

TALLER DE IDENTIDAD VISUAL NAVIMU

Pensamiento sensorial

Kamilo Borja Escobar
Daniel Giraldo Palacio
Carlos Miguel Tangarife Montoya
Princesa Rebe <3



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**
1803
**FACULTAD DE
COMUNICACIONES**

BRIEF DEL PROYECTO

1. ¿Cómo describirían el proyecto? ¿Qué lo caracteriza?

La creación de un contenido de realidad virtual, en el que se plantea un recorrido a través de las emociones básicas, pero generando primordialmente la emoción o estado emocional de la alegría.

La característica principal de este proyecto se centra en la búsqueda e investigación de la ciencia cognitiva aplicada en la generación de estas emociones en los usuarios. Con la principal intención de medir los alcances del contenido audiovisual y multimedial en la relación contenido-usuario, estímulo-reacción, esta reacción es medible de manera electroencefalográfica.

2. ¿Cuál es la intencionalidad/objetivo del proyecto? Esto da una idea más cercana a lo que se busca.

Crear una experiencia inmersiva por medio de un recorrido en realidad virtual con gafas VR, animado en 3D y a través de una trayectoria por la representación abstracta, iniciando en el caos de las emociones básicas "negativas" y culminando en el estado emocional de la alegría.

3. ¿Quién es el target o público ideal? ¿Qué lo motiva?

Para comprender a quién va dirigido nuestro contenido, hemos hecho un pequeño análisis a través de una encuesta, en la que nos hemos dado cuenta de las características principales de las personas a las que queremos llegar. Con la información recolectada hemos creado un perfil "artificial", llamado Julián, en el que se reflejan las principales características.

Julián Carvajal López, tiene 23 años de edad, es soltero y vive en Belén, con sus padres. Es deportista y estudiante de Diseño gráfico en la UPB, lleva 4 años en su carrera universitaria.

Para documentarse le gusta leer los fines de semana sobre tecnología, arte y moda. Entre semana prefiere escuchar la información y ver películas.

Whatsapp e Instagram son las redes sociales en las que más le gusta dedicar su tiempo, pero también gusta de Pinterest y de Tik Tok, en total, pasa entre 3 y 4 horas al día en su smartphone.

La principal razón, después del ocio, por la que consume contenidos digitales es por temas de estudio. Aún así su mayor porcentaje de contenido consumido es de entretenimiento y principalmente aquellos que le producen emociones como la alegría y la sorpresa. En ocasiones ha disfrutado de experiencias de realidad virtual en centros comerciales. Julián está convencido de que la realidad virtual representa un avance para la humanidad y cumple un papel fundamental en el entretenimiento del futuro.

4. Enlistar los principales referentes del proyecto. ¿Quiénes son y qué los diferencia?

TAS: Lo que genera esta experiencia es una sensación de inmersión e incertidumbre en un espacio ficticio. Nos hace sentir que somos parte del espacio para dejarnos llevar a través de un recorrido hacia lo desconocido. Esta experiencia propone una música creada digitalmente con cambios de intensidad acordes a los elementos visuales que se presentan durante el recorrido, aludiendo un poco al formato de videoclip.

Simulador de Montaña Rusa en 4D - Star Park: Esta experiencia es más sensorial. Activa el sentido de la vista (gafas de RV), el tacto, el oído, e incluso genera un poco de vértigo, llegando en ocasiones a producir náuseas y dolor de cabeza, aunque la sensación principal que genera es adrenalina al estar inmersos en esta atracción.

5. Escoger de 3 a 5 adjetivos que describan mejor la personalidad del proyecto, esto definirá el rumbo del diseño. Por ejemplo, cálido, fraternal, amigable.

Moderno, Alegre, Etéreo, Transitorio, Envolvente.

6. ¿Cuál es la percepción que se desea del proyecto? ¿Qué queremos que diga la gente?

Que los usuarios, después de la experiencia, queden con satisfacción del recorrido, precisamente por el estado emocional de la alegría que se pretende generar. Que el comentario genérico que se reciba como respuesta del público sea similar a la expresión "Wow, me encantó, de verdad me siento feliz".

Que los usuarios se lleven una buena impresión y terminen con un sentimiento de satisfacción tras el recorrido. Que de alguna manera los mueva y quieran repetir la experiencia o se interesen por experiencias similares.

NOMBRE /NAMING

DESCRIPTIVO

Centro de desarrollo de experiencias neurosensoriales de inmersión.

SIMBÓLICO

Neuro Lab -

Psiconáutica - Estados de consciencia alterados

Placebo

Neuro VR

Proyecto VR Ultra - (Experimento de control mental)

PATRONÍMICO

MAUI Experience - La mascota de la empresa

RD4

VR4

TOPONÍMICO

Centro tecno-inmersivo de Antioquia

Centro Neurosensorial Medellín

VRebe 1708

NeuroMed VR

Medellín Multisensorial

Med Emotions

MedExperience

CRKDti

CONTRACCIÓN

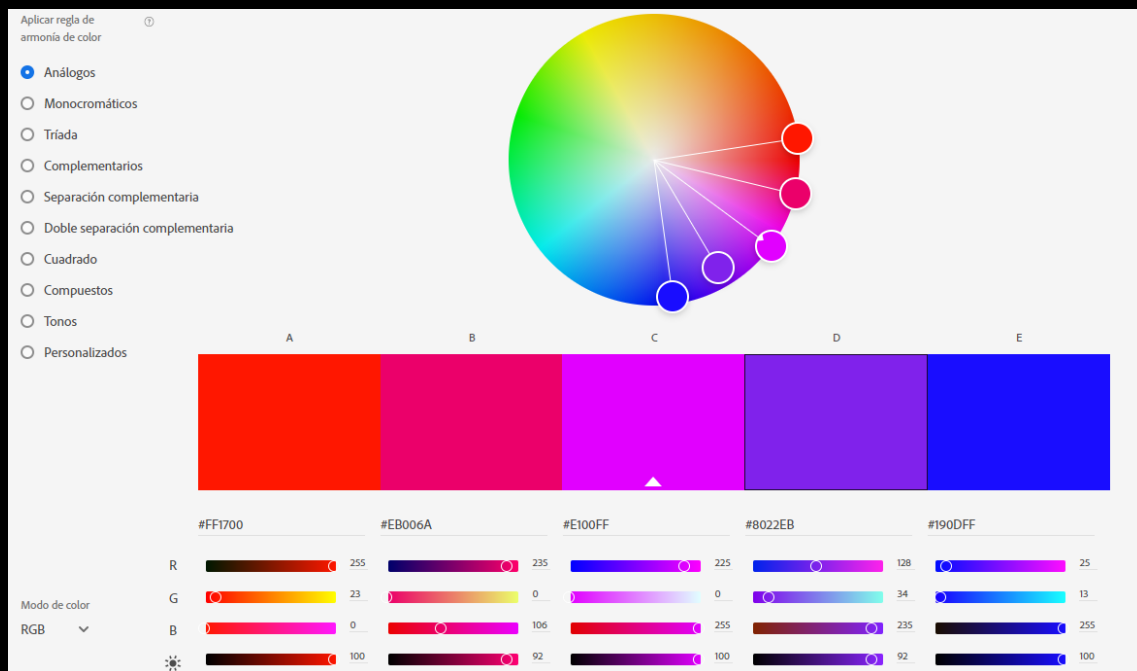
NAVIMU - Nave Virtual Multisensorial

DEFINIR COLORES

Colores

Etapa Caos: (Esquema de color: Análogo)

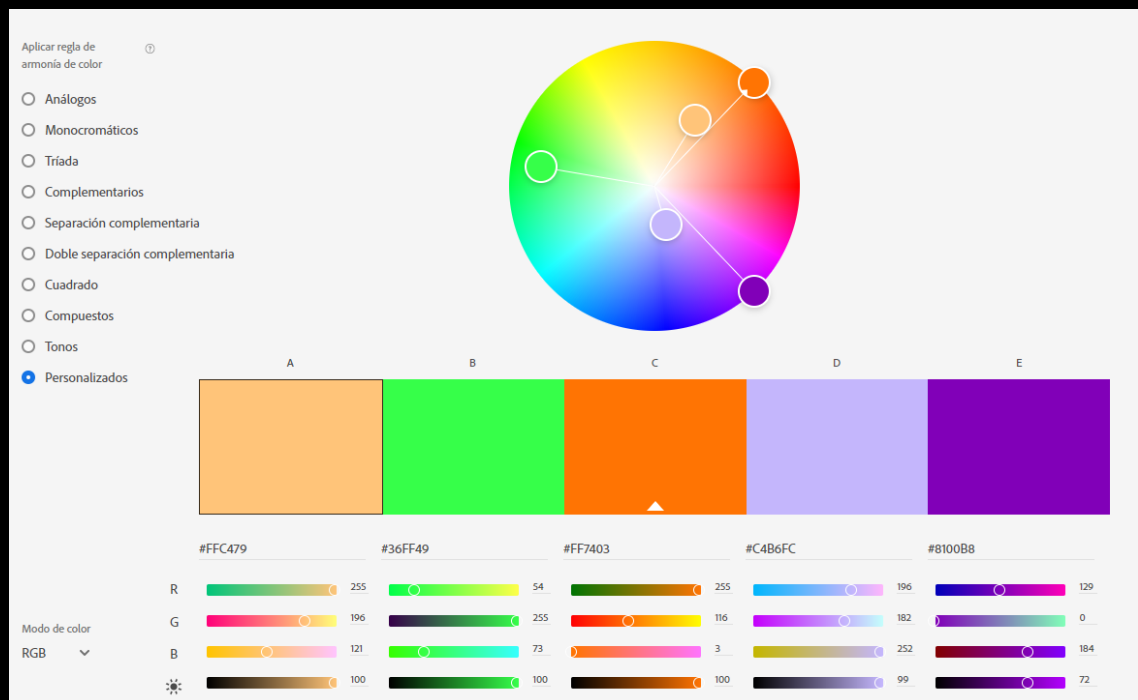
- Rojo
- Azul
- Morado
- Atmósfera oscura, negro



Tránsito / Puente: (Esquema de color: Tríada)

- Naranja
- Verde
- Morado

- Atmósfera gris



- Etapa Alegría: (Esquema de color: Triada)

- Amarillo
- Naranja claro
- Azul claro
- Atmósfera clara, blanco



Color y logotipo



- Colores principales
 - Azul
 - Morado
 - Naranja



#042BE1

#00ASDF

#5F32E1

#FF0086

#FF7200

Imagotipo



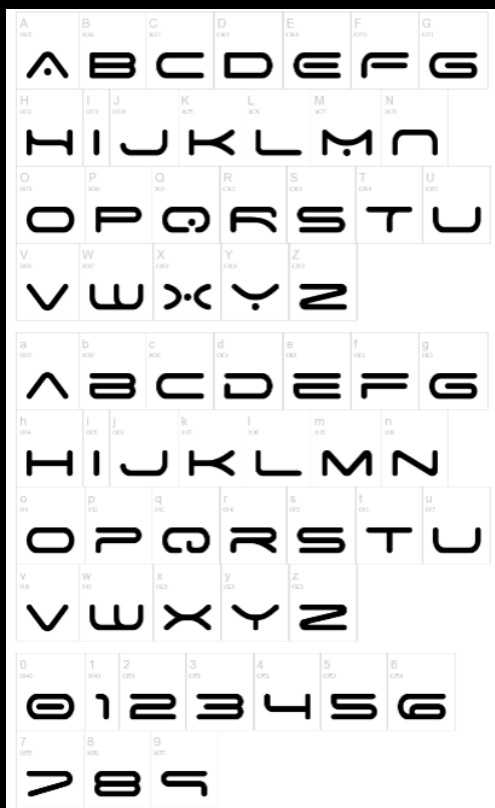
El logo de NAVIMU se enmarca en el eje de abstracción / figuración, en donde se utiliza el ícono de una luna que se asocia al entorno del proyecto. Y por otro lado, presenta un símbolo hexagonal que simboliza o hace referencia a una nave o transbordador espacial.

DEFINIR TIPOGRAFÍAS Y LOGOTIPO

Tipografía

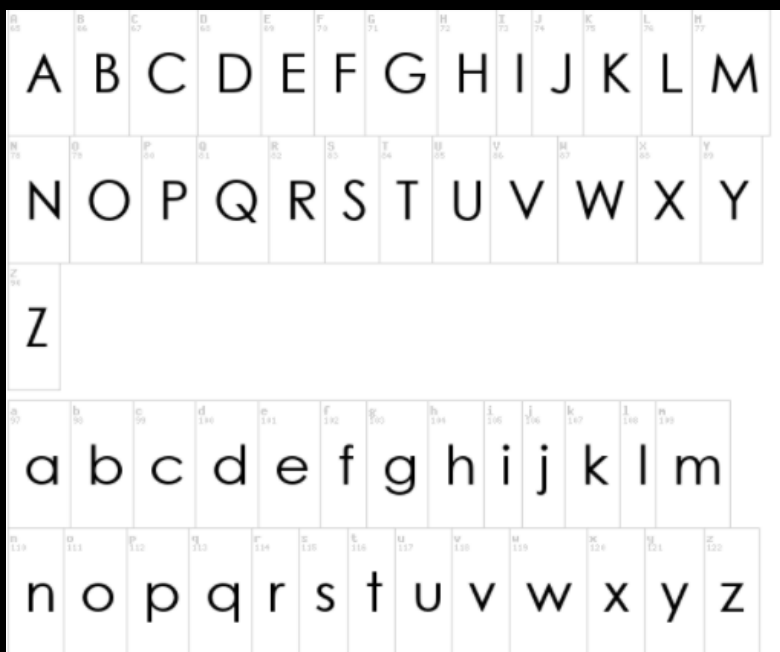
Dado que el recorrido que se plantea en el proyecto carece de texto, decidimos plantear, como fuente principal, una tipografía poco convencional que nos hace pensar en ese espacio exterior al cual queremos hacer referencia en nuestro proyecto.

Space Age



Por otra parte, también tenemos una tipografía para textos largos o créditos en caso de necesitarlos.

Century Gothic



Discusión, opciones y referentes para nombre y logotipo

https://docs.google.com/document/d/1IR-L2NFN3h-xlEUhipokBK14_-oyTXY5-iBtvnkdM/edit?usp=sharing