apresentar a alteração. Tudo isto em poucos minutos, graças ao seu sistema de *migrations*³² e *scaffolding*³³.

4.2.2. Arquitectura

4.2.2.1. Model, View, Controller

O RoR assenta sobre a arquitectura Model View Controller (MCV). Este tipo de arquitectura permite isolar a lógica de negócio do interface, torna claro onde cada tipo de código deve ser escrito o que permite manter o código DRY (Ruby et al 2009).

³² <http://guides.rubyonrails.org/migrations.html>

³³ http://guides.rubyonrails.org/getting_started.html#getting-up-and-running-quickly-with-scaffolding

- **Model**

O *model* é responsável por manter o estado da aplicação. Esse estado pode ou não ser permanente. Se o for, os dados serão guardados fora da aplicação, por exemplo numa base de dados. É o *model* que força toda a lógica de negócio, ou seja, aplica as regras do domínio (Haywood D. 2009), transforma, controla e valida os dados. Transmite depois os resultados ao controlador ou notifica as *views* que o estado mudou. Quando trabalha com uma base de dados, toda a informação é validada antes de ser gravada.

- **View**

As *views* são responsáveis por gerar o interface gráfico da aplicação, normalmente baseado nos dados provenientes do model. As views apresentam várias opções para o utilizador inserir informação, mas esta nunca deve ser processada na própria view.

- **Controller**

Os controladores recebem inputs do exterior, normalmente efectuados pelo utilizador através de endereços web ou através do interface gráfico. No RoR existe um passo intermédio, entre esses inputs e o controller, que é o router. No router recebe o pedido, verifica como este deve ser tratado e passa-o para o controller certo na aplicação. Nesta fase é encontrado o método certo no controlador a ser executado, ou seja a action, na gíria do RoR. Essa action pode utilizar informação que chega no pedido, pode interagir com o model e por fim, prepara a view para apresentar o resultado ao utilizador.

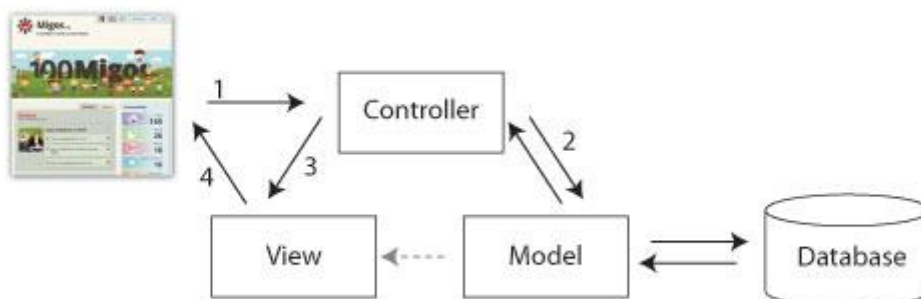


Figura 27 - Arquitectura MCV

Uma acção típica, seria a representada na figura.

1. O utilizador colocaria no browser o endereço da pagina `http://migos.org`. Este passaria pelo router e chegaria ao *controller* responsável pela homepage, e ao método `index` (a *action* por defeito).
2. Como existe uma série de dados para calcular, por exemplo o número total de voluntários, é feito um pedido ao *model*, que por sua vez comunica com a base de dados e transmite o resultado de novo ao *controller*.
3. O *controller* prepara então uma série de variáveis com os resultados e executa a *view* correspondente.

4.2.2.2. Active Record: Rails Model

Active Record é a camada *Object-Relational Mapping* do *Rails*, que transforma as tabelas da base de dados em classes, linhas em objectos e colunas em atributos de um objecto. O *Active Record* respeita os standards do ORM, no entanto devido à política de CoC é apenas necessário uma pequena parte da configuração tradicional.

Respeitando a nomenclatura, ao criar uma tabela *users*, é criado automaticamente uma classe *User*. Se nessa tabela, tivermos uma coluna chamada *name* e outra *age*, podemos automaticamente fazer:

```
u = User.new
u.name = "Victor"
u.age = 30
u.save
```

O *Active Record* trabalha a par com o *model*, no caso de a validação de um formulário falhar ele extrai essa informação e disponibiliza-a à *view* correspondente.

4.2.2.3. Active Pack: Views e Controllers

O Active Pack é o responsável pela interacção entre as views e os controllers.

- **View**

A *view* é responsável por criar a página ou partes da página que é visível ao utilizador através do browser. No entanto, a view pode devolver a informação noutra tipo de formato, XML, JSON, Email, etc. No seu formato mais básico, trata-se apenas de um ficheiro com algum código HTML o que faria uma página estática. Mais comum é que o ficheiro inclua também Embedded Ruby (ERb) de forma a receber conteúdo dinâmico proveniente da *action* do *controller*.

- **Controller**

O *controller* coordena as interacções entre o utilizador, as *views* e os *models*. A grande maioria desta interacção é feita nos bastidores. O código que acaba por se escrever nos *controllers* é apenas o necessário ao nível da aplicação. O que torna os *controllers* bastante DRY, fáceis de ler e de manter.

Muito mais se poderia dizer da *framework* RoR, dos seus componentes, e métodos de desenvolvimento. Mas sairia fora do âmbito desta dissertação. No entanto, na realidade, a base de funcionamento está referida. Trata-se de uma *framework* bastante simples de compreender e começar a trabalhar.

4.3. AJAX, JavaScript e jQuery

Um dos princípios de funcionamento da Internet, tem sido o seguinte: um browser faz um pedido a um servidor *web* e este devolve uma página inteira, que deverá ser renderizada correctamente pelo browser. No entanto de forma a otimizar o processo, é preferível que as aplicações peçam ao servidor, apenas pequenas partes da página que necessitem de ser actualizadas. Esta granularidade permite que a troca de informação seja menor, o que implica ganhos em termos de interactividade e capacidade de resposta, melhorando assim a experiência do utilizador (Ruby et al 2009).

AJAX, um acrónimo para Asynchronous JavaScript and XML permite essa capacidade.

AJAX é mais uma técnica do que uma tecnologia. De facto, o seu componente mais inovador data de 1999, o XMLHttpRequest object (XHR) que fazia parte do Internet Explorer 5, como um controlador Active X. O principal componente de AJAX é o JavaScript . De facto, a linguagem JavaScript sofreu uma grande procura devido ao crescente uso do AJAX. O JavaScript acabou por ter mais suporte e ser usado no desenvolvimento de várias *frameworks* como a jQuery de que falaremos a seguir (Asleson, 2006).

“Considered a “toy” language by serious web developers for most of its lifetime, JavaScript has regained its prestige in the past few years as a result of the renewed interest in Rich Internet Applications and Ajax technologies.” (Bibeault, 2008)

O que é realmente significativo para o projecto desta dissertação, é que a utilização de AJAX veio permitir que as páginas de Internet tenham interfaces cada vez mais dinâmicos e interactivos. Mas se o AJAX trata de comunicar com o servidor para actualizar dados e pedir novos conteúdos, o feedback visual é feito através de JavaScript.

O JavaScript é usado sobretudo para interagir com o DOM, Document Object Model, o que nos permite interagir com os elementos da página já renderizados pelo browser. No entanto, se usarmos apenas JavaScript, iremos escrever imenso código repetitivo, o que levará mais tempo, e estará mais sujeito a erros.

O jQuery, é uma *framework*, que vem simplificar todo o processo. Através dela, podemos facilmente usar selectores para interagir com qualquer elemento da página, modificá-lo, apagá-lo ou animá-lo. Traz, ainda, métodos que simplificam a utilização do XHR e portanto torna-se muito mais fácil trabalhar com AJAX (Bibeault, 2008).

Para referência, jQuery não é a única *framework* disponível, e de facto, nem é a *framework* comum em aplicações feitas em RoR. O RoR vem integrado com a *framework Prototype* para manipulação do DOM e *Script.aculo.us* para efeitos visuais. Neste caso, optou-se pelo jQuery simplesmente por ter acesso a mais literatura. Ambas as escolhas são poderosas e muito capazes.

Nem toda a aplicação utiliza estas capacidades no interface. Utilizar AJAX e jQuery requer muito mais tempo de desenvolvimento por página de interface. Existem muitas mais variáveis a ter em conta, para garantir que a informação do lado do cliente (o utilizador) é actual e sincronizada com o servidor, e que o DOM está bem construído. Assim, nesta fase optou-se por utilizá-la apenas nos interfaces mais importantes, como no registo de horas, no envio de mensagens e nos ecrãs de gestão de direitos administrativos.

4.4. Desenvolvimento da aplicação

4.4.1. Primeiro Protótipo



Figura 28 - Página das organizações no primeiro protótipo do Migos



Figura 29 - Página do voluntário no 1º protótipo do Migos

4.4.1.1. Objectivos

Os objectivos deste protótipo foram essencialmente os seguintes:

- Ganhar conhecimento e confiança com a *framework* Ruby on Rails;
- Implementar rapidamente algumas das ideias para o funcionamento da aplicação derivadas do conhecimento sobre o domínio na altura;
- Motivar os *stakeholders*, para a cooperação, nomeadamente os responsáveis pelos grupos de voluntários e a Comissão de Voluntariado da U.Porto;
- Ganhar um maior conhecimento do domínio e ter uma melhor ideia dos pré-requisitos necessários;
- Obter um *feedback* o mais cedo possível para poder entrar numa nova fase iterativa tendo maior segurança nas opções a tomar.

4.4.1.2. Protótipo

Como foi referido no capítulo anterior, o protótipo não teve aceitação. Ficou-se com a ideia que o factor em causa foi o aspecto gráfico, que desmotivou a acção.

Foi, no entanto, referido pessoalmente, que o grafismo era apenas uma simples maquete e que o importante era o sistema.

Julgo que isto veio apenas demonstrar o corolário de Joel:

Important Corollary One: If you show a nonprogrammer a screen which has a user interface that is 90% worse, they will think that the program is 90% worse. (Spolsky, 2005)

4.4.1.3. Conclusão

Esta é uma fase imprescindível em qualquer projecto desta natureza, e portanto definitivamente não foi trabalho perdido.

No entanto, a falta de resultados em termos de feedback foram um contratempo. Pode ter havido um erro de julgamento de minha parte que vale a pena mencionar.

Ter optado por desenvolver um protótipo pobre visualmente, mas funcional (em finais de Janeiro fazia praticamente tudo o que a plataforma viria a fazer quando lançada a 28 de Abril) pode não ter sido a melhor estratégia. Esta decisão foi tomada muito devido à necessidade de rapidamente adquirir conhecimento na linguagem e na *framework*. Achei que seria a melhor forma, para sentir segurança durante os contactos com os *stakeholders* onde se discutiam que características se podiam desenvolver. Mas de facto, segundo a metodologia do livro Getting Real, começar com o desenvolvimento de maquetas de interface, torná-las bonitas, ajuda tanto a motivar o cliente como a compreender que características são necessárias. Isto, sem o tempo gasto no desenvolvimento do software. Depois sim, fazer rapidamente um protótipo e criar *momentum*, mas já tendo cativado o cliente.

4.5. Plataforma Migos

A fase seguinte tomou em consideração os problemas sentidos no protótipo. O desenvolvimento do interface tornou-se uma grande prioridade absorvendo grande parte dos recursos. No entanto, de forma paralela, foi-se desenvolvendo o código para a nova fase da aplicação.

Iniciou-se um projecto de RoR de raiz, e lentamente, mantendo o código DRY seguindo as regras da arquitectura MCV e usando a metodologia ágil, foi-se construindo um novo esqueleto para a aplicação, muito mais limpo e robusto.

4.5.1. Estudo de Layout

Fizeram-se estudos de *layouts* analisando, sobretudo, os estudos apresentados no capítulo 2, páginas de redes sociais e literatura, tendo como especial referência o livro *Designing for the Social Web* (Porter, 2008).



Figura 30 - Estudo de *layouts*



Figura 31 - Estudo de *layouts* 2

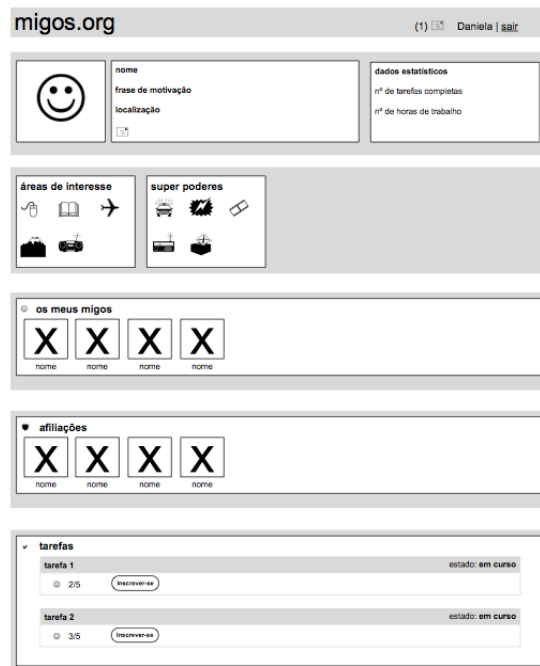


Figura 32 - Diagrama de *layout*

Com o levantamento das características principais que procurávamos ter na aplicação, desenhou-se 3 grelhas: uma para a página principal e duas outras que se repetem durante toda a aplicação. O objectivo era criar uma coerência e uma lógica de leitura que, uma vez apreendida, permitia o utilizador navegar e encontrar a informação pretendida facilmente, pois esta estaria sempre no mesmo lugar, independentemente do contexto: página pessoal, instituição, organização, missão ou tarefa.

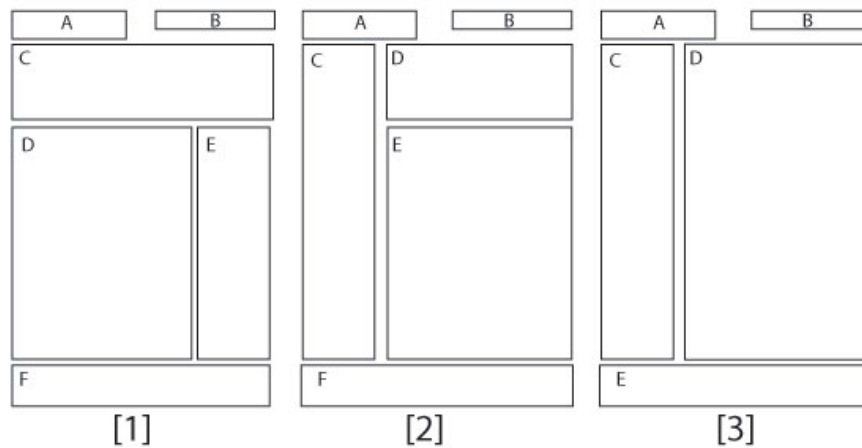


Figura 33- diagramas de layout finais do Migos

4.5.1.1. Layout 1

Esta é a grelha da página principal (*homepage*). Procurou-se que a homepage tivesse duas principais funções - informar e motivar. Existem três elementos que se repetem constantemente mesmo nas restantes grelhas:

- A zona A, contém o logótipo do Migos e permite um acesso rápido à *homepage*;
- A zona B é um menu de navegação, dá acesso às áreas mais importantes do utilizador assim como (retirei acesso) às páginas de índice de cada área do site. É também onde se encontra a página de ajuda. O aparecimento dos campos de registo e login, ou de saída (logout) está dependente da identificação do utilizador no site;
- A zona F, no final de cada página é uma área de rodapé, uma zona de informação adicional relativa à aplicação.
- A zona C, é a área de destaques da aplicação. Notícias de maior relevo, missões importantes, prémios etc. Serve sobretudo para informar e motivar.
- A zona D corresponde à área de informação e conteúdos. Aqui estão destacadas as missões em curso e as notícias principais produzidas pelos intervenientes da aplicação.
- A zona E, pretende ser uma visão global da comunidade, também com o intuito de informar e motivar.

4.5.1.2. Layout 2

Esta grelha é aplicada em todas as páginas referentes a uma entidade do sistema: utilizador, instituição, grupo, missão e tarefa. A zona C, apresenta as características principais do contexto. A zona D, apresenta a informação do contexto, assim como o acesso à zona de administração. A zona E, apresenta os conteúdos desse contexto.

4.5.1.3. Layout 3

Esta é a grelha utilizada nas páginas de índice, ou seja as páginas que apresentam listas. O índice dos voluntários, de instituições, organizações, missões e tarefas. A zona C, é uma zona informativa, que reforça o contexto em que se está e poderá ter uma legenda para os ícones utilizados. A zona D, é usada para a apresentação das listas. Como estudo, foram efectuadas várias maquetas tanto em papel como em formato digital.

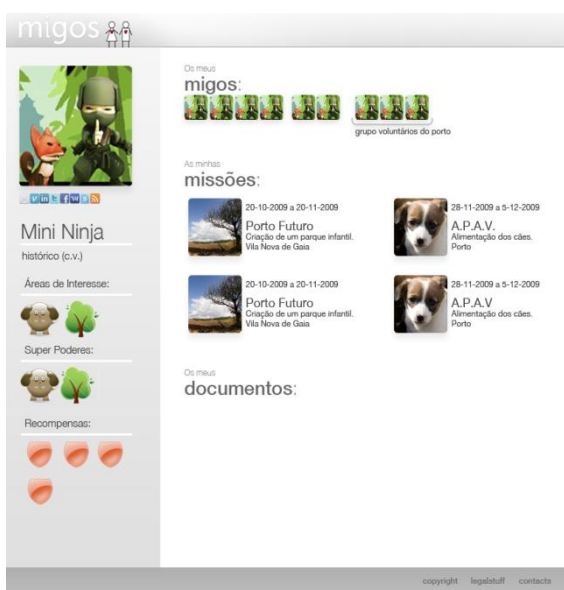


Figura 34 - Maqueta de design de layout 1

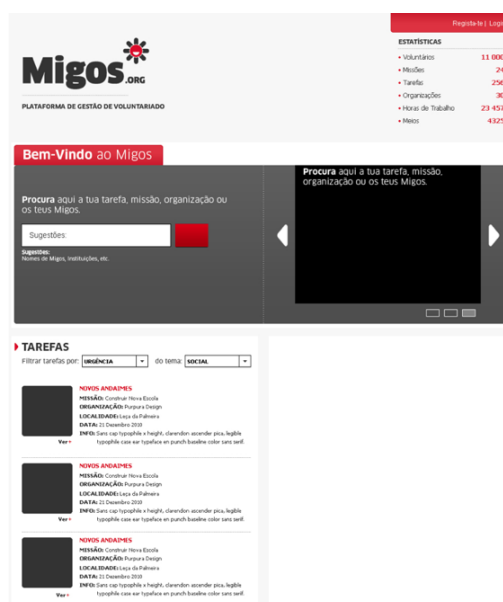


Figura 35 - Maquete de design de layout 2

4.5.2. Design

Conseguiu-se a ajuda voluntária de um gabinete de design, o Purpura Design³⁴, que produziu o logótipo, ícones (prefiro em português, mas é apenas uma sugestão) e alguns dos elementos do *layout*. Conseguiu-se ainda a ajuda temporária de dois finalistas do 12º ano do Curso Profissional de Informática de Gestão, que produziram essencialmente código CSS e HTML. Estas ajudas, tiveram um impacto extremamente positivo no desenvolvimento do projecto.

4.5.2.1. Logótipo

Para o logótipo, pretendia-se algo sóbrio, forte, mas com um toque amigável.

Nas cores optou-se pelo preto e vermelho, e o tipo carregado, marcando uma posição forte e determinada. O logótipo, obedece às mesmas cores, mas tem uma forma de sol ou flor, composto por vários elementos que se unem à volta de um círculo, representando a união e colaboração. O sorriso, era uma necessidade e faz parte do espírito inerente a um Migo.



Figura 36 - Logotipo do Migos

4.5.2.2. Esquema de cores

O esquema de cores é de grande importância para a globalidade da plataforma. Uma boa e coerente paleta de cores consegue transmitir graus de hierarquia, manter o utilizador informado e evitar o cansaço na leitura.

³⁴ <http://www.purpuradesign.com/>

Em colaboração com a Purpura Design, conseguiu-se chegar a um esquema de cores suaves, com tonalidades que fazem lembrar o analógico (o papel, a cartolina...). São também cores orgânicas, ligadas à natureza.



Figura 37 - Esquema de cores

Color can convey a mood, describe reality, or codify information.
(Lupton et al 2008)

A plataforma procura assim obedecer a um padrão, onde cada entidade é sempre identificada com uma determinada cor. Por exemplo, os voluntários são identificados com as tonalidades roxas, as tarefas pelas verdes, as missões pelas vermelhas, os grupos de trabalho pelas azuis, as instituições pelas laranjas e as horas pelas castanhas. Como iremos ver mais adiante, a caixa da comunidade na *homepage* demonstra precisamente isso.

4.5.2.3. Ícones

O gabinete Purpura Design desenvolveu mais de 30 ícones únicos com três variações de tamanho, o que deu um total de mais de 90 ícones diferentes. A utilização de ícones obedece a um compromisso. Numa primeira fase, o utilizador pode sentir-se confuso e não perceber o que significam. Aqui, o design do ícone é muito importante para minimizar isto, tornando-se o mais claro possível. No entanto, depois dos ícones terem sido assimilados pelo utilizador, é mais fácil para ele navegar usando-os, do que com botões de texto, pois a sua leitura é mais imediata.

Os ícones das entidades da aplicação:

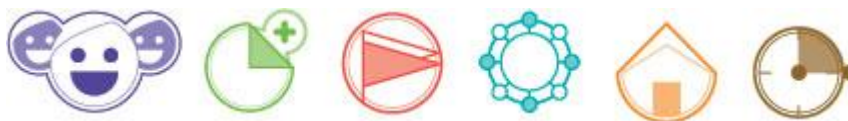


Figura 38 - Exemplo de alguns ícones do Migos

4.5.3. Páginas principais e características desenvolvidas.

Com os recursos disponíveis não se conseguiu implementar os requisitos mínimos mas implementaram-se aqueles mais prioritários de forma a garantir a operacionalidade da plataforma para os testes.

No desenho dos ecrãs, teve-se o cuidado de manter a largura máxima de 1000 píxeis, de forma a não haver *scroll* horizontal no formato de ecrã 1024x768px. Este formato, é muito utilizado nos *netbooks*, e foi uma necessidade apresentada pelos *stakeholders*.

Procurou-se ainda que o Migos, se tornasse algo transparente, dando destaque à informação nele contida. Por exemplo, numa página de organização, o maior destaque é para a própria organização. O logo do Migos torna-se assim mais pequeno e discreto.

4.5.3.1. Página Principal (Homepage)

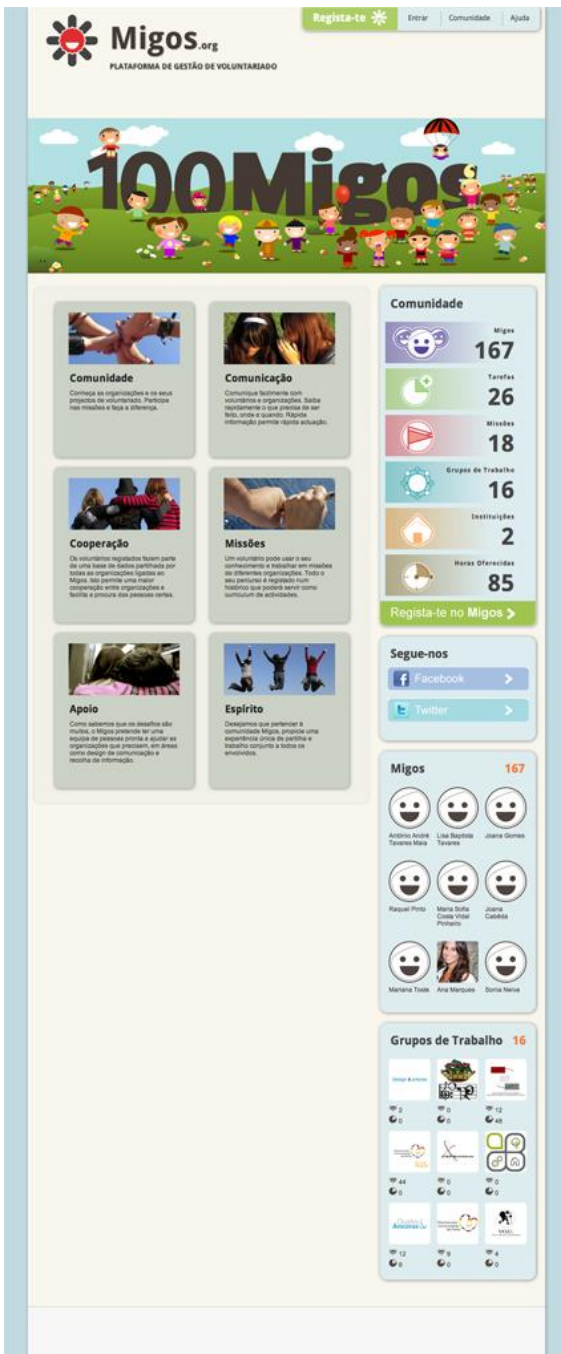


Figura 39 - Homepage do Migos vista por visitante



Figura 40 - Homepage do Migos visto por Migo

Existem duas versões da *homepage*: a da esquerda, para os visitantes, e a da direita para o utilizador já registado.

Para o visitante, destacamos o que se pretende com a comunidade Migos, de forma a motivá-lo a participar. No caso de estar registado com o login efectuado, destacamos quais são as actividades a decorrer no momento. Comum em ambas as versões, é a coluna à direita, que dá sobretudo uma visão global da comunidade. De notar o código de cores presente na caixa da comunidade. Como referido anteriormente, essa codificação é mantida ao longo da plataforma.



Figura 41 - Caixa da missão expandida

As actividades são apresentadas em caixas de missão. Inicialmente aparecem condensadas nos seus títulos e caixas de tarefa. O utilizador pode expandir essa informação, através de um movimento animado, conseguido com a aplicação de jQuery.

É apresentado o responsável pela missão, o grupo de trabalho a que pertence e todos os voluntários envolvidos. Na caixa de tarefa é apresentada informação adicional, os participantes inscritos e o botão de inscrição. Clicando no nome da missão ou tarefa, o utilizador é levado para as páginas respectivas.

4.5.3.2. Páginas do Voluntário

As páginas de registo e de entrada na plataforma, procuram mostrar-se simples e apelativas. O uso de um tamanho de letra acima do normal e a simplicidade das páginas, procuram conferir exactamente essa ideia.

Migos Já é um Migo! 2000 horas por ano

Nome

Apelido

Email

Senha

Confirme a senha

Nome de Nascimento

Aniversário (dd-mm-aaaa)

Enviar >

Figura 42 - Ecrã de registo

Migos

Email

Senha

Enviar >

Figura 43 - Ecrã de login

Após o registo, o voluntário tem imediatamente acesso à sua área pessoal.

Na área de informação, existe uma série de separadores, uma metáfora ligada ao analógico, tornando-se uma representação amigável e facilmente reconhecida. No último separador, o de administração, tem imediatamente acesso às opções mais usadas da área. Na coluna esquerda, é identificada a localidade assim como, o número de horas de trabalho efectuado. Pode ainda ver-se as suas filiações com grupos de trabalho e as missões dos quais é responsável. Estas imagens servem de atalhos (hiperligações) rápidos para as respectivas páginas.

Na área de conteúdo podemos ver em que tarefas o voluntário está actualmente inscrito. Mais uma vez, estas caixas podem ser expandidas para ter acesso a mais informação, ou clicando no nome, navegar para a respectiva página de tarefa.

No exemplo apresentado, podemos verificar que no topo da página, no menu principal, existem dois marcadores vermelhos. Estes marcadores indicam que o voluntário tem uma mensagem não lida e um pedido de amizade pendente.

Migos Comunidade Ajuda Sair

Victor Martins
desde: 09 Abril 2010

Sobre Mim Contactos Área Pessoal

Ser curioso, aprender constantemente e procurar contribuir para melhorar o mundo que me rodeia.

Sou extremamente determinado na luta pelas causas em que acredito. Dou imenso valor à capacidade humana de desenvolver e criar soluções que resolvem problemas na sua base. Sou portanto muito pragmático e incisivo.

O meu principal objectivo é conseguir juntar pessoas ambiciosas, criativas e cheias de energia para que juntos se possam desenvolver ideias e tornar realidade pequenos e grandes projectos que sejam socialmente significativos.

Gostaria de ajudar a que cada vez mais pessoas acreditassem que se usarmos as nossas capacidades em conjunto, podemos fazer a diferença.

2 Horas
Maia

Filiações: 4
5 entidades

Fã: 2

Missões: 3
em que sou o responsável

Tarefas

Tarefas em que participo:

- Cartaz para a primeira campanha do Migos
- Desenvolver linha visual e icons para o site
Concluído há 11 meses
- Revisão geral ao Migos.
- Divulgar o migos entre os amigos
- Flyer Digital
- Desenhar esboços rápidos ou escrever ideias.
- Criar elementos de comunicação.
- Comparecer ao encontro no dia do cordão humano na entrada da FPCEUP

Figura 44 - Página do Migo

A página de administração do voluntário, contém todas as opções com as quais pode configurar o seu perfil. Exemplificamos duas dessas páginas, a de localização que integra a tecnologia Sapo Mapas, e a página de registo de horas. A página de registo de horas, usa AJAX e jQuery para condensar a informação e fazer a actualização dos dados com o servidor, sem a necessidade de recarregar a página totalmente.



Figura 45 - Ecrã de geo-localização

Migos

Comunidade Ajuda Sair

Registo de horas de trabalho

Deverá registar as horas de trabalho que oferece a cada tarefa. O registo é feito ao dia de forma a ser mais detalhado. Caso seja necessário, pode haver mais do que um registo por dia. Poderá deixar uma nota como referência ao trabalho feito ou para informar alguma ocorrência aos coordenadores da tarefa.

As suas horas serão validadas posteriormente pelo coordenadores do grupo de trabalho a que a tarefa pertence. Se editar um registo que já tenha sido validado, este terá que aguardar nova validação.

Visualização e Debate de Documentários
Migos

Investigar e reportar problemas na plataforma.
Migos

Revisão geral ao Migos. 01:00 h

Validado	01:00 H	OK
27-06-2010	01:00 H	Um bocadinho mais do que uma hora, mas pronto.

Trabalhos de Design para ajudar a plataforma Migos
Migos

Comunicação
Migos

A Mascote do Migos
Migos

Cordão Humano na Avenida dos Aliados – Envolvimento FPCEUP
GIVE - Grupo de Intervenção, Voluntariado e Envolvimento Universidade do Porto

Voluntariado nos Museus U.Porto
Voluntariado UIP Universidade do Porto

Victor Martins

Informação Pessoal
Morada e Posição Geográfica
Foto de Perfil
Password
Apóses
Percurso Académico
Histórico de Voluntário
Contactos
Registar Horas de Trabalho
Ficha de Voluntário
Apagar Perfil

Figura 46 - Ecrã de registo de horas de trabalho

Na página de gestão de horas de trabalho, a organização é feita por missão, e dentro de cada missão, as respectivas tarefas. O voluntário, regista um valor de horas e deixa uma nota. Esse registo fica pendente de ser validado. Quando é validado aparecem as horas validadas e a imagem da pessoa que as validou, assim como um comentário caso tenha sido inserido.

Outra página relevante de apresentar, é a ficha de voluntário. Aí são registadas todas as informações do próprio, assim como, todas as actividades em que participou que tenham horas registadas e validadas. Está formatado para ser semelhante ao *europass*, o curriculum standard europeu. A ficha tem uma folha de estilos CSS exclusivamente

para impressão, de forma a que este possa ser impresso directamente. Houve alguma dificuldade em fazer o *download* directo para PDF, mas é uma característica a ser implementada no futuro.

Migos

Ficha de voluntário

Informação Pessoal



Nome
Victor Martins
05 Setembro 1980

Contactos
Email Principal: cornelo@victormartins.com
homepage: <http://www.victormartins.com>
facebook: <http://www.facebook.com/VictorGuilomarMartins>

Moradas

Mala Mala
Rua Clotilde Ferreira Cruz n.º39 Assq traz
4470 - 143
Portugal

Veiras Estarreja
Rua S. Gerardo n.º8
3860 - 664
Portugal

Características

Motivação
Ser curioso, aprender constantemente e procurar contribuir para melhorar o mundo que me rodeia.

Personalidade e Objectivos Pessoais
Sou extremamente determinado na luta pelas causas em que acredito. Dou imenso valor à capacidade humana de desenvolver e criar soluções que resolvem problemas na sua base. Sou portanto muito pragmático e incluívo. O meu principal objectivo é conseguir juntar pessoas ambiciosas, criativas e cheias de energia para que juntos se possam desenvolver ideias e tornar realidade pequenos e grandes projectos que sejam socialmente significativos. Gostaria de ajudar a que cada vez mais pessoas acreditassem que se usarmos as nossas capacidades em conjunto, podemos fazer a diferença.

Aptidões

Formação Profissional
Designer
Programador
Comunicação Multimédia

Áreas de Interesse
Energias Renováveis
Agricultura Biológica

Conhecimentos especializados
Design Gráfico
Multimédia
Programação

Línguas
Português
Inglês

Aptidão a Competências
Tenho boa capacidade de liderança no entanto prefiro trabalhar sozinho na maioria dos casos. Sou resiliente aos problemas e procuro encontrar soluções até à última instância. Sinto bastante facilidade em aprender a lidar com novas tecnologias. Sou empreendedor e auto didacta.

Percurso Académico

Escolas

Escola Superior Artística do Porto
Design e Comunicação Multimédia (Licenciatura)
2005 - 2008

Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto (FEUP)
Multimédia (Mestrado)
ID: min08010
2008 - 2010

Experiência Anterior como Voluntário

Grupo de Trabalho

Escola do Cerco - Porto
2008 - 2008
No âmbito do projecto Porto de Futuro, ajudei um grupo de alunos e alguns dos seus professores a desenvolver um pequeno jogo em adobe flash sobre os desdobramentos portugueses.
Nestas actividades de sobretudo formação sobre o programa GIMP e métodos de trabalho, para que os alunos pudessem digitalizar e colorir os seus desenhos de forma a serem inseridos no jogo.
Fiz também a programação do jogo.

Trabalho concluído

Título de horas realizadas

Grupo de Trabalho

2 Horas

Migos
Investigar e reportar problemas na plataforma.
- Residência geral no Migos - 1h

Migos
Trabalhos de Design para ajudar a plataforma Migos
- Desenvolver linha visual e icons para o site - 1h

Figura 47- Ficha de voluntário

4.5.3.3. Mensagens internas

As mensagens internas podem ser enviadas de duas formas: clicando no ícone no menu no topo da aplicação, onde podemos enviar mensagens para os contactos com os quais temos uma ligação, ou directamente, a partir da página de outro utilizador. Neste ultimo caso, encontramos no topo da página do lado direito, o ícone de envio de mensagem e de pedido de amizade.

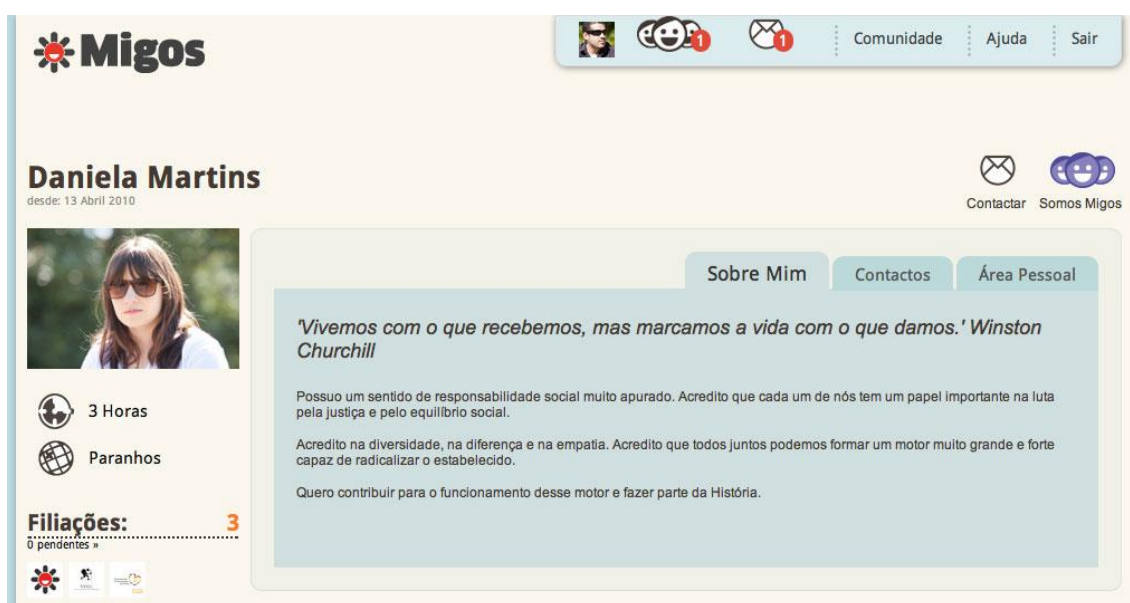


Figura 48 - Ícone de envio da mensagem (em contexto)

Ao clicar no envio de mensagens, aparece uma *modal window*³⁵. Esta janela escurece o ecrã e bloqueia tudo o que está por baixo. A sua implementação foi facilitada através do uso de jQuery. Esta janela, permite o envio de mensagens para um ou mais utilizadores, e usa um sistema de pesquisa automática por utilizadores, que fazem parte da nossa lista de amigos.

³⁵ http://en.wikipedia.org/wiki/Modal_window

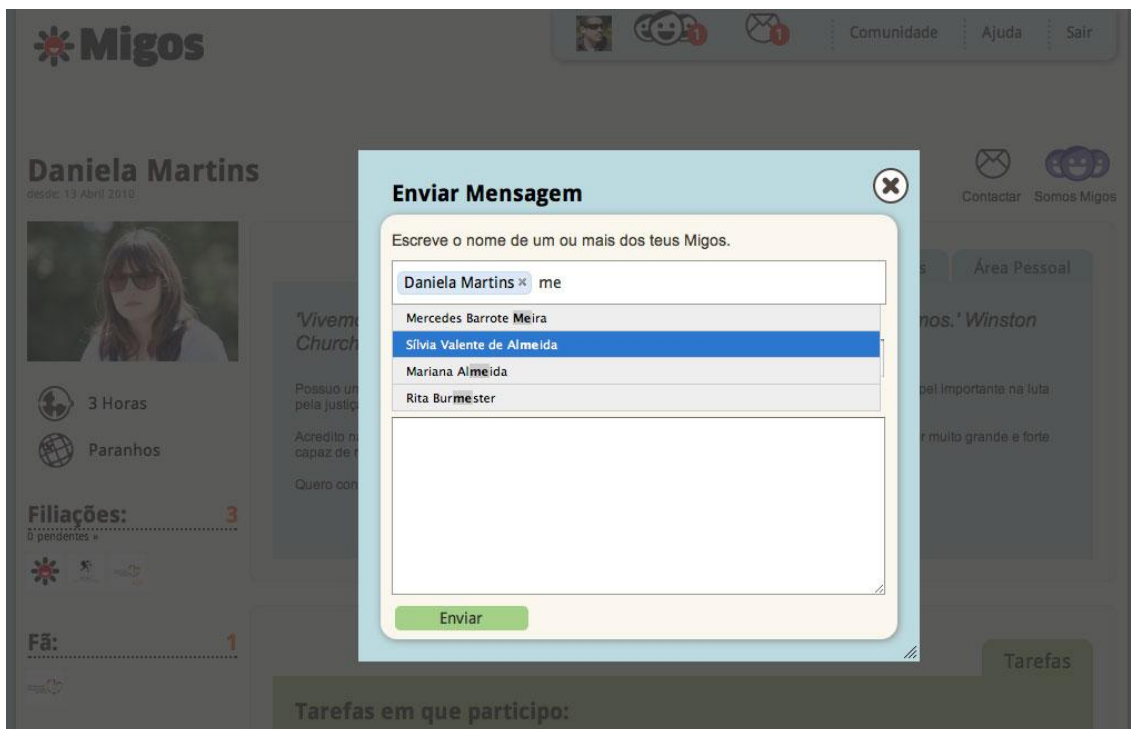


Figura 49 - Ecrã de envio de mensagens

O envio da mensagem é feito através de AJAX, fechando de seguida a janela. O utilizador pode ver a listagem de todas as mensagens que recebeu, ordenadas por data. A mensagem que aparece em cada linha, é a última de cada conversa.

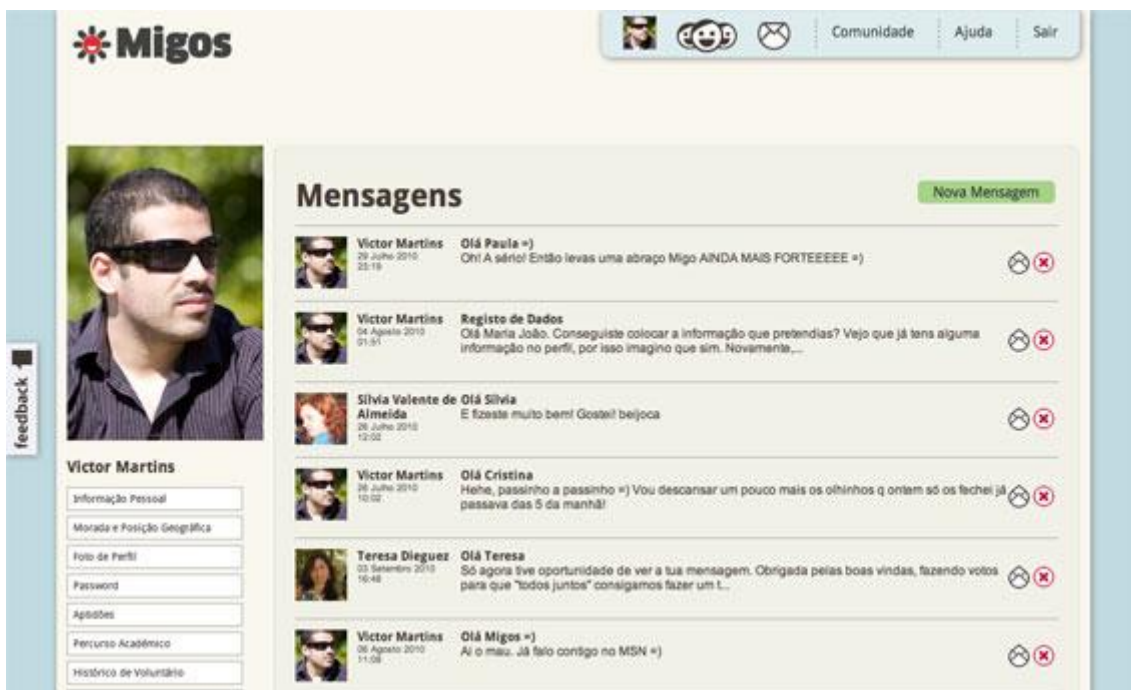


Figura 50 - Ecrã geral de mensagens

Ao clicar numa dessas mensagens, podemos ver toda a sequência da conversa, e todos os utilizadores envolvidos. As mensagens para múltiplos utilizadores são recebidas e enviadas para todos, assim como as respectivas notificações via e-mail.

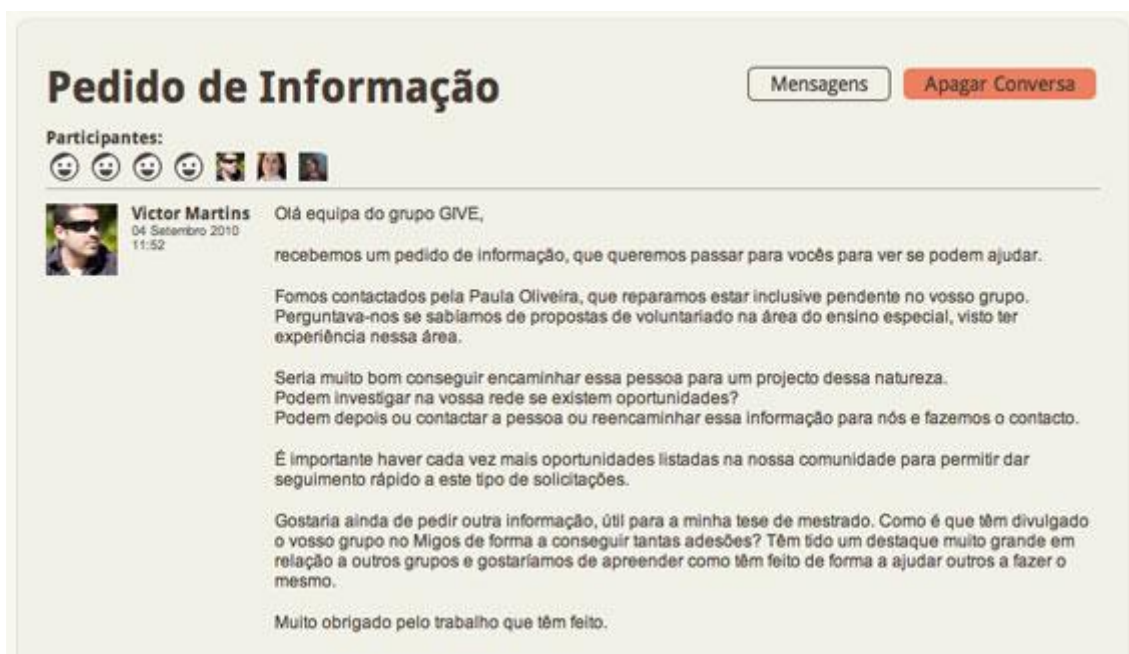


Figura 51 - Ecrã de conversa

4.5.3.4. Páginas da Organização, Missão, Tarefas e Instituição

Como foi referido, estas páginas são muito semelhantes às de utilizador, mantendo a coerência da hierarquia e disposição de informação. Vamos analisar a da organização, sendo que a das missões e tarefas é muito semelhante, com pequenas variações relacionadas com o conteúdo.

Em cada contexto, na barra do lado esquerdo, das suas propriedades, vemos o logótipo que a identifica, uma caixa de comunidade semelhante à da *homepage* mas relativa ao contexto onde se insere e a listagem de voluntários inscritos.

Existe um separador de equipa que dá um acesso rápido às pessoas responsáveis. Cada caixa de missão, tem em destaque as suas informações e a pessoa responsável por aquela missão em particular.

Pode-se clicar no “detalhes” presente nesses cartões, para ver uma listagem de tarefas, e os voluntários inscritos, mais uma vez, aproveitando a manipulação do DOM através de jQuery.



Figura 52 - Página de grupo de trabalho

A secção de administração destas páginas, é em tudo idêntica à do utilizador. Tem, no entanto, alguns ecrãs únicos, como a atribuição de direitos administrativos e gestão de voluntários nas missões e tarefas.

Nestes casos, optou-se por usar um interface com características “*drag-and-drop*”, para que, de forma intuitiva, se possam “arrastar” os voluntários para determinadas áreas. A comunicação, mais uma vez, é feita via AJAX dando indicação no servidor das medidas a tomar. Para exemplo é apresentado o ecrã de administração de filiações.

As áreas dão um feedback visual ao utilizador, amarelo claro significa que é uma área onde o voluntário poderá ser largado. Amarelo escuro, é onde irá ser largado. Piscam a verde, se a operação for bem sucedida e a vermelho, se tiver ocorrido um erro.

Migos

Comunidade Ajuda Sair

Administração de Filiações

Arraste os voluntários para atribuir graus de administração/participação. Os voluntários pendentes aguardam a sua decisão. Se pretender que um voluntário não possa participar em nenhuma das suas missões e tarefas, pode coloca-lo como fã. Sendo fã o voluntário apenas recebe notícias do seu grupo de trabalho.

Administradores: 3

João F. Guiomar

Migos Pendentes: 0

Colaboradores: 1

Fãs: 3

Migos Activos: 8

Migos

Gerais:

- Editar Organização
- Logótipo
- Morada e Posição Geográfica
- Contactos

Migos:

- Fichas de Voluntário
- Administrar Filiações**

Missões:

- Listar Missões
- Criar Missão

Tarefas:

- Listar Tarefas

Organize os migos arrastando os ícons para o perfil adequado a cada migo.

Figura 53 - Gestão de graus de participação

4.5.3.5. Notícias

Os blocos de notícias têm uma semelhança, em termos de funcionalidade, do que é esperado num blog, incluindo a capacidade de receber comentários.



Missões Notícias

Notícias

AS NOVAS DA COMUNIDADE

Migos no Encontro de Associações da Murtosa

Por: Daniela Martins | Migos | 12 Julho 2010, há (3 meses) | 0 Comentários



O Migos esteve presente no Encontro de Associações da Murtosa que teve lugar na Torreira, no dia 10 de Julho uma actividade que se insere no Eixo III, no âmbito da acção "Nova Onda" do Projecto. Teve como objectivos o convívio entre as associações, dar a conhecer à comunidade o tecido associativo e promover um espaço de divulgação das actividades de cada associação concelhia assim como angariação de fundos.

Durante o encontro, as entidades desenvolveram diversas actividades: rastreio da osteoporose, passeios de charrete, demonstrações de Yoseikan Budo e venda de artesanato que foram bastante concorridas.

A animação fez-se através de insufláveis que fizeram as delicias não só dos mais pequenos como de alguns graúdos.

Foi uma grande oportunidade para o Migos estar em contacto com os grupos de acção social locais, promover-se e fazer novos contactos.

Para mais informações, pode ver a notícia completa na página da **Santa Casa da Misericórdia da Murtosa**.

Figura 54 - Ecrã de notícias

4.5.3.6. Páginas de Listagem

Estas páginas, apresentam uma listagem de todos os elementos de um dado contexto: Organizações, Missões, etc.

São representadas como uma sequência de cartões, com um resumo da informação. Os cartões têm a opção de ver mais detalhes, que simula um segundo lado do cartão, algo que já vimos nos cartões de missão na página das organizações. A listagem de voluntários é a exceção, apresentando pequenas caixas com a imagem e alguns dados sobre os mesmos.

Estas páginas dão uma visão alargada de conteúdos. Falta, no entanto, um componente importante que é a pesquisa e filtros. Iremos falar mais adiante sobre o porquê desse componente não ter sido ainda implementado.

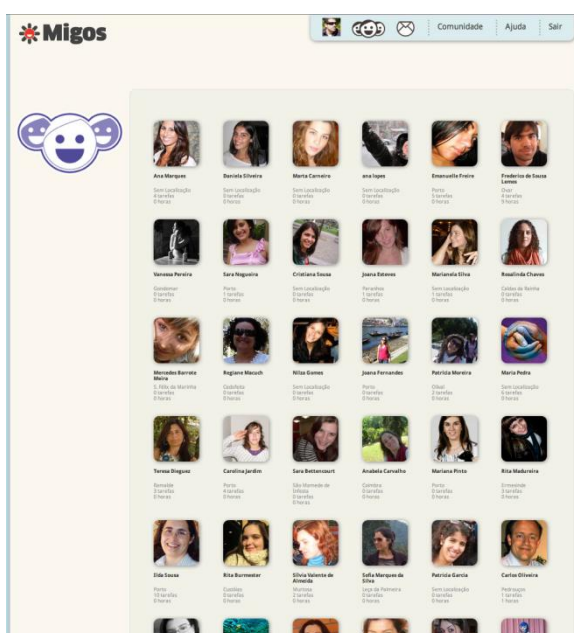


Figura 55 - Listagem de Migos

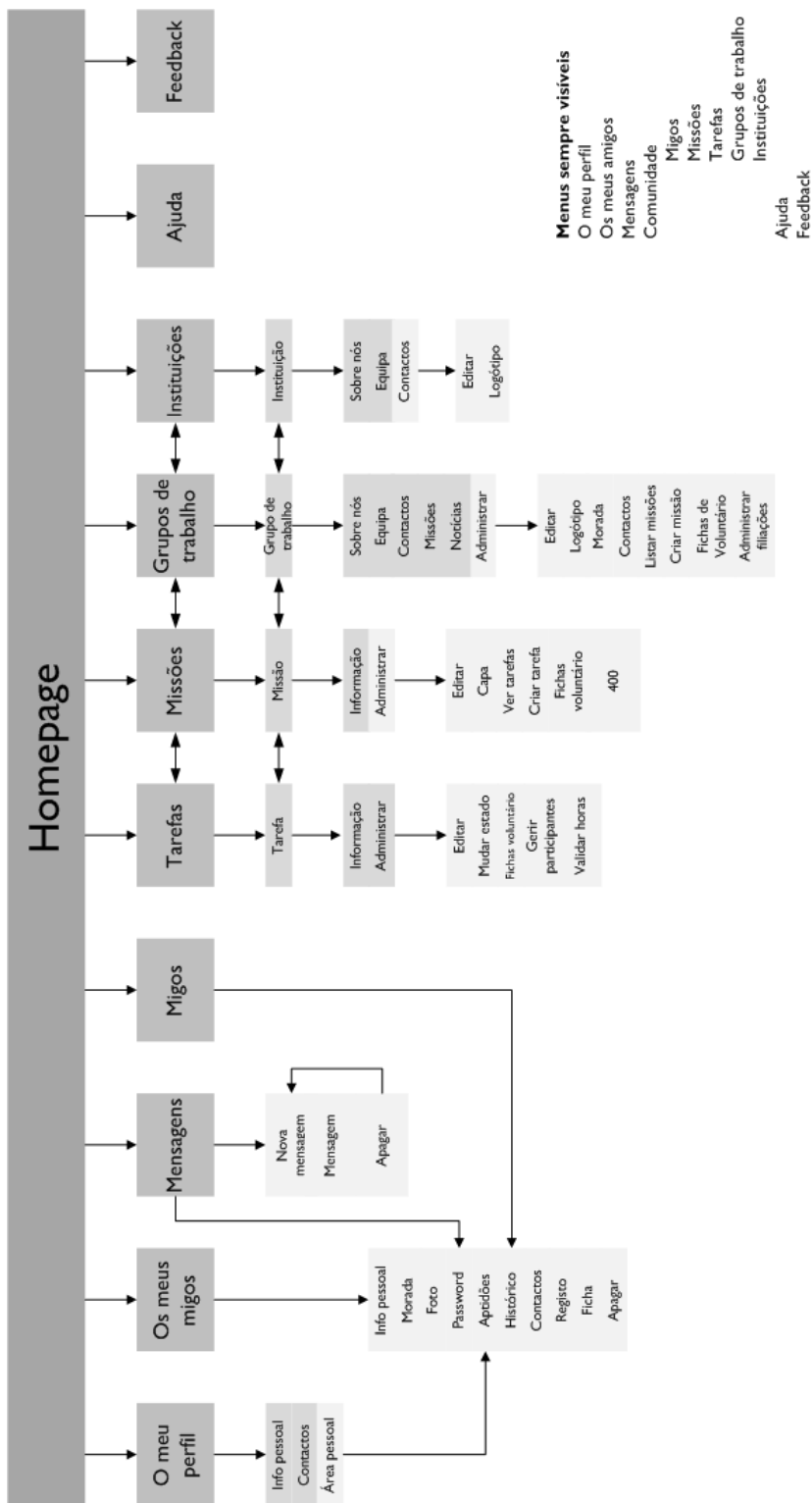


Figura 56 - Listagem de grupos de trabalho

4.5.4. Estrutura de Navegação

Esta é uma representação simplificada da estrutura de navegação da plataforma. Os caminhos possíveis acabam por ser em muito maior número, visto que normalmente cada representação de um objecto (o seu nome, logótipo, fotografia) tem uma hiperligação para ele próprio. Através do uso da aplicação, percebe-se que páginas ou que tipo de informação, falta em determinado momento. É um processo que requer

experimentação e equilíbrio, de forma a manter o interface simples e organizado, mas ao mesmo tempo rápido e intuitivo de se usar.



4.5.5. Alojamento e Escalabilidade

Uma das peças fundamentais para o desenvolvimento da aplicação, foi sem dúvida o alojamento. Felizmente, existem neste momento várias soluções que permitem implementar rapidamente uma aplicação *web*.

Apesar da aplicação necessitar, neste momento, de poucos recursos em termos de base de dados e processamento, quis-se desde já, que a sua implementação fosse feita numa estrutura que garantisse escalabilidade futura com o mínimo de esforço.

Assim optou-se por utilizar o heroku.com, que fornece um alojamento na forma de computer cloud com um plano de negócios PaaS (Platform as a Service). Para além do serviço base, permite ainda integrar uma série de serviços à aplicação de forma automática, como avisos automáticos em caso de erros no sistema (Exceptional)³⁶ e monitorização contínua da aplicação (New Relic)³⁷. Permite ainda utilizar o serviço *cron* para calendarizar acções automáticas, como por exemplo, *backups*, implementar *memcache* e uma série de outros complementos que ajudam imenso no desenvolvimento rápido da aplicação.

Este serviço garante-nos o suporte de base de dados e processamento. Mas outra necessidade importante, são os conteúdos, que neste momento são sobretudo imagens.

Para garantir escalabilidade e performance, decidiu-se usar o serviço Amazon S3, Amazon Simple Storage Service. O serviço de emails é fornecido pela Google, através do Google Apps.

Assim, de uma forma muito simples, consegue-se ter uma infra-estrutura muito segura e de alta performance, com um custo muito reduzido, garantindo a capacidade de escalabilidade.

³⁶<http://www.getexceptional.com/>

³⁷<http://www.newrelic.com/>

4.5.6. Requisitos mínimos não implementados

Praticamente todos os requisitos mínimos foram implementados. No entanto, não foi possível implementar:

- A troca livre de mensagens nas páginas de voluntário, instituição, organização, missão e tarefa. Aqui o objectivo era conseguir um sistema de troca de ideias muito semelhante ao *wall* do facebook, com a capacidade de se comentar a informação, marcar como positivo, etc. Mas o mecanismo para conjugar todos estes factores tornou-se complexo e acabou por não ser implementado a tempo. Será preciso um pouco mais de planeamento, para simplificar essa estrutura de dados de forma a criar uma malha interessante de informação passível de ser analisada automaticamente. Essa análise iria permitir filtrar informação importante para os grupos, criando um destaque que poderia inclusive ser colocado na página principal como notícias importantes para a comunidade. A ideia é que quanto mais simples for o interface e quanto mais fácil for indexar informação para processamento, mais valor e potencial se consegue dar aos seus utilizadores.
- Sistema de pesquisa.
O sistema de pesquisa foi deixado para último plano, porque já se previa a grande complexidade do mesmo, e também que não iria existir tanta informação para que este fosse realmente importante nesta primeira fase.
Para que o sistema de pesquisa seja justo para todos os grupos, será preciso ter em conta uma série de factores. Não podemos deixar que um grupo que coloque muito mais actividades que outro, domine as pesquisas. Temos que filtrar missões que não são actualizadas durante muito tempo, e estudar bem, que critérios podemos usar para isso. É muito importante evitar a repetição de resultados, como se viu acontecer no do-it e no dosomething. Tendo em conta que as pessoas não vão olhar muito para além dos primeiros resultados, estes devem ser significativos para o utilizador. Devemos evitar bombardear o utilizador com opções, pois como se pode ver no estudo de Barry Schwartz, isto pode levar a uma paralisação e nenhuma escolha é tomada (Schwartz, 2005). Deverá existir simplicidade na pesquisa, ao invés de criar uma série de opções para o utilizador escolher, a plataforma deverá conseguir prever que tipo de acções o utilizador prefere, baseando-se nas suas actividades passadas e no seu perfil. Um sistema como o Amazon faz na recomendação dos seus produtos.

E por último, não depender apenas de um sistema de pesquisa, mas alertar periodicamente o utilizador, para acções que estão a decorrer que o possam interessar. Para evitar que o utilizador fique completamente bloqueado a um determinado tipo de resultados, pode ser também interessante inserir alguma aleatoriedade nos resultados para aumentar o grau de descoberta. É portanto um sistema complexo, que precisa de ser experimentado e testado. Nunca podemos esquecer que paralelamente a tudo isto, temos as recomendações dos utilizadores, que são um importante factor na tomada de decisões (Porter, 2008).

4.5.7. Software utilizado

A aplicação Migos só foi de possível realização, com os recursos e tempo disponível, graças a uma série de software *open source* e de alguns serviços on-line.

Julgo ser importante deixar uma referência aos mais importantes:

IDE (Integrated Development Environment)

Netbeans <http://netbeans.org/>

Frameworks

Ruby on Rails www.rubyonrails.org/

jQuery <http://jquery.com>

Less <http://lesscss.org>

Ruby Gems

declarative_authorization

formtastic

chronic

authlogic

validation_reflection

right_aws

paperclip

acts-as-taggable-on

aws-s3

prawn

rspec

rspec-rails

webrat

cucumber

cucumber-rails

database_cleaner

machinist

mocha

ZenTest

faker

seed-fu

friendly_id

Serviços on-line

<http://github.com>

<http://google.com> e <http://apps.google.com>

<http://mapas.sapo.pt/>

<http://aws.amazon.com/s3/>

<http://heroku.com>

<http://newrelic.com>

<http://getexceptional.com/>

<http://stackoverflow.com/>

5. Avaliação da Utilização da Plataforma

5.1. Justificação e objectivos da avaliação

A avaliação é um factor essencial em qualquer processo de desenvolvimento. Através dessa ferramenta, pode-se determinar quais são os pontos fortes e fracos do projecto, e até a viabilidade do mesmo. Sem este processo, simplesmente não seria possível garantir o desenvolvimento do projecto.

Os objectivos são:

- 1.** Avaliar a utilização da plataforma. Esta avaliação é feita de duas formas: analisando a opinião directa dos seus participantes e avaliando a métrica de utilização.
- 2.** Avaliar a adesão dos grupos de voluntários à plataforma através das acções levadas a cabo na mesma.
- 3.** Avaliar a performance da plataforma. O nível de performance pode ter um impacto directo na capacidade de manter os utilizadores activos na mesma. Quanto mais imediata for a resposta da aplicação às acções do utilizador, melhor será a sua experiência.

5.1.1. Objectivo 1: Análise da utilização da plataforma

5.1.1.1. Por inquérito lançado a todos os utilizadores da plataforma.

O universo era de 164 utilizadores a 19 Set. 2010. O inquérito esteve disponível durante 5 dias até ao final do dia de 24 de Set. Responderam 57 pessoas, ou seja 37% do universo total.

Dado que a plataforma foi essencialmente dada a conhecer a membros da faculdade, a maioria dos utilizadores está entre os 20 e os 30 anos. Existe no entanto 31% de utilizadores entre os 31 e > 40 anos. Este leque transversal pelas várias faixas etárias, torna este estudo interessante. 74% das respostas são de utilizadores femininos, o que está em concordância com os registos efectivos na plataforma, ou seja, a esmagadora maioria dos inscritos são do sexo feminino.

A grande maioria das pessoas (59%) tomou conhecimento do Migos a partir de amigos ou familiares e através de grupos de voluntários. Isto demonstra que a comunicação “boca-a-boca” foi um factor importante. 11% tomou conhecimento através de outras páginas de Internet e 19% marcados como “outros”, foram identificados como sistema de email da FPCEUP. Como veremos mais adiante, através da métrica do google *analytics*, temos fortes razões para crer que os 11% relativos a outras páginas, foram muito provavelmente páginas da U.Porto, ou seja, provenientes da sigarra.up.pt

Existe um consenso geral, quanto ao interesse da existência de uma rede social dedicada ao voluntariado, sendo uma solução mais indicada a de usar apenas o Facebook.

Quanto às principais características da aplicação, das 57 respostas, apenas 1 prefere que os voluntários permaneçam anónimos, mostrando que a esmagadora maioria das pessoas prefere estar identificada abertamente como voluntária. Em relação aos membros das equipas de voluntários, 86% concorda com o facto de estarem facilmente

identificados e contactáveis, e destes, 68% concorda plenamente. Apenas uma pessoa discorda desse facto. 96% dos voluntários acha útil que a plataforma registre as suas actividades automaticamente no formato de curriculum vitae e 88% acha importante a possibilidade de registar as horas de trabalho despendidas nas actividades. 79% concorda com a relevância dos dados pessoais que são pedidos.

Quanto à usabilidade da plataforma, 72% dos voluntários considera fácil navegar e encontrar o que procura, no entanto, uns relevantes 29% podem sentir alguns problemas. 88% das pessoas sente que é prático dividir as missões em tarefas. 65% concorda que é fácil participar nas tarefas, no entanto 35% parece estar a ter dificuldades em fazê-lo. Quanto ao registo de horas, 58% concorda que é fácil, mas 43% sente dificuldades em o fazer. 60% consegue usar facilmente o sistema de mensagens para comunicar com outros voluntários, mas 30% parece enfrentar alguns problemas nessa utilização.

Cerca de 84% acha que o design é apelativo e 78% considera-o apropriado.

76% dos inquiridos/as sentem-se mais seguros/as em fazer voluntariado se puderem contactar com pessoas com ideias semelhantes, e a grande maioria sente vontade em convidar amigos para participar.

73% sente que quando pedem ajuda têm uma resposta breve, no entanto 26% ainda sente alguma demora.

91% julga que o Migos.org pode ajudar efectivamente grupos de voluntários.

Foram registados ainda 3 comentários no inquérito:

O Migos, enquanto plataforma que pretende fomentar o voluntariado e sobretudo torná-lo mais acessível e prático, cumpre na totalidade o seu objectivo! É de louvar um projecto como o Migos, que procura aliar o melhor das redes sociais à vertente humanista e pedagógica. Este projecto deve, necessariamente, ser apoiado e aperfeiçoado para que mais Migos possam integrar as missões.

O Migos está em construção e ainda numa fase inicial. Penso que as missões são suficientes, porque depois cada projecto tem as suas próprias características. Agilizar a comunicação era excelente. Não é fácil mandar mensagens. E, finalmente, quanto mais simples tudo for, melhor.

Há coisas ainda um pouco confusas e ainda não sei usar muito bem o Migos talvez porque nem tudo é intuitivo.

- **Discussão dos resultados**

Este inquérito parece mostrar que existe uma forte vontade de encontrar uma rede social dedicada ao voluntariado. Quanto ao projecto Migos, parece haver uma forte aceitação do mesmo, visto que houve uma grande percentagem de pessoas que tomou conhecimento do projecto por comunicação “boca-a-boca”, um canal privilegiado. A comunicação através de páginas da U.Porto e, através da comunicação dos grupos de voluntários, parece trazer alguma legitimação ao projecto, perante a instituição.

Tirar os voluntários e dirigentes dos grupos de voluntários do anonimato, parece fazer sentido. O registo de horas e o curriculum vitae, parecem ser características que as pessoas tendem a usar.

A nível de usabilidade, parece haver uma aceitação acima da média, no entanto, existem indicadores de que há ainda muito trabalho a fazer. Algo que não surpreende, pois sente-se a fragilidade em alguns dos *layouts*, em particular a gestão de horas está a sofrer com alguns bugs de formatação e JQuery. Quanto à comunicação, é necessário, o quanto antes, criar um sistema de mensagens aberto, ao estilo do wall usado no Facebook, onde seja simples para as pessoas, deixarem o seu feedback e partilhá-lo imediatamente com os envolvidos em determinado contexto (perfil pessoal, grupo de trabalho, missão ou tarefa).

Tem sido feito um grande esforço para responder com rapidez a pedidos de ajuda, e por vezes, contacta-se de imediato (retirei com) as pessoas mal o sistema dá indicação de que alguém sofreu um erro na plataforma, mesmo antes de ser essa pessoa a fazê-lo. Assim, os 26% que referem sentir alguma demora nos pedidos de ajuda, constituíram de alguma forma uma surpresa. Temos, no entanto notado, que alguns grupos chegam

a demorar mais de uma semana a activar voluntários, que ficam pendentes nos seus grupos de trabalho. Poderá haver alguma relação com esse facto.

É motivador que 91% das pessoas julgue que a plataforma possa efectivamente ajudar os grupos de voluntariado. Os comentários deixados no inquérito, reforçam esta conclusão.

5.1.1.2. Avaliação da métrica de utilização da plataforma

Os dados são recolhidos do Google Analytics e correspondem à totalidade do tempo em que o Migos está aberto ao público, desde Abril até final de Setembro, lembrando que a plataforma foi inaugurada a 28 de Abril.

1. Análise de visitas

Pelo gráfico de visitas únicas podemos confirmar que a plataforma não atingiu um fluxo estável de visitas, o que confirma a presença de um período de experimentação e descoberta por parte dos visitantes. Ainda não adquiriu uma massa sustentável de *users* de utilização continuada. Este factor poderá ter a ver com o facto de não haver entrada contínua de conteúdo nem muitas actividades que se possam realizar diariamente

Tomou-se a estratégia de limitar a divulgação essencialmente na U.Porto através do contacto com os grupos de trabalho e a apresentação na Reitoria. Durante o processo houve outros contactos, como o *tedxaveiro* e a criação da página do Migos no Facebook. No entanto, não se fez marketing activo. O objectivo era centrar a acção na U.Porto. Isto confirma-se pela imagem de visitas no território português, onde a grande maioria das visitas é efectivamente da cidade do Porto.

De Março a Julho, altura em que decorrem as aulas do segundo semestre, o número de visitas é menor do que no início do novo ano escolar, ou seja a partir de Setembro de 2010. Este facto parece ter uma relação com o número de inscrições na

plataforma e poderá estar relacionado com o lançamento de projectos dos grupos GIVE e GEV.

2. Fontes de Tráfego

Podemos identificar quatro importantes fontes de tráfego no gráfico *Referring Sites*:

- **Sigarra.up.pt;**
Sigarra é o acrónimo de Sistema de Informação para Gestão Agregada dos Recursos e dos Registos Académicos. Ou seja, estamos perante tráfego vindo através das páginas da U.Porto. O grupo GIVE publicitou na primeira página da FPCEUP a sua página de grupo na plataforma Migos, o que teve um impacto bastante positivo no tráfego e acabou por se reflectir em várias dezenas de inscrições no grupo.
- **tedxaveiro.com;**
Esta fonte de tráfego está ligada a uma apresentação da plataforma feita no tedxaveiro a 29 de Maio. O endereço da plataforma ficou a constar na página como registo do evento.
- **Facebook.com;**
Desde muito cedo que se utilizou o Facebook como meio de comunicação e marketing da aplicação.
- **webmail.fpce.up.pt;**
O grupo GIVE da FPCEUP também passou a mensagem da plataforma através do seu e-mail.

3. Bounce Rate

Este indicador, representa a percentagem de visitas que após visualizar uma única página, desiste e segue para um site diferente.

Como se pode verificar no gráfico *Referring Sites*, as quatro principais fontes de tráfego têm um *bounce rate* muito elevada. O tráfego proveniente da sigarra.up.pt e do webmail.fpce.up.pt tem um *bounce rate* acima dos 50%. O site do tedxaveiro e o facebook no entanto, não passam dos 40%, sendo o primeiro o mais baixo, com 22,22%

A média geral de *bounce rate* é de 43%, o que significa que em cada duas pessoas que chegam à página, uma à partida, desiste imediatamente.

Daqui podemos tirar duas conclusões:

Ainda há muito a fazer para melhorar a frontpage do site que, avaliando pelos critérios de Joshua Porter (Porter, 2008) no capítulo “Design for Sign-Up” é claramente verdade;

É necessário fazer uma campanha de marketing bem orientada e abrangente de forma a aumentar o número de visitas, e o tipo de visitas. Podemos ponderar que o *bounce rate* das fontes tedxaveiro e facebook são menores porque o contexto de onde elas partem é muito mais informativo. Ou seja, ao seguirem o endereço para a plataforma Migos, as pessoas já têm mais informação sobre o que vão encontrar e portanto é mais provável que naveguem na página. Um link sobre voluntariado num site institucional da universidade, pode não ter o mesmo efeito e originar visitas que apenas clicam por curiosidade mas sem um verdadeiro interesse. São, no entanto, especulações a considerar neste ponto.

4. Lealdade dos visitantes

Podemos tirar algumas conclusões sobre o apego dos visitantes à plataforma, baseado no número de visitas, no tempo que cada visita demora, e na relação entre novos visitantes e visitantes que retornam.

Pelo gráfico “New vs. Returning” podemos ver que cerca de 50% dos visitantes já voltaram à plataforma. Considerando a média de *bounce rate* de 43%, não é um mau indicador. Mesmo num cenário potencialmente negativo, consegue-se um bom retorno de visitantes.

O tempo médio das visitas é de 4:47min., sendo que o somatório do número de visitas que ficam por mais de 1minuto, é de cerca 41%.

Podemos fazer uma análise interessante ao gráfico de *visitor loyalty*, que apresenta a quantidade de vezes que o mesmo visitante chega à plataforma. Para isso vamos adaptar o modelo de análise em funil apresentado por Josh Porter (2008). É natural esperar um gráfico em forma de funil, onde na sua parte mais larga estejam as visitas com apenas uma entrada, e na parte inferior, um número muitas vezes inferior de visitas que voltaram várias vezes. E de facto, isso é verdade até às visitas que regressam a partir da oitava vez. Existe uma interessante inversão da tendência nesse ponto do gráfico. A partir do nono regresso, o número de visitantes começa a aumentar ligeiramente. O corte é brusco, da oitava visita para a nona visita, a diferença é de 49 visitantes (1,26%) para 204 visitantes (5,24%) aumentando até à 101-200 visitas com 309 visitantes (7,94%).

Podemos ainda dizer que, o número de visitantes que regressou à plataforma mais de 9 vezes, é de 1.217, cerca de 31%. Para um caso mais sólido podemos ainda dizer que 554 visitantes, cerca de 14%, voltaram mais de 50 vezes. O que parece um bom indicador de avaliação positiva.

5.1.1.3. Discussão dos resultados

Através da métrica, conseguimos notar que a plataforma está a ganhar lentamente alguma força e a captar alguns utilizadores leais. Não existe ainda uma base de sustentação sólida de utilizadores. Estamos portanto, numa fase crítica, onde é necessário aumentar e manter o *momentum*. Isto é sobretudo conseguido através do acompanhamento continuado dos utilizadores e do constante desenvolvimento da plataforma. Em suma, perceber as necessidades e frustrações dos *stakeholders* e através de priorização cuidada, procurar dar resposta.

5.1.2. Objectivo 2: Análise da adesão dos grupos voluntários em termos de acções levadas a cabo na plataforma

Na altura de conclusão deste estudo, Setembro de 2010, existem 16 grupos de voluntários inscritos na plataforma, dos quais 13 são grupos ligados à U.Porto. Dez desses grupos não tiveram qualquer acção na plataforma. Dos 3 restantes, apenas dois mantiveram uma acção continuada, o grupo GIVE e o grupo GEV. O grupo GIVE criou 3 missões que deram origem a 6 tarefas e atingiu 47 inscrições no grupo. O grupo GEV criou 3 missões e 5 tarefas e atingiu 12 voluntários no grupo. O GEV começou a usar o sistema de gestão de horas por auto iniciativa, contabilizando 48 horas de trabalho. Ambos os grupos, têm sido activos em termos de *feedback*.

5.1.2.1. Discussão dos resultados

De uma forma geral, os objectivos previstos com os grupos da U.Porto não foram atingidos. Em termos quantitativos a adesão até ao momento foi de 15%. Em termos qualitativos, a experiência com os dois grupos que se destacaram foi bastante interessante e teve um impacto positivo tanto no desenvolvimento da plataforma como na criação de laços de trabalho. Um dos nossos objectivos é conseguir criar esses laços, de forma a desenvolver uma rede de colaboração com nós activos e cooperantes. Assim, na hipótese da rede crescer, as potenciais ligações entre nós, farão com que seja mais fácil a adaptação das novas ligações à rede. Ou seja, procurar que os membros mais habilitados e experientes da comunidade ofereçam liderança e ajudem a integrar as novas contribuições na comunidade, aplicando assim princípios meritocráticos de organização (Tapscott 2008).

5.1.3. Objectivo 3: Avaliar a performance da plataforma.

O nível de performance pode ter um impacto directo na capacidade de manter os utilizadores activos na mesma. Quanto mais imediata for a resposta da aplicação às acções do utilizador, melhor será a sua experiência. Estes dados são recolhidos através do serviço New Relic RPM. Pelo facto de estarmos a usar uma versão gratuita, só temos acesso aos dados nos últimos 7 dias. No entanto, é uma análise razoável, visto que pela métrica do Google Analytics, percebemos que são dias de utilização significativa no contexto geral.

1. Base de dados

Pela análise dos gráficos, percebemos que a grande maioria das operações com mais tempo de processamento é a obtenção (leitura) de dados, filtrada ou não, da base de dados. As 12 operações que consumiram mais tempo de processamento, foram operações de selecção de dados, principalmente operações de “*find*”. No entanto, mesmo sendo o maior consumidor de tempo de processamento, tratam-se de processamentos rápidos, com respostas médias da base de dados inferiores aos 25ms.

Apesar de uma operação de inserção de dados ser mais lenta que a consulta, é esperado que as consultas tenham estatisticamente maior relevância em termos de utilização, uma vez que a função mais comum numa aplicação *web* é a consulta de dados para preenchimento das páginas. Os tempos de resposta da base de dados estão bem abaixo do requisito mínimo de 50ms. É de notar que, apesar de respostas rápidas da base de dados, a operação mais consumidora de recursos é a da consulta.

A aplicação utiliza métodos de *eager-loading*, criando uma melhoria em termos de performance por não efectuar pedidos desnecessários à base de dados; As *queries* genéricas produzidas pelo RoR são suficientemente eficientes para a generalidade das necessidades dos utilizadores, uma vez que as *views* contêm dados de vários objectos, o processo de *eager-loading* evita múltiplas chamadas à base de dados. Isso resulta na obtenção da informação necessária num só pedido, anulando a latência associada a múltiplas conexões à base de dados. A *framework* guarda ainda uma referência dos dados pedidos, guardando-os em cache. Se houver um pedido similar, usa essa informação ao invés de fazer novos pedidos.

Pode-se ainda otimizar em muito o acesso de dados, através de *queries* mais desenvolvidas. No entanto, e seguindo o princípio “*it’s a problem when it’s a problem*” (37signals, 2006), este caso só deve ser ponderado se o tempo de processamento escalar, traduzindo-se numa perda efectiva de capacidade de resposta para o utilizador.

Outra oportunidade de melhoria, é o uso de estruturas de *memcache*, um sistema que permite o armazenamento de objectos em memória RAM de forma a diminuir os acessos à base de dados. O serviço contratado actualmente para o alojamento da plataforma providência o sistema de *memcache*, no entanto, traz um custo acrescentado ainda não justificado³⁸.

³⁸ <http://api.rubyonrails.org/classes/ActiveRecord/Associations/ClassMethods.html>

2. Transacções

A análise das transacções *web* no New Relic mostra o volume de processamento de acções concretas. A apresentação da *homepage* é a acção que mais consome recursos. Como vimos pela análise da métrica, cerca de 50% dos utilizadores que chegam ao site, acabam por não navegar pelas outras páginas. O que pode justificar o pico de recursos apresentado.

Na lista de acções que mais tempo consomem, encontram-se quatro acções de dois controladores, o de *Users* e de *Organização*. Tratam-se de acções de obtenção de dados. Este consumo justifica-se pelo facto de serem os mais utilizados. A vista do perfil do voluntário depende do *UserController*; a vista do grupo de trabalho depende do *OrganizationController*.

A página de análise indica ainda que os tempos de resposta da aplicação estão abaixo de um segundo e meio, e com menos de um pedido por minuto. O esforço reduzido do servidor, pode ser justificado por um reduzido acesso à plataforma.

3. Análise Apdex

Apdex é uma medida que relaciona a satisfação dos utilizadores com a performance de uma aplicação. Vários factores são tidos em causa, resultando num valor numérico numa escala de 0 a 1. Zero é equivalente a “nenhum utilizador satisfeito” e um “ todos os utilizadores satisfeitos”. A medida pode ser aplicada a todas as medições de performance ao nível de tarefas de utilizador, como por exemplo, o tempo de resposta da aplicação a uma acção.

O conceito de tarefa de utilizador, no domínio aplicacional, representa interacções singulares. O tempo de resposta associado, é o tempo desde a acção do utilizador (como por exemplo o clique num link ou botão de submissão de dados) até o utilizador obter a resposta do sistema de modo a poder continuar a operar.

O índice Apdex baseia-se em 3 zonas de responsividade:

- Satisfeito: O utilizador é completamente produtivo. O limiar é o tempo T de resposta a partir do qual o utilizador denota demora na resposta do sistema.

- Tolerante: O utilizador apercebe-se da latência do sistema, sendo esse tempo superior a T , mas aguarda e continua a operar sobre o sistema.
- Frustrado: Com tempos de resposta superiores a $4T$, o utilizador fica frustrado com o processo, podendo abandonar a operação do sistema.

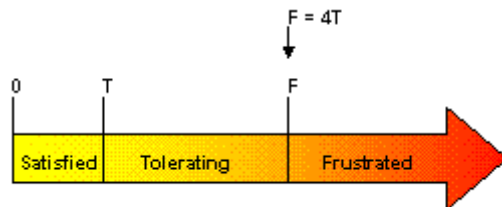


Figura 57 - Diagrama Apdex

5.1.3.1. Discussão de resultados

O sistema de análise de performance aplicacional da NewRelic, usado no servidor do Migos, utiliza o índice Apdex na sua análise associado a um tempo T de 0.5s. Dos dados em análise, o Migos tem um índice de performance média de 0.79. Não sendo um valor ideal, mostra que o utilizador se sentirá confortável a utilizar a aplicação, no que toca a tempos de resposta.

6. Estudo de factores que afectaram a adopção da plataforma Migos

6.1. Principais problemas sentidos

No decorrer da criação e desenvolvimento do Migos.org deparamo-nos com vários problemas que vieram a afectar a adesão dos voluntários e dos grupos à plataforma. Um dos principais problemas foi a dificuldade em receber feedback por parte dos grupos de trabalho. Muitos dos e-mails enviados não tinham resposta durante semanas ou simplesmente, não eram respondidos. Sentimos sempre que a comunicação, com a maior parte dos grupos, era um processo difícil e moroso.

Também notámos que a informação não passava dos dirigentes para os voluntários. Isto apresentou-se como um entrave já que se os grupos não passam a informação, muito mais difícil era para nós fazê-lo. O facto de os grupos com poucos dirigentes terem dificuldade em delegar tarefas, foi outra barreira sentida, já que a sua ausência implica uma quase interrupção do contacto.

De nossa parte, apesar do esforço e de termos entrado em contacto com a maioria dos grupos pessoalmente, sentimos dificuldades em passar “o espírito”, em mostrar as vantagens que o Migos.org pode trazer para o trabalho de voluntariado. Por outro lado, não deixa de ser curioso que dois grupos, o GIVE e o GEV, com os quais nunca tivemos contacto pessoal, que souberam de nós através dos dirigentes de outros grupos e, talvez, da nossa apresentação na Reitoria, no dia do voluntário, sejam os mais activos na plataforma.

Isto mostra que, apesar de a maioria dos administradores não terem uma participação pro-activa na plataforma, eles entendem que ela pode ser útil para este tipo de trabalho. Por outro lado, estes grupos também se caracterizavam por estar no seu início, ainda sem visibilidade e voluntários. Este facto, pode indiciar que nos grupos que actuam há

algum tempo, como os seus processos funcionam, como não sentem necessidades, têm mais dificuldades em experimentar métodos alternativos.

6.2.Opiniões formadas sobre o terceiro sector

Analisou-se uma série de entrevistas disponibilizadas pelo grupo Algébrica (um fornecedor de informação desde 1991, algebrica.pt) a nomes de relevo na área do terceiro sector. Procura-se obter uma visão geral dos problemas sentidos no mesmo. Esta análise pretende por analogia, ajudar a perceber alguns dos problemas sentidos.

6.2.1. Sector social público e privado

São “duas faces da mesma moeda”. No entanto o privado “faz melhor, mais próximo das pessoas, com mais qualidade e a menor custo”. O sector público tem o papel de definir políticas sociais, reconhecimento e comparticipação financeira (Algebrica.pt, 24 Jun 2009). O Estado deve concentrar-se nas funções de regulação do sector social e não no sector principal, com o crescimento exponencial do sector social, o Estado português não tem capacidade nem infra-estruturas para prestar o apoio social a vários níveis que as IPSS estão neste momento a providenciar (Algebrica.pt 4 Ago 2008).

6.2.2. Desafios na Gestão e Financiamento.

Lino Maia, presidente da Confederação Nacional das Instituições de Solidariedade aponta que as IPSS devem procurar seguir alguns dos princípios de gestão do sector privado lucrativo, de forma a conseguir eficácia e eficiência semelhantes. Mesmo não tendo por missão o lucro, os excedentes financeiros são uma necessidade para conseguir os objectivos de desenvolvimento social. A complexidade dos problemas

sociais enfrentados, exigem a capacidade de “agir e não apenas de reagir” (Algebrica.pt, 24 Jun 2009).

José Leirião, delegado da Comissão Consultiva das Mutações Industriais em Bruxelas no Comité Económico e Social Europeu (mandato 2007-2011) e Voluntário em gestão de IPSS desde 1986, nos corpos sociais da Santa Casa da Misericórdia e Centro Social Paroquial de Azambuja, afirma que os dirigentes das IPSS “(...) têm dificuldade em ultrapassar a limitada gestão, à luz das novas tecnologias (...)”, apesar de muitos anos de dedicação e experiência no trabalho voluntário (Algebrica.pt 4 Ago 2008). Afirma que as “(...) resistências apoiam-se na teoria e na prática de que sempre foi feito assim e dado que funcionou não há razões para mudar. Mas, presentemente, só funcionar não é suficiente, é preciso funcionar bem e antecipar as necessidades futuras.”.

As IPSS, são normalmente financiadas pelo Estado através de protocolos com a Segurança Social e pela comparticipação dos utentes.

Com a actual crise financeira e com uma participação pública no financiamento de IPSS inferior a 50% do custo das mesmas, torna-se necessário um maior esforço das direcções, para obter mais recursos (Algebrica.pt, 24 Jun 2009). É necessário que as instituições procurem financiamentos alternativos para além das quotas dos utentes e do Estado (Algebrica.pt, 4 Agosto 2008).

Um bom exemplo é o caso da Navegar, gerida por Rita Moreira. Afirma que após desenvolver um protocolo com a Segurança Social de forma a desenvolver uma valência, torna-se inevitável contratar pessoas. “(...) é impossível funcionar exclusivamente com voluntários.”. Para suportar essa necessidade, a Navegar começou a dar aulas de música pagas, sendo no entanto uma associação sem fins lucrativos (Algebrica.pt, 29 Out 2009).

Para se poder negociar com empresas, é necessário ser mais do que uma associação sem fins lucrativos. Com o estatuto de utilidade pública torna-se mais fácil conseguir apoio financeiro das empresas, pois assim, estas já conseguem ter alguns benefícios, como as deduções fiscais (Algebrica.pt, 29 Out 2009).

6.2.3. Profissionalização do sector

A complexidade dos problemas obriga a equipas de profissionais de formação diversa, como a área social, economia e gestão. O facto de serem profissionais, não os torna incompatíveis com o trabalho voluntário. Existe, inclusive em direcções, profissionais qualificados, voluntários (Algebrica.pt, 24 Jun 2009).

Leirião (Algebrica.pt 4 Ago 2008), aponta a necessidade de modernização, profissionalização e implementação de técnicas de gestão empresarial, referindo a possível utilização dos seguintes instrumentos:

- Serviço de informação de gestão e balanced scorecard adequado;
- Recursos humanos, técnicos e administrativos devidamente preparados;
- Aprendizagem organizacional;
- Orientação para o mercado, no sentido de perceber a evolução da sociedade nas vertentes económica e social e adequar as respostas às necessidades das várias populações alvo;
- Planeamento estratégico;
- Fixação de objectivos (KPI's - Key Performance Indicators), e avaliação de desempenho;
- Envolvimento na vida da instituição de todas as partes interessadas (stakeholders);
- Criação de uma cultura empresarial democrática;
- Gestão de conhecimentos para atingir um trabalho de qualidade e uma organização de empresa democrática dentro de um quadro de gestão transparente desenvolvendo métodos da formação participativa;
- O balanço social para medir como alcança a instituição os objectivos sociais implicando todos as partes interessadas.
- Propõe ainda que as IPSS contratem jovens saídos das universidades para integrarem as equipas de dirigentes, de forma a combinar a experiência e saber a fim de modernizar e profissionalizar os processos de gestão.

6.2.4. Inovação

Rita Moreira, fundadora e directora executiva da Associação Navegar, trabalha com a comunidade do Parque das Nações. Esse contexto faz com que veja a necessidade de inovar, devido à população ser essencialmente quadros médios/superiores. No entanto, leva-a a generalizar afirmando que: “Mesmo uma instituição sem fins lucrativos deve agir em tudo como uma empresa. Portanto, qualquer documento que apresente – inclusivamente um *flyer* ou cartaz – tem que demonstrar qualidade. (...) mesmo a comunicação organizacional e o relacionamento com os media, deve ser o mais semelhante possível a uma estrutura empresarial. Em conclusão, sem dúvida que há uma grande necessidade de profissionalização no sector social.” (Algebrica.pt, 29 Out 2009)

Analisando estes factores, tiraram-se as seguintes conclusões:

- É necessária a inovação e profissionalização das direcções e equipas de trabalho assalariadas e cooperação com os voluntários;
- É importante inovar e criar valor acrescentado de forma a gerar mais receitas e portanto criar uma maior sustentabilidade e independência;
- Reagir não chega, é preciso agir
- Como no sector privado lucrativo, é preciso ter cuidado com a comunicação, um simples flyer deve demonstrar qualidade;
- É necessária a participação de jovens universitários de forma a trazer saber e modernização;
- Podem-se encarar estas dificuldades como oportunidades para evolução;
- Estabelecer elos de comunicação transversais, que abranjam direcções e voluntários, recolher, processar e transmitir esta informação, potenciar sinergias entre as diversas áreas, como se viu acontecer no modelo empresarial com o GIRO.

6.3. Análise do perfil dos jovens universitários

Através de uma entrevista exploratória com profissionais experientes do maior grupo empresarial português, não financeiro, a Sonae, com uma visão de várias dezenas de milhar de entrevistas anuais, procurou-se apurar quais os principais desafios que poderíamos sentir, a comunicar com este público.

Em grande proporção, as pessoas com as quais contactamos jovens licenciados, a frequentar o ensino superior ou com o 12^o ano, são pessoas que não denotam grande capacidade de iniciativa, dinamismo e motivação, esta é a nossa percepção sobre a realidade em que nos movemos e que retiramos das entrevistas que realizamos. Essa população, está constituída normalmente por pessoas acomodadas, numa qualidade de vida e conforto, em overdose, que é dado pela geração anterior. (Ircília Guiomar, 2010)

A faixa etária que estamos a tentar atingir enquadra-se neste espectro e o que podemos retirar desta afirmação é que os jovens de hoje em dia, estão acomodados e não respondem a desafios que possam desequilibrar a sua comodidade e status quo. Também podemos retirar, da mesma entrevista, que agem para atingir objectivos próprios, individuais e individualistas, e não tanto para atingir objectivos comuns, gregários. Procuram sempre que alguém lhes diga o que têm que fazer (isto no mundo do trabalho). São, portanto, pessoas carentes de orientação, de dinamismo, e com dificuldades em automotivar-se. Identificam-se com os movimentos ambientalistas, humanitários, de protesto e contra a exclusão, são dos primeiros a manifestar desacordo com atitudes xenófobas, poluidoras. No entanto, falta-lhes o drive no momento em que têm de agir e comprometer o seu bem-estar, as suas regalias, os seus horários de lazer e prazer, os seus hábitos, alguns deles poluidores e de forte exclusão de outros.

Dados estes comportamentos e atitudes, que consideramos desafios, a comunicação direccionada para os jovens universitários deverá ser muito mais motivadora, numa tentativa de criar a necessidade de actuar nos seus espíritos. Sabemos que não é fácil, visto que os benefícios advindos do voluntariado não são tangíveis, como tal, são mais complicados de comunicar. Por outro lado, também devemos ter em conta, que esta

camada está super-exposta ao marketing e por isso, as nossas acções nesse sentido terão que ser muito pensadas, para que consigam prender a sua atenção.

Uma possível estratégia a tomar, é conseguir trabalhar com alguns grupos e chegar a resultados significativos. Usar depois esses resultados para motivar pelo exemplo, com campanhas de comunicação direccionadas e constantes.

6.4. Obstáculos para a adopção da aplicação

Segundo o estudo realizado por Joshua Porter (Porter 2008), muitos dos princípios que tornam o software social bem sucedido ou não, advém da psicologia humana.

As pessoas usam esse software para fazerem coisas que já fazem no dia-a-dia: formar grupos, colaborar, ganhar respeito e notoriedade, gerir as suas vidas etc.

Neste sentido, Porter (2008) apresenta um conjunto de obstáculos que considera comuns no uso de todo tipo de aplicações. Apresenta então, um ciclo de vida de utilização.

6.4.1. Ciclo de vida de Utilização

Ao utilizar um determinado *software*, o utilizador passa por uma série de estádios. Cada estádio apresenta um conjunto de desafios que o impede de chegar ao estádio seguinte. É necessário reconhecer que existem pessoas nos mais diferentes estádios e a lutar por desafios diferentes, na nossa aplicação, para assim compreender a melhor acção a tomar.



1. Tomada de conhecimento

Esta barreira separa as pessoas que desconhecem a aplicação, das que ganham interesse sobre a mesma e estão curiosas sobre ela. De forma a captar o interesse das pessoas, devemos procurar responder aos seus desejos e frustrações.

2. Inscrição

Esta barreira separa as pessoas com interesse na aplicação das que efectivamente se inscrevem e a utilizam pela primeira vez. É aqui que decidem se vão estabelecer ou não, uma relação com a aplicação. Para garantir a inscrição, é necessário estar presente e atento para responder rapidamente a quaisquer dúvidas que possam surgir.

3. Regresso

Esta barreira separa as pessoas que utilizam a aplicação uma vez e não voltam, das que realmente iniciam uma relação com a aplicação e regressam. É uma fase importante na qual se deve dar à pessoa uma sensação de que estão a ter um valor acrescentado por a utilizar. É preciso promover uma sensação de eficácia. Não nos podemos esquecer que as pessoas provavelmente já resolvem os seus problemas de outra forma, talvez usando outro tipo de software. Deve-se ultrapassar as expectativas, surpreendê-las positivamente. Se as pessoas não conferirem valor à aplicação, que as faça mudar a forma como já trabalham, dificilmente voltam a tentar.

4. Apego Emocional

Esta barreira separa as pessoas que usam a aplicação com regularidade, daquelas que já se tornaram utilizadores entusiastas. Este é o objectivo a atingir, pois estes

utilizadores farão o seu melhor para promover a aplicação de livre e espontânea vontade e poderão fazer um esforço para ajudar a melhorá-la. No entanto, para se conseguir este objectivo, a aplicação tem de estar num alto nível de desempenho e oferecer aos seus utilizadores uma sensação de grande valor e realização.

O ciclo repete-se, quando utilizadores nos estádios finais atraem novos utilizadores, que passam por todas as barreiras referidas. Podemos agora olhar para estes factores, a partir de dois pontos de vista – do ponto de vista dos voluntários e do ponto de vista das organizações com quem tentamos trabalhar.

Temos também de partir do pressuposto que o facto da plataforma estar em construção, pode só por si ser um grande obstáculo à adesão.

Pela análise feita anteriormente, podemos ver que temos um confronto com duas barreiras. De uma forma geral, as direcções das organizações de voluntários estão sobretudo presas à barreira da inscrição. Ou seja, não sentem a necessidade de adoptar a plataforma ou de substituir formas de trabalho que já sentem que funcionam. Como vimos pelas opiniões do sobre o terceiro sector, nem sempre é fácil conseguir introduzir mudança e inovação em meios onde as coisas já “funcionam” há muito tempo. Vimos também que a excepção parece acontecer, quando os grupos são novos, ainda não têm estrutura montada e portanto, nada têm a perder e a experimentar uma nova ferramenta.

Da parte dos voluntários, julgamos que a barreira mais importante a ser ultrapassada é a barreira do regresso. Para isso, é necessário manter um constante diálogo e construir valor acrescentado para a sua experiência como voluntário.

No fundo, a solução para a adesão é simples, cuidar das pessoas e oferecer e promover resultados. Conseguindo isso, não haverá nenhum problema em obter adesão tanto por parte de voluntários como de grupos de trabalho. Isto requer trabalho não só tecnológico, mas sobretudo humano e de todas as partes envolvidas.

7. Conclusões e trabalho futuro

7.1. Resultados obtidos

Esta dissertação resultou numa plataforma para gestão de informação e colaboração entre indivíduos e grupos ligados ao voluntariado. Com ela criam-se novas oportunidades para o estabelecimento de laços entre os vários grupos e voluntários da U.Porto.

Em termos de plataforma, através da análise efectuada, estamos bem posicionados no panorama nacional, e não muito longe do panorama internacional. O que nos falta será resolvido com tempo e (retirei com) experiência, tendo em conta que os problemas e as soluções de acção e sustentação estão identificadas.

Desta oportunidade, resultaram poucos resultados quantitativos devido à baixa adesão, até ao momento, por parte dos grupos de trabalho envolvidos. Mas em termos qualitativos, conseguiu-se criar valor, para os que participaram. Facilitaram-se processos que levaram a um crescente número de pessoas atentas e disponíveis a participar em actividades de voluntariado.

Criaram-se sinergias num pequeno mas significativo grupo de pessoas, que podem ser agora usadas para expandir resultados, pondo-as em contacto com outras pessoas que enfrentem problemas, que já tenham sido resolvidos.

Repara-se na repetição da palavra pessoas. O nosso resultado mais significativo, foram as pessoas. E é um valor que dificilmente se mede quantitativamente.

7.2. Avaliação crítica dos objectivos iniciais

Estavam previstos três objectivos:

Prototipar uma plataforma colaborativa web-based que consiga resolver os problemas apontados.

A prototipagem da plataforma é vista como um sucesso. O sistema está funcional nos seus requisitos mínimos.

Vimos que é possível gerar valor acrescentado e minimizar os problemas encontrados no geral dos grupos de voluntariado, mas depende é algo que depende da participação dos stakeholders. Existe muito trabalho a fazer na plataforma e em comunicação, para potenciar essa participação, mas em último caso, haverá sempre grupos que podemos efectivamente ajudar e outros, que devido a vários factores, não conseguiremos nem ajudar, nem colaborar.

Identificar métodos e boas práticas de gestão, sustentabilidade e comunicação, que possam ajudar os grupos de voluntários.

Através da análise do estado da arte e da literatura, foram identificados factores que promovem o sucesso das organizações: organização e gestão de exigência empresarial, procura em agregar à organização pessoas com novos saberes, agir ao invés de reagir, investir na qualidade da comunicação desde o simples flyer ao uso correcto do e-mail, criar produtos e serviços de forma a obter fontes de rendimento sustentáveis.

Criar uma base de conhecimento baseado nos resultados obtidos, e uma rede de contactos de longo prazo que permitam o desenvolvimento futuro da plataforma e, como consequência, potenciem ainda mais o esforço voluntário.

Criou-se, sem dúvida, uma base de conhecimento que vai permitir o desenvolvimento futuro da plataforma, assim como, uma rede de contactos que estão inseridos na mesma, com vontade de ajudar e nos quais confiamos estarem presentes no longo prazo.

No fim deste percurso, é fácil olhar para trás e perceber muitos erros ou situações que poderiam ter sido feitas de forma diferente. Mas esse é o preço a pagar pela descoberta. Grande parte do que foi feito, foi com conhecimento adquirido durante o processo. Tanto em termos de tecnologia como em (retirei termos de) conhecimento do domínio.

Foi bem mais fácil dominar a tecnologia do que as capacidades sociais para lidar com certas situações menos favoráveis. O saldo é, no entanto, positivo.

7.3. Conclusões

Este é um problema complexo, de análise multi-disciplinar dada a imensidão de factores. No entanto, existe um enquadramento promissor para se conseguir canalizar conhecimento e energia para o sector social.

Em Portugal vê-se essa colaboração acontecer, potenciada pela Internet, em áreas como o design, a programação e a arte e cultura. No Porto, área geográfica em estudo neste trabalho, encontraram-se espaços como por exemplo o Hub do Porto, o Laboratório de Criação Digital e o Hacklaviva. São espaços físicos acompanhados de redes sociais online que promovem o encontro de pessoas para desenvolverem, colaborativamente, projectos nas mais diversas áreas.

A Universidade do Porto, assim como outras com certeza, estão repletas de potencial humano com vontade de participar em acções de voluntariado. Quando começamos o trabalho, uma das preocupações era simplesmente, tornar público quem faz, e o que se faz. Para motivar e partilhar conhecimento a quem quer fazer e nunca fez. A preocupação persiste, pois parece ser uma boa estratégia a longo prazo. Continuamos a acreditar que é possível criar as pontes de colaboração necessárias, se não em estruturas actuais, em novas estruturas. O envolvimento em rede é uma realidade, amplificada diariamente pelo poder de comunicação. Ficam, no entanto, mais perguntas do que respostas.

Aprendi que as soluções não dependem de dinheiro ou de tecnologia, mas de vontade e pessoas. Mesmo que quiséssemos olhar apenas para os últimos cem anos, nunca se

gastou tal quantidade de dinheiro, nem aconteceram avanços tão grandes na tecnologia, e mesmo assim os problemas persistem. Há fome no mundo. Há fome em Portugal e aqui no Porto. Propomos que se resolva o problema da fome no Porto e depois no mundo. Segundo Isabel Jonet (Algebrica.pt 29 Nov 2009), Presidente da Federação Portuguesa dos Bancos Alimentares Contra a Fome, em 2008, os quinze Bancos Alimentares Contra a Fome em actividade, distribuíram um total de 17.500 toneladas de alimentos, avaliados em 26,2 milhões de euros. Sincera e humildemente pergunto, se existe a capacidade de gastar 25 milhões de euros num ano, como é que ainda há fome em Portugal? Quanto custa criar uma infra-estrutura capaz de produzir os alimentos para as classes desfavorecidas? Compensaria a despesa a longo prazo? Conseguimos educar camadas da população que estão por inércia no desemprego, a receber o salário mínimo em casa, a ir trabalhar e suportar estas estruturas? Teremos a capacidade de construir por vontade própria esse tipo de soluções?

Enfrentamos problemas complexos que necessitam de intervenções para a mudança de mentalidades, que podem demorar gerações. Parece ser especialmente difícil a partir da meia-idade. Mas olhemos os jovens, menos formatados, com mais vontade.

Não depreciando esse nobre e valioso trabalho, mas gastam-se imensos recursos a ir para África abrir um poço e salvar a vida a milhares de pessoas. Do meu ponto de vista, fazemo-lo porque é fácil. É um problema claro, fácil de identificar e fácil de resolver. Acabar com a fome na cidade do Porto, é difícil, é complexo, não se resolve com um furo no chão, e provavelmente não seria tão mediático. Apenas um exemplo, um desabafo, no meio de tantos outros.

7.4. Trabalho futuro

Ficou muito trabalho por fazer. É necessário iniciar acções em várias áreas, para se dar continuidade e desenvolvimento deste projecto.

7.4.1. Desenvolvimento da plataforma

Como vimos, existem muitos requisitos que necessitam de ser analisados e implementados. Mas de forma a permitir a expansão do potencial do sistema, é inevitável abraçar a tecnologia móvel. Eric Schmidt, na sua apresentação no IFA 2010, refere que as aplicações *web* para dispositivos móveis estão a crescer oito vezes mais do que as aplicações para desktop. As vendas de *smartphones* já ultrapassam a dos PC's. O processamento começa a deixar de ser um problema, visto que estes dispositivos começam a usar *cloud computing*.

Teremos assim, uma plataforma barata, portátil e de alta performance. Visto que o voluntariado é sobretudo um trabalho de campo, será importante analisar que mais valias podemos tirar desses aparelhos móveis, que aumentem a capacidade dos voluntários.

Existe ainda a necessidade de criar ligações com outras redes sociais, expandindo o universo de utilizadores e sinergias possíveis. Usando Open ID podemos facilmente criar essas ligações, ligações como por exemplo ao facebook e twitter. Melhor ainda seria conseguir estabelecer parcerias com outros bancos de voluntariado e fazer cruzamento de informação.

Durante o nosso percurso, percebemos também que podemos ajudar em questões paralelas, por exemplo, os gabinetes de empregabilidade e empreendedorismo. Visto estarmos a construir um curriculum, podemos formatá-lo para outros standards que permitam uma melhor articulação com esse tipo de serviços, criando valor acrescentado para os utilizadores da plataforma.

7.4.2. Estratégias de comunicação

A longevidade deste projecto depende sobretudo da solidez da rede de contactos que se conseguir formar. Não faz sentido reunir apenas um grupo motivado de voluntários, se não existir uma infra-estrutura capaz de suportar com actividades e conhecimento que se traduzam naquilo que todos esperam, resultados.

A principal estratégia de comunicação deverá ser orientada para a gradual mais sólida criação de parcerias (nós na rede). Em concreto, encontrar grupos de trabalho com quem se crie um laço de cooperação e desenvolvimento mútuo, que possam ser ainda facilitadores de integração de novos grupos.

Esperamos que com a obtenção resultados efectivos, apresentados com clareza e transparência, como vimos acontecer no âmbito da RSE, se gere momentum que se traduza num crescimento constante da rede.

7.4.3. Gestão e sustentabilidade

Estas questões são fundamentais para a própria sobrevivência do projecto. Os bons exemplos que estudamos, assim como as necessidades apontadas no sector, apresentam uma série de medidas a considerar.

Estabelecer um grupo organizado de pessoas com formação em áreas como gestão, marketing e direito. Esta formação deverá ter em conta o sector não lucrativo e não exclusivamente a gestão empresarial, visto que as dinâmicas são muito diferentes.

Desenvolver produtos e serviços que criem fontes de rendimento alternativas aos subsídios, garantindo autonomia. Neste âmbito a inovação e a articulação de saberes é muito importante e será um trabalho interessante para desenvolver em colaboração com os elementos da rede.

Trabalhar com grupos, que agem em proximidade com os problemas sociais de forma a levantar problemas concretos, e trazê-los para junto da massa crítica de forma a

encontrar soluções pragmáticas e passíveis de resultados concretos. Optimizar os recursos, agindo localmente com impactos globais.

Referências bibliográficas

37signals. (2006). Getting Real. The smarter, faster, easier way to build a successful web application . LL.

Anheier, H. K. (2005). Nonprofit organizations: Theory, management, policy. London: Routledge.

Anheier, H. K. (2009). What Kind of Nonprofit Sector, What Kind of Society?: Comparative Policy Reflections. *American Behavioral Scientist* , 52 (7), 1082-1094.

Aurora, A. C. (2010). Voluntariado na U. Porto — um estudo sobre a vontade de fazer mais — 1ª Fase. Retrieved August 2010, 28, from <http://sharingporto.blogspot.com/2010/04/voluntariado-na-universidade-do-porto.htm>

Avram, A., & Marinescu, F. (2006, December 8). Domain-Driven Design Quickly. Retrieved September 25, 2010, from InfoQ : <http://www.infoq.com/minibooks/domain-driven-design-quickly>

B., B., & Y., K. (2008). *jQuery in Action*. Manning.

Braham, D. C. (2008). Crowdsourcing as a Model for Problem Solving: An Introduction and Cases. *Convergence: The international Journal of Research into New media Technologies* , 14 (1), 75-90.

Castells, M. (2002). *A Era da Informação: A sociedade em rede* (Vol. 1). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Castells, M. (2004). *A galáxia Internet: reflexões sobre Internet, negócios e sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Chelimsky, D., & Astels, D. (2009). *The RSpec Book: Behaviour Driven Development with RSpec, Cucumber, and Friends* (Beta Version). Pragmatic Bookshelf.

Cohn, M. (. (2004). *User Stories Applied For Agile Software Development*. Addison-Wesley Professional.

Cohn, M. (2006). *Agile Estimating and Planning*. Prentice Hall.

Comissão Europeia. (2001, July 18). Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresaS (Livro Verde). Retrieved August 6, 2010, from Eurolex: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001_0366pt01.pdf

Croft, J., Ian, L., & Dan, R. (2006). *Pro CSS Techniques*. Apress.

Diário da República. (2009, May 14). Estatutos da Universidade do Porto 2ª série—Nº 93—14. Diário da República , Nº .

Diário de Notícias. (2009, February 22). Portugal é o terceiro país da Europa nas redes sociais. Diário de Notícias .

Dibb, S., Simkin, S., Pride, W., & Ferrel, O. (2001). *Marketing: Concepts and Strategies* (4th ed.). New York: Houghton Mifflin.

F, B., & Cruz, M. (2010). *Gestão de IPSS. Célula 2000*.

Ferreira, M., Proença, T., & F., P. J. (2008). As motivações no trabalho voluntário. *Revista Portuguesa e Brasileira de gestão* , 7 (3), 43-53.

Frahm, K., & Martin, L. (2009). From Government to Governance: Implications for social Work Administration. *Administration in Social Work* , 33 (4), 407-422.

Franco, R. C., Sokolowski, S. W., Hairel, E., & Salamon, L. (2005). *The Portuguese Nonprofit Sector in Comparative Perspective*. Univ. Católica e Johns Hopkins University.

Gidron, B., Kramer, R., & Salamon, L. M. (1992). *Government and the Third Sector: Emerging relationships in Welfare States*. Jossey-Bass Publishers.

GRACE. (2006). Como Implementar Projectos de Voluntariado Empresarial. Retrieved December 5, 2009, from http://grace.staging.sapo.pt/outros_docs/c3102ad532d37986539bc27955797e69grace_mvoltariado.pdf

GRACE. (2009). Estatutos, Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial. Retrieved December 5, 2009, from http://www.grace.pt/outros_docs/55e5a621a99f78c8be6fa7f19ff8a01dEstatutos_MAR_2009.pdf

GRACE. (2004). Guia Prático para a Responsabilidade Social das Empresas. Retrieved December 5, 2010, from http://grace.staging.sapo.pt/outros_docs/be46ae9fd687318139ad1e6386c5f2aeGuia_RSE1.pdf

GRACE. (2009). Relatório GIRO 2009. Retrieved December 5, 2009

Hartl, M., & Prochazka, A. (2007). RailsSpace, Building a Social networking Website with Ruby on Rails. Addison-Wesley Professional.

Haywood, D. (2009). Domain-Driven Design Using Naked Objects. The Pragmatic Bookshelf.

Howe, J. (2006, June 20). Crowdsourcing: A Defenition. Retrieved August 15, 2010, from Crowdsourcing: Tracking the Rise of the Amateur: http://crowdsourcing.typepad.com/cs/2006/06/crowdsourcing_a.html

Howe, J. (2006, June 20). Customer-Made: The Site. Retrieved August 15, 2010, from Crowdsourcing: Tracking the Rise of the Amateur: http://crowdsourcing.typepad.com/cs/2006/06/customer-made_th.html

IEEE Computer Society Professional Practices Committee. (2004). Guide to the software Engineering Body of Knowledge. Retrieved August 2010, 15, from IEEE Computer Society: <http://www.computer.org/portal/web/swebok>

Jonet, I. (2009, November 29). As IPSS representam 4% do PIB e 300.000 empregos. Algebrica.pt.

Leirião, J. (2008, August 4). As IPSS necessitam de contratar jovens saídos das universidades para integrar a equipa de dirigentes. Algebrica.pt.

Lenz, P. (2008). Simply Rails: The ultimate Beginner's Guide to Ruby on Rails. Sitepoint.

Lupton, E., & Philips, J. C. (2008). Graphic Design: The new basics. Princeton Architectural Press.

Maia, L. (2010, June 24). "A eficácia e a eficiência devem estar garantidas num processo de gestão, tal como sucede no sector privado lucrativo. Algebrica.pt.

Meios & Publicidade. (2010, July 7). Tempo dedicado a redes sociais subiu 122.3%. Retrieved August 2010, 28, from Meiosepublicidade.pt:
<http://www.meiosepublicidade.pt/2010/07/07/tempo-dedicado-a-redes-sociais-subiu-122-3>

Moreira, R. (2009, October 28). Mesmo uma instituição sem fins lucrativos, em tudo o que faz deve agir como uma empresa. Algebrica.pt .

Porter, J. (2008). Designing for the Social Web. New Riders.

R., A., & Schutta, N. (2006). Foundations of Ajax. Apress.

Ruby, S., Thomas, D., & Hansson, D. (2009). Agile Web Development with Rails (3 ed.). Pragmatic Programmers. Pragmatic Bookshelf.

Salamon, L. M. (1995). Partners in public service: Government-nonprofit relations in the modern welfare state. Baltimore: Johns Hokins University Press.

Salamon, L. M., & Sokolowski, W. (2001). Volunteering in cross-national perspective: Evidence from 24 countries. Working Papers of the Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project , 40.

Schwartz, B. (2005). The Paradox of Choice. Haroer Perennial.

Sharma, M. (2008). Elgg Social Networking. Packt Publishing.

Simon, H. A. (1971). Designing Organizations for an Informstion-Rich World. In M. Greenberger, Computers, Communication and the Public Interest. baltimore: The Johns Hopkins Press.

Sottomayor, P. H. (2009). Opening the gates to Sweden : A case study of the development of a marketing project for a non-profit association. Umeå: Umeå School of Business.

Splosky, J. (2005). The Best Software writing I. APRESS.

Tapscott, W. A. (2008). Wikinomics - A Nova Economia das Multidões Inteligentes. QUIDNOVI.

Thomas, D. (2009). Programming Ruby 1.9 . The Pragmatic Programmers. Pragmatic Bookshelf.

Thoreau, H. D. (1983). Walden and Civil Disobidience. Penguin Classics.

TWN Portugal. (2010, February 18). Redes Sociais crescem em Portugal. Retrieved 26 August, 2010, from The Next Web: <http://thenextweb.com/pt/2010/02/18/redes-sociais-crescem-em-portugal/>

Universidade do Porto. (2009). DESPACHO N° GR.06/09/2009 Nomeação da Comissão de Voluntariado da U.Porto. Retrieved December 2010, 12, from Sigarra.up: http://sigarra.up.pt/up/web_gessi_docs.download_file?p_name=F1367361437/Nomea%E7%E3o%20Comiss%E3o%20Voluntariado%20UP.pdf

Universidade do porto. (2010). Núcleos e Associações de Voluntários da U.Porto - Programa do Dia do Voluntário da U.Porto. Retrieved April 29, 2010, from Sigarra.up: http://sigarra.up.pt/up/conteudos_service.conteudos_cont?pct_id=6735&pv_cod=57atxaaXYac6

Universidade do Porto. (2008). Princípios de enquadramento do voluntariado UPorto. Retrieved December 12, 2010, from Sigarra.up: http://sigarra.up.pt/up/web_gessi_docs.download_file?p_name=F779681957/Principios%20Enquadramento%20voluntariado%20UP.pdf

Wellman, D. (2009). jQuery UI 1.7 - The user interface Library for jQuery. Packt Publishing.

Wikipédia. (n.d.). Drupal. Retrieved October 12, 2009, from <http://en.wikipedia.org/wiki/Drupal>

Wikipédia. (n.d.). Frameworks. Retrieved September 8, 2009, from http://en.wikipedia.org/wiki/Ruby_on_Rails

Wikipédia. (n.d.). Joomla. Retrieved October 2009, 2009, from <http://en.wikipedia.org/wiki/Joomla>

Anexos

ANEXO 1

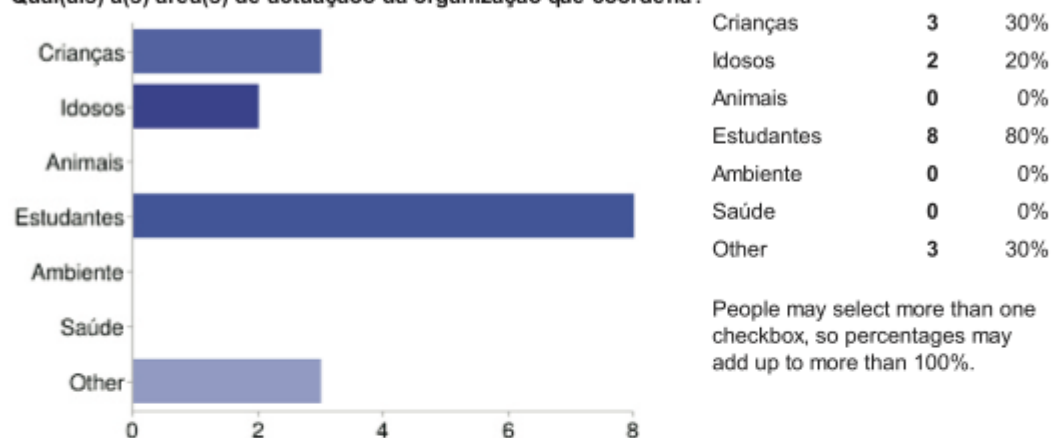
Inquéritos

Inquérito aos responsáveis dos grupos de trabalho para estudo de pré requisitos

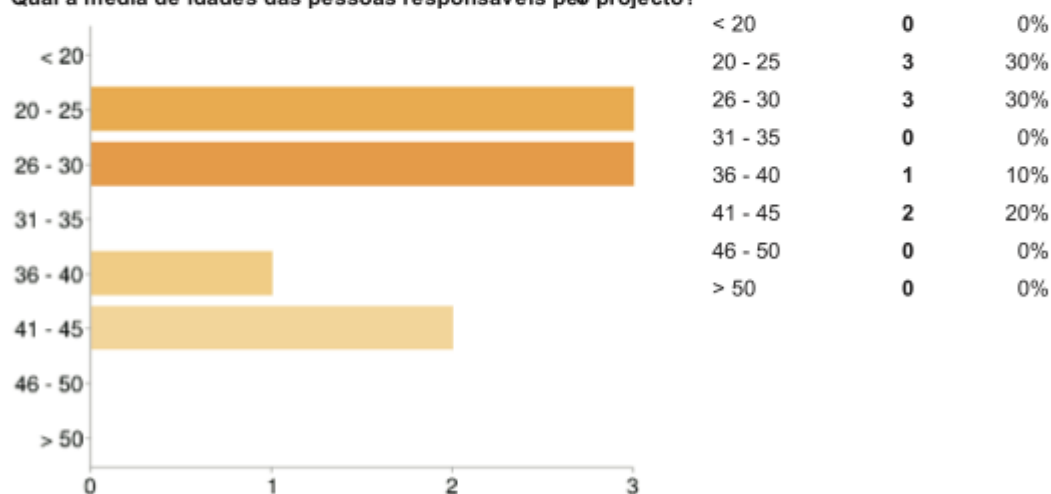
10 responses

Summary [See complete responses](#)

Qual(ais) a(s) área(s) de actuação da organização que coordena?



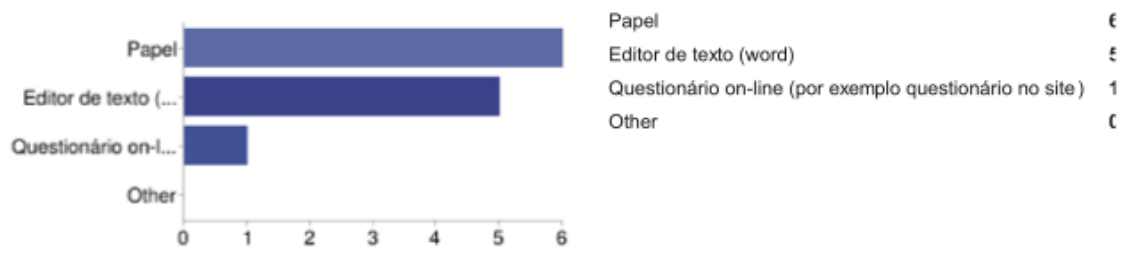
Qual a média de idades das pessoas responsáveis pelo projecto?



Contado consigo, qual é o número de pessoas que trabalham no projecto?

3 2 3 1 16 3 4 5 3 1

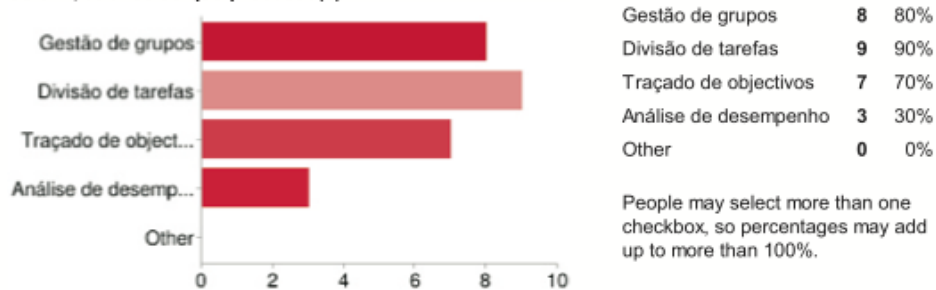
Qual é o formato da ficha de inscrição de voluntários que o seu grupo de trabalho utiliza?



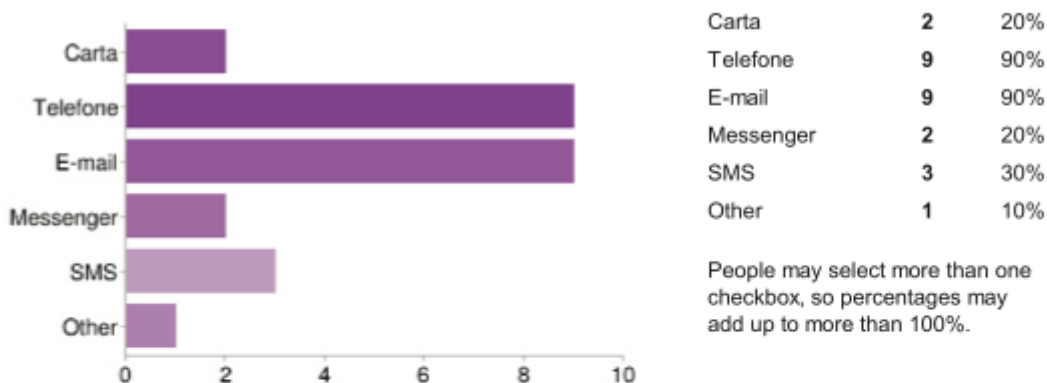
O seu grupo de trabalho organiza formalmente as suas actividades?



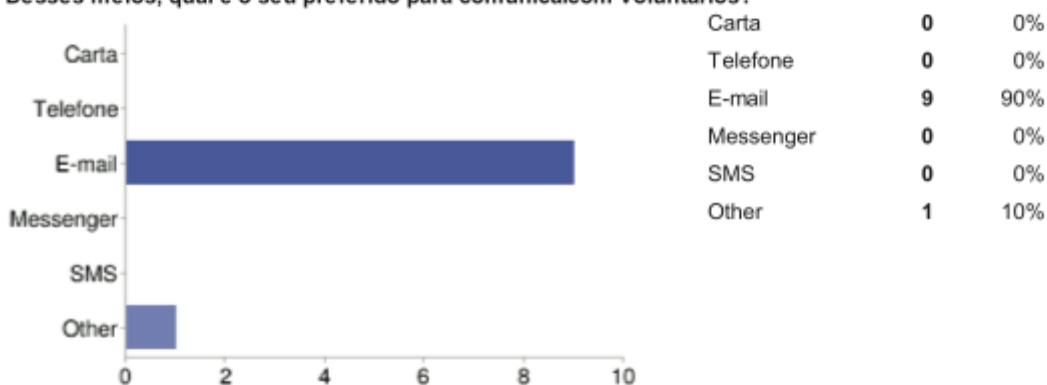
Se sim, através de que processo(s)



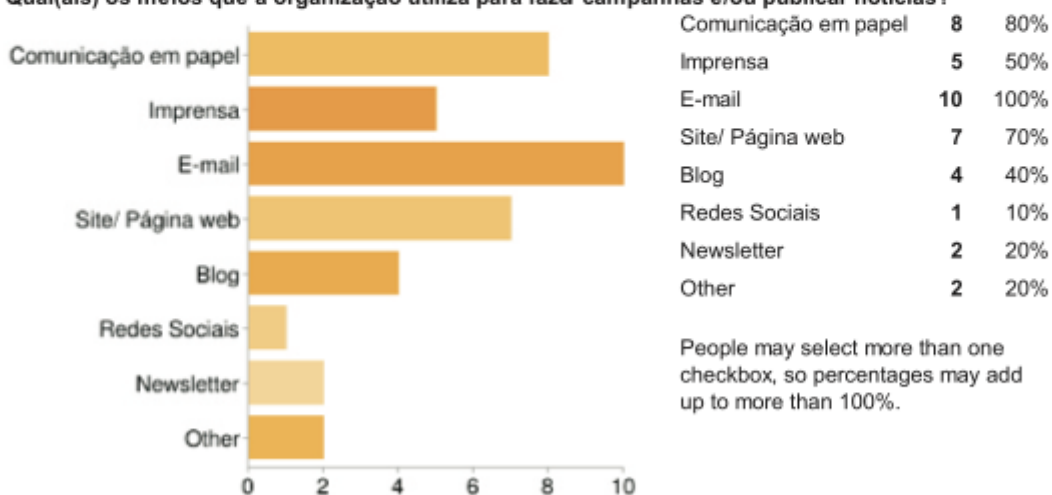
Dos seguintes meios, quais utiliza para comunicar com voluntários e colaboradores?



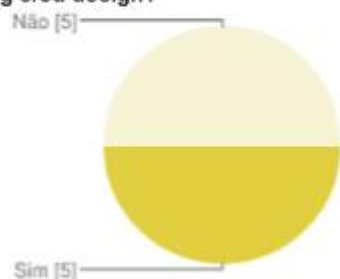
Desses meios, qual é o seu preferido para comunicar com voluntários?



Qual(ais) os meios que a organização utiliza para fazer campanhas e/ou publicar notícias?



O seu grupo de trabalho conta com o apoio de pessoas das áreas de comunicação e/ou marketing e/ou design?



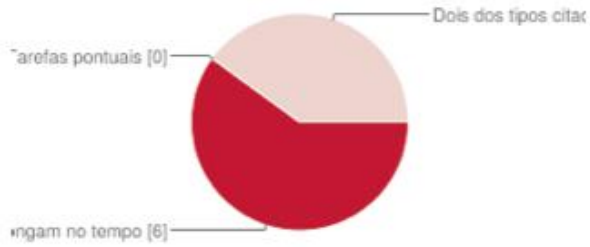
Sim	5	50%
Não	5	50%

Como responsável da organização, gostaria de receber formação e informação gratuita sobre, marketing, comunicação aplicados às organizações sem fins lucrativos?



Sim	8	80%
Não	2	20%

Que tipo de tarefas compõem o projecto que coordena?



Tarefas anuais ou que se prolongam no tempo	6	60%
Tarefas pontuais	0	0%
Dois dos tipos citados	4	40%

Qual é a média de voluntários activos no seu projecto?

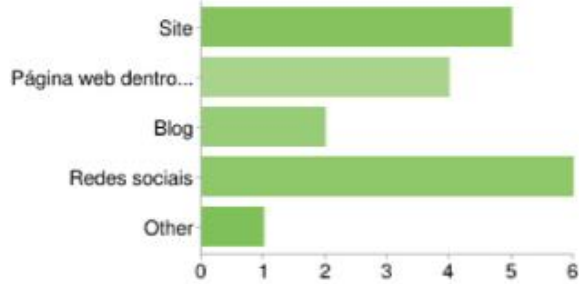
30 25 40 30 150 4 20 44 3 15

A sua organização está presente na Internet



Sim	10	100%
Não	0	0%

Se sim, através de que meios?



Site	5	50%
Página web dentro de outro site	4	40%
Blog	2	20%
Redes sociais	6	60%
Other	1	10%

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

O seu grupo de trabalho recorre a bancos de voluntários já existentes?



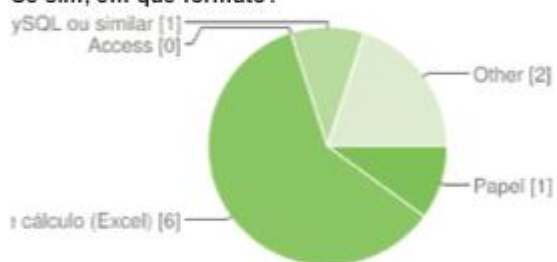
Sim	1	10%
Não	9	90%

O seu grupo de trabalho tem banco de voluntários próprio?



Sim	9	90%
Não	1	10%

Se sim, em que formato?



Papel	1	10%
Folha de cálculo (Excel)	6	60%
Access	0	0%
MySQL ou similar	1	10%
Other	2	20%

Se sim, o seu grupo de trabalho estaria disposto a partilhar a base de dados?

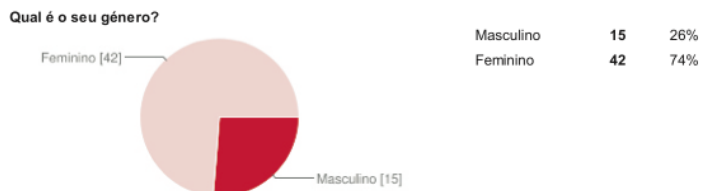
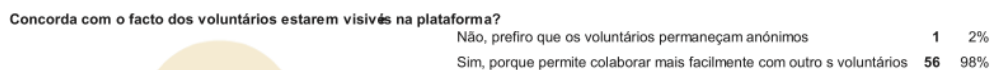
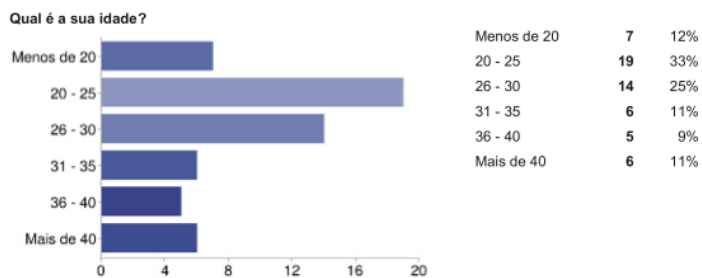


Sim	9	90%
Não	1	10%

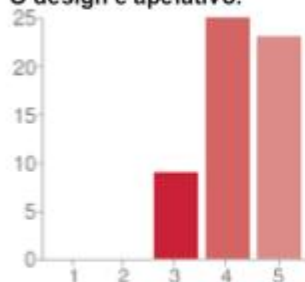
Inquérito para avaliação da plataforma a todos os seus utilizadores

57 [responses](#)

Summary [See complete responses](#)



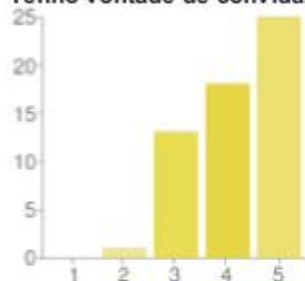
O design é apelativo.



Discordo totalmente Concordo totalmente

1 -Discordo totalmente	0	0%
2	0	0%
3	9	16%
4	25	44%
5 -Concordo totalmente	23	40%

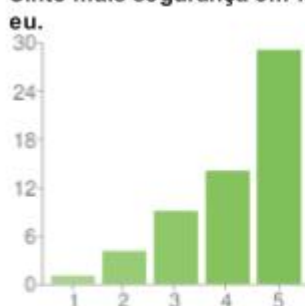
Tenho vontade de convidar os meus amigos a participar.



Discordo totalmente Concordo totalmente

1 -Discordo totalmente	0	0%
2	1	2%
3	13	23%
4	18	32%
5 -Concordo totalmente	25	44%

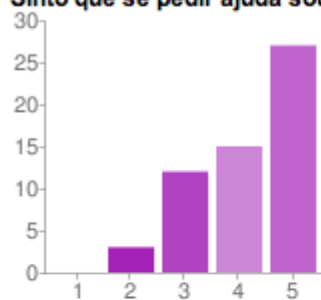
Sinto mais segurança em fazer voluntariado se posso contactar com pessoas que pensam como eu.



Discordo totalmente Concordo totalmente

1 -Discordo totalmente	1	2%
2	4	7%
3	9	16%
4	14	25%
5 -Concordo totalmente	29	51%

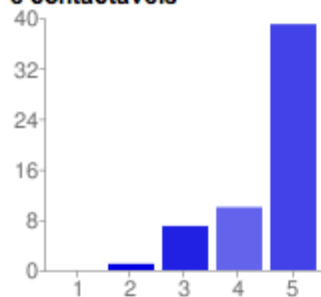
Sinto que se pedir ajuda sou rapidamente respondido



1 -Discordo totalmente	0	0%
2	3	5%
3	12	21%
4	15	26%
5 -Concordo totalmente	27	47%

Discordo totalmenteConcordo totalmente

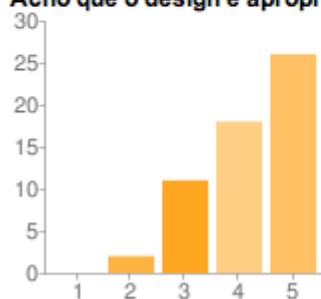
Acho importante que os membros da equipa de cada grupo de voluntariado estejam identificados e contactáveis



1 -Discordo totalmente	0	0%
2	1	2%
3	7	12%
4	10	18%
5 -Concordo totalmente	39	68%

Discordo totalmenteConcordo totalmente

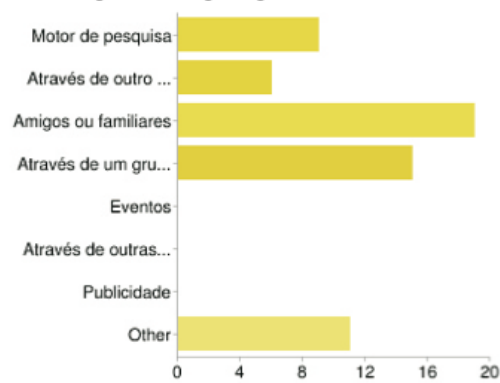
Acho que o design é apropriado.



1 -Discordo totalmente	0	0%
2	2	4%
3	11	19%
4	18	32%
5 -Concordo totalmente	26	46%

Discordo totalmenteConcordo totalmente

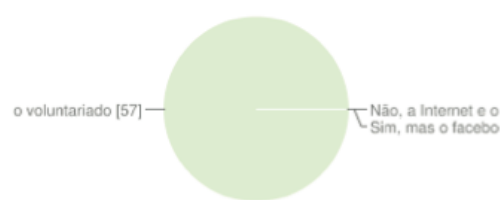
Como chegou até ao Migos.org?



Motor de pesquisa	9	16%
Através de outro site	6	11%
Amigos ou familiares	19	33%
Através de um grupo de voluntariado	15	26%
Eventos	0	0%
Através de outras redes sociais	0	0%
Publicidade	0	0%
Other	11	19%

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

Parece-lhe interessante uma rede social dedicada ao voluntariado?



Não, a Internet e o voluntariado não combinam	0	0%
Sim, mas o facebook é suficiente	0	0%
Sim, uma rede social dedicada pode ser muito útil para o voluntariado	57	100%

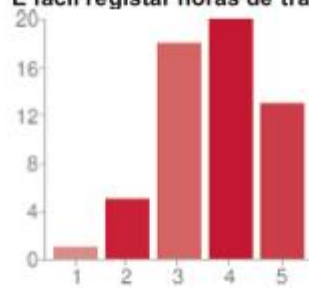
Comentários e sugestões.

O Migos, enquanto plataforma que pretende fomentar o voluntariado e sobretudo torná-lo mais acessível e prático, cumpre na totalidade o seu objectivo! É de louvar um projecto como o Migos, que procura aliar o melhor das redes sociais à vertente humanista e pedagógica. Este projecto deve, necessariamente, ser apoiado e aperfeiçoado para que mais Migos possam integrar as missões.

Há coisas ainda um pouco confusas e ainda não sei usar muito bem o Migos talvez porque nem tudo é intuitivo.

O Migos está em construção e ainda numa fase inicial. Penso que as missões são suficientes, porque depois cada projecto tem as suas próprias características. Agilizar a comunicação era excelente. Não é fácil mandar mensagens. E, finalmente, quanto mais simples tudo for melhor.

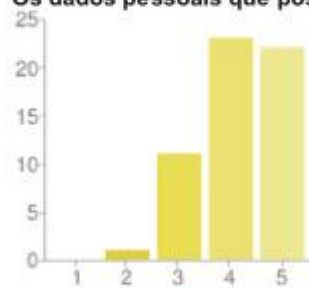
É fácil registar horas de trabalho



Discordo totalmenteConcordo totalmente

1 -Discordo totalmente	1	2%
2	5	9%
3	18	32%
4	20	35%
5 -Concordo totalmente	13	23%

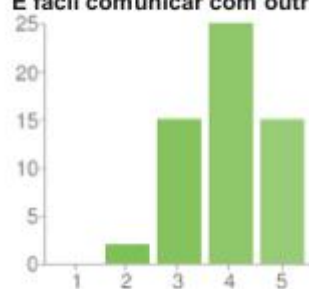
Os dados pessoais que posso preencher são apropriados e relevantes.



Discordo totalmenteConcordo totalmente

1 -Discordo totalmente	0	0%
2	1	2%
3	11	19%
4	23	40%
5 -Concordo totalmente	22	39%

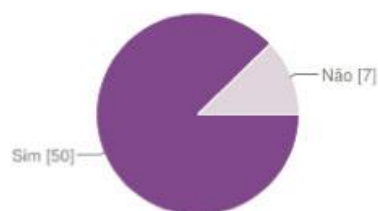
É fácil comunicar com outras pessoas



Discordo totalmenteConcordo totalmente

1 -Discordo totalmente	0	0%
2	2	4%
3	15	26%
4	25	44%
5 -Concordo totalmente	15	26%

Acha importante a possibilidade do voluntário registar as horas de trabalho despendidas nas actividades?



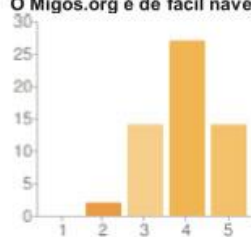
Sim	50	88%
Não	7	12%

Acha útil que a plataforma Migos registre as actividades e perfil do voluntário no formato de um curriculum vitae?



Não, não vejo utilidade nessa ficha.	2	4%
Não, eu guardo o meu próprio registo.	0	0%
Sim, é útil poder fazer download da minha ficha de voluntário com o registo de todas as actividades em que participei.	55	96%

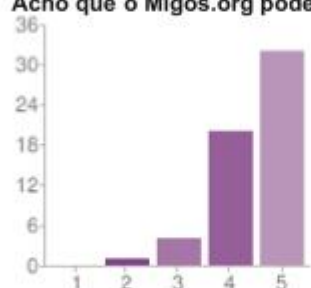
O Migos.org é de fácil navegação. Encontro tudo o que procuro.



1 -Discordo totalmente	0	0%
2	2	4%
3	14	25%
4	27	47%
5 -Concordo totalmente	14	25%

Discordo totalmente Concordo totalmente

Acho que o Migos.org pode ajudar efectivamente grupos de voluntários.



1 -Discordo totalmente	0	0%
2	1	2%
3	4	7%
4	20	35%
5 -Concordo totalmente	32	56%

Discordo totalmenteConcordo totalmente

Acho que o método de subdividir missões em tarefas é prático.



1 -Discordo totalmente	1	2%
2	0	0%
3	6	11%
4	20	35%
5 -Concordo totalmente	30	53%

Discordo totalmenteConcordo totalmente

É fácil participar nas tarefas.



1 -Discordo totalmente	1	2%
2	3	5%
3	16	28%
4	22	39%
5 -Concordo totalmente	15	26%

Discordo totalmenteConcordo totalmente

ANEXO 2

Entrevistas

Entrevista com Dr. Pedro Marques

Quarta-Feira, 21 Julho 2010

Dr. Pedro Marques

Compositor de música para anúncios e bandas sonoras de filmes para países como:

Alemanha, Finlândia, Dinamarca, Suécia, Portugal, Espanha e Estados Unidos.

Mais de quatro anos de voluntariado com a *Acreditar*, quer no Instituto Português de Oncologia quer no Hospital de S. João em Serviço de Transplantação de Medula Óssea (STMO)

O que te motivou a trabalhar numa área tão difícil como as crianças no IPO?

Para a minha personalidade, não considero que o que faço seja assim tão difícil, iria custar-me muito mais fazer a ronda dos alimentos. Senti que tinha algo para dar, que tinha de cumprir uma função que era maior do que eu.

Escolheste de imediato essa área ou passas-te por um período de pesquisa?

Escolhi logo essa área, porque era mesmo isso que eu queria fazer, mas tive de ser persistente porque a informação de “como aceder” não era abundante. Há cinco anos atrás, a *Acreditar* nem *site* tinha. Penso que a falta de informação é a maior barreira para uma pessoa que quer fazer voluntariado. O acesso à informação e a informação em si, deveria ser fácil e óbvio. Acho necessário haver uma plataforma *user-friendly* que mostrasse rapidamente as opções que uma pessoa tem. Do que eu conheço, as pessoas é que têm de andar à procura do que é preciso fazer, como no meu caso, eu é que procurei a *Acreditar*. Julgo que toda a gente gosta de estar informada e gosta de dar, porque se sente bem, é algo natural. Se houver um sítio que informa o que há para ser feito, terá uma grande adesão.

A informação nunca veio ter até mim, ou procurei, ou foi algum amigo que me informou.

Com a tua experiência e contacto com pessoas que te são próximas, conseguiste motivar outros a fazer voluntariado?

Julgo que a grande maioria das pessoas que fazem voluntariado foi porque ouviram alguém a falar desse voluntariado. No meu caso, nunca motivei ninguém. Não falo muito sobre o que acontece onde trabalho, porque a maior parte das coisas são bastante pesadas para a maioria das pessoas.

Consideras importante haver uma passagem de testemunho, uma comunicação “boca-a-boca” para a motivação de voluntários?

Considero que sim. Principalmente porque não vejo outras formas de encontrar informação sobre o que é realmente o trabalho de voluntariado nos diversos campos. Seria muito boa ideia estarem disponíveis vídeos e fotos da acção em campo. Por exemplo, no caso do IPO, mostrar o voluntário a jogar monopólio com a criança, ou a jogar *playstation*, ou a limpar brinquedos ou ainda a falar com um pai que está a chorar. Mostrar que funções vai estar realmente a desempenhar para que não haja ilusões. Eu julgo que a taxa de desistência no IPO é bastante grande. Informação desse

género podia evitar isso. Mas é também preciso dar ênfase às partes boas, neste caso, 80% do tempo será mesmo brincar com as crianças. É um ótimo voluntariado para se fazer se se gostar de crianças.

Sentes que as pessoas não têm acesso a informação completa, ou será que têm a informação mas a experiência acaba por ser mais forte?

Eu acho que não têm a informação certa. Até por isso a Acreditar começa a fazer “estágios” para os novos voluntários. No entanto, seria sempre muito melhor se as pessoas que se candidatassem soubessem o que se vai passar e principalmente, que tivessem consciência que de 15 em 15 dias, vão ter fins de semana com menos três horas. Porque na verdade, eu acho que as pessoas desistem porque, com o passar do tempo, fim de semana sim, fim de semana não, não podes planear nada. É muito frustrante para a organização recrutar pessoas que passado dois meses desistem, principalmente com voluntariado regular com crianças pois elas afeiçoam-se. A informação que a organização transmite é por vezes só marketing. É muito importante haver também o lado dos voluntários para que as pessoas encontrem realmente o que procuram.

Qual é a faixa etária mais comum nos voluntários que aderem?

Pelo que tenho visto, toda a faixa etária dos 22 aos 65 anos, mais talvez na zona dos 26.

Podemos dizer que a *internet* será um bom meio de comunicação para os voluntários?

Sim. Toda a comunicação entre a organização e os voluntários é feita pela *internet* e muito por nossa vontade.

Foram vocês, os voluntários, a fazer pressão para isso?

Quando comecei a trabalhar com a Acreditar ela não era o que é hoje. Tivemos de convencer toda a gente a usar os *emails* para comunicação, tanto os voluntários como a organização. Evoluiu-se bastante quando se conseguiu isso. Por exemplo, os custos tornaram-se controláveis. Por telemóvel era um pesadelo. Agora temos um *email* direccionado a todos os voluntários. Pode-se comunicar facilmente uma acção de formação, ou um voluntário pode avisar que não vai poder ir num determinado dia e pedir uma substituição.

Isto é o exemplo da Acreditar Norte (não sei como serão as restantes). Ésta é muito unida, e é muito pro-activa. Tem festas regulares e é o grupo que mais aparece aos encontros nacionais.

Para gerir pessoas, é preciso arranjar métodos muito funcionais, rápidos e gratuitos. Senão é só uma questão de tempo até toda a gente se desinteressar. Normalmente as pessoas que estão à frente têm formação nas áreas humanas e não em áreas como recursos humanos, o que pode trazer alguns problemas.

Julgas que uma plataforma como o Migos pode ter um impacto positivo?

Pela minha experiência profissional e pessoal, julgo que é das coisas mais destinadas a ser bem sucedidas. Será como uma mistura entre a comunicação acessível do *Facebook*, com um grupo de interesses, com a ética e responsabilidade do *Vote Solar*, com a

consciência e responsabilidade de cada um. Procurar comunicar o que interessa, a quem interessa, com profissionalismo. A comunicação é um dos problemas que mais se sente, na quantidade e na qualidade. Cada vez mais é necessário ter mais cuidado e profissionalismo na forma como se comunica com as pessoas. Comunicação é tudo. As mensagens não estão a chegar onde era suposto, porque há tanto lixo criado pelo emissor, receptor e meio ambiente. Cada vez é mais difícil conseguir algum tipo de atenção. Há muita mediocridade na comunicação, mas não o digo depreciativamente. Se uma pessoa não tem formação na área, não vai ser um bom comunicador. Por isso é preciso criar ferramentas para auxiliar e capacitar as pessoas e organizações com comunicação de qualidade.

Entrevista com Dra. Mercedes Barrote Meira

Terça-Feira, 3 Agosto 2010

Dra. Mercedes Barrote Meira

Licenciada em Psicologia Clínica com experiência profissional de 3 anos na área.

Durante a faculdade fez voluntariado de 2 meses em Cabo Verde para uma ONG chamada, “Cidadãos Sem Fronteiras”.

Estagiou e fez voluntário no Hospital de Santa Maria em Lisboa como Psicoterapeuta.

Fez um Mestrado em Recursos Humanos, e mais tarde mudou de área, para

Consultoria de Informática de Recursos Humanos, que a levou a viajar bastante pela

Europa. Nesse período, fazia projectos de *outsourcing* de recursos humanos, por

exemplo com a *General Motors* e a *Johnson & Johnson*, onde trabalha com plataformas

on-line e gestão de comunicação entre os vários centros de recursos humanos da

Europa.

Foi voluntária no “Projecto Auto-Estima”, com prostitutas no Intendente em Lisboa.

Em Viana do Castelo, trabalhou no Projecto da Luta Contra a Sida, onde deu formação

a médicos, enfermeiros nos Centros de Saúde, fazia também a selecção/direcção dos

grupos de voluntários dos festivais locais, Vilar de Mouros e Paredes de Coura,

constituídos por 10 a 15 voluntários.

Trabalhou com o Banco Alimentar em Perafita durante 6 meses.

Como foi a experiência de voluntariado em África?

Foi a minha primeira experiência com voluntariado, tinha 21 anos, mas deu-me uma

visão de voluntariado um bocadinho feia. Isto porque eu e as minhas 3 colegas,

estudantes de Psicologia tínhamos uma visão muito romântica de voluntariado, e

depara-mo-nos depois com uma situação já em Cabo Verde, de lavagem de dinheiro.

Essa Associação tinha sido criada por um director, detentor de uma empresa

farmacêutica e enviava os medicamentos fora de prazo para África para fugir aos

impostos. Apercebe-mo-nos disso porque fomos para lá com intuito de montar um

Centro de Estudos de Língua Portuguesa, com duração de dois meses. O material só

chegou passado um mês de lá estarmos e as instalações não estavam prontas. Tínhamos

vontade de trabalhar, mas diziam-nos para relaxar e ir para a praia, o que ia totalmente

contra as nossas expectativas. Basicamente, inauguramos o Centro uma semana antes

de vir embora. Sabíamos que não nos adiantava combater o problema, procuramos

fazer o melhor possível, enquanto lá estivemos. Participamos na montagem física do

espaço, e demos acompanhamento às crianças que usufruíram do centro. Quando

regressamos, nunca mais trabalhamos com essa organização.

Sentiste-te a desanimar com essa experiência?

Não, julgo que fazer trabalho de voluntariado faz parte da personalidade de cada um.

Ou somos ou não somos. O meu maior problema com o voluntariado foi perceber o que

queria fazer, visto haver tanto que fazer no mundo. Gostei imenso de trabalhar com o

Banco Alimentar. A luta contra a fome foi a que me fez mais sentido, sendo uma

necessidade básica e afectando tantas pessoas. Assim que tiver oportunidade gostaria

de voltar. O trabalho com a luta contra a sida foi também muito interessante, mas

extremamente duro. Era muito complicado saber como preparar as pessoas para entregar um diagnóstico positivo e todo o seguimento da pessoa após esse facto.

Na tua experiência de trabalho com vários grupos e contextos de voluntariado, sentes que existe comunicação entre os diversos grupos para troca de experiências ou outro tipo de informações?

Na experiência que eu tenho, não. Por exemplo quando trabalhava no Banco Alimentar do Porto, tinha colegas em Viana do Castelo que procuravam abrir um Banco Alimentar. Cheguei a falar disso no Porto, mas nunca deram suporte. Penso que não saem muito da sua área operacional. Julgo que não sentem a necessidade de o fazer. No entanto, sinto que têm necessidade de se desenvolver mais, pois via muito trabalho para ser feito e que tinha muita vontade de o fazer. Infelizmente, deixei de ter capacidade para o fazer. É preciso um compromisso muito grande para este tipo de trabalho. Entretanto, os meus colegas de Viana conseguiram criar o Banco Alimentar, mas tiveram de procurar sozinhos como o fazer. Não sei que contactos entretanto fizeram, se contactaram outros Bancos Alimentar. Parece-me que os BA se formam por iniciativa e necessidade das organizações locais e não por iniciativa do Banco Alimentar de Lisboa ou outros.

Poderá até haver comunicação a nível de direcção, mas os operacionais que trabalham lá no dia-a-dia, fazem as suas funções sem grandes preocupações de inovar ou melhorar.

Se bem que existem vários tipos de voluntários. A pessoa responsável pelo banco onde trabalhei, disse-me que havia os voluntários adolescentes, os adultos e os reformados. As pessoas reformadas, normalmente são pessoas com muito dinheiro, que chegam de Mercedes, não têm muito que fazer e vão para lá. Normalmente essas pessoas têm como objectivo ajudar e socializar e não tanto melhorar a organização. Mas tudo depende muito das competências e personalidade de cada um.

Podemos considerar então que os adultos são, de forma geral, o grupo de voluntários mais activos e inovadores?

Julgo que sim, até porque estão activos profissionalmente e trazem muitas experiências para o campo. No entanto os mais jovens, estudantes, trazem também uma energia muito importante para o trabalho, mas talvez lhes falte a experiência e uma noção mais real da vida. Também têm muito mais dificuldade em ser ouvidos do que os adultos. Tem também os seus próprios problemas da idade, por exemplo, quando estive a trabalhar com os voluntários do Festival de Vilar de Mouros, os mais jovens tinham 15 anos e eu 22. Muitas vezes, tinha de estar a gerir os namorados que se zangavam e que deixavam de fazer o trabalho que lhes competia. Era muito divertido trabalhar com eles, mas naturalmente os seus objectivos eram mais a participação no festival, do que propriamente com a Sida.

É preciso dar muita formação aos voluntários. Por exemplo, eu envolvia os voluntários em todas as actividades de forma que muitas das ideias partiam deles. Se eles não sentem que participam no processo, acabam por não o levar tão a sério.

É também muito importante que as pessoas se divirtam, se riem muito. Especialmente junto dos mais novos, é fundamental que se divirtam enquanto estão a trabalhar.

Alguma vez usas-te uma plataforma *on-line* de voluntariado?

Não, tem sido ou contactos de amigos ou profissionais. No caso do Banco Alimentar, vi na televisão e acabei por os contactar para saber o que fazer a seguir.

Nós procuramos, com a ajuda da plataforma Migos, ajudar organizações de voluntários a resolver diversos problemas, mas por vezes sentimos imensa dificuldade a comunicar e a ter *feedback*.

Pelo que vejo na plataforma, vocês vão ter que desenvolver um trabalho muito importante na comunicação e na gestão. Será difícil, pela minha experiência, em Portugal é complicado às vezes obter decisões e criar dinâmicas.

Têm de ter em atenção que a comunicação deverá ter sempre um cariz muito humano, pois faz parte da cultura do voluntariado.

Entrevista com Dr. Roberto Leão

Quinta-Feira, 19 Agosto 2010

Dr. Roberto Leão

Foi presidente da associação de estudantes da escola secundária de Santa Maria da Feira, onde o especial objectivo da associação era quebrar as fronteiras entre professores, alunos de vários anos, entre escolas, entre escola e autarquia e outras autarquias.

Licenciatura em Sociologia pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto onde foi vice-presidente da associação de estudantes onde iniciou uma série de actividades ligadas ao empreendedorismo já contando com empreendedorismo social.

Fundou na Universidade do Porto, o primeiro clube de empreendedorismo Português, sendo actualmente presidente do mesmo. Procuram agora estabelecer juntamente com Oxford e Cambridge, uma rede europeia de empreendedorismo.

Foi voluntário e dirigente do Orfeão Universitário do Porto, uma experiência especialmente importante para sentir o tipo de dificuldades existentes na gestão de um grupo com pessoas das mais diversas áreas de estudo e *background*.

Trabalha há 2 anos na Sonae na Direcção de Recursos Humanos com responsabilidade na área de projectos RH, que se foca especialmente em comunicação e inovação assim como atracção de novos talentos. Foi responsável pela operacionalização do primeiro programa de voluntariado empresarial da Sonae na área de retalho.

Em toda a sua experiência procura sobretudo encontrar pontes para encurtar distâncias, potenciando e otimizando sinergias, afirmando que existe energia desperdiçada.

Qual a experiência no trabalho realizado nos projectos de voluntariado da Sonae?

O programa de voluntariado da Sonae, tem como objectivo passar do modelo de iniciativas muito focadas de voluntariado empresarial, como trabalhos de remodelação na escola secundária do Cerco, trabalho de consultoria com professores no programa Porto Futuro dando ferramentas empresariais para a gestão da escola, procurando diminuir o desperdício, aumentar as sinergias, aumentar a capacidade de rentabilizar os espaços e *know-how*, de forma a tornar auto-sustentável o desenvolvimento da escola e evitar a subsidio-dependência.

No modelo e preocupações anteriores continuam, no entanto, o projecto “Aprender a Empreender”, procura inovar em alguns aspectos. Este projecto, que apela a toda a população da Sonae, teve uma adesão muito maior da esperada. Na iniciativa relativa à escola do Cerco, houve zero adesões fora da direcção de recursos humanos que estava envolvida directamente.

Para esta iniciativa, procurou-se fazer uma série de acções com vista à melhor adesão: a comunicação foi mais cuidada, uma comunicação por *email* directa e para todos, explicando todos os passos, houve uma acção de sensibilização onde a associação veio à empresa, foram disponibilizadas informações adicionais a pedido dos interessados. Isto levou a que só no retalho houvesse uma adesão de 80 voluntários. Isto tornou a

participação da Sonae a maior participação nacional de uma empresa no programa “Aprender a Empreender”, sendo que já havia acima de uma dezena de empresas envolvidas no projecto desde há 3 anos.

Houve no entanto várias dificuldades:

1. Sensibilizar as chefias para o facto de que as pessoas iam deixar o seu posto de trabalho para dar as horas de formação nas escolas.
2. Dar rapidamente formação a pessoas que trabalhavam em sítios muito diferentes para as preparar para o voluntariado de forma a saberem em profundidade a sua acção e o seu público alvo.
3. Garantir a triangulação entre escola-voluntário-associação. Aqui a dificuldade deve-se à mentalidade em cada situação ser muito diferente:
 - O grau de aceitação em cada uma das escolas é muito diferente: no caso de serem os professores que se mobilizaram e pediram autorização o processo era simples, mas quando eram os alunos, ou seja uma acção de baixo para cima, havia muitas resistências por parte dos professores, por desinteresse ou falta de informação. Neste caso era muito difícil para a associação marcar a primeira reunião, a primeira sessão, ou ter ajuda na sala de aula.
 - Por ser uma associação nova, sem fins lucrativos onde a cultura empresarial ainda não é grande, não foi fácil coloca-la a lidar com voluntários das mais diversas áreas da sonae, incluindo áreas comerciais, financeiras etc. Deu-se aqui um choque cultural: atrasos, respostas demoradas, ambiguidade, falta de foco, falta de informação, materiais incompletos. Pequenas questiúnculas tornaram-se problemas.

Centralmente, foi necessário resolver estes problemas, sobretudo conversando com as pessoas, procurando encontrar um ponto comum na linguagem e na comunicação, sobretudo, conseguir o diálogo e conseguir ver o ponto de vista de cada um. É essencial que a relação seja sempre *win-win*, a todas as partes tem de sair a ganhar de forma a se manter um foco e dinâmica.

A estratégia inicial de comunicação na empresa foi um factor muito importante. Para garantir um maior impacto e mobilidade num curto espaço de tempo, criaram-se dois canais simultâneos de comunicação. Ao invés da tradicional estratégia de contactar primeiro as direcções de primeira linha que de seguida desmultiplicariam a comunicação até chegar à população alvo, nós achamos que todos eram população alvo e portanto contactamos todos os colaboradores directamente. Ao mesmo tempo e já com inscrições a serem efectuadas, comunicávamos com as chefias de forma a sensibilizar e informar sobre o projecto e sobre as pessoas que iam participar. Desta forma facilitamos a vida às pessoas, acabando por não ter havido nenhum registo de qualquer atrito. O que sentimos foi que esse cuidado, fez com que as próprias chefias incentivassem as pessoas a ir e a divulgar. O programa tem então de ser assumido pelo topo, para lhe dar credibilidade, mas tem de ir rapidamente para toda a cadeia de trabalho para ser consistente e ter pernas para andar.

Esta acção de voluntariado empresarial procura trocar o modelo de uma acção pontual para um modelo que potencie a criação de raízes de voluntariado, formando voluntários para a vida, aumentando a participação das empresas na sociedade civil de forma continuada ao contrário do voluntariado evento muito pontual.

Um dos problemas do voluntariado é o voluntário ir para sítios onde existam populações com enormes carências e altamente fragilizadas. Nestas situações não se pode dar o contacto humano, a expectativa, e depois ir embora. É inaceitável fazê-lo com crianças e com idosos. Não sendo possível um programa continuado é preferível encontrar outras formas de intervir e ajudar as organizações.

Não se deve, muito em especial em casos dessa natureza, fazer acções que sejam movidas por interesses empresariais ou pessoais ou para cumprir calendário. Tal como noutras acções da Sonae, que são difíceis de justificar empresarialmente, a acção é feita porque existe a clara noção que é algo que está certo e deve ser feito.

É um valor assumido da Sonae, a responsabilidade social, faz parte da nossa cultura empresarial, aliado à ética e confiança. Assim é natural haver acções de responsabilidade social, algumas muito pouco divulgadas, onde existe muito pouco aproveitamento real. A empresa e os colaboradores fazem-no porque sente que fazem bem.

A Sonae está agregada à GRACE?

Sonae não se encontra na GRACE mas consulta-a para perceber as melhores práticas. Para já, concentra-se em procurar a sua formula de actuação e sobretudo sustentabilidade através da experiência com os projectos que participa actualmente.

Quais são os maiores problemas de sustentabilidade?

A empresa dá tempo, horas de trabalho, mas o trabalho não desaparece, o que implica que as pessoas tem de fazer um sacrifício pessoal na realização do seu trabalho, por exemplo, ficando a trabalhar mais tarde do que deviam ou trabalhando em casa, o que pode não ser sustentável.

O mundo das empresas é também altamente volátil, os objectivos mudam ajustando-se com o tempo. Assumir o compromisso de médio, longo prazo é complicado, pois na empresa tudo acontece a curto prazo, na vida dos profissionais. No retalho o problema agudiza-se, porque apesar das estruturas centrais serem mais ou menos fixas, o pessoal de loja tem muita mobilidade geográfica. Daí que assumir voluntariado ao lado de casa ou ao lado da loja onde se possa trabalhar pode gerar uma série de expectativas na pessoa, na escola e nas crianças que depois não se pode cumprir, o que leva a desistências.

Outro problema sério a considerar é a falta de preparação, a inevitável falta de preparação do voluntário. A pessoa tem de conseguir lidar com a quebra do dia de trabalho para o seu trabalho na escola, o que obriga a uma grande mudança de paradigma mental. Se a pessoa não estiver bem preparada, a tendência é que o programa resvale em horas, o que gera problemas para a associação que vê o seu programa descontrolado, para a escola que pode ter outras acções planeadas para essas horas, para o voluntário que se sente frustrado e é um problema para a Sonae que o tem a despender mais horas do que as planeadas. A formação e a preparação é muito importante nos estágios iniciais do programa.

Uma forma de ganharmos sustentabilidade, evitar as inconsistências e diminuir a sensação que os voluntários possam ter de estarem desapoitados na escola, faz todo o sentido incentivar a comunicação, a partilha em rede destes voluntários, entre voluntários Sonae assim como com os das restantes empresas, pois estão todos a dar o

mesmo programa de Norte a Sul do País, e até mesmo entre Portugueses e estrangeiros porque o programa é internacional e está a ser dado em todo o mundo. Isto permitia que se possam tirar dúvidas muito concretas sobre o Jogo X ou desabafar sobre problemas que tenham. Isto, independentemente dos mecanismos formais de apoio do lado da associação ou da Sonae, que são sempre insustentavelmente insuficientes. É preciso estar muito atentos a questões de sustentabilidade analisando e avaliando periodicamente o processo. Em caso de não o ser, os projectos devem de ser ajustados para se conseguir a melhor relação possível entre os meios e os objectivos.

Que tipo de grupos de voluntários, terão mais propensão a serem mais fechados á partilha e ao trabalho em rede?

É comum em todos os mundos, mas em especial nas organizações sem fins lucrativos, o facto dos grupos tenderem a serem fechados, focando-se nos seus objectivos e no seu “*show-off*”, levando-os a terem ganhos pessoais ou colectivos, mas limitados. Isto deve-se pelo facto de que neste domínio as recompensas pessoais são sempre intangíveis, o que leva a que os mais ambiciosos mas com menos sentido de missão e menos visão de longo prazo, tendam a procurar mais o ganho pessoal e acabam por virar a actividade para os seus interesses.

Um grupo por natureza mais propenso a estes problemas acaba por ser grupos híbridos: sem fins lucrativos mas que envolvem pessoas com e sem remuneração, trabalho voluntário e trabalho profissional. Por exemplo: Universidades, IPSS, Clubes Desportivos. Ou seja, sempre que existe um corpo técnico e carreiras associadas trabalhando a par e às vezes em cima, de pessoas voluntárias. Cria-se assim um confronto de interesses, entre pessoas que tem uma função específica e só querem atingir os objectivos que foram determinados no inicio do ano que é legitimo e por outro lado os objectivos dos voluntários que querem ver a sua satisfação pessoal cumprida e ver a missão a ser levada cada vez mais longe.

Através do estudo que temos vindo a fazer, parece inevitável que tenha de existir gestores profissionalizados e muito provavelmente pagos para que tenham uma maior disponibilidade e responsabilidade, em qualquer um desses grupos. Teremos de enfrentar sempre esse problema?

A grande questão, é que esse tipo de gestores devem ser gestores educados não na gestão administrativa da gestão pública, não é um gestor empresarial, mas é um gestor altamente especializado. E parte da sua especialização é inevitavelmente a capacidade de integrar harmonicamente aqueles que são os seus subordinados assalariados e os voluntários que tem em mãos. Percebendo que é uma gestão de pessoas, de expectativas, de motivações de reuniões, de exigência, um tipo de métrica para análise de resultados muito diferentes. De forma muito clássica, gerir é planear, organizar e controlar, e é preciso saber que a forma de o fazer com voluntários e assalariados tem de ser radicalmente diferente. Só um gestor especializado o vai conseguir fazer, todos os outros tendem a trazer os vícios do seu próprio tipo de gestão, para a gestão das organizações sem fins lucrativos.

A gestão tem uma série de ferramentas úteis para as organizações sem fins lucrativos, mas outras tem de ser criadas de novo ou adaptadas.

Por exemplo: numa determinada organização económica podemos ter um líder que funcione bem num modelo de gestão altamente hierarquizado, mas isso é impossível de se fazer quando se está a lidar com voluntários. Pois estes não tem nenhuma obrigação de fazer o que se lhes está a mandar. Portanto não é por por se lhes falar de uma forma mais assertiva, aumentar as recompensas ou castigar, as técnicas do sistema dito normal, que se consegue a cooperação. É necessário saber inspirar e canalizar motivações, e ser muito mais um lidar *transformacional* invés de um líder *transaccional*, na dicotomia clássica da gestão. Não é preciso entrar nas questões intangíveis da pessoa carismática, é preciso é que tenha um conjunto de passos na gestão dos outros e dos recursos que tenham em conta a missão da organização que tem.

Coordenar equipas de voluntários tem tendência a ser mais complexo do que grupos de trabalho empresarial, especialmente havendo objectivos concretos a cumprir. Cada grupo de pessoas tem dinâmicas muito próprias pois são constituídos por indivíduos com os mais diversos motivos. Nem sempre os melhores, podemos encontrar motivos como afirmação pessoal, fazer *curriculo*, extrair contactos, ocupar tempo, etc. Gerir esta massa de motivações ocultas e sem uma base de encontro numa compensação remuneratória, é uma arte difícil. Mais uma vez isto mostra a necessidade de haver mais formação, mais cuidado, mais espírito de inovação.

A própria gestão de captação de recursos é muito diferente, enquanto um gestor de uma empresa não é responsável pela captação de recursos, ele tem um orçamento anual que deriva da actividade da empresa, o gestor da organização sem fins lucrativos tem sempre que pensar na fonte de financiamento, inovar e chegar a novas fontes de financiamento, como garantir a sustentabilidade. Podemos partir do principio que as empresas podem e morrem, mas uma organização de fins lucrativos deve trabalhar com uma visão de objectivos levados à eternidade, porque normalmente responde a problemas sem fim, que podem mudar, mas são sem fim.

Em Portugal começa-se a sentir finalmente essa preocupação, temos como sintoma disso a criação na Escola de Gestão do Porto muito recentemente a pós graduação em gestão de organizações sem fins lucrativos, actualmente na sua terceira edição. É no entanto assustador só surgir agora, sendo que Drucker escreveu sobre isso em 1990.

No trabalho em particular que havemos feito com a plataforma Migos, apesar de nos mostrarmos 100% disponíveis para trabalhar e colaborar temos tido alguma dificuldade em comunicar e ter um *feedback* com alguns dos grupos de voluntários. Sentimos que possa haver alguma falta de disponibilidade por parte das pessoas responsáveis e tememos que possa criar desmotivação nos voluntários que se ligam através de nós a esses grupos. Como poderemos gerir situações deste género?

Por um lado, cabe aos grupos procurar ter recursos adequados aos seus objectivos, pessoas com disponibilidade e capacidade para executar o trabalho pretendido, mas nem sempre isto é possível. Não sendo, o melhor é dar aos voluntários o que é dos voluntários. Se a gestão central não funciona, o melhor é promover a auto-gestão, pois muito mais importante do que manter a integridade institucional das coisas é fazer acontecer as acções necessárias.

É sempre preferível identificar quais as fragilidades internas que qualquer grupo possa ter e não tendo a possibilidade de os resolver, delegar esses problemas a outros grupos ou indivíduos com essas capacidades. Idealmente a partilha surge na troca das mais valias e capacidades de cada grupo, por exemplo, não tendo capacidade de gestão mas tendo bons gabinetes de comunicação e de marketing, podem colocar estes à disposição e ter um gestor ou uma equipa de gestão externa. O que não pode, ou não deve de acontecer é serem criadas burocracias ou situações onde pessoas sem a capacidade certa para resolver determinados problemas, bloqueiem a acção ou a motivação dos voluntários.

Os grupos de trabalho devem fazer uma constante avaliação das competências que têm, quais têm que externalizar comprando e quais têm de externalizar às redes que têm, sejam redes institucionais que os suportam, quer sejam às redes de pares. Isto demonstra a necessidade da partilha de forma a alavancar o conhecimento através do saber colectivo.

Entrevista com Dra. Ircília Guiomar e Dra. Rita Viana

Quarta-Feira, 24 Agosto 2010

Dra. Ircília Guiomar

Licenciatura em Psicologia (1978), Curso Geral de Gestão (EGP) (1990), DISLOGO em Direito pela U. Católica de Lisboa (1997). Em 1989 integra a Sonae, como responsável pelo Departamento de Formação de empresa de RH do grupo. Em 1991 integra a Sonae Distribuição como directora de formação. Em 1994 é criada a Direcção de Recrutamento e Selecção da área de negócio, a qual assume por nomeação do Presidente do Conselho de Administração. Desde Janeiro de 2009, directora do Centro de Operações e Serviços de RH do *Shared Service Center* da Sonae, com responsabilidades na operacionalização do recrutamento, selecção e formação.

Dra. Rita Viana

Licenciatura em Psicologia (2002) Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade do Porto. Em 2002 integra a Sonae como técnica de Recrutamento e Selecção, desde 2008 é Coordenadora de Recrutamento e Selecção no Centro de Operações e Serviços de RH do *Shared Service Center* da Sonae.

Dentro da população activa, qual será o perfil das pessoas com mais iniciativa e motivação? Onde colocariam essa faixa numa Curva de Bell?

Através da percepção e uma análise subjectiva mas baseada no conhecimento empírico, o perfil da população activa que parece ter mais iniciativa e motivação tem uma idade compreendida entre os 30 e os 35 a 40 anos. Não encontramos distinções de género ou de qualquer outro tipo que sejam de significativa relevância.

Numa Curva de *Bell*, neste momento, a faixa dessas pessoas estará sobretudo numa área de raridade ou grande raridade, de acordo com a nossa percepção e contexto empresarial.

No contexto da iniciativa e motivação, como encaram o perfil das pessoas recém

licenciadas e com o 12º ano. Tem um perfil muito diferente?

“Em grande proporção, as pessoas com as quais contactamos jovens licenciados, a frequentar o ensino superior ou com o 12º ano, são pessoas que não tem grande capacidade de iniciativa, dinamismo e motivação, isto é a percepção que temos na realidade em que nos mexemos e que retiramos das entrevistas que fazemos. Essa população, são normalmente pessoas acomodadas, numa qualidade de conforto que é dado pela geração anterior.” — Dra. Ircília Guiomar

A geração anterior, ao ter passado por dificuldades sócio-económicas muito fortes, teve a necessidade de reconstruir ou construir algo que não existia, depois da guerra, o que lhes incutiu grande poder de iniciativa. Estes factores, levaram também a que um dos objectivos que tinham era criar e dar à geração seguinte o conforto e qualidade de vida que eles não tiveram. Poderá ter havido aqui uma sobre-dosagem dessa situação.

“Dão valor a outras coisas, como o sentido de camaradagem e bom ambiente de trabalho, as oportunidades que a empresa lhes possa dar em termos pessoais, como

formação e não no sentido de ajudar o desenvolvimento da própria empresa” — Dra. Rita Viana

“Dão mais importância aos seus objectivos e conforto individual, por exemplo questionam muito se a empresa dá tempo para fazerem desporto, ir a ginásios etc. e menos no objectivo comum e no trabalho em equipa” — Dra I.G.

Parece que é muito defendido o conceito de trabalho em equipa, mas o concretizar desse trabalho, que implica dar, receber e ceder, ceder do seu tempo e dos seus gostos, acaba por não se concretizar.

“(...) uma das suas grandes preocupações é logo à partida se alguém lhes vai dizer o que eles têm de fazer...” — Dra. R.V.

São pessoas muito dependentes de orientação sobre o que têm de fazer numa base de tarefa a tarefa, o que demonstra de imediato uma grande falta de iniciativa, auto-motivação e dinamismo, que são competências essenciais nas empresas, especialmente com características como as da Sonae.

“Encaramos a auto-motivação como a capacidade de todos os dias as pessoas se auto-motivarem por pequenas coisas, não se pode estar à espera que o meu chefe me diga o que é que eu tenho de fazer, eu vou fazendo e vou-me auto-motivando com o pequeno sucesso que tive. E se tive um erro, vou procurando caminhos e formas de o corrigir.” — Dra. I.G.

Existe ambiguidade no que se espera das pessoas e naquilo que tem de fazer no seu posto de trabalho?

“Há partida existem objectivos concretos sobre o que se pretende atingir, o que não existe são os objectivos diários, e é isso que as preocupa, não saberem, eventualmente, o que têm para fazer daqui a uma hora.” — Dra. Rita Viana.

“A questão que se põe não é tanto no objectivo da função, do departamento ou da empresa, é na tarefa concreta e precisa... a primeira, a segunda, a terceira tarefa do dia... fiz isto, e agora, o que faço a seguir? Pronto, já fiz, e agora o que é que faço mais?” — Dra. I.G.

Neste momento, em contexto de estágios curriculares ou estágios pós-curso (não fazem estágios profissionais devido à burocracia exigida), após se ter informado a pessoa sobre o tema do estágio, os objectivos, a pessoa a quem vai reportar e o ambiente de trabalho, quando o estagiário toma a iniciativa de fazer mais duas ou três coisas do que o esperado, toma toda a gente de surpresa, devido à raridade da situação. O que deveria ser o normal de acontecer.

“Sendo uma pessoa que está a entrar numa empresa, em princípio numa situação mais ou menos precária, porque é um estágio, deveria de estar a fazer todos os possíveis para se destacar, para conseguir concretizar algo com mais continuidade, mas isto é muito raro acontecer. E quando acontece, essa pessoa é imediatamente seguida com mais atenção para perceber a sua mais-valia, pois é diagnosticada como uma pessoa dinâmica, pro-activa, com ideias próprias, e naturalmente que não se espera que as ideias sejam todas boas, mas é muito importante ter a capacidade de as exprimir.” — Dra I.G.

“Sentimos que as pessoas chegam à organização, onde existe já uma série de pessoas e que estas é que têm de ter uma preocupação de o integrar e acompanhar e se calhar, mudar face ao novo elemento. Quando na realidade, a pessoa deve ter a preocupação

de se integrar, de procurar saber e aliar a quem cá está. (...) Eles sentem que têm o direito, de como estagiários, perceber como é que os tratam como estagiários e não, numa forma humilde de, eu estou aqui, isto já existe há muito tempo e portanto eu é que tenho que integrar e procurar saber se quero aprender alguma coisa. Até porque não é uma relação equitativa, portanto é muito mais vantajoso para o estagiário do que para a empresa, na maioria das situações.” — Dra. R.V.

Existem casos, em que as pessoas procuram estágios, mas não procuram relações de continuidade. Por vezes procuram-se estágios por outros tipos de preocupações: num estágio curricular, é obrigatório senão não se termina o curso; nos estágios pós-curso, notamos que muitas vezes são forçados pela própria família no sentido de criar a necessidade da pessoa se mexer; são encaminhados pelas próprias instituições de ensino; por pressão social dos amigos, ou ainda porque estão desempregados e vêm explicitamente pedir para colocarmos um carimbo na sua folha de entrevistas, de forma a manter os subsídios.

Na Sonae, mesmo em situações de profissionais já com experiência, o profissional entra em ambientes onde encontra praticamente tudo aquilo que necessita para executar a função para a qual foi recrutado e seleccionado. A nossa cultura é colocar ao dispor, tudo o que é necessário, e espera-se que as pessoas tenham de singrar. A competência de dinamismo e pro-actividade é muito importante, é uma competência *core* para quem queira trabalhar nesta empresa.

Sentimos que existe uma grande diferença no perfil das pessoas que entrevistamos e que passam pelos processos de selecção, nos últimos 6 a 7 anos.

São processos estudados e rigorosos, com avaliações criteriosas em ambientes laboratório que procuram saber com exactidão que tipo de competências existe numa pessoa e em que grau existem. E de facto, a taxa de exclusão é muito grande, analisando pelos nossos dados estatísticos.

Durante o processo de selecção são avaliados os seguintes critérios, sendo que o percentil dado a cada um deles é confidencial e muda de organização para organização, o que torna portanto, as estatísticas contextualizadas à realidade do grupo Sonae.

1. Flexibilidade
2. Desenvolvimento de pessoas
3. Orientação para os resultados
4. Capacidade de Análise e Sentido Crítico
5. Planeamento e Organização
6. Orientação para a qualidade
7. Trabalho de equipa e cooperação
8. Orientação para o cliente
9. Raciocínio Analítico
10. Capacidade de Negociação e Persuasão
11. Comunicação
12. Resolução de Problemas e Tomada de Decisão

A permanência após o período experimental, tem uma taxa de sucesso bastante elevada, devido ao esforço feito anteriormente pelas equipas de selecção.

ANEXO 3:

Métricas do sistema

Google Analytics

Visitor Loyalty

Apr 1, 2010 - Sep 23, 2010

Most visits repeated: 1 times

Count of visits from this visitor including current	Visits that were the visitor's nth visit	Percentage of all visits
1 times	1,823.00	46.86%
2 times	332.00	8.53%
3 times	163.00	4.19%
4 times	107.00	2.75%
5 times	77.00	1.98%
6 times	66.00	1.70%
7 times	56.00	1.44%
8 times	49.00	1.26%
9-14 times	204.00	5.24%
15-25 times	219.00	5.63%
26-50 times	240.00	6.17%
51-100 times	309.00	7.94%
101-200 times	209.00	5.37%
201+ times	36.00	0.93%

Length of Visit

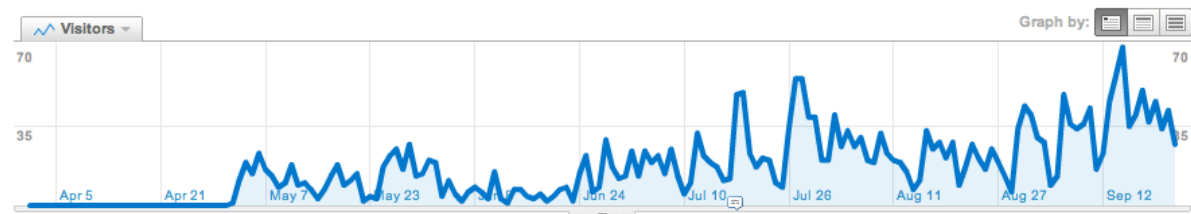
Apr 1, 2010 - Sep 23, 2010

Most visits lasted: 0-10 seconds

Duration of visit	Visits with this duration	Percentage of all visits
0-10 seconds	1,770.00	45.50%
11-30 seconds	241.00	6.20%
31-60 seconds	268.00	6.89%
61-180 seconds	516.00	13.26%
181-600 seconds	531.00	13.65%
601-1,800 seconds	397.00	10.21%
1,801+ seconds	167.00	4.29%

Absolute Unique Visitors

Apr 1, 2010 - Sep 23, 2010

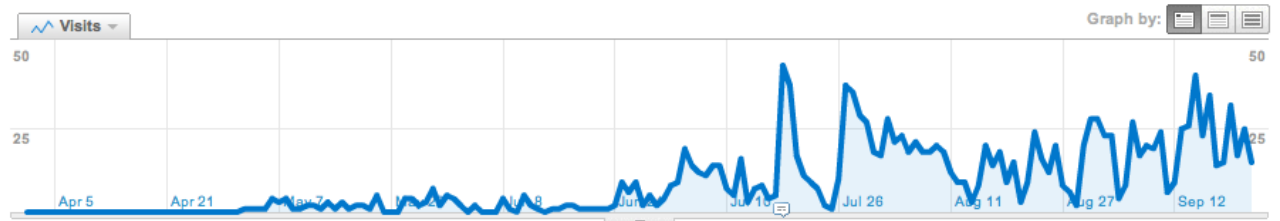


Top Traffic Sources

Sources	Visits	% visits
(direct) ((none))	1,433	36.84%
google (organic)	824	21.18%
sigarra.up.pt (referral)	756	19.43%
tedxaveiro.com (referral)	288	7.40%
facebook.com (referral)	178	4.58%

Referring Sites

Apr 1, 2010 - Sep 23, 2010



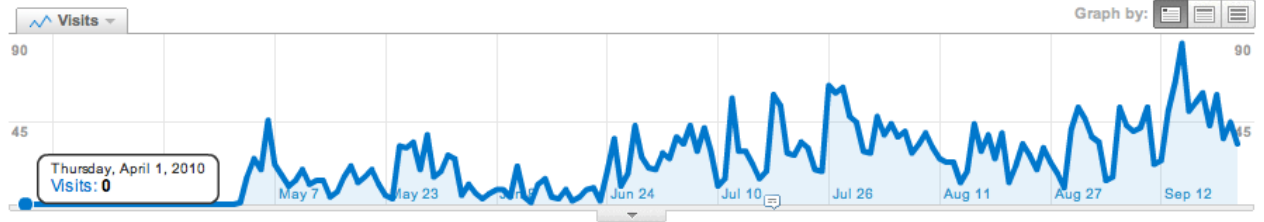
Referring sites sent 1,524 visits via 53 sources

Site Usage		Goal Set 1		Views: [Table] [Line] [Area]			
Visits	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Bounce Rate			
1,524 % of Site Total: 39.18%	6.64 Site Avg: 6.81 (-2.44%)	00:04:47 Site Avg: 00:05:18 (-9.56%)	54.72% Site Avg: 46.76% (17.03%)	43.04% Site Avg: 43.01% (0.09%)			
Source	None	Visits ↓	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Bounce Rate	
1. sigarra.up.pt		756	4.99	00:02:26	79.89%	50.79%	
2. tedxaveiro.com		288	7.92	00:09:57	7.64%	22.22%	
3. facebook.com		178	10.25	00:07:33	47.75%	34.83%	
4. webmail.fpce.up.pt		162	7.06	00:04:11	34.57%	58.02%	
5. 192.168.0.10:8080		27	4.11	00:01:09	3.70%	48.15%	
6. google.pt		14	4.43	00:03:35	71.43%	57.14%	
7. mail.google.com		12	3.25	00:02:19	25.00%	16.67%	
8. groups.google.com		7	3.29	00:00:54	0.00%	71.43%	
9. jpn.icicom.up.pt		7	13.14	00:07:39	57.14%	28.57%	
10. by151w.bay151.mail.live.com		4	39.00	00:14:13	25.00%	0.00%	

Filter Source: containing [] Go Advanced Filter Go to: 1 Show rows: 10 1 - 10 of 53

New vs. Returning

Apr 1, 2010 - Sep 23, 2010



3,890 visits from 2 visitor types

Site Usage
Goal Set 1
Views: [Grid] [List] [Table] [Full]

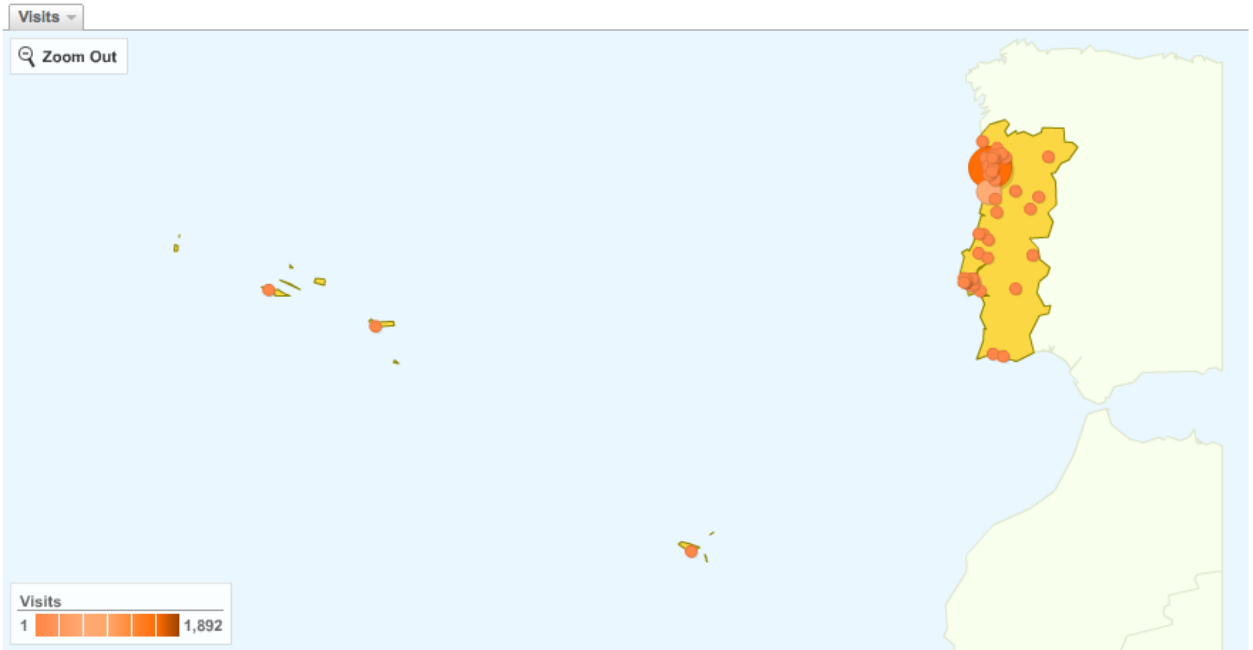
Visits 3,890 <small>% of Site Total: 100.00%</small>	Pages/Visit 6.81 <small>Site Avg: 6.81 (0.00%)</small>	Avg. Time on Site 00:05:18 <small>Site Avg: 00:05:18 (0.00%)</small>	% New Visits 46.86% <small>Site Avg: 46.76% (0.22%)</small>	Bounce Rate 43.01% <small>Site Avg: 43.01% (0.00%)</small>
--	--	--	---	--

Visitor Type	Visits	Visits	Visitor Type contribution to total:
1. ■ Returning Visitor	2,067	53.14%	
2. ■ New Visitor	1,823	46.86%	

Filter Visitor Type: [Advanced Filter](#)

Country/Territory Detail:
Portugal

Apr 1, 2010 - Sep 23, 2010

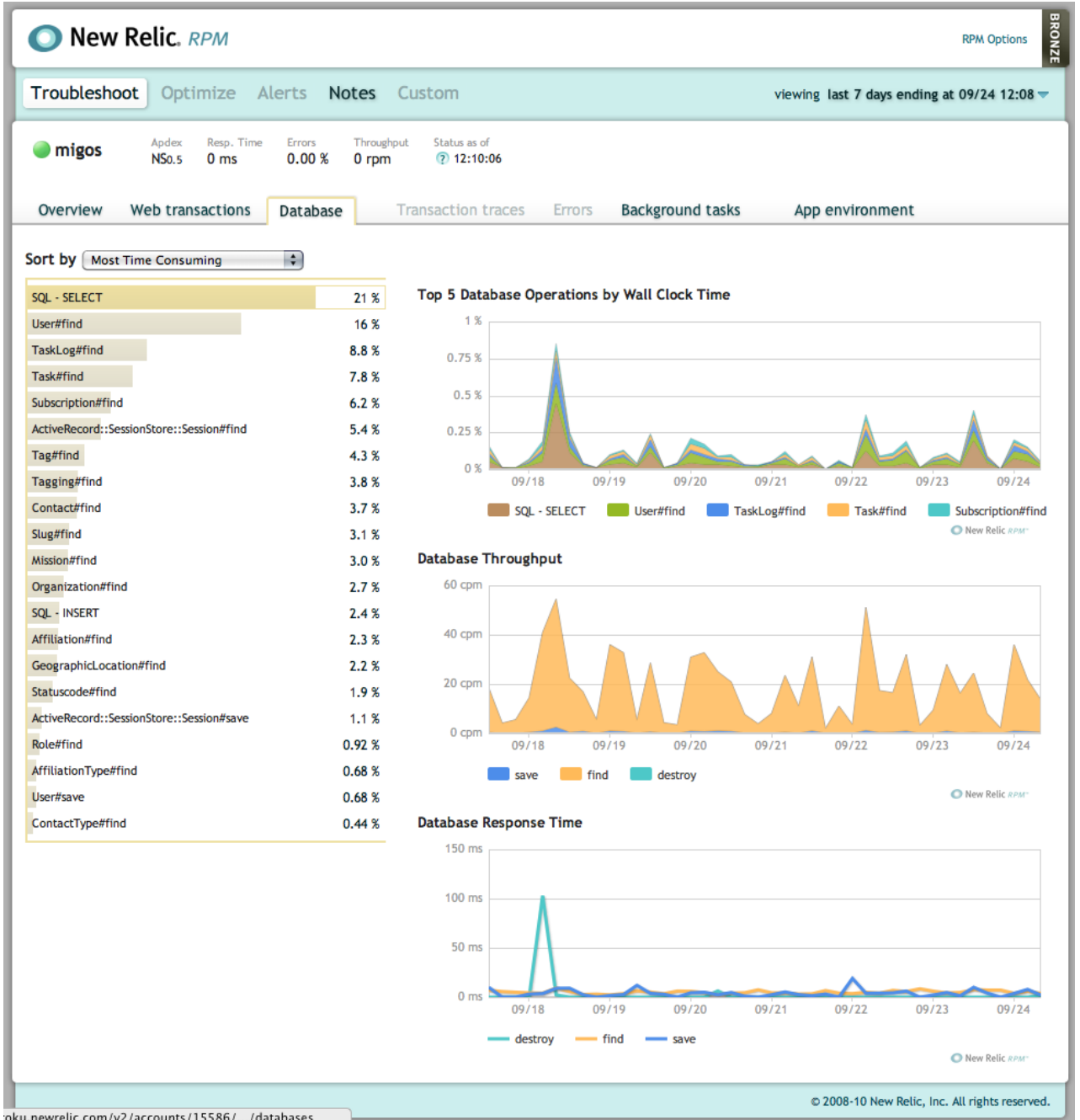


This country/territory sent 3,580 visits via 48 cities

Detail Level: City Dimension: None

Site Usage		Goal Set 1		Views: [Grid] [Refresh] [List] [Filter]			
Visits 3,580 % of Site Total: 92.03%	Pages/Visit 7.21 Site Avg: 6.81 (5.88%)	Avg. Time on Site 00:05:41 Site Avg: 00:05:18 (7.31%)	% New Visits 44.47% Site Avg: 46.76% (-4.90%)	Bounce Rate 39.89% Site Avg: 43.01% (-7.25%)			
Detail Level: City		Visits ↓	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Bounce Rate	
1.	Porto	1,892	7.63	00:05:59	44.24%	39.32%	
2.	Aveiro	757	7.82	00:07:44	20.87%	28.40%	
3.	Lisbon	430	6.10	00:03:48	54.42%	50.47%	
4.	Felgueiras	66	4.65	00:03:09	51.52%	45.45%	
5.	Sao Joao Da Madeira	62	7.08	00:03:48	77.42%	37.10%	
6.	Vila Nova de Gaia	51	8.75	00:04:56	64.71%	39.22%	
7.	Maia	35	9.86	00:03:57	62.86%	40.00%	
8.	Setubal	28	1.96	00:02:11	21.43%	82.14%	
9.	Espinho	24	5.75	00:03:38	41.67%	50.00%	
10.	Braga	21	3.10	00:01:26	80.95%	42.86%	
Filter City: containing		Go	Advanced Filter	Go to: 1	Show rows: 10	1 - 10 of 48	

New Relic

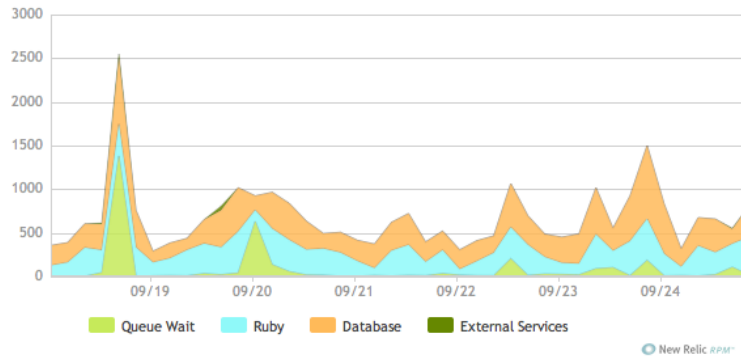


oku.newrelic.com/v2/accounts/15586/.../databases

migos Apdex: 1.00s* Resp. Time: 154 ms Errors: 0.00 % Throughput: 0 rpm Status as of: 00:49:48

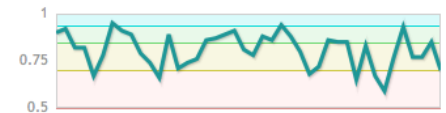
Overview Web transactions Database Transaction traces Errors Background tasks App environment

Average Response Time, broken down by tier ms

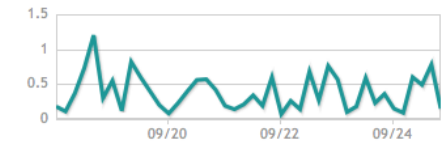


Compare with yesterday

Apdex Score 69% s, 22% t, 9% f ?



Throughput rpm



Recent Events

All Notes Deploys Alerts

LAST WEEK

- 09/17, 17:50 correo@victormartins.com deployed revision c7967feaed2ca...
- 09/15, 17:01 correo@victormartins.com deployed revision e1cab8cc0024...

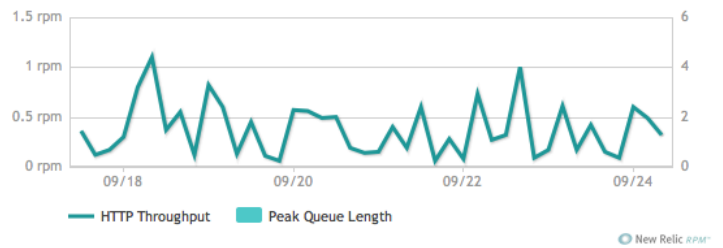
migos Apdex NS0.5 Resp. Time 0 ms Errors 0.00 % Throughput 0 rpm Status as of 12:09:53

Overview **Web transactions** Database Transaction traces Errors Background tasks App environment

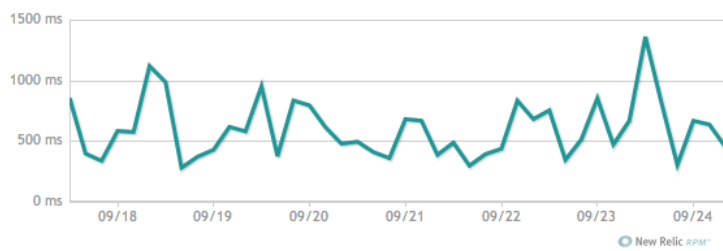
Sort by Most Time Consuming

HomepageController#index	29 %
UsersController#index	17 %
UsersController#show	13 %
OrganizationsController#show	8.9 %
OrganizationsController#index	6.4 %
MissionsController#show	2.7 %
TasksController#show	2.4 %
MissionsController#index	2.2 %
UsersController#create	1.6 %
UsersController#update_avatar	1.6 %
UserSessionsController#create	0.99 %
TasksController#index	0.92 %
InstitutionsController#show	0.86 %
UsersController#profile	0.76 %
TasksController#subscribe	0.74 %
MessagesController#save_message	0.73 %
FriendshipsController#request_friend	0.72 %
OrganizationsController#create_org_affiliation	0.62 %
UsersController#validation	0.57 %
FriendshipsController#index	0.51 %

Application Throughput



Application Response Time



Weekly performance report for migos Heroku

Friday 09/17/2010 to Friday 09/24/2010

Your application's performance is important to you and it's important to us.

Each week, we'll automatically send you a handy weekly summary report. We figured Mondays need all the help they can get.

migos — This Week's Apdex Score: 0.79_{0.5} (Fair)

Date	Apdex Score		Response Time	Throughput	Total CPU	Instance Memory	Database
Fri 09-17	0.74 _{0.5}	Fair	807 ms	0.3 rpm	0.2%	141 MB	51.0%
Sat 09-18	0.76 _{0.5}	Fair	1327 ms	0.5 rpm	0.3%	142 MB	37.0%
Sun 09-19	0.84 _{0.5}	Fair	556 ms	0.4 rpm	0.2%	142 MB	43.0%
Mon 09-20	0.79 _{0.5}	Fair	681 ms	0.3 rpm	0.2%	142 MB	45.0%
Tue 09-21	0.86 _{0.5}	Good	519 ms	0.3 rpm	0.1%	141 MB	49.0%
Wed 09-22	0.75 _{0.5}	Fair	762 ms	0.3 rpm	0.2%	142 MB	51.0%
Thu 09-23	0.79 _{0.5}	Fair	677 ms	0.4 rpm	0.2%	141 MB	56.0%
Summary	0.79 _{0.5}	Fair	782 ms	0.4 rpm	0.2%	142 MB	45.0%