

Design Digital

Primeiro Ano-A: Checkpoint 02

Bem-vindos a nossa experiencia Checkpoint Space. Em uma experiencia integrada e gamificada vocês foram desafiados a criar uma experiencia visual nesse semestre utilizando os conteúdos de todas as disciplinas.

Neste documento vamos expor a temática desse semestre, introduzir os elementos narrativos e visuais que poderão ser trabalhados além de apresentar as demandas de checkpoint em disciplina.

Regras:

- Todos os alunos devem fazer a entrega, mas deve conter obrigatoriamente o nome de todos os integrantes no material.
- Este documento é válido apenas para as demandas do CP2. Quando chegarmos no CP3, traremos um novo documento com as instruções específicas.
- As entregas devem ser feitas por disciplina, separadamente. Além disso, teremos uma apresentação geral das soluções, onde vocês devem deixar bem claro o que foi desenvolvido para cada disciplina.
- Os grupos devem ter até 3 pessoas.
- Todas as entregas precisam estar conectadas à temática geral, sendo que qualquer entrega sem a temática será desconsiderada. Sigam essa linha criativa como norte para todos os materiais: <http://checkpointspace.com>
- As apresentações contarão com convidados e os convidados entregarão prêmios desenvolvidos em nosso espaço maker para as melhores entregas.

Temática do Checkpoint 02: Cyberpunk - Neuromancer

O universo **cyberpunk** nasce da tensão entre o avanço vertiginoso da tecnologia e a degradação das estruturas sociais, políticas e humanas. Ambientado quase sempre em megacidades caóticas, hipertecnológicas e comandadas por corporações onipresentes, esse subgênero da ficção científica explora futuros distópicos onde a inteligência artificial, a realidade virtual, os implantes cibernéticos e a vigilância constante moldam o cotidiano. No coração dessa estética e filosofia está a ideia de um mundo em que o **"high tech" convive com o "low life"** – ou seja, onde inovações de ponta coexistem com desigualdade, marginalidade e decadência urbana.

O grande ponto de virada cultural e literário desse imaginário veio com ***Neuromancer*** (1984), romance de estreia do escritor William Gibson. A obra não apenas consolidou as bases do cyberpunk como também antecipou conceitos que só seriam discutidos décadas depois, como o **ciberespaço**, o hacking como resistência, a fusão entre homem e máquina e a crise de identidade em um mundo dominado por inteligências artificiais. O protagonista, Case, é um cowboy da matrix – um hacker decadente que navega por realidades virtuais em busca de redenção, submerso em um universo denso, urbano, multicultural e fragmentado.

Mais do que um thriller tecnológico, *Neuromancer* é um manifesto estético e filosófico sobre um futuro em que os limites entre o real e o digital se dissolvem, e onde o ser humano se vê deslocado, tanto no espaço físico quanto no virtual. A obra influenciou profundamente a cultura pop, o cinema (como em **Matrix**, **Blade Runner** ou **Ghost in the Shell**) e até a forma como concebemos a internet e a inteligência artificial hoje.

Em nosso case de checkpoint 02 vamos utilizar a empresa fictícia do livro neuromancer, Sense\Net. Ela servirá como case para as entregas das disciplinas.

Introdução – A Corporação Sense/Net em *Neuromancer*

No universo sombrio e tecnocorporativo de *Neuromancer*, a **Sense/Net** é uma megacorporação voltada para o entretenimento sensorial, coleta de dados neurais e armazenamento de consciências digitalizadas. Ela representa o ponto de interseção entre **mídia, vigilância e controle da identidade**, sendo uma das instituições mais relevantes no mundo distorcido e hipertecnológico concebido por William Gibson.

Mais do que uma simples produtora de entretenimento, a Sense/Net lida com **simstim (simulation stimulation)** — experiências sensoriais completas, onde o usuário pode acessar a percepção física de outra pessoa em tempo real. Esse produto transforma o corpo humano em mercadoria e experiência vendável, destacando um dos temas mais perturbadores de *Neuromancer*: **a comercialização da experiência e a fragmentação da identidade**.

A Sense/Net representa o auge do capitalismo da informação: uma empresa que **armazena mentes, vende sensações e protege dados com força bruta**. Gibson a posiciona como um ícone da alienação corporativa e da dominação tecnológica sobre o indivíduo. Ao mesmo tempo, ela é o retrato do entretenimento levado ao extremo — onde a experiência sensorial se torna tão valiosa quanto a própria realidade.

Nesse sentido, a Sense/Net não é apenas um pano de fundo na história: ela é **um dos pilares do mundo cyberpunk**, moldando a maneira como as pessoas vivem, sentem e são lembradas — mesmo depois da morte.

Contextualização do Checkpoint 02

Apesar das características sombrias da Sense/Net, na missão desse checkpoint 02 vamos pegar o lado midiático dessa empresa.

A Sense/Net está prestes a divulgar um novo produto ou serviço que o grupo de vocês deve definir. Acompanhado desse lançamento está também o lançamento de um mascote emblemático.

Ilustração e Design

Criação do Mascote da Sense/Net CP2 ilustração e Design

Bem-vindos a um desafio que mistura criatividade, design e o universo distópico de *Neuromancer*! Nesta atividade, cada equipe de Design Gráfico vai mergulhar no estilo

cyberpunk para criar um mascote único que represente seu time – uma figura icônica, cheia de personalidade, tecnologia e atitude.

Passo a Passo para Criar um Mascote

1ª Passo: Escolher um Briefing para Trabalhar

O que fazer:

Leia e pesquise sobre a Sense/net

Leia atentamente e destaque os pontos-chave:

Público-alvo.

Objetivo do mascote (vender, engajar, educar, etc.).

Valores da marca ou projeto.

Contexto de uso (redes sociais, embalagens, eventos, etc.).

2ª Passo: Criar um Moodboard / Painel Semântico

O que fazer:

Colete referências visuais e conceituais que inspirem o design do mascote.

Inclua:

Imagens de animais, plantas, objetos ou personagens que possam servir de inspiração.

Paletas de cores que combinem com o tema.

Estilos de ilustração (cartoon, realista, minimalista, etc.).

Elementos relacionados ao briefing (natureza, saúde, infância, etc.).

Ferramentas úteis: Pinterest, Behance, Adobe Spark.

Organize as referências em um painel visual (moodboard) para guiar o processo criativo.

3ª Passo: Esboços e Ideias

O que fazer:

Comece rabiscando várias ideias no papel ou em uma ferramenta digital.

Explore diferentes formas, proporções e estilos:

Formas arredondadas para transmitir suavidade e amizade.

Formas angulares para transmitir energia e dinamismo.

Experimente combinações inusitadas (ex.: um animal com elementos de frutas ou objetos).

Tente fugir do senso comum e buscar originalidade.

Dicas:

Faça esboços rápidos e não se preocupe com detalhes nessa fase.

Explore expressões faciais e poses que transmitam personalidade.

4ª Passo: Finalização

O que fazer:

Escolha o melhor esboço e refine os detalhes.

Escolha a forma como vai finalizar digitalmente, seja ela vetorizando ou usando as técnicas de pintura digital ou 3D o importante é que a forma escolhida seja adequada para o produto final.

independente do tipo de refino final, certifique-se que tudo esteja no lugar e que a identidade do mascote seja consistente em todas as artes que esteja.

Caso seja finalizador em vetor, Vetorize o mascote no Adobe Illustrator (ou outra ferramenta de vetorização):

Certifique-se de que todas as linhas estejam limpas e bem definidas.

Use pontos âncora corretamente, sem "pontas" ou "bordas" distorcidas.

Aplique cores de forma consistente e alinhada ao moodboard.

Crie um turnaround (vistas frontal, lateral e traseira) para garantir consistência.

Adicione detalhes finais, como texturas, sombras ou acessórios, se necessário.

Exporte o arquivo nos formatos adequados (PDF, JPEG e PNG).

Dicas Extras para o Processo

Testes e Ajustes:

Aplique o mascote em diferentes contextos (ex.: mockups de embalagens, redes sociais) para ver como ele se comporta.

Peça feedback e faça ajustes finais.

Versatilidade:

Certifique-se de que o mascote funcione bem em diferentes tamanhos e mídias.

Memorabilidade:

Adicione um elemento único que torne o mascote inesquecível (ex.: um detalhe na roupa, um acessório, uma expressão característica).

A entrega DEVE incluir:

Arquivos de imagem do moodboard (JPEG ou PNG)

Esboços (JPEG ou PNG)

Mascote em 2 poses diferentes (refino final) , (JPEG ou PNG)

Mascote em turn around (frente, lado costas) (JPEG ou PNG)

Mascote em teste de emoções (feliz, triste, raiva e confuso além de rosto neutro).

Arquivo PDF com todas as versões Mascote

Apresentação do Mascote (apresentação de venda do mascote será feita em aula e terá ponto extra pra quem apresentar)

Design Gráfico Art & Tech

Manual de Identidade e de produto da megacorporação Sense/Net de neuromancer

Objetivo:

Desenvolver um sistema de identidade visual completo (logotipo, cores, tipografia, aplicações) e um lançamento de produto para a megacorporação Sense/net do livro Neuromancer.

Briefing da Atividade:

A Sense/Net, uma das maiores megacorporações do universo Neuromancer, domina o mercado de mídia sensorial (simstim), entretenimento imersivo e transmissões neuronais. Agora, eles estão lançando um novo produto revolucionário para consumo em massa, e sua equipe de design foi contratada para:

Desenvolver o sistema de identidade visual completo da Sense/Net (logotipo, cores, tipografia, aplicações).

Criar um mascote para humanizar a marca e vender o produto. (ILUSTRAÇÃO e DESIGN)

Projetar o lançamento do produto, incluindo embalagem, propaganda e campanha digital.

Etapas do Projeto:

1. Pesquisa e Conceito

Leia trechos de Neuromancer relacionados à Sense/net.

Pesquise referências cyberpunk (ex: Blade Runner, Cyberpunk 2077, Deus Ex).

Defina 3 palavras-chave que representem a essência da marca (ex: "Tessier-Ashpool" = poder, isolamento, decadência).

Desenvolva a identidade da Sense/Net como uma empresa de mídia futurista, incluindo:

Logotipo (3 versões: primário, simplificado e para aplicações digitais).

Dica: Pense em glifos digitais, ondas cerebrais ou símbolos de transmissão.

Paleta de Cores (cores principais + efeitos especiais, como neon, holográfico ou "glitch").

Exemplo: Roxo cyberpunk, verde ácido, preto fosco.

Tipografia (2 fontes: uma para logo/marca, outra para textos corporativos).

Dica: Fontes tecnológicas, mas legíveis (ex: "Blender Pro" para títulos, "Rajdhani" para corpo).

Aplicações Práticas (exemplos):

Uniformes de funcionários.

Interface de um terminal de simstim.

Placas luminosas em Night City (ou Chiba, no universo do livro).

Lançamento do Novo Produto

A Sense/Net está lançando um dispositivo de mídia revolucionário. Os alunos devem escolher UM dos seguintes produtos (ou propor algo similar):

Opções de Produto:

"Sense/Net OZ-9" – Óculos de realidade aumentada que transmitem simstim diretamente na retina.

"NeuroFeed Pod" – Um implante temporário que permite "sentir" transmissões ao vivo (como esportes, shows, até experiências proibidas).

"DataJockey X" – Um console portátil para editar e compartilhar memórias sensoriais.

"StreamSkin" – Uma "tatuagem digital" que exibe notícias e anúncios em tempo real na pele do usuário.

Elementos do Lançamento:

Mascote deve ser a principal "rosto" do produto como seu principal embaixador do produto.

Nome do produto + slogan (ex: "Sense/Net OZ-9 – Veja o que eles veem.").

Embalagem (futurista, cyberpunk).

Apresentação Final: "Pitch de Venda para o CEO da Sense/Net"

Objetivo: Seu desafio é vender a identidade visual, o mascote e o novo produto da Sense/Net como se você estivesse em uma reunião executiva na sede corporativa, diante do CEO e dos diretores de mídia.

Como fazer?

Crie uma apresentação de slides impactante que convença a alta cúpula da Sense/Net de que:

Sua identidade visual reflete o poder futurista e a inovação radical da marca.

Seu mascote humaniza a empresa e cria conexão emocional com o público. Seu produto revolucionário vai dominar o mercado de mídia sensorial.

Dicas para um pitch irresistível:

✓ Comece com um gancho – Uma frase impactante ou um dado futurista (ex: "Em 2045, a realidade será opcional.").

✓ Conte uma história – Mostre como sua solução resolve um problema do consumidor cyberpunk.

✓ Use mockups realistas – Apresente o produto "em ação" (ex: um vídeo teaser, um holograma do mascote, um storyboard de propaganda).

✓ Finalize com um call to action – "Preparados para levar a Sense/Net ao próximo nível?"

Formato Livre:

Slides visuais (mínimo de texto, máximo de impacto).

Animações sutis (se quiserem dar um toque high-tech).

Tom de voz futurista, persuasivo e confiante (como um diretor criativo em Blade Runner).

Imagine: Você não está apresentando para uma sala de aula, mas para a sala de board da megacorporação mais influente do ciberespaço.

Seja convincente. Seja visionário. Faça eles acreditarem.

Critérios de Avaliação:

- ✓ Originalidade (fuga de clichês, mas mantendo o cyberpunk).
- ✓ Consistência (todas as peças devem parecer da mesma corporação).
- ✓ Narrativa visual (a identidade conta uma história sobre a empresa).
- ✓ Técnica (qualidade do design, uso de cores, tipografia).

Entrega:

Apresentação em PDF com:

Conceito, esboços ,pesquisa e referências.

Manual de identidade visual da Sense/net (logo tipos e variações, cores, tipografia, mascote e aplicações)

Mascote (Matéria Ilustração e Design)

Arquivos digitais vetores do logo e mockups d

Apresentação em .PDF

Digital Marketing & Social

“Campanha Sense/Net: Construção de Marca e Estratégias em Mídias Sociais para Realidades Distópicas”.

OBJETIVO: Criar uma campanha de marketing digital com uso de mídias sociais para um produto ou serviço fictício do universo cyberpunk, direcionada a um público específico (persona).

A proposta deve explorar criatividade, estratégia e linguagem digital, respeitando o contexto distópico e hiper tecnológico do gênero.

ETAPAS:

Os grupos deverão:

- 1 - Criar um dos produtos/serviços fictícios cyberpunk.
- 2 - Escolher 1 persona (público-alvo)
- 3 - Construir a identidade da marca Sense/Net.

- 4- Elaborar uma campanha de marketing digital com foco em redes sociais.
- 5 - Criar conteúdo fictícios simulando postagens.
- 6 - Incluir um influenciador fictício na estratégia.
- 7 - Montar um miniplano de mídia digital com foco em engajamento ou conversão.

ETAPAS DETALHADAS

1. Use de referência o Produto/Serviço Fictício

Cada grupo deve escolher um entre ou três produtos ou serviços abaixo, como inspiração:

- NeuroFuel – Upgrade para a Mente

Suplemento neural nanotecnológico que estimula cognição, foco e criatividade. Popular entre hackers e criadores de IA, vendido por uma megacorporação farmacêutica.

- V-RetroMall – Shopping Virtual Holográfico

Plataforma de realidade aumentada onde consumidores podem explorar shoppings holográficos imersivos por meio de dispositivos neurais. Mistura varejo, entretenimento e redes sociais.

- SkinMod – Estética Cibernética de Vanguarda

Clínica de implantes cibernéticos de luxo. Realiza modificações corporais personalizadas, com design futurista, conectividade neural e upgrades estéticos sob demanda.

2 . OPÇÕES DE PERSONAS (ESCOLHER UMA)

KARA VEX

– A Hacker Rebelde

27 anos, ativista digital

Desafia corporações e busca liberdade de dados

Prefere X e TikTok

Combina com NeuroFuel

MAX JON Jovem Conectado

21 anos, streamer e comprador virtual

Vive online e adora experiências imersivas

Prefere TikTok VR e Instagram

Combina com V-RetroMall

RYAN SOKO

- Influenciador de Implantes

34 anos, ícone de moda cibernética

Vive na elite e dita tendências visuais

Prefere Instagram e YouTube

Combina com SkinMod

3. Construção da Identidade da Marca (Sense/Net)

Nome completo e variações da marca (se houver)

Logotipo (criado no Canva, IA ou ilustrado à mão)

Slogan ou frase de efeito

Valores da marca no contexto cyberpunk

Tom de voz (ex: subversivo, tecnológico, provocativo)

Paleta de cores e mood (ex: neon, glitch, holográfico, escuro)

4. Planejamento da Campanha de Marketing Digital com foco em redes sociais.

Objetivo geral da campanha (ex: lançamento, reposicionamento, expansão)

Público-alvo (perfil cyberpunk detalhado: idade, ocupação, rotina, dilemas)

Estratégia geral (como a marca vai se destacar no mundo distópico?)

5. Conteúdo para Redes Sociais

Escolher duas plataformas entre: Instagram, TikTok, X, LinkedIn, ou outra rede que se encaixe no universo cyberpunk.

Criar 5 postagens simuladas, contendo:

Imagem da postagem (mockup, montagem, arte gerada por IA, print fake)

Legenda (usando linguagem adaptada ao universo cyberpunk)

Hashtags cyberpunk (ex: #NeonResistance, #HighTechLowLife)

Objetivo de cada post (atração, engajamento, tráfego, conversão etc.)

Indicar se seria post orgânico ou patrocinado

6. Influenciador Fictício

Criar um influenciador digital fictício que atua no universo cyberpunk e participar da campanha como parceiro da marca. Informar:

Nome e identidade visual

Descrição do perfil: estilo, discurso, tipo de conteúdo, público

Canal principal de atuação (ex: Reels, lives, reviews em realidade aumentada)

Tipo de parceria com a marca (ex: desafios, reviews, collabs)

Exemplo de um post ou citação do influenciado

7. Mini Plano de Mídia Digital

Montar um planejamento básico da campanha digital:

Objetivo da mídia (ex: conversão, visibilidade, reposicionamento)

Segmentação de público

Redes/plataformas escolhidas

Duração da campanha (ex: 7 dias, 15 dias)

Investimento simbólico estimado (ex: 1.000 créditos digitais)

Métricas esperadas (impressões, cliques, engajamento, alcance)

Apresentação Final

Cada grupo montará uma apresentação da campanha, incluindo:

Introdução à marca e universo criado

Estratégia de marketing digital

Demonstração dos conteúdos criados

Justificativas das escolhas criativas

Papel do influenciador

Storytelling, Roteirização e IA.

Atividade: Planejamento de Roteiro Cyberpunk baseado em Neuromancer

Objetivo: Criar um esboço de roteiro inspirado na estética e filosofia cyberpunk para o lançamento do novo produto/serviço da Sense/Net, utilizando os cinco elementos fundamentais do planejamento narrativo: ideia, conflito, personagem, ação dramática e tempo dramático.

IDEIA

Defina o que deseja contar. Qual é a premissa da história?

Estabeleça a mensagem central: qual reflexão sobre tecnologia e sociedade o roteiro propõe?

Justifique a importância dessa mensagem: por que essa história deve ser contada?

Identifique o público-alvo: para quem essa narrativa será construída?

Escolha o meio: será um longa-metragem, série, curta-metragem, livro, quadrinho ou outro formato?

CONFLITO

Determine o grande problema da trama. Qual é o dilema principal enfrentado pelo protagonista?mento Word (. pdf) formatado no modelo padrão de roteiros cinematográficos.

PERSONAGEM

Desenvolva o protagonista: nome, histórico, habilidades e fraquezas.

Determine se ele(a) é um hacker, um mercenário, um androide, um jornalista rebelde, um cientista dissidente, etc.

Inclua personagens secundários que desempenhem papéis-chave (aliados, antagonistas, mentores, etc.).

AÇÃO DRAMÁTICA

Defina a sequência de eventos principais da narrativa.

Descreva a introdução (apresentação do mundo e do protagonista), o desenvolvimento (progressão do conflito) e o clímax (resolução ou transformação).

TEMPO DRAMÁTICO

Determine o ritmo da narrativa: linear, com flashbacks ou não linear.

Especifique se a história se passa em um curto período (24 horas intensas) ou se se desenvolve ao longo de meses ou anos.

Defina se haverá mudanças de cenário e como o tempo impacta os personagens.

IMPORTANTE

A realização deste planejamento será utilizada para o Checkpoint 3 da disciplina Storytelling e Roteirização para a criação de um script e para a disciplina Ilustração e Design para a criação do storyboard.

A entrega deve ser feita em formato de arquivo PDF (.pdf), garantindo a padronização e facilidade de leitura.

Videomaking & Edição de Vídeo

Atividade: Criação de Vídeo Promocional

Objetivo: Criar um vídeo promocional do roteiro desenvolvido na disciplina de "Storytelling, Roteirização e IA" explorando elementos visuais e sonoros para reforçar a identidade narrativa do produto/serviço da Sense/Net.

O vídeo pode ser criado com imagens gravadas, imagens de banco ou imagens geradas por inteligência artificial. A identidade visual deve seguir o que foi desenvolvido nas demais disciplinas.

Dicas para uma Melhor Edição

Estruture o vídeo de forma envolvente: Selecione cenas que transmitam a essência da história sem revelar todos os detalhes, criando um sentimento de curiosidade.

Atenção ao campo sonoro: Utilize trilhas que reforcem a atmosfera cyberpunk e explore efeitos sonoros para ampliar a imersão do espectador

Utilize técnicas cinematográficas: Explore raccords entre os planos, raccords de movimento e rimas visuais para criar fluidez e coesão na edição.

Critérios de Avaliação

Coerência com o roteiro: O vídeo deve representar a história planejada na disciplina de "Storytelling, Roteirização e IA".

Uso criativo de imagens e efeitos: A qualidade visual e a estilização devem ser condizentes com o gênero cyberpunk.

Qualidade técnica: A montagem, edição, transições, correção de cor, trilha sonora e efeitos sonoros devem estar bem desenvolvidos e alinhados à proposta visual.

Entrega

A duração recomendada é entre 30 segundos e 1 minuto e o formato indicado é o horizontal (1920x1080).