

Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)

CS106 – Métodos e Técnicas de Pesquisa e de Desenvolvimento de Produtos em Midialogia

Caroline Camilo Costa RA: 168884

Docente: Dr. José Armando Valente

Proposta do Projeto de Pesquisa

REALIDADE VIRTUAL: O AVANÇO DA TECNOLOGIA NAS ANIMAÇÕES E GAMES

INTRODUÇÃO:

Desde pequena sempre estive em contato com filmes de animação e videogames, considerados plataformas de entretenimento infantil. Estes com tecnologia 2D e muitas vezes ultra simples, garantiam a diversão das pessoas que entravam em contato com elas.

Ao decorrer dos anos, a tecnologia foi adentrando, aumentando e aperfeiçoando em diversos âmbitos, inclusive na área artística, assim se iniciando a computação gráfica:

Tendo acesso aos computadores e a seus programas de produção e manipulação da imagem e do texto, um amplo espectro de artistas e poetas começou a usá-los constituindo o que foi chamado de arte computacional, incluindo uma ampla margem de possibilidades, tais como a gráfica e a animação computadorizada. (SANTAELLA, 2008, p. 61).

Cada vez mais, o aprimoramento nas artes gráficas torna-se evidente. As companhias de *software* 3D investindo em uma simulação de realidade virtual, em que a física e a estética buscam incessantemente por serem as mais dinâmicas possíveis. Um dos motivos que propulsionam o interesse por realismo gráfico, está intimamente ligado com a auto projeção dentro de ambientes, até então, imaginários. Seja em desenhos ou em jogos, o público alvo dessa evolução gráfica encontra nessas interfaces, uma oportunidade para vidas que desejam experimentar. A visão, interligada com a audição, facilitam o trabalho para que o cérebro se encarregue de criar as mais diversificadas situações à essas pessoas, proporcionando o sentimento de controle sobre a situação a ser criada, como crianças que brincam após assistir um desenho, se vendo como um de seus heróis, os espectadores se identificam com o que vêem, e sem que percebam, estão inseridos no mundo virtual, praticamente perdendo todo contato com o que acontece à sua volta. A sensação prazerosa gerada nesse estado, induz ao vício, consequentemente, a busca por algo que crie sensações ainda mais vívidas, gerando um *looping*, que busca sempre a evolução nesse âmbito.

Contudo, quero analisar se o avanço na tecnologia, no caso, computação gráfica, faz com que ocorra uma imersão do público na história e quais fatores faz com que isso aconteça. Irei analisar as respostas dos alunos de Midialogia e Artes Visuais já que acredito que tenham mais acesso a estes tipos de mídias e maior conhecimento na área. Assim, quero resolver as seguintes

perguntas: os alunos de Midialogia e Artes Visuais se identificam nas animações e *games* hiper-realistas? E o que faz com que isso aconteça?

OBJETIVO GERAL:

Entender como os alunos se identificam com a nova série de animações e games realistas.

Objetivos Específicos:

1. Buscar fontes bibliográficas.
2. Determinar a amostra de pesquisa
3. Elaborar um questionário de múltipla escolha.
4. Fazer um pré-teste do questionário, se possível.
5. Elaborar o novo questionário.
6. Aplicar novo questionário.
7. Analisar dados.
8. Entregar artigo de pesquisa elaborado.
9. Apresentar o artigo.

METODOLOGIA:

Tipo de Pesquisa: estudo de campo descritivo quantitativo/qualitativo.

População: estudantes ingressantes dos anos 2015 e 2016 das graduações Artes Visuais e Midialogia.

Local: Instituto de Artes (IA) localizado na Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP).

AÇÕES:

1) Buscar fontes bibliográficas.

Procurar fontes físicas e/ou virtuais como livros, teses, artigos, etc., coniventes com o tema para aprofundar meus conhecimentos sobre o assunto.

2) Determinar a amostra de pesquisa:

Primeiro irei me comunicar com os alunos do primeiro e segundo ano dos cursos de Midialogia e Artes Visuais do Instituto de Artes (IA), via Facebook e contatos conhecidos para estudar a população em questão.

Será escolhida amostras de acordo com a equação estipulada por Gil (2008, p. 96):

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 (N-1) + \sigma^2 \cdot p \cdot q}$$

Onde:

n = tamanho da amostra

σ^2 = nível de confiança escolhido, expresso em número de desvios-padrão

p = percentagem com a qual o fenómeno se verifica

q = percentagem complementar ($100-p$)

N = tamanho da população

e^2 = erro máximo permitido

Uma população (N) de 33 alunos de Midialogia ingressantes do ano de 2016, com nível de confiança de 95% (2 desvios), a percentagem (p) de alunos que possuem alguma relação com animações e games igual a 35%, a percentagem complementar (q) de 65%, e erro máximo (e) de 9%, teremos ao final uma amostra com 15 indivíduos.

Uma população (N) de 31 alunos de Midialogia ingressantes do ano de 2015, com nível de confiança de 95% (2 desvios), a percentagem (p) de alunos que possuem alguma relação com animações e games igual a 47%, a percentagem complementar (q) de 53%, e erro máximo (e) de 9%, teremos ao final uma amostra com 16 indivíduos.

Uma população (N) de 31 alunos de Artes Visuais ingressantes do ano de 2016, com nível de confiança de 95% (2 desvios), a percentagem (p) de alunos que possuem alguma relação com animações e games igual a 47%, a percentagem complementar (q) de 53%, e erro máximo (e) de 9%, teremos ao final uma amostra com 16 indivíduos.

E uma população (N) de 30 alunos de Artes Visuais ingressantes do ano de 2015, com nível de confiança de 95% (2 desvios), a percentagem (p) de alunos que possuem alguma relação com animações e games igual a 31%, a percentagem complementar (q) de 69%, e erro máximo (e) de 9%, teremos ao final uma amostra com 14 indivíduos.

Logo teremos:

- 61 pessoas de amostra total.
- 31 alunos do curso de Midialogia, dentre eles 15 ingressantes 2016 e 16 de 2015.
- 30 alunos do curso de Artes Visuais, dentre eles 16 ingressantes de 2016 e 14 de 2015.

3) Elaborar um questionário de múltipla escolha.

Devido ao tamanho da amostra selecionada, convencionou-se usar um questionário de múltipla escolha, de forma a facilitar a análise das respostas.

4) Fazer um pré-teste do questionário, se possível.

Elaborar um questionário provisório e fornece-los pessoalmente para 5 alunos de cada turma (Midialogia/Artes Visuais) e conversar sobre possíveis erros de interpretação e ambiguidade nas questões.

5) Elaborar o novo questionário.

Com base nos dados do pré-questionário e os eventuais problemas com ele, irei elaborar um novo para que evite os erros do anterior.

6) Aplicar novo questionário.

Após feito o novo questionário, irei disponibiliza-lo no *google forms* e imprimirei alguns para caso alguns alunos achem mais acessível de responder.

7) Analisar dados.

Com base nos dados arrecadados nos questionários e nos conhecimentos adquiridos nas bibliografias irei utilizá-los para concluir uma resposta para os meus objetivos.

8) Entregar artigo de pesquisa elaborado.

Enfim, o artigo de pesquisa será elaborado de acordo com os resultados obtidos, relacionando-os com a bibliografia escolhida. Posteriormente, esse artigo será enviado para a plataforma TelEduc, o qual será avaliado para a disciplina CS106 – Métodos e Técnicas de Pesquisa e desenvolvimento de produtos em Midialogia, lecionada pelo professor Dr. José armando Valente

9) Apresentar o artigo.

Criar um pequeno slide apresentando os dados e a conclusão da minha pesquisa para os demais alunos e professor na sala de aula.

CRONOGRAMA:

	30/03	3/04	6/04	10/04	13/04	17/04	20/04	24/04	27/04	2/05
Buscar fontes bibliográficas	X	X	X	X						
Determinação a amostra de pesquisa	X	X								
Elaboração questionário Provisório			X	X						
Fazer um pré-teste do questionário					X					
Elaborar o novo questionário					X	X				
Aplicar novo questionário						X	X			
Analisar Dados							X	X		
Entregar artigo de pesquisa elaborado									X	
Apresentar o artigo										X

REFERÊNCIAS:

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2008. 200 p. ISBN 9788522451425 (broch.).

SANTAELLA, Lucia. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?**. 3. ed. São Paulo, SP: Paulus, 2008. 70 p. ISBN 9788534923002 (broch.).