

Mestrado em Multimédia
Ano letivo 2014/2015



Unlock Porto

Bíblia Transmedia

Seminário Multimédia
Docentes Paulo Frias, Rui Penha e Soraia Ferreira

Jorge Pandeirada
Marta Santos
Sónia Brioso

Índice

História	4
1. Logline	4
2. Resumo	5
3. Contextualização Espacial.....	8
4. Personagens.....	10
4.1. Sherlock Holmes	10
4.2. Dr. Urbino de Freitas	10
4.3. John Hamish Watson	10
4.4. José Sampaio	11
4.5. Morais de Carvalho	11
4.6. Adelino Costa	11
4.7. Padre António.....	11
4.8. Zé.....	12
Plataformas	13
5. Papel de cada plataforma	13
5.1. Redes Sociais	13
1.1.1. Facebook.....	13
1.1.2. Instagram.....	13
1.1.3. Twitter	13
5.2. Aplicação Mobile	13
5.3. Jogo de Tabuleiro	14
5.4. Website	14
6. História de cada plataforma	15
6.1. Redes Sociais	15
1.1.4. Facebook.....	15
1.1.5. Instagram	15
1.1.6. Twitter	15
6.2. Aplicação Mobile	15
6.3. Jogo de Tabuleiro	15
6.4. Website	16
7. Cronologia.....	17
Audiência	18
Design da Experiência de Utilizador	19
8. Pesquisa de Interação Social.....	19

9.	Mapa de experiência do utilizador	21
	Especificação tecnológica	22
10.	Aplicação.....	22
10.1.	Funcionalidades.....	22
10.1.1.	Use Cases	22
10.1.2.	Descrição de Funcionalidades.....	22
10.1.3.	Mockups.....	24
10.2.	Tecnologias.....	25
10.3.	Arquitetura Física	25
11.	Website.....	26
11.1.	Mapa do website	27
12.	Jogo de Tabuleiro.....	27
	Especificação visual	28
13.	Identidade visual do projeto.....	28
14.	Estruturas de interface	28
14.1.	Aplicação	28
14.2.	Website	29
14.3.	Jogo de Tabuleiro	31
	Especificação de marketing e negócio.....	33
15.	Análise de mercado	33
16.	Estratégias de marketing	34
17.	Modelo de negócio	36
	Referências	37
	Anexos	38

História

1. Logline



Sherlock Holmes, famoso detetive, está na cidade do Porto, quando se apercebe da ocorrência de um misterioso crime. Várias pessoas foram envenenadas por toda a cidade e a polícia não tem qualquer pista sobre este criminoso. Extremamente inteligente e vaidoso, Urbino, médico e autor destes horrendos atentados, sente-se lisonjeado pelo interesse demonstrado por Sherlock, desafiando-o a descobri-lo através de sucessivas pistas e charadas. Sherlock deve então resolver os mistérios o mais rapidamente, sob a ameaça de mais pessoas virem a sofrer com a sua falha ou demora.

2. Resumo

Sherlock Holmes, o famoso e astuto detetive britânico, está na cidade do Porto a passar umas pequenas férias. Hospedado no Grande Hotel de Paris, um local de referência bem no centro histórico da cidade, este visita os locais mais emblemáticos da mesma, percorrendo todo o circuito turístico.



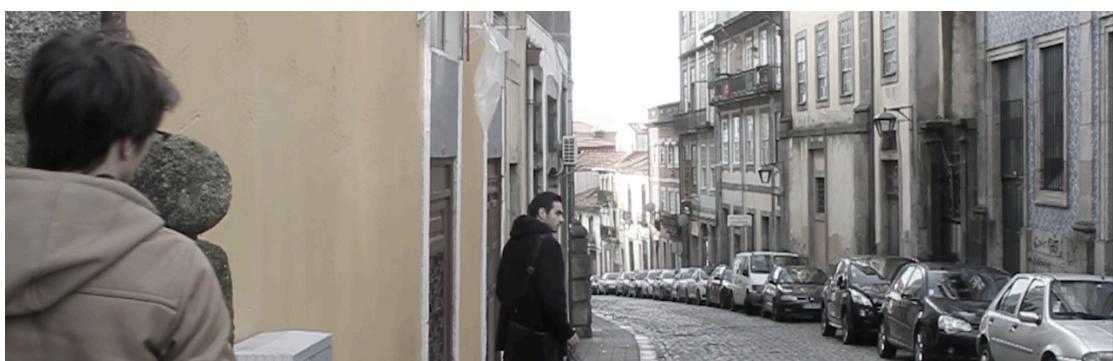
No entanto, num fim de tarde, ao voltar ao seu quarto de hotel, Sherlock, apercebe-se de alguma confusão num outro quarto ao fundo do corredor. Não resistindo à sua curiosidade, Holmes aproxima-se do quarto na tentativa de perceber o que passa. Verifica assim que lá se encontra a polícia, e um homem, morto, deitado no chão do quarto. Sherlock, vê então, o chefe da polícia, Morais de Carvalho, seu amigo de longa da data, aproximando-se, e questionando-o acerca do sucedido naquele local. Este informa-o que tal homem terá falecido de forma suspeita, não se sabendo ainda a causa da sua morte, que deverá ser investigada, uma vez que há suspeição de crime.



Holmes especialista na resolução de crimes misteriosos, oferece-se para auxiliar a polícia na resolução deste caso, sendo que, dada as suas capacidades e eficácia comprovada, esta oferta é prontamente aceite pelas autoridades. Sherlock não perde tempo, estando intrigado com as circunstâncias desta morte, uma vez que o corpo não apresenta qualquer sinal da sua causa, este parte imediatamente à análise detalhada de todos os pormenores do quarto da vítima. Em simultâneo, o corpo é enviado para o Instituto de Medicina Legal para que lhe seja efectuada a autópsia. No entanto, Sherlock, especialista em substâncias químicas, ao investigar a cena do crime, rapidamente desconfia acerca da causa da morte, uma vez que se apercebe de um cheiro suspeito, que facilmente identifica como característico de um poderoso e raro veneno. Esta particularidade deixa-o ainda mais intrigado, pois só um estudioso é conhecedor deste tipo de substâncias, Sherlock, fica assim completamente focado na resolução deste crime.



No dia seguinte, Holmes desloca-se ao hospital para falar com o médico responsável pela autopsia, que lhe confirma o que já desconfiava, morte por envenenamento. Ainda no hospital, Sherlock apercebe-se da entrada de várias pessoas, doentes com sintomas de envenenamento, sendo que após variadas análises, se confirmam as suas suspeitas, trata-se do mesmo veneno. Aparentemente, alguém tem vindo a deixar doces “prendas” envenenadas por toda a cidade, tendo até agora morto um homem, e deixando outras pessoas doentes.



Urbino de Freitas trabalha como médico cirurgião neste hospital, sendo também o autor destes crimes, apercebe-se da presença de Sherlock, averiguando junto dos seus colegas de trabalho o seu motivo, e ficando deste modo a saber da investigação a ser levada a cabo por Sherlock, dos casos de envenenamento. Urbino, um homem que põe os seus interesse acima de tudo, bastante inteligente mas também muito vaidoso, sente-se enaltecido ao saber ser investigado por um detetive de tal renome como Sherlock Holmes. Sentido que Holmes se apresenta como um desafio de um homem com um intelecto à sua altura, o médico planeia um verdadeiro “jogo do gato e do rato”, para provar quem será superior. Urbino manda entregar no hotel de Sherlock um bilhete desafiando-o, a seguir as suas pistas para o descobrir, e ameaçando deixar mais embrulhos envenenados pela cidade à medida que o tempo passa. Assim, Sherlock deve dar provas do astuto raciocínio e vastos conhecimentos, resolvendo os desafios, charadas e enigmas, deixados por este criminoso, o mais rapidamente possível, antes que mais alguém saia magoado.



Sherlock surpreendido com este desafio e antevendo a dificuldade na resolução deste caso, entre em contacto com o seu amigo e fiel ajudante Watson, que se encontra em Londres, pedindo-lhe que se dirija ao Porto, para o auxiliar.

Sherlock e Watson têm então de percorrer a cidade em busca das pistas deixadas pelo médico, tendo de resolver charadas ou encontrar respostas em cada local de forma a conseguir descobrir o que fazer ou para onde se dirigir em seguida. Passando por locais emblemáticos da cidade, tais como a Torre dos Clérigos, o Mercado do Bolhão, a Ribeira, a antiga Cadeia da Relação, a Rua das Flores, o Majestic Café, a Livraria Lello e Irmão ou o cemitério do Prado do Repouso, assim como, por pequenas, estreitas e esquecidas vielas da cidade. Sendo que, em cada um destes locais, foi necessário a Holmes e a Watson, recorrer a ajuda de habitantes locais de forma a obter informações para resolver os seus enigmas mas também para tentar colocar-se um passo à frente do seu inimigo. Assim, o padre, o empregado de balcão, o mordomo, a vendedora, o mendigo ou o fantasma são elementos essenciais no auxílio de Sherlock nesta investigação.

3. Contextualização Espacial

A história de Unlock Porto desenrola-se na atualidade na cidade do Porto, Portugal, concentrando-se essencialmente na zona do centro histórico e baixa da cidade. Em toda esta zona, é no entanto possível destacar alguns locais específicos inerentes ao decorrer da história.



O Grande Hotel de Paris, localizado na Rua da Fábrica, apresenta-se como um dos locais de maior relevo, uma vez que é neste lugar que se dá o primeiro crime, que leva ao início do desenrolar da história, sendo também o local onde se encontra hospedado Sherlock Holmes.

Em seguida, o Instituto de Medicina Legal e o Hospital de Santo António, local da autópsia da vítima mortal e de recepção das restantes vítimas de envenenamento, respectivamente, apresentam-se também como locais a realçar, uma vez que são locais que se encontram intimamente relacionados, tanto pela sua natureza como pela localização próxima, e de onde proveem informações importantes à investigação de Sherlock, mas em especial por se tratarem dos locais de trabalho do médico criminoso Urbino, e onde este vê Holmes pela primeira vez e inicia a criação do desafio para este.



Por último, existe ainda todo um conjunto de locais de passagem obrigatória na investigação de Sherlock e no qual este pode encontrar pistas e soluções para o crime e os seus enigmas, assim como, o Majestic Café, local de renome da cidade, frequentado diariamente por centenas de turistas e locais, de onde vieram os bolos que foram envenenados; o Cemitério do Prado do Repouso, inaugurado em 1839 como o primeiro cemitério público do Porto, e considerado atualmente um verdadeiro “museu da morte”, onde foi sepultada a vítima mortal; a Livraria Lello onde Sherlock tem necessidade de consultar alguns livros em busca de respostas; a Torre dos Clérigos, onde um padre viu um homem de ar suspeito a rondar a igreja e a sacristia; ou o Mercado do Bolhão, a Ribeira, a antiga Cadeia da Relação ou a Rua das Flores, locais referidos nas pistas do criminoso.



Assim, ao longo do desenrolar da história, Sherlock percorre cantos e recantos, ruas e vielas da cidade, deslocando-se entre locais, passando tanto por pontos de referência e interesse da cidade, como pelos seus lugares mais esquecidos e misteriosos.

4. Personagens

4.1. Sherlock Holmes

Sherlock Holmes é um brilhante, carismático e astuto detetive britânico, que faz do método científico e da lógica dedutiva as suas melhores armas, na resolução de complexos e misteriosos crimes.

De estatura alta, magro, de cabelos pretos e pele pálida, Sherlock, passa horas a fumar o seu cachimbo, afirmado ser algo que lhe esclarece a mente. Aparenta ser arrogante e orgulhoso, demonstrando pouco as suas emoções, preferindo o lado racional das coisas.

De aspecto erudito, Holmes não gosta de ver as suas reflexões interrompidas, revelando-se bastante perspicaz e portador de palpites certeiros, dominando um vasto leque de temáticas, incluindo História, Ciências ou Literatura.



4.2. Dr. Urbino de Freitas

Urbino de Freitas, médico cirurgião portuense, trabalha no Hospital de Santo António. Aparenta ser uma pessoa bastante serena, e um pouco reservada, calculista, coloca os seus interesses à frente de todas as prioridades. Homem de inteligência acima da média, é intelectualmente vaidoso, sentindo necessidade de fazer valer as suas opiniões e demonstrar a sua superioridade. Autor dos crimes de envenenamento, cometidos inicialmente por interesses e em seguida por mera distração de possíveis suspeitas, Urbino, sente Sherlock como um desafio intelectual à sua altura, tirando prazer dos jogos mentais que cria para este.



4.3. John Hamish Watson

Dr. John Hamish Watson, formado em medicina e amigo de longa data de Sherlock Holmes, é o seu maior auxílio na resolução de múltiplos casos de crimes misteriosos, documentando-os posteriormente, sendo também cronista dos casos do detetive.

Watson é um homem de aparência cuidada, aparentemente bonito e charmoso, espadaúdo e de estatura mediana, considerado pelo companheiro Sherlock, um homem com “vantagens naturais” sobre as mulheres.

Encontra-se na sua casa em Londres, no entanto ao ser chamado por Sherlock para o ajudar, desloca-se para o Porto ao seu encontro.

4.4. José Sampaio

José Sampaio, homem de estatura baixa, e um pouco calvo, aparece morto por envenenamento num quarto do Grande Hotel de Paris. Nascido e criado no Porto, José tratava-se de um homem ligado à família, bondoso e bastante humilde, não levantando assim qualquer motivo aparente para que o quisessem ver morto. É a morte de José que dá início à sucessão de crimes de envenenamento pela cidade, e a sua investigação que fornece as primeiras pistas para encontrar o criminoso.



4.5. Morais de Carvalho

Morais de Carvalho, chefe da polícia local, é um “fala barato”, de típico sotaque nortenho, com os seus 45 anos, apresenta-se baixo e gordo, de bigode farfalhudo.

Amigo de longa data de Sherlock, aceita a ajuda deste para conseguir resolver um misterioso caso de homicídio.

Homem de princípios, ao aperceber-se do aparecimento de novas e sucessivas vítimas de envenenamento, teme pela população da sua cidade, pela qual se sente responsável, disponibilizando todos os meios e esforços, para auxiliar Sherlock na sua investigação e assim conseguir capturar o criminoso em causa.

4.6. Adelino Costa

Adelino Costa, trabalha como médico no Instituto de Medicina Legal e no Hospital de Santo António, sendo o responsável pela autópsia de José Sampaio, vítima de envenenamento, e pelo acompanhamento das restantes vítimas com sintomas de ingestão desta substância perigosa. Apresenta-se um homem sério, e um médico preocupado, auxiliando Sherlock em todas as suas questões.

Colega de trabalho e amigo de Urbino de Freitas, desconhece o terrível segredo deste.

4.7. Padre António

Pároco responsável pela Torre e Igreja dos Clérigos, o Padre António, já na terceira idade, de cabelos grisalhos e face cansada, é um homem sábio e equilibrado, que dedicou toda a sua vida à igreja, à cidade e aos seus habitantes. Trata-se de uma

importante testemunha para a resolução dos crimes de envenenamento, uma vez que avistou um homem suspeito enquanto este rondava a sua igreja para lá esconder uma pista para Sherlock.

4.8. Zé

Zé, rapaz que trabalha como empregado de balcão no Majestic Café, pastelaria onde foram comprados os bolos que serviram para o envenenamento das vítimas, é bastante magro e de costas curvadas devido à má postura. Revela-se uma pessoa confiante, com ar matreiro e espertalhão, aparentemente sem razão tenta atrapalhar Sherlock na sua investigação, com algumas pistas traiçoeiras.

Plataformas

5. Papel de cada plataforma

5.1. Redes Sociais

Todas as redes sociais do projeto, Facebook, Instagram e Twitter, têm em comum o facto de terem como principal papel a angariação de seguidores para o projeto, assim como a incitação à participação ativa e à interação entre estes. Para além disto, as redes sociais fornecem aos seguidores, uma vertente da história a um nível mais informal e menos linear, recorrendo a conteúdos exclusivos, sempre correspondentes ao momento da história que nos encontramos.

1.1.1. Facebook

Assim, o Facebook, uma vez que permite a publicação de conteúdos mais vastos, deverá conter numa primeira instância, imagens, mensagens e localizações, dos locais percorridos por Sherlock ao longo das suas férias. E após a ocorrência do primeiro crime, pequenas referências e atualizações do que vai acontecendo ao longo da sua investigação. Esta plataforma, permite aos seguidores interagir entre si, mas também com o próprio projeto, podendo comentar e deixar as suas opiniões sobre o desenrolar do mesmo.

1.1.2. Instagram

Relativamente ao Instagram, num fase inicial este terá como propósito a publicação de imagens turísticas da cidade. Sendo que numa segunda fase, deverá ser umas das plataformas de desafio aos seguidores, através da publicação de imagens de pormenor ou de locais secretos da cidade, incitando à descoberta do local em causa, de forma a ajudar à investigação de Sherlock; mas também desafiando à publicação de fotografias por partes dos seguidores, dos seus locais secretos da cidade, utilizando a hashtag do projeto, de forma a criar um mapa fotográfico global da cidade do Porto, e dos locais que Sherlock deve ficar a conhecer e investigar.

1.1.3. Twitter

Dada a sua natureza, especialmente pensada para curtas mensagens de texto, o Twitter terá um papel específico neste projeto uma vez que aqui serão divulgadas algumas das charadas e enigmas deixados pelo criminoso, podendo os seguidores tomar a iniciativa de as resolver, ajudando Sherlock.

5.2. Aplicação Mobile

A aplicação mobile para dispositivos android tem como principal objetivo permitir aos seguidores do projeto, em especial os de uma faixa etária superior, jovens adultos e adultos, assumir o papel de Sherlock Holmes, tendo assim a cargo todas as

suas funções, tais como decisões e resolução de problemas, mas também, e o que destaca esta plataforma das restantes, deslocar-se fisicamente aos locais da cidade em causa e descobrir as informações necessárias. Assim, esta plataforma permite simultaneamente momentos de lazer, enquanto o utilizador tem a possibilidade de percorrer e conhecer melhor múltiplos locais de referência do Porto, desenvolvendo as suas capacidades intelectuais e de raciocínio, assim como os seus conhecimentos.

5.3. Jogo de Tabuleiro

O jogo de tabuleiro apresenta-se como uma plataforma de cariz familiar, tendo como objetivo cativar um público mais jovem, nomeadamente uma faixa etária infantil, apresentando-se para isso como uma atividade lúdica, que permite no entanto dar a conhecer locais de relevo da cidade do Porto às crianças.

5.4. Website

O website do projeto tem como propósito, complementar de forma mais detalhada todas as vertentes da história, apresentando conteúdos exclusivos, tais como informações pormenorizadas da história, imagens e vídeos. Esta plataforma tem também um outro papel extremamente importante, que diz respeito aos seguidores do projeto, que não se encontram na cidade no Porto, ou que por qualquer outro motivo, de idade ou de limitações, não pode percorrer fisicamente as ruas da cidade, podem através do website obter informações extensas sobre os locais da história. Por último, esta plataforma tem também o importante papel de conjugação e divulgação de todos os restantes meios do projeto.

6. História de cada plataforma

6.1. Redes Sociais

Sherlock está de férias na cidade do Porto e vai publicando fotografias e pequenas mensagens, relativas aos locais e atividades que faz pela cidade, dando-as assim a conhecer aos seus amigos. Quando acontece um misterioso crime no seu hotel, Sherlock passa a relatar os acontecimentos do seu dia-a-dia enquanto tenta descobrir o seu autor.

1.1.4. Facebook

Sherlock usa esta plataforma para publicar fotografias e respectivos comentários aos locais por onde passa, tanto durante as suas férias, como ao longo da investigação do crime. Os utilizadores podem utilizar este meio para partilhar e discutir novas pistas sobre o caso de Sherlock, funcionando como uma interajuda dos mesmos.

1.1.5. Instagram

Sherlock irá postar fotografias dos locais que vira no Porto durante as suas férias. Os utilizadores podem publicar novas fotografias dos locais pelos quais irão passar e visitar à medida que interagem com a aplicação, colocando a hashtag #unlockporto.

1.1.6. Twitter

Sherlock irá anunciar a sua chegada ao Porto através de um tweet e deixar mensagens ao longo da sua estadia. Após a descoberta da primeira vítima de envenenamento e o início da sua investigação por parte de Sherlock, surge uma conta mistério que sucessivamente desafia e deixa enigmas a Holmes. Os seguidores ao ver cada uma das novas pistas e respostas de Sherlock, podem propor e trocar opiniões sobre possíveis soluções.

6.2. Aplicação Mobile

Após a descoberta da ocorrência de um misterioso crime de homicídio num dos quartos do Grande Hotel de Paris, Sherlock Holmes, inicia a investigação deste enigmático caso. Sendo então desafiado pelo criminoso, a resolver os seus enigmas e charadas antes que mais pessoas saiam magoadas. Assim, o utilizador assumindo o papel de Sherlock deve tentar resolver inúmeros desafios o mais rapidamente possível; a demora ou falha na sua resolução tem como consequência mais vítimas deste criminoso implacável. Para ter sucesso na resolução deste caso Sherlock vai ter de enfrentar inúmeros contratemplos, pistas falsas e caminhos sem saída.

6.3. Jogo de Tabuleiro

De forma a planejar os seus crimes e a deixar as pistas para Sherlock, o Dr. Urbino de Freitas percorre todos os pontos de referência da cidade do Porto, devendo ser rápido nas suas deslocações de forma a não ser apanhado. Neste jogo de tabuleiro,

os jogadores terão como objectivo principal percorrer estes mesmos locais e alcançar o primeiro lugar na meta final do jogo, escapando assim à perseguição de Sherlock, sendo que alguns destes locais terão contratemplos que farão os jogadores retroceder na sua jornada, correndo assim o risco de ser apanhados.

6.4. Website

Ao longo da investigação da misteriosa sucessão de crimes de envenenamento pela cidade do Porto, tanto Sherlock, como a polícia, desenvolvem um completo arquivo documental. Assim no website do projeto, logo depois de descoberto o primeiro crime, os seguidores podem acompanhar todas as informações recolhidas pela investigação policial e por Sherlock, tendo acesso a biográficas detalhadas de cada uma das personagens envolvidas, a entradas no diário pessoal do Sherlock, listagens e mapas com todos os locais implicados na história, e informações detalhadas relativas a cada um destes, assim como, pequenos vídeos ou transcrições textuais dos interrogatórios a possíveis testemunhas.

7. Cronologia

Inicialmente as únicas plataformas a ser lançadas dizem respeito às redes sociais, nas quais Sherlock Holmes, divulga informações e imagens relativas às suas férias na cidade do Porto.

Já numa segunda fase, após a descoberta da ocorrência do primeiro crime de envenenamento, são lançadas as restantes plataformas, nomeadamente, o website, o aplicação e o jogo de tabuleiro, passando então todos os elementos disponibilizados e ser focados na resolução do crime em causa.

Data	Plataformas
a partir de 19 de Dezembro de 2014	<p> TWITTER Sherlock anuncia a sua chegada ao Porto através do Twitter. Este vai deixando mensagens ao longo da sua estadia.</p> <p> FACEBOOK Sherlock usa esta plataforma para publicar fotografias e respetivos comentários aos locais que visita no Porto durante as suas férias.</p> <p> INSTAGRAM Sherlock publica fotografias dos locais que visita no Porto durante as suas férias.</p>
a partir de 09 de Janeiro de 2015	<p>Uma conta mistério deixa desafios para Sherlock. Os utilizadores podem trocar opiniões sobre a sua resolução.</p> <p>Os utilizadores podem utilizar para partilhar e discutir novas pistas no caso de Sherlock, funcionando como uma interajuda dos mesmos.</p>
	<p>Aplicação Jogo para android com o objectivo de ajudar Sherlock a resolver o crime no Porto, e ao mesmo tempo conhecendo locais misteriosos da cidade.</p> <p>Website A página de UnLock Porto, serve de apoio a todas as restantes plataformas, permitindo ao público obter mais informação sobre a história, e a existência de outras plataformas.</p> <p>Jogo Tabuleiro Os utilizadores recorrem o percurso do médico criminoso pelo Porto, tentando ser o mais rápidos possível a chegar ao final de forma a não serem apanhados.</p>

Audiência

Em termos de público-alvo este projeto engloba faixas etárias relativamente diversificadas, partindo de um público infanto-juvenil de cerca de 12 anos até à idade adulta por volta dos 45 anos, sendo que diferentes plataformas são direcionadas para extratos específicos deste público. Por outro lado consideramos que o projeto se encontra especialmente destinado a pessoas habitantes da cidade do Porto e das suas imediações, ou não sendo o caso, pessoas com especial interesse no universo de Sherlock Holmes ou em conhecer mesmo que à distância esta cidade.

O público saberá da existência do projeto pelas redes sociais dias antes do mesmo começar. Numa fase de angariação de seguidores, surgirão publicações de fotografias e mensagens nas várias redes sociais, dando conta das férias que Sherlock Holmes está a passar no Porto.

Com algum misticismo por trás tentaremos criar a dúvida no público sobre a essência do projeto, e o que estará Sherlock Holmes, de forma personificada, a fazer no Porto. Toda esta dúvida gerada à volta das publicações deverá levar o público a questionar-se da veracidade da informação, o que o levará a interessar-se e a seguir as mensagens de Sherlock, que nunca desvendam as verdadeiras intenções do projeto. No fundo, a forma de motivarmos o público a interagir será excitar a vontade de saber mais, usando as publicações como engodo.

O dia em que acontece o crime, data o arranque do projeto, e todas as restantes plataformas (Aplicação mobile, jogo de tabuleiro e o website) serão lançadas. É neste ponto que se introduz o ‘call to action’ do projeto, onde toda a sua essência é desvendada, e onde desafiaremos a audiência a seguir todas as plataformas de UnlockPorto na busca pela resolução do misterioso caso de crime.

Parte do teor do trabalho prende-se com dar a conhecer a cidade do Porto, as zonas mais emblemáticas e históricas da mesma, assim como os seus segredos mais bem escondidos. Sendo que, mesmo o público que já está familiarizado com os pontos de interesse da cidade, pode aqui apurar o conhecimento pelos mesmos. Aliado à experiência histórica e geográfica, tanto com a aplicação móvel como com o jogo de tabuleiro, o utilizador pode desenvolver valores no campo da capacidade de raciocínio lógico, orientação e conhecimentos variados.

Design da Experiência de Utilizador

8. Pesquisa de Interação Social

A experiência do utilizador revela-se um dos principais factores de sucesso de qualquer projeto, sendo que neste caso, por se tratar de um projeto que engloba diversas plataformas, tal se revela ainda mais complexo de planear de forma a relacionar os diversos meios apesar das suas diferenças, almejando assim o sucesso de todos os âmbitos do projeto através de uma experiência de utilizador completa e plena nas suas potencialidades.

Assim, um dos pressupostos base que pretendemos alcançar diz respeito à promoção do sentimento de pertença do público a uma comunidade, englobada pelo universo do projeto e todos os seus seguidores, pois tal enriquece a experiência do utilizador, tornando-a mais marcante e duradoura, devido às relações que se estabelecem entre os diferentes seguidores, que podem mesmo ultrapassar o âmbito do projeto, fazendo com que este tenha um papel significativo na vida dos elementos do seu público.

Deste modo, de forma a promover o sentimento de comunidade, optamos por estabelecer plataformas do projeto nas redes sociais, uma vez que estas se tratam de um ambiente propício à proliferação de interações espontâneas entre pessoas, por outro lado, apelamos também à participação e papel ativo dos seguidores, respondendo a desafios e comentando conteúdos, estimulando desta forma a sua interação para troca de experiências e interajuda. Optamos também por incluir, no website, na área de utilizador, um fórum onde apenas os utilizadores registados do projeto podem entrar em contacto entre si. A aplicação móvel para android engloba também uma vertente de estímulo ao encontro dos utilizadores da mesma, uma vez que permite a visualização de pessoas que se encontram geograficamente próximas, possibilitando que estas entrem em contacto e se encontrem, o que se poderá revelar vantajoso para a resolução dos diferentes desafios colocados no decorrer da aplicação. Por último, a existência de uma plataforma de interface física, como é o jogo de tabuleiro, remete para o estabelecimento de um tipo de experiência distinto, uma que vez exige contacto próximo e o estabelecimento de comunicação e relações pessoalmente.

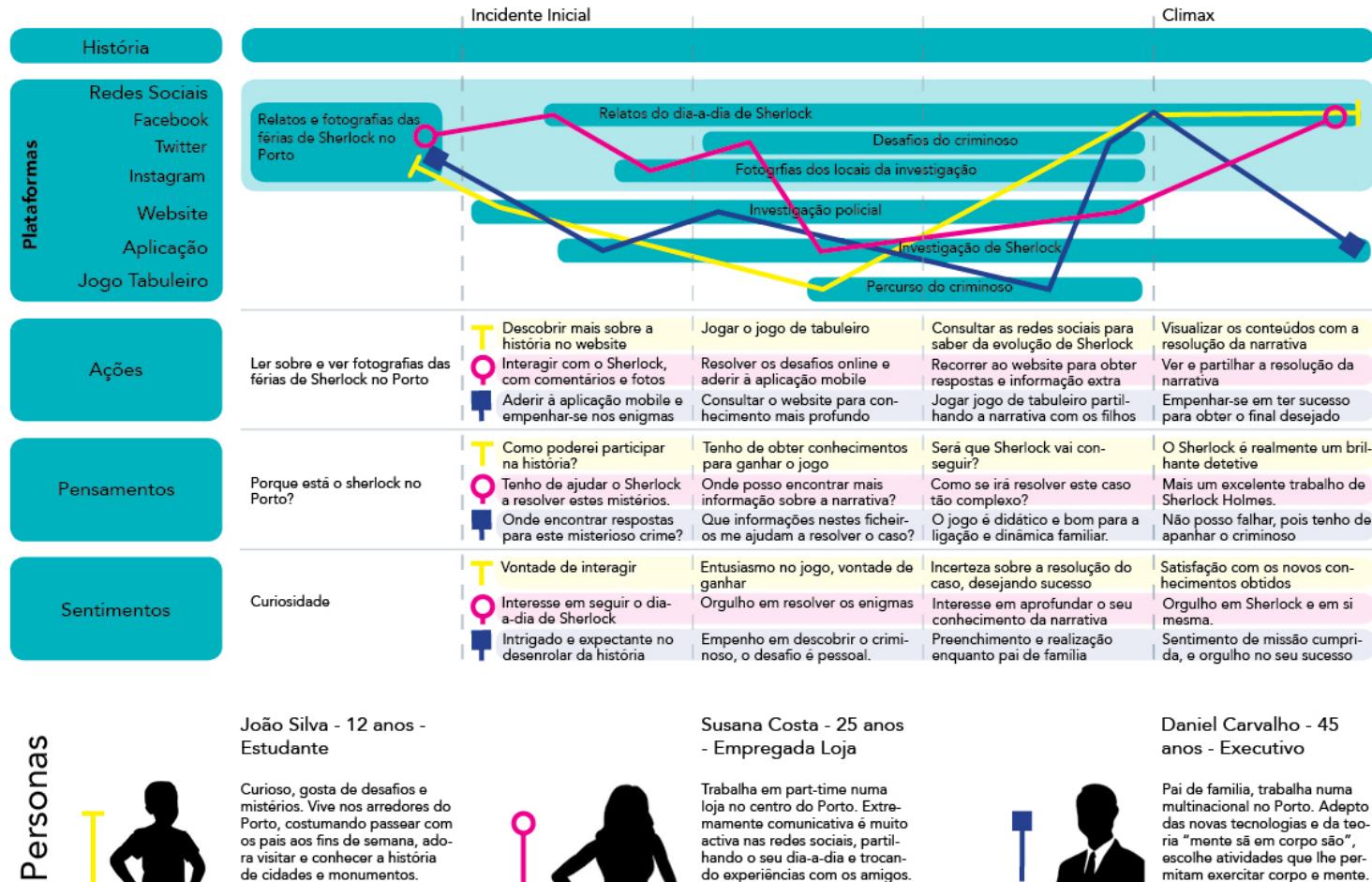
Um outro aspecto a ter em conta diz respeito ao estabelecimento de relação dos seguidores do projeto, não só entre si, mas também com a cidade em que o projeto decorre, os seus espaços e população, sendo que este se revela um factor de extrema importância, de forma a integrar e disseminar o projeto. Assim, estabelecemos como um dos benefícios a alcançar pelos seguidores do projeto, o aumento dos seus conhecimentos históricos e geográficos da cidade do Porto. Deste modo, diferentes plataformas apresentam abordagens distintas para a proliferação de tal conhecimento, adaptando-se assim às necessidades e satisfazendo os objetivos de diferentes públicos. Nomeadamente, as redes sociais, o website e o jogo de tabuleiro permitindo obter diferentes graus de informação, sobre os espaços

da cidade, em causa no projeto, à distância, servindo como introdução ao conhecimento de determinados locais, ou como complemento de informação sobre os mesmos, adaptando-se assim a um público que se encontra afastado do espaço da cidade, ou que pelos mais diversos motivos não tem disponibilidade para visitar os espaços. Por outro lado, a aplicação móvel para android implica em certos momentos a deslocação física do utilizador aos diferentes espaços da cidade em causa, possibilitando assim não só o conhecimento físico dos mesmos, mas também a interação com a cidade e a sua população, na procura destes ou de informação sobre os mesmos, o que estimula a interação social entre pessoas, podendo sempre ser posteriormente complementado com os meios digitais.

Deste modo, consideramos que a aposta em plataformas diversificadas, com interfaces digitais mas também físicas, que impliquem interação a nível tecnológico e pessoal, pesquisa de informação mas também deslocação física nos espaços da cidade, se revela uma grande mais valia do projeto, para o cumprimento dos seus objetivos e alcançar de sucesso, através da concretização de uma experiência de utilizador fértil nos mais diversos níveis, permitindo aos seguidores do projeto o enriquecimento dos seus conhecimentos intelectuais e empíricos.

9. Mapa de experiência do utilizador

UnlockPorto | Mapa de experiência do utilizador

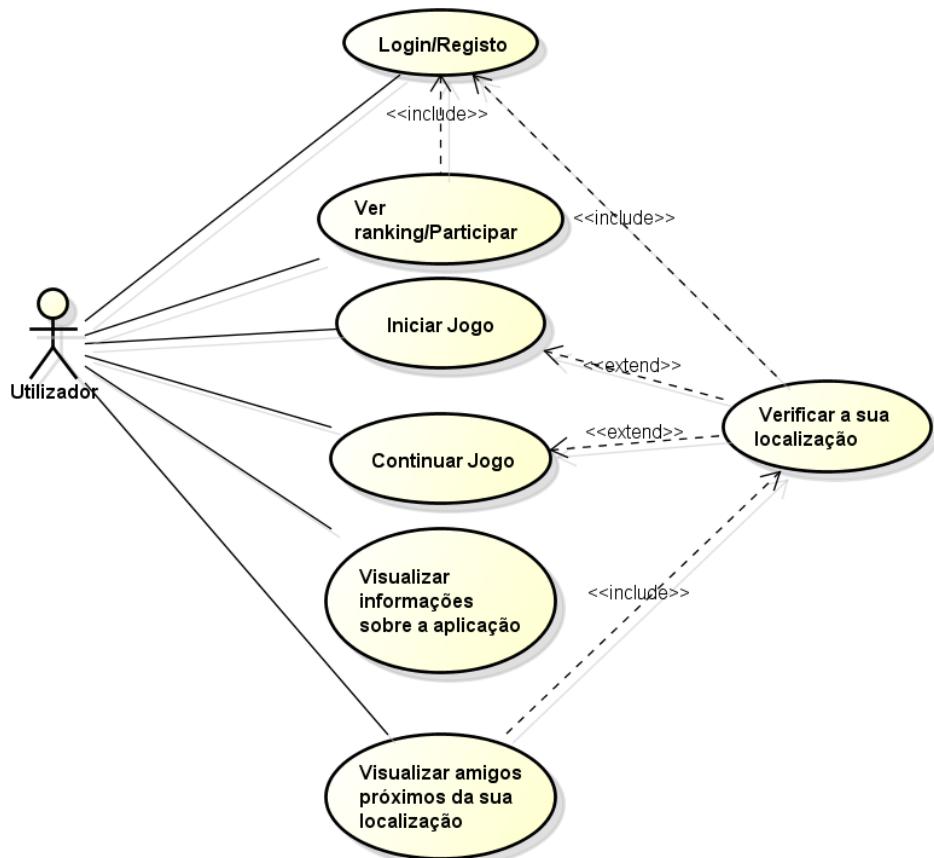


Especificação tecnológica

10. Aplicação

10.1. Funcionalidades

10.1.1. Use Cases



10.1.2. Descrição de Funcionalidades

O utilizador quando inicia a aplicação terá a possibilidade de iniciar um novo jogo ou continuar um jogo previamente iniciado, visto que o nível em que se encontra ficará devidamente guardado.

O jogo consiste num conjunto de desafios, relacionados com a temática do projeto, incluindo assim enigmas, puzzles e quebra-cabeças, que levam o utilizador a diferentes localizações na cidade, sendo que cada desafio corresponde a um nível do jogo.

Entre cada desafio são apresentados ao jogador conteúdos informativos relativos ao enredo do projeto, assim à medida que o jogador avança de nível, avança também na narrativa.

A aplicação permite ao utilizador efetuar o seu registo e posterior login, sendo que algumas funcionalidades estão dependentes deste registo,

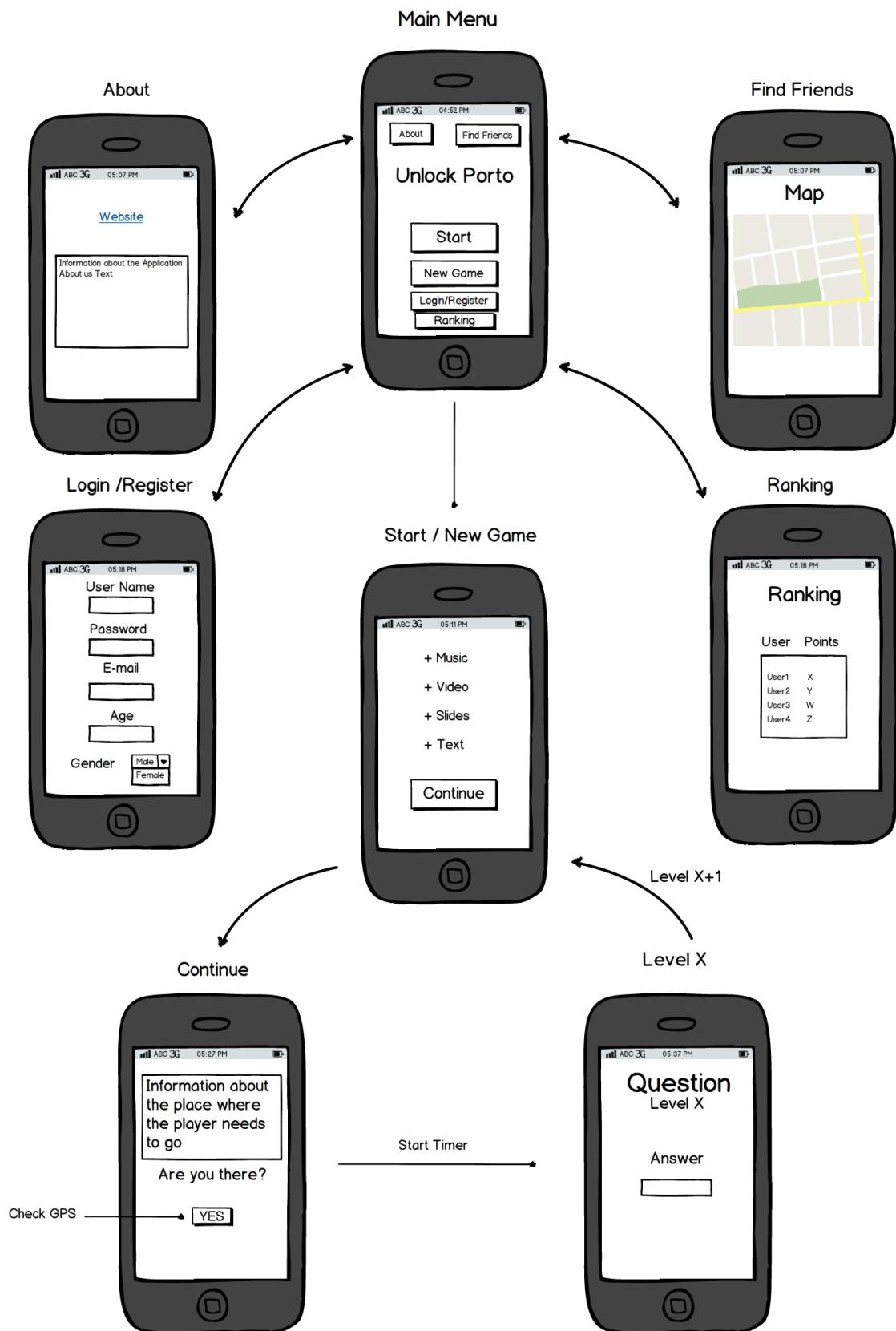
nomeadamente a inclusão nos rankings de pontuação e a visualização de outros utilizadores geograficamente próximos.

O cálculo da pontuação provém dos níveis superados pelo utilizador e do tempo que este demore a ultrapassar cada desafio.

A localização do utilizador será obtida através de GPS, de forma a verificar se este se encontra no local correto, permitindo-lhe validar a sua localização e prosseguir no jogo.

O utilizador tem a possibilidade de visualizar outros utilizadores, próximos da sua localização atual, através de um mapa, a aplicação acede à conta do utilizador, actualiza a sua localização e em seguida encontra os utilizadores próximos.

10.1.3. Mockups



10.2. Tecnologias

A aplicação Android para smartphone ou tablet será desenvolvida para dispositivos com Android 4.1 ou versão superior, limitando-nos ao uso da API 16; como IDE (ambiente integrado de desenvolvimento) optamos por utilizar o Android Studio.

Funcionalidades como o login, o ranking e a localização de outros utilizadores, necessitam de um servidor responsável pelo armazenamento e disponibilização da informação, respondendo a pedidos da aplicação. Para que esta consiga aceder ao servidor é necessário que o mesmo tenha um endereço IP fixo público, e esteja bem definida a porta para a qual devem ser enviados os pedidos.

A aplicação comunicará com o servidor através de Sockets, assim, no servidor teremos uma estrutura do tipo ServerSocket constantemente à escuta de novos pedidos. Quando o ServerSocket recebe um novo pedido de uma aplicação cria um novo socket específico para essa ligação.

Para guardar no servidor a informação relativa aos vários utilizadores, considerámos que o uso de uma base de dados relacional PostgreSQL será a solução mais eficaz. Nesta base de dados, irão ser criadas várias tabelas para armazenar e organizar toda a informação pretendida.

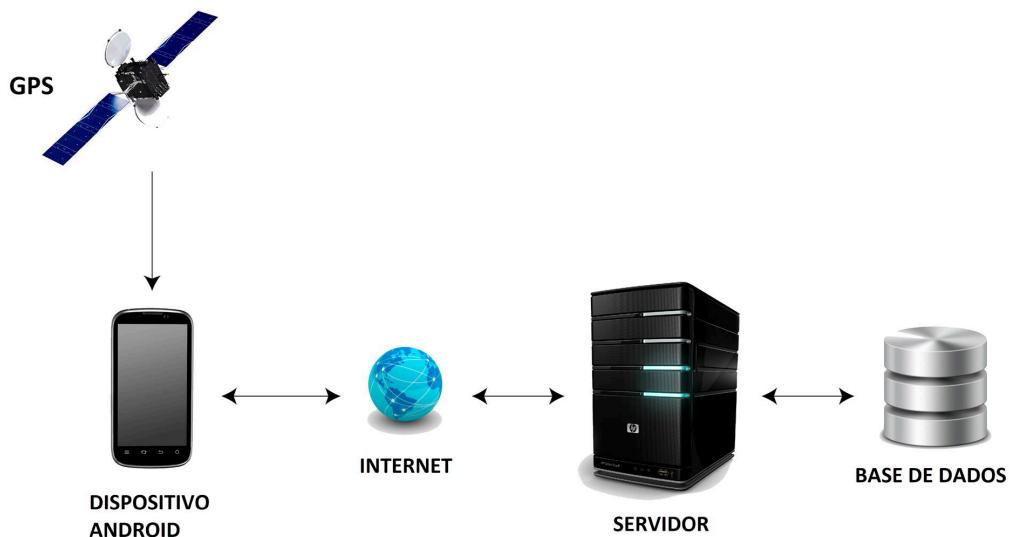
Para armazenar a informação relativa ao progresso de cada jogador, de modo a não exigir a existência de uma ligação ativa à Internet para usufruir da aplicação, optámos por guardar esta informação no dispositivo, para isto iremos utilizar a escrita em ficheiros, já que a quantidade de dados será reduzida.

A utilização do GPS é fulcral no funcionamento da aplicação pois permite saber a localização do jogador e despoletar o seu progresso nos níveis, para além da funcionalidade de localização de outros utilizadores geograficamente próximos.

Os dados de geolocalização do GPS serão regularmente enviados, de forma automática, para o servidor se o utilizador tiver uma ligação à Internet e o login efectuado.

10.3. Arquitetura Física

Apresenta-se em seguida um esquema da arquitetura física da aplicação:



NOTA: O acesso à Internet não é obrigatório para o funcionamento da aplicação, mas é fulcral para a utilização de algumas funcionalidades, nomeadamente a participação nos rankings e a localização de outros participantes.

11. Website

O website apresenta-se como a plataforma do projeto que engloba a maior quantidade de conteúdos, incluindo documentação detalhada sobre o evoluir da narrativa, permitindo ao utilizador a fácil consulta das informações independentemente do ponto da narrativa ao qual pretende aceder.

De forma a desenvolver a melhor estrutura e organização para suportar todos estes conteúdos, apresentando-os de uma forma simples de compreender e visualmente atrativa, usamos HTML5, CSS3, JavaScript e jQuery. Assim, estas linguagens serão usadas para desenvolver uma estrutura de single-page website, associada ao uso do efeito de parallax scrolling¹ e à funcionalidade de responsive design².

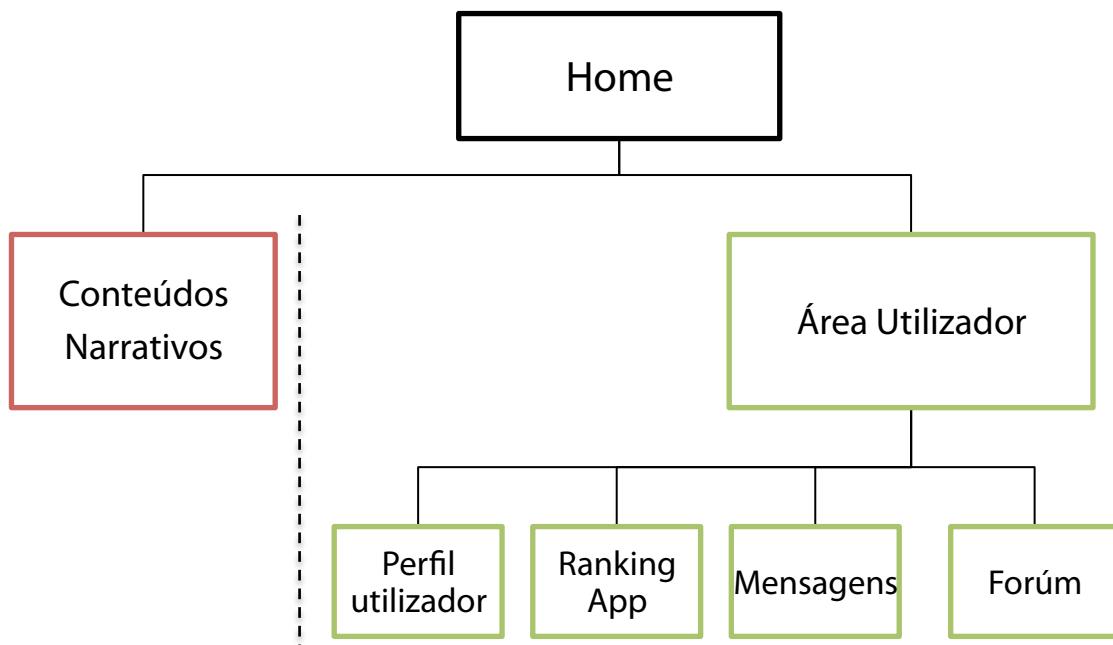
Existe também uma segunda vertente neste website, distinta e desenvolvida à parte da primeira, que se trata de uma área de utilizador, na qual pode ser efectuado o registo ou o login com as mesmas credências usadas para a aplicação mobile. Aqui o utilizador poderá ver e editar o seu perfil, encontrar informação relativa à sua pontuação e ao ranking da aplicação mobile, ver o seu percurso e estádio de evolução na mesma, assim como aceder a um fórum de debate ou enviar mensagens privadas a outros seguidores registados do projeto, podendo assim trocar experiências ou estabelecer interajuda. Para tal, é necessário um servidor do projeto com uma base de dados contendo armazenadas todas as informações dos utilizadores e dos seus percursos; sendo que para consultar e apresentar estas informações no website usamos SQL e PHP.

O domínio previsto para este website é: www.unlockporto.pt

¹ <https://www.unleashed-technologies.com/blog/2013/08/15/what-parallax-web-design---definitions-tips-considerations>

² <http://www.plotcontent.com/responsive-design-que-e/>

11.1. Mapa do website



12. Jogo de Tabuleiro

O jogo de tabuleiro para além das características tradicionais, engloba também uma vertente tecnológica, tendo como propósito torna-se mais cativante, em especial, para o público mais jovem cada vez mais atraído por produtos tecnológicos e interativos.

Assim como complemento opcional à jogabilidade tradicional, proporcionada pela interface física do jogo de tabuleiro, criamos também uma muito simples vertente de realidade aumentada.

O utilizador pode assim recorrendo a um dispositivo móvel, apontar a sua câmara a diferentes casas do jogo de tabuleiro e visualizar um modelo digital 3D do local corresponde a essa mesma casa, tendo ainda a possibilidade de clicar num pequeno botão que o redirecionará para o website do projeto, e mais concretamente para a informação relativa ao local em causa.

Para a modelação dos conteúdos 3D elegemos o software open source Blender. Já para a criação da aplicação de realidade aumentada, optamos pelo software Metaio Creator 6.0, uma vez que este permite de uma forma relativamente simples, a seleção das imagens a fazer tracking e dos respetivos conteúdos a apresentar, permitindo por fim, exportar a aplicação para múltiplas plataformas nomeadamente, iOS, Android, Windows PCs e Mac OS X.

Especificação visual

13.Identidade visual do projeto

Em termos de identidade visual pretendemos que o projeto transmita uma imagem atual, de linguagem cuidada e cores sóbrias, remetendo para as tendências vigentes, permitindo um equilíbrio ideal entre simplicidade e singularidade, sem comprometer a identidade do projeto e os dois pontos principais da sua temática: a cidade do Porto e o universo de Sherlock Holmes.

Tendo em conta que parte da temática do projeto provém de um universo ecumenicamente conhecido, as histórias de Sherlock Holmes, sendo de um tempo histórico diferente do atual, é necessário adaptar os seus elementos de referência para corresponder a um contexto e identidade contemporânea. No que diz respeito aos elementos gráficos da identidade, como a logomarca, optamos por representar os elementos simplificados através de um desenho vetorial. Nos restantes conteúdos visuais devemos corresponder a este tipo de estética, apresentando imagens de composição simples com base na paleta de cores do projeto. A linguagem utilizada, escrita ou verbal, deve ser informal, na primeira pessoa, aproximando-se assim do público.

Em concreto no que diz respeito à imagem de Sherlock, esta deverá ter elementos que possam ser identificados como equivalentes à sua imagem tradicional, para que se perceba o paralelismo entre as figuras, no entanto adaptados à contemporaneidade.

Em meios como as redes sociais, em que o controlo visual não é total, devem ser tidas em conta todas as referências estabelecidas para os restantes canais.

Por último, apesar de considerarmos que o sentimento de mistério latente no universo de Sherlock é uma vertente mais subjetiva do projeto, acreditamos que é essencial para a identidade do mesmo e deve estar presente em diversos conteúdos do mesmo com informação em pequenas quantidades simultâneas de modo a estimular permanentemente os utilizadores

Em suma de forma a garantir a coerência da identidade visual do projeto é essencial seguir as regras estabelecidas no seu "Manual de Identidade", que se encontra em anexo, devendo estas ser sempre adotadas e cumpridas rigorosamente, independentemente do canal, conteúdo ou contexto em causa.

14.Estruturas de interface

14.1. Aplicação

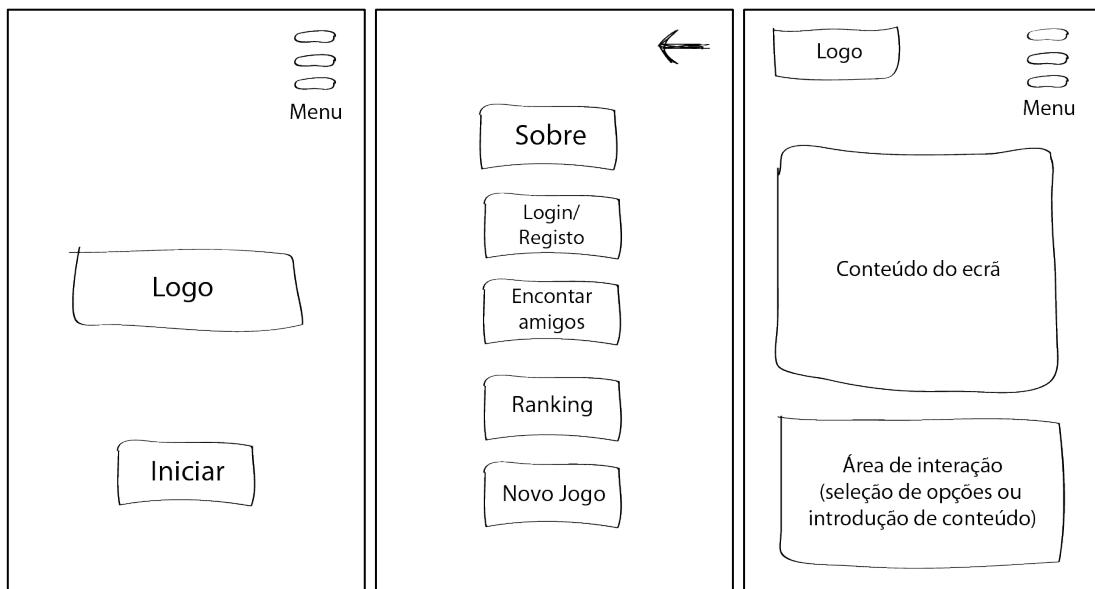
A aplicação móvel por se tratar de uma interface táctil e de pequenas dimensões, apresenta-se bastante complexa na sua estruturação, de forma a obter os melhores resultados na apresentação dos conteúdos, experiência do utilizador, assim como na usabilidade da interface.

Assim, para estruturar esta interface, optamos por combinar aqueles que são o conjunto oficial de princípios de design para dispositivos Android³, desenvolvidos pela equipa que estuda as experiências de utilizador neste tipo de dispositivos,

³ <http://developer.android.com/design/get-started/principles.html>

com os indícios obtidos pelo estudo de tendências atuais, respeitando sempre os pressupostos definidos para a identidade visual deste projeto.

Torna-se essencial a simplificação de cada ecrã da aplicação, devido ao espaço reduzido, tornando para isso bastante objetivo e claro o propósito de cada página através da contenção na informação apresentada em cada ecrã. Recorremos então a duas estratégias: colocação de acesso direto às tarefas chave/principais da aplicação em qualquer parte da mesma e o uso do design como forma de destacar os elementos mais relevantes específicos de cada ecrã.



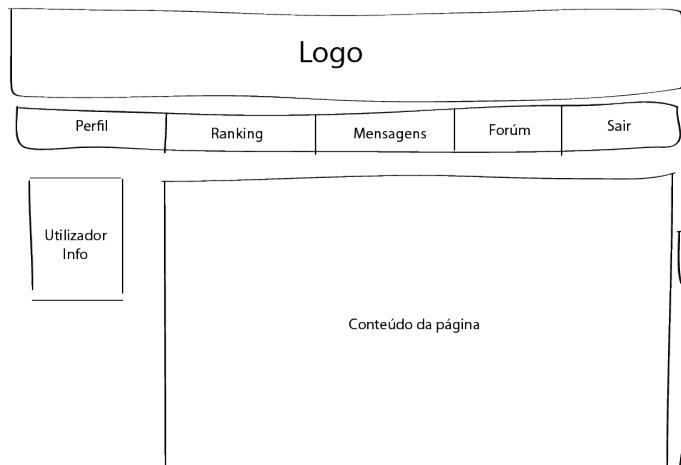
Exemplos de wireframes de ecrãs da aplicação

Outro dos aspectos de destaque diz respeito à utilização de standards e paradigmas com os quais os utilizadores já se encontram familiarizados e por isso confortáveis sempre em conta com o fator ergonomia.

Por último, na tentativa de estabelecer uma coerência global da aplicação, agradável a nível visual e interativo, botões, opções de menu e conteúdos apresentam sempre o mesmo design e área de posicionamento nos diferentes ecrãs da aplicação.

14.2. Website

O website encontra-se dividido em duas partes, conteúdo narrativo e área de utilizador, sendo que relativamente a esta última a estrutura assim como o design de interface será bastante simples, seguido o modelo tradicional de website, com um menu na zona superior da janela, apresentando links para cada uma das restantes páginas abaixo do menu, na zona central da janela, algo que se adequa ao tipo de conteúdo que pretendemos apresentar e é um modelo de organização de páginas web largamente familiar dos utilizadores.

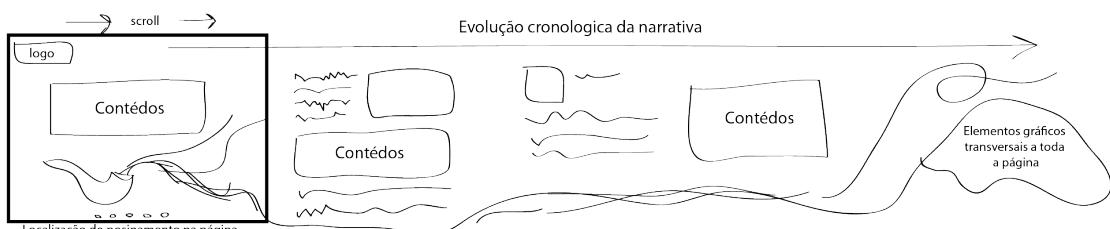


Wireframe da área de utilizador

No que toca à vertente principal do website, onde são apresentados os conteúdos narrativos, a estrutura, organização e design da interface é bastante mais complexa, devido à grande quantidade de informação total a conter e a organizar de forma a contribuir ao máximo para a precessão e acompanhamento eficaz do evoluir da experiência da narrativa do projeto.

Deste modo consideramos que os conteúdos do website deveriam ser interligados de forma a permitir aos utilizadores uma precessão cronologicamente organizada dos mesmos. Optamos assim por estabelecer uma estrutura de single-page website, associada ao uso do efeito de parallax scrolling, após algum trabalho de pesquisa no que diz respeito às tendências de web design, em especial no que toca ao enriquecimento da experiência do utilizador e da usabilidade. Assim o uso de parallax design⁴ proporciona ao visitante, apenas através do scroll, uma experiência de storytelling, ao navegar pelo website através de uma história contínua.⁵

Conteúdos secundários à narrativa e complementares aos elementos de destaque apresentados na página principal do website, podem ser acedidos através de links incluídos na página, que levam ao aparecimento de janelas flutuantes, usando a Fancybox.



Wireframe da página principal do website

Por último, importa referir um outro aspeto essencial para a definição da estrutura do website e que interfere em muito com a experiência do utilizador

⁴ <http://www.armazem3.com/seo/sites-em-parallax-e-o-seo/>

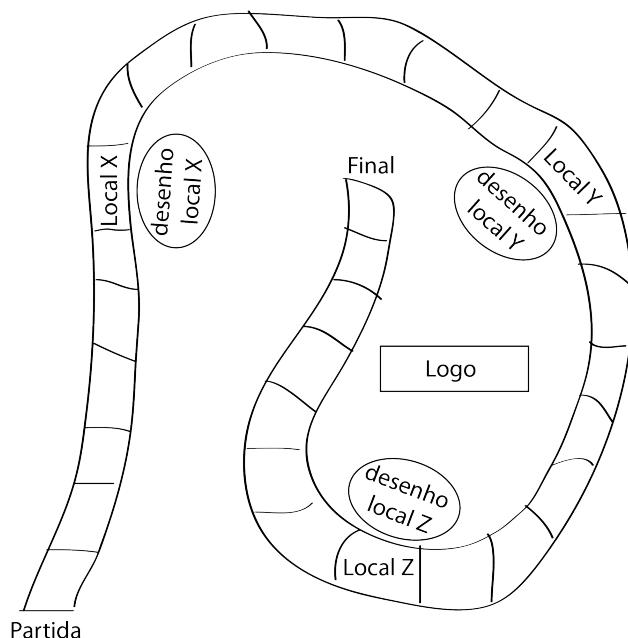
⁵ <http://www.ciceron.com/2013/12/upon-design-storytelling-parallax/>
<http://www.copyblogger.com/parallax-wordpress-design/>

assim como com a usabilidade, que diz respeito ao “responsive design”⁶, considerado essencial para este website, uma vez que este se encontra fortemente interligado com outros canais do projeto, baseados em dispositivos móveis, além do facto de ser considera atualmente uma característica essencial para todas as interfaces web, uma vez que a utilização de dispositivos móveis se encontra em forte crescimento⁷.

Assim, os conteúdos presentes no website assim como a sua disposição, os elementos estruturais e interativos (como links e menus), devem variar de forma a se adaptarem às múltiplas plataformas em que o website possa ter consultado.

14.3. Jogo de Tabuleiro

A interface do jogo de tabuleiro apresenta-se distinta das restantes, uma vez que se trata de um meio analógico, complementado por uma vertente digital opcional. Assim, o jogo apresenta-se sob a forma de um tradicional tabuleiro de jogo, com dimensões de cerca de 50 cm de lado, esquematizado de acordo com as características base do comum “jogo da glória”, devido à simplicidade, fácil jogabilidade e compreensão do seu esquema visual.



Wireframe do tabuleiro de jogo

Pretendemos que o público encare este canal com um elemento de entretenimento, apesar da sua vertente pedagógica intrínseca, sendo por isso essencial a sua atratividade visual, assim como a imediata compreensão dos objetivos práticos. Para tal, pretendemos usar uma linguagem visual muito simples, baseada essencialmente em elementos gráficos de identificação imediata no contexto da cidade do Porto e do universo Sherlock, associados a uma paleta de cores que remete para a identidade visual do projeto.

⁶ <http://blog.teamtreehouse.com/modern-field-guide-responsive-web-design>
<http://blog.froont.com/9-basic-principles-of-responsive-web-design/>

⁷ "#4 Febre do Mobile" - <http://www.plotcontent.com/tendencias-de-marketing-2015/>

Estando dirigido essencialmente ao público infantil, os objetivos no design de interface prendem-se com a criação de uma estrutura visualmente atrativa e captadora de atenção.

Partindo desta estrutura base, temos um percurso linear de casas num tabuleiro, usamos dados e peões que representam, por um lado os locais da cidade do Porto nas casas do jogo e, por outro, as personagens do projeto através dos peões.

Tendo em conta as tendências atuais, é patente a perda de interesse por parte dos utilizadores infantis dos meios analógicos e o crescente gosto pela vertente digital. Assim, ao recorrermos à realidade aumentada conseguimos combinar as duas vertentes e valorizar o nosso projeto⁸, usando uma muito simples aplicação mobile, que permite visualizar modelos 3D dos locais presentes no tabuleiro e aceder a informação sobre estes no website do projeto.

⁸ <http://www.augmentedrealitytrends.com/augmented-reality-games/augmented-reality-trends-in-gaming.html>

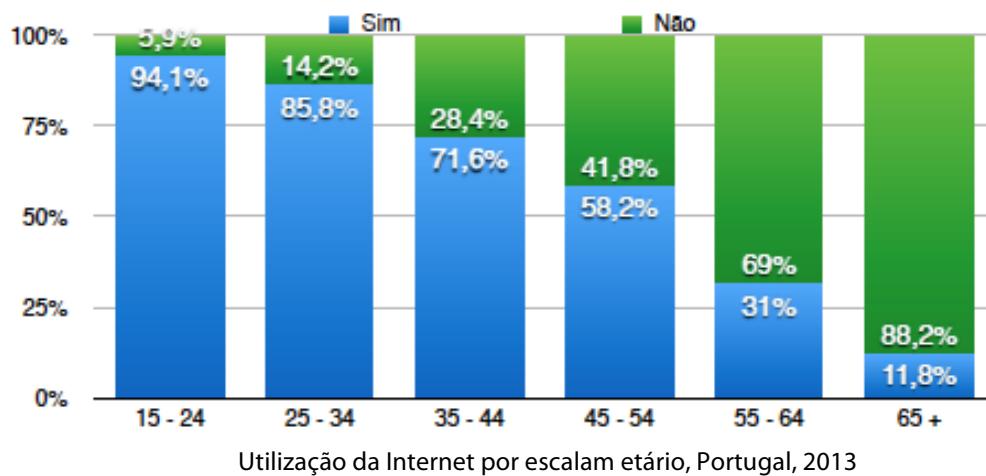
Especificação de marketing e negócio

15. Análise de mercado

De forma a apoiar o desenvolvimento das principais estratégias de marketing, assim como do modelo de negócio do projeto consideramos importante proceder a uma análise de mercado, de forma a melhor conhecer e ir de encontro à dimensão, características e hábitos do nosso público-alvo, angariando deste modo evidências que apoiem a viabilidade e sucesso dos diferentes âmbitos do projeto. Apresentamos em seguida os dados de maior relevo, sendo que a análise de mercado completa se encontra em anexo.

De acordo com os dados presentes em estudos relacionados com a demografia da cidade do Porto (Anexo II, página 1, figura 1), analisámos que cerca de 30% dos agregados familiares têm 3, 4 ou mais habitantes. Este dado interessa-nos uma vez que neste projeto existe um canal que se destina principalmente a um ambiente familiar e de faixa etária alargada, o jogo de tabuleiro. Consta também no Anexo II, página 1, que na cidade do Porto, a faixa etária em domínio se situa entre os 25 e os 64 anos (aproximadamente 58%), sendo nesta que se encontra também mais de metade do nosso público alvo.

Em Portugal, a utilização da Internet para aceder às redes sociais em 2013 aumentou 13% face a 2011, e dentro do mesmo estudo, vemos que 64% da população da zona Norte teve acesso à Internet. Segundo estudo do INE (Anexo II, página 3, figura 3), no ano de 2013, estima-se ainda que 66% da população teve acesso à Internet a partir do seu dispositivo móvel (smartphone ou tablet), sendo este dado relevante para o sucesso da aplicação móvel.



Tendo em conta a faixa etária da população, segundo a OberCom (Observatório da Comunicação), "A idade é um factor já muitas vezes referenciado na diferenciação entre utilizadores e não-utilizadores de Internet, sendo que quanto maior a idade dos indivíduos, maior tende a ser a taxa de não utilização" (Anexo II, página 4). Assim, segundo este estudo, em teoria, em 2013, tanto a aplicação móvel como o website e as redes sociais teriam como principais utilizadores indivíduos entre os 15 e os 44 anos, isto, tendo em conta o nosso público-alvo, situado entre os 12 e os 45 anos, revela-se bastante positivo. A

OberCom revela também que existe a continuação de uma tendência em relação ao nível de escolaridade, sendo que “Os indivíduos com o 12º ano completo e com Grau Superior atingem taxas de utilização muito elevadas de 87,2% e 92,7%, respectivamente” (Anexo II, página 5), em oposição a percentagens quase nulas em escolaridades muito baixas.

16.Estratégias de marketing

No que diz respeito à vertente de marketing e comunicação do projeto, optamos por definir um conjunto de estratégias globais, para a divulgação de cada um dos canais do projeto, assim como para a angariação e manutenção de seguidores para o mesmo.

Assim para cada uma destas estratégias, definimos qual o seu principal objetivo, os meios em que irão decorrer, o público-alvo a que dizem respeito, assim como algumas formas de avaliação do seu impacto e sucesso.

	Web Site	Aplicação móvel	Jogo Tabuleiro	Redes Sociais
Público Alvo	Geral	Jovem/Adulto	Infantil	Jovem/Adulto
Objectivo	Acesso ao website	Download da aplicação	Compra do jogo	Acesso às redes sociais do projeto
Ações a desenvolver	Distribuição do QR code pela cidade do Porto	Distribuição de brochura em formato de “morgue toe tag”. Promoção do teaser no canal do Metro e na internet.	Propaganda televisiva em horários e canais estratégicos.	Dinamização da páginas das redes sociais. Duas a três publicações diárias, e resposta a mensagens e comentários dos seguidores.
Meio	Publicidade rua	Publicidade rua Televisão e internet	Televisão	Internet
Critérios de Avaliação	Análise de sondagens relativas ao acesso do público ao website.	Análise do número de downloads feitos da aplicação, e também pelo feedback obtido.	Análise das vendas do produto.	Análise de sondagens relativas ao acesso do público às redes sociais, e também pelo feedback obtido.

Nas ações a desenvolver pretendemos cativar o público a interagir com o projeto, mediante os potenciais interesses de cada público-alvo para cada plataforma. Assim, para despertar interesse e conduzir o público ao website, serão distribuídos pela cidade do Porto QR Codes sob o suporte de cartaz e/ou brochura,

de modo a transmitir uma mensagem que cause curiosidade; a promoção do website também será feita através das redes sociais.

A ação a desenvolver para dar a conhecer a Aplicação móvel, terá uma data e locais pré estabelecidos. O teaser será passado no canal televisivo da Metro do Porto, o qual é transmitido nas plataformas da rede de transportes. Sendo acompanhado pela entrega de uma brochura em formato de "morgue toe tag", com o nome do projeto e um QR Code que redireciona à página web para efetuar o download da aplicação.

A publicidade televisiva proporciona às crianças as informações necessárias sobre o produto em questão, cria as necessidades e consequentemente os desejos. O público infantil revela uma maior vulnerabilidade para os anúncios televisivos, visto que, não os veem como tal. Mas tornam-se os intermediários do consumo do produto, não tendo poder de compra e sendo necessária a persuasão dos pais. Devido a este facto, optamos por fazer uma propaganda televisiva do jogo de tabuleiro, em horários e canais estratégicos, de modo a alcançar o público infantil em especial.

Ao adquirir o jogo, obterá um vale que poderá oferecer a um amigo, o qual irá ter um desconto na sua aquisição do jogo, assim os seguidores do projeto servirão também como meios de divulgação do mesmo.

Ao criarmos perfis nas redes sociais, temos que pensar na sua manutenção, isto é, mostrar alguma atividade dinamizando os conteúdos, respondendo também a mensagens de seguidores evitando o seu desinteresse. As ações a realizar nas redes sociais consistem em duas a três publicações semanárias, resposta a mensagens de seguidores, e patrocínio dos perfis captando a atenção de futuros seguidores.



"Morgue Toe Tag - Unlock Porto"

17. Modelo de negócio

Parcerias Chave 	Actividades Chave 	Proposições de valor 	Relacionamento com Clientes 	Segmentos de Clientes 
Metro do Porto STCP Empresa de servidor web Empresa de recursos humanos	Desenvolvimento e manutenção de software Produção de conteúdos Fabrico do jogo de tabuleiro Ações de marketing	Novidade Design Marca Preço Usabilidade Inovação	Forum da comunidade de seguidores Redes Sociais	Crianças Jovens Adultos Adultos
Recursos Chave 	Programadores Produtores de conteúdos Marca registada Softwares Canais de distribuição	Canais 	Web site Redes Sociais (Facebook, Instagram e Twitter) Publicidade de rua Ações localizadas de marketing	
Estrutura de custos 		Fontes de Receita 		
Custos de software Ações de marketing Alojamento no servidor Desenvolvimento de software Fabrico dos produtos		Venda do jogo de tabuleiro Publicitação de outras empresas (parcerias)		

Referências

DOYLE, Conan. Sherlock Holmes: Um estudo em vermelho. Mundo Sherlock, 2012.

De Rerum Natura: O Caso de Urbino de Freitas (consultado em 18/10/2014):
<http://dererummundi.blogspot.pt/2008/05/o-caso-urbino-de-freitas.html>

Grandes Dramas: O Caso de Urbino de Freitas (consultado em 19/10/2014):
<http://grandesdramas.blogspot.pt/2006/09/o-caso-urbino-de-freitas.html>

Anexos

Anexo I

Manual de Identidade

Manual de Identidade

“Unlock Porto”



Índice

Conceito	3
Versão Principal	4
Variações Dinâmicas	5
Versão Secundária	6
Paleta de Cores	7
Área de Segurança	8
Dimensões Mínimas	8
Sobre Fundo Preto	9
Versões Monocromáticas	11
Sobre Fundo Colorido	13
Proteção da Marca	14
Tipografia	15

Conceito

Unlock Porto é um projeto que remete para o universo das conhecidas histórias da personagem Sherlock Holmes, sendo que o brilhante detetive vive agora uma misteriosa aventura na cidade do Porto, enquanto tenta resolver um complexo caso de crime.

A identidade visual do projeto é assim constituída por dois elementos distintos: o verbal, com o nome do projeto "Unlock Porto"; e o figurativo, no qual através de dois ícones: "lupa" e "Torre dos Clérigos", remetemos para a temática do projeto. A "lupa" é um símbolo que remete directamente para a personagem de Sherlock. Enquanto a "Torre dos Clérigos" sendo um monumento marcante remete para a cidade do Porto.

Optamos por esta vertente por considerar que poderá ser uma mais valia deste logótipo, uma vez que as figuras por si só cativam a atenção do observador, o que neste caso se torna ainda mais vantajoso, pela facilidade com que a mensagem é transmitida pela imagem.

No que diz respeito à faceta dinâmica da identidade visual, esta característica é obtida a partir de variações de cor, recorrendo às diferentes cores da paleta do projeto, e da forma presente no interior da lupa, variando entre diferentes elementos icónicos da cidade do Porto. Esta opção, pela liberdade e adaptabilidade do logótipo, tem como propósito o enriquecimento e o dinamismo da imagem do projeto, garantindo no entanto, que a sua identidade e mensagem se mantêm e nunca se perdem, estando salvaguardadas, apesar das diferentes formas e cores.

Versão principal



Elemento Figurativo

Unlock Porto

Elemento Verbal

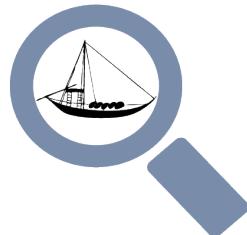
Identidade Visual

A identidade visual do projeto “Unlock Porto” consiste em dois elementos básicos, figurativo e verbal. O elemento figurativo pode ser usado individualmente enquanto ícone do projeto.

Variações dinâmicas



Unlock Porto



Unlock Porto



Unlock Porto

Versão secundária



Unlock Porto

Esta versão secundária apresenta-se como uma alternativa à versão principal, a ser utilizada sempre que o espaço horizontal disponível seja reduzido ou em caso de aplicações de dimensão inferior à medida mínima aceitável para a versão principal, permitindo uma melhor legibilidade ou adequação ao espaço disponível.

Todas as variações dinâmicas e cromáticas, assim como regras de utilização, apresentadas para a versão principal, deverão ser igualmente aplicadas à versão secundária.

Paleta de Cores

"Preto"



R: 0 G: 0 B: 0

C: 0 M: 0 I: 0 K: 100

#000000

"Branco"



R: 255 G: 255 B: 255

C: 0 M: 0 I: 0 K: 0

#FFFFFF

"Dourado"



R: 194 G: 151 B: 57

C: 18 M: 41 I: 99 K: 1

#c29739

"Azul acinzentado"



R: 121 G: 140 B: 170

C: 60 M: 38 I: 19 K: 1

#798caa

"Cinzento"



R: 110 G: 112 B: 116

C: 59 M: 49 I: 45 K: 13

#6e7074

"Azul marinho"



R: 6 G: 60 B: 107

C: 100 M: 80 I: 33 K: 23

#063c6b

Área de Segurança



De forma a salvaguarda a identidade e legibilidade da logomarca, deverá ser definida uma área de segurança em torno desta, que corresponde, tanto na versão principal como na versão secundária, à altura da letra “U”.

Dimensões mínimas



35 mm
100 px



20 mm
57 px

A versão principal da logomarca deve ter uma dimensão mínima correspondente a uma largura de 35 milímetros, ou se apresentada em ecrã (72 dpi), 100 pixels; e a versão secundária, 20 milímetros ou 57 pixels.

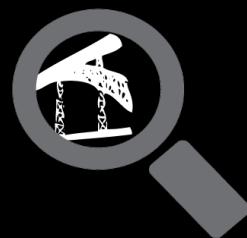
Sobre Fundo Preto

Versão principal

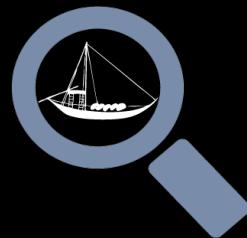


Unlock Porto

Variações dinâmicas



Unlock Porto



Unlock Porto



Unlock Porto

Versões Monocromáticas

Versão principal



Unlock Porto

Variações dinâmicas



Unlock Porto



Unlock Porto

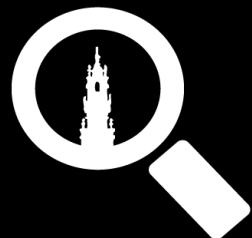


Unlock Porto

As versões monocromáticas deverão ser usadas em todos as situações nas quais a versão principal não se adapte, tanto por questões estéticas e de legibilidade como por questões de reprodução técnica.

Versões Monocromáticas - Sobre Fundo Preto

Versão principal



Unlock Porto

Variações dinâmicas



Unlock Porto



Unlock Porto



Unlock Porto

Sobre Fundo Colorido



Sobre fundos coloridos apenas deverão ser usadas as versões monocromáticas, a preto ou branco, desta logomarca.

A escolha entre a versão a preto ou em negativo deve ser feita tendo em conta a intensidade da cor de fundo.

São aqui apresentadas as escolhas adquadas a cada uma das cores da paleta associada à logo marca.

A regra principal a ter em conta aquando da escolha tem por base o objetivo máximo de manutenção do contraste entre as cores, de forma a garantir a legibilidade da logomarca.

Proteção da marca



Não aplicar qualquer deformação à logomarca.



Não recriar a logomarca com outra tipografia.



Não adicionar elementos ou efeitos à logomarca.



Não rodar ou utilizar a logomarca na vertical.



Não aplicar cores à logomarca, para além das definidas.



Não rearranjar os elementos da identidade visual.



Unlock Porto



Unlock Porto



Unlock Porto



Unlock Porto



Unlock Porto



Unlock Porto

Tipografia

Tipografia dos materiais de comunicação

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

1234567890

"Myriad Pro" foi selecionada como o tipo de letra a utilizar em todos os elementos de comunicação e marketing (impressos e digitais), uma vez que se apresenta de aspecto contemporâneo, e complementando bem a fonte da logomarca.

Todos os elementos relacionados com este projeto devem usar este tipo de letra, sendo que a versão "Regular" deve ser aplicada para corpo de texto, e a versão "Bold" para destaques ou títulos.

Tipografia da logomarca

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

1234567890

O tipo de letra escolhido para o elemento verbal da logomarca do projeto é "Quicksand", assim independentemente do seu contexto ou aplicação, este tipo não deve nunca ser alterado ou substituído.

Anexo II

Análise de Mercado

Demografia

O distrito do Porto é constituído por 18 municípios e 383 freguesias, ocupando uma área de 2331.73 km², o que corresponde a 2.53% do território nacional.

De acordo com os últimos dados disponibilizados pelo INE - Instituto Nacional de Estatística, o distrito do Porto é habitado por 1.817.119 pessoas (17.20% dos habitantes a nível nacional), das quais, 15.63% têm mais de 65 anos e 15.60% são crianças ou adolescentes, uma estrutura demográfica que pode ser melhor compreendida se se considerar que por cada 100 jovens, existem 100 idosos.

Ainda em termos demográficos, constata-se que das 664.012 famílias residentes no distrito do Porto, 17.74% são compostas por uma única pessoa (a média nacional cifra-se em 21.45%), e que o peso dos agregados domésticos com quatro ou mais indivíduos é de 7.32% (um resultado superior ao que se verifica no país, em que o valor de referência se situa em torno dos 6.49%).

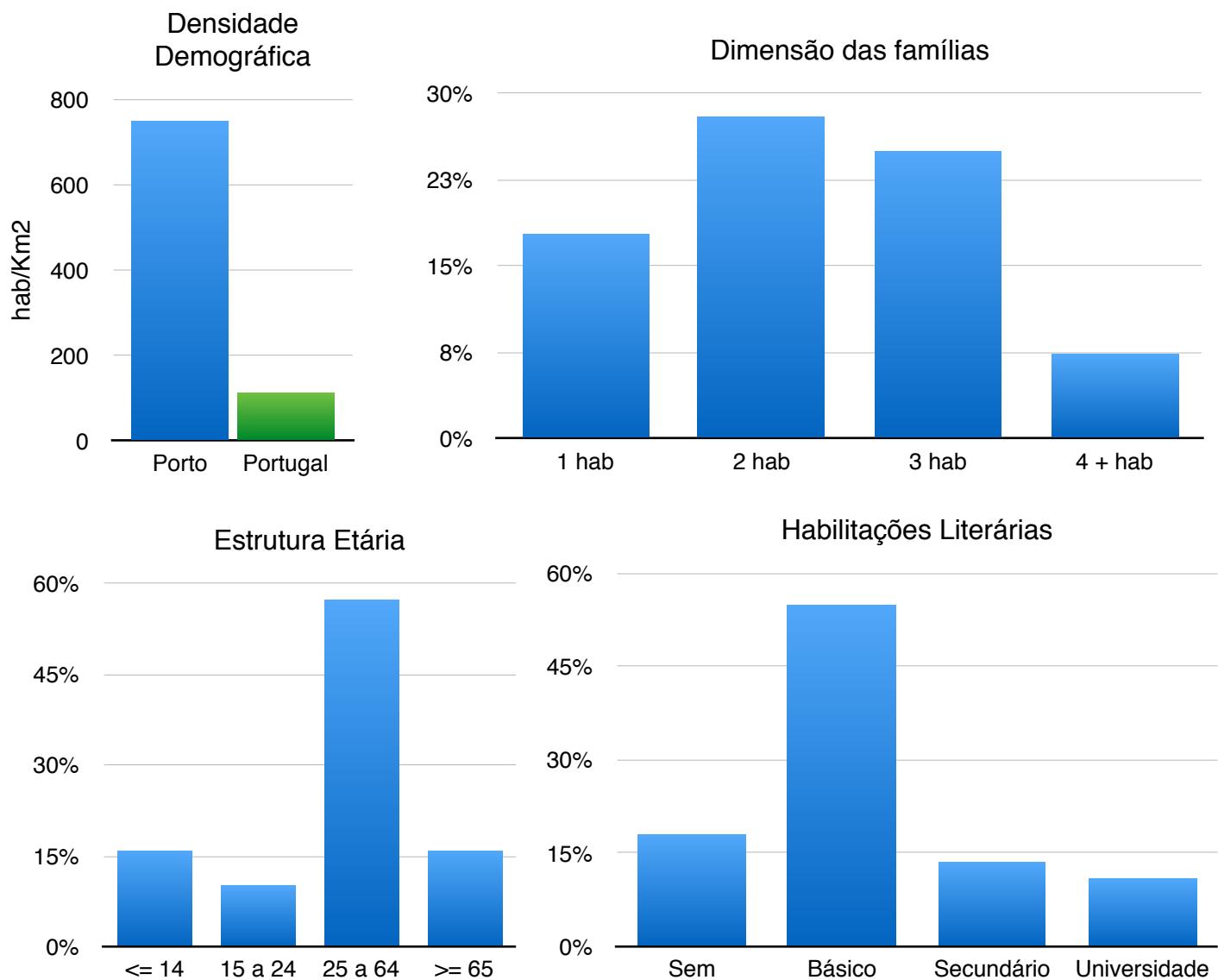


Figura nº 1 - Demografia da cidade do Porto

Utilização da Internet em Portugal

O número de pessoas que utilizou a Internet para aceder às redes sociais, em 2013, aumentou 13% face ao mesmo número verificado em 2011, em Portugal. Mais, a percentagem de utilizadores portugueses que participou em redes sociais no ano passado (70%) ficou bem acima da média europeia (57%).

Os dados foram revelados pelo Instituto Nacional de Estatística e resultam do Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias, realizado este ano.

O estudo destaca ainda o crescimento do acesso em mobilidade entre os utilizadores da Internet. Mais de metade dos utilizadores (57%) já acede à Internet em equipamentos portáteis como o computador portátil, o *smartphone* ou o *tablet* e, aqui, o *smartphone* é o preferido, escolhido por 48% dos utilizadores.

O mesmo estudo conclui que a utilização da Internet aumentou 19% face a 2009. Em 2013, 65% dos portugueses entre os 16 e os 74 anos acediam à Internet, enquanto há cinco anos apenas 51% o faziam.

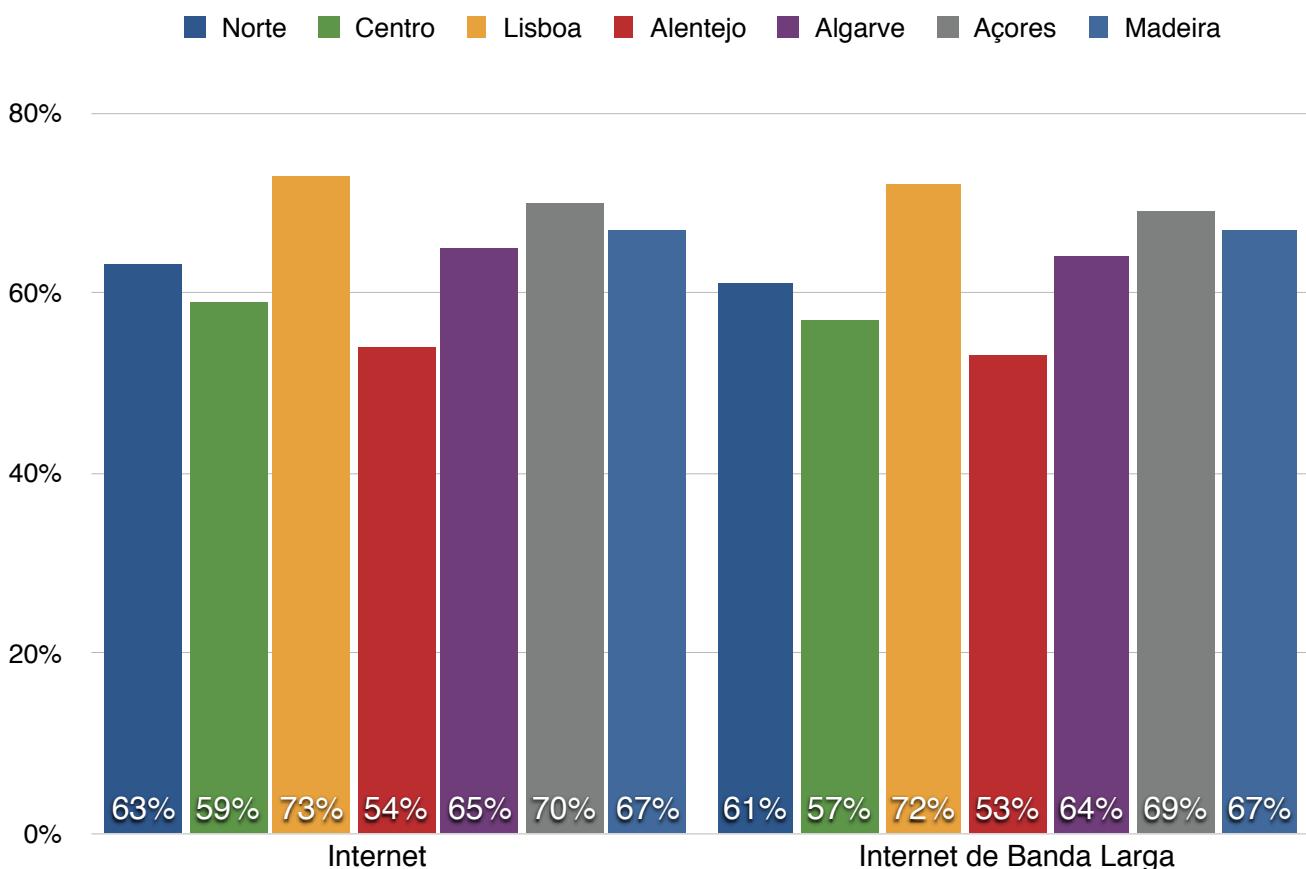


Figura nº 2 - Utilização de Internet e Banda Larga em Portugal, em 2013

Relativamente aos meios utilizados pelos agregados familiares para aceder à Internet a tendência volta-se novamente para crescimento no acesso em mobilidade.

O computador portátil surge no topo da lista, sendo utilizado por 88% das famílias com acesso à Internet e os equipamentos portáteis como os smartphones e os tablets apresentam-se em segundo lugar e já são mais utilizados do que o computador de secretária.

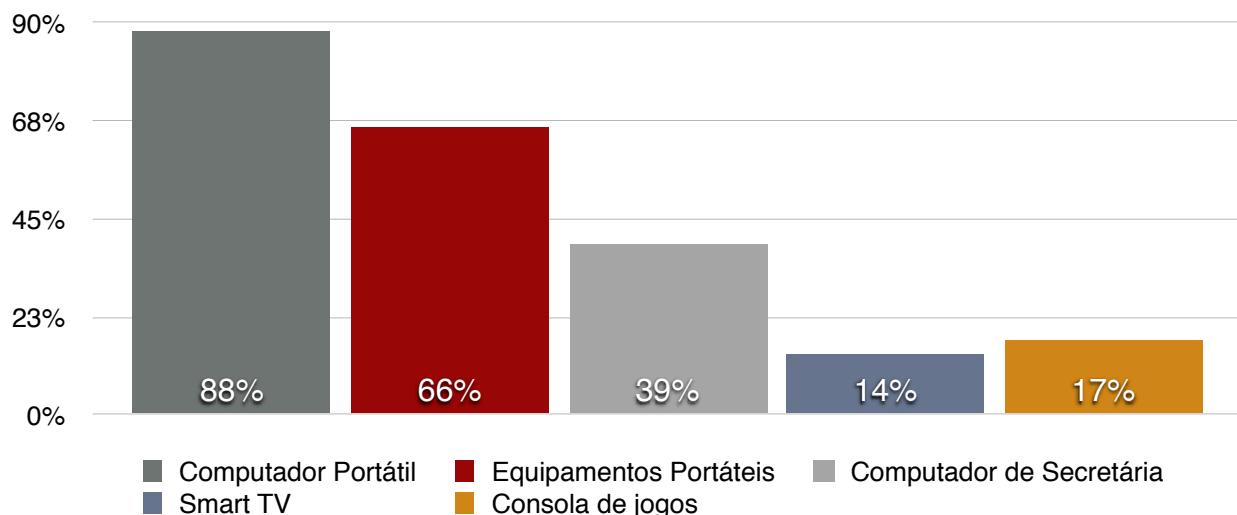


Figura nº 3 - Utilização dos vários dispositivos para aceder à Internet

De acordo com os resultados do Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias realizado em 2014, 63% dos agregados familiares em Portugal têm ligação à internet em casa através de banda larga, evidenciando-se o grau de implementação na região de Lisboa (72%) e entre as famílias com crianças até aos 15 anos (87%). Pese embora o crescimento observado nos últimos anos, estes resultados não são suficientes para reduzir o distanciamento face à média da UE-28.

Em 2014, 65% das pessoas com idade entre 16 e 74 anos acedem à internet; 17% efetuam encomendas através desta rede. O grupo etário com proporções mais elevadas de utilizadores de internet situa-se entre os 16 e os 24 anos, diminuindo com o aumento da idade. No comércio eletrónico, são as pessoas com 25 a 34 anos que registam uma frequência de utilização mais elevada (33%). Em Portugal, a utilização da internet para efetuar encomendas é inferior à média na UE-28, em mais de 20 pontos percentuais.

Entre as pessoas que utilizaram internet nos 3 primeiros meses do ano, 26% utiliza espaço de armazenamento nesta rede para guardar ou partilhar ficheiros (computação em nuvem). Apenas 7% dos utilizadores dos serviços de computação em nuvem indicaram ter pago pela utilização do serviço. As principais motivações para a utilização de serviços de computação em nuvem prendem-se com a possibilidade de poder usar os ficheiros em diferentes equipamentos e locais (91%), e com o facto de poder partilhar ficheiros com facilidade (89%).

Fonte: Instituto Nacional de Estatística (INE)

Os Internautas portugueses - Caracterização

Para compreender a utilização da Internet em Portugal é necessário aprofundar conhecimento sobre quem são os Internautas portugueses. Num país cada vez mais “online”, a utilização de Internet tende cada vez mais a ultrapassar as barreiras demográficas, ditas “tradicionais”, que se impõem na utilização de novas tecnologias. Se diferenças entre perfis de literacia para os media são ainda uma variável importante na apropriação tecnológica, cada vez mais surgem recursos que procuram atrair novos públicos, mesmo que pouco literados em termos tecnológicos.

É entre os não-utilizadores que se encontra uma tendência expressiva face ao género, já que a diferença entre o género Masculino (42,6%) e o Feminino (57,4%) sobe para os 14,8 pontos percentuais, querendo isto dizer que a probabilidade de encontrar um não-utilizador do género Feminino é significativamente maior que a probabilidade de encontrar um do género Masculino.

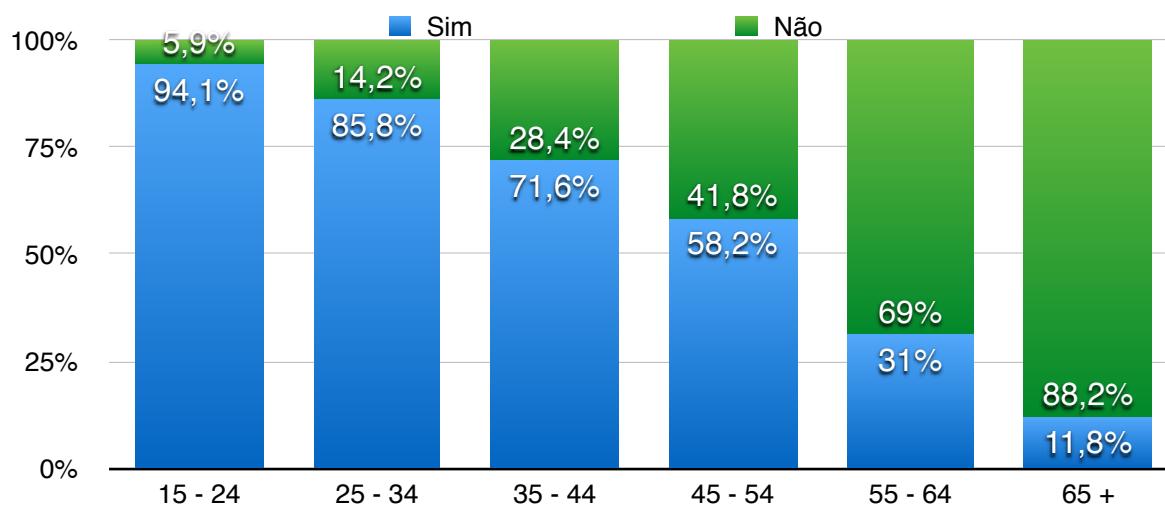


Figura nº 4 - Utilização de Internet, por escalão etário, em Portugal, em 2013

A idade é um factor já muitas vezes referenciado na diferenciação entre utilizadores e não-utilizadores de Internet, sendo que quanto maior a idade dos indivíduos, maior tende a ser a taxa de não utilização. Entre os inquiridos que têm entre 15 e 24 anos, a taxa de utilização é de 94,1%, enquanto que entre os inquiridos mais velhos, com 65 e mais anos, essa taxa baixa drasticamente para os 11,8%. O efeito em “escada”, graficamente exemplificado pela linha de tendência a cinzento na Figura em análise, é reflexo de um paradigma de utilização demográfico da Internet mas que tenderá, a médio / longo prazo, a ser eliminado pela própria renovação geracional da sociedade portuguesa, dado que os indivíduos nascidos em ecossistemas ‘informatizados’ tendem a ser utilizadores ávidos de novos media, práticas que continuam, no entanto, a ser potencialmente afectadas pelas suas condições sócio-económicas.

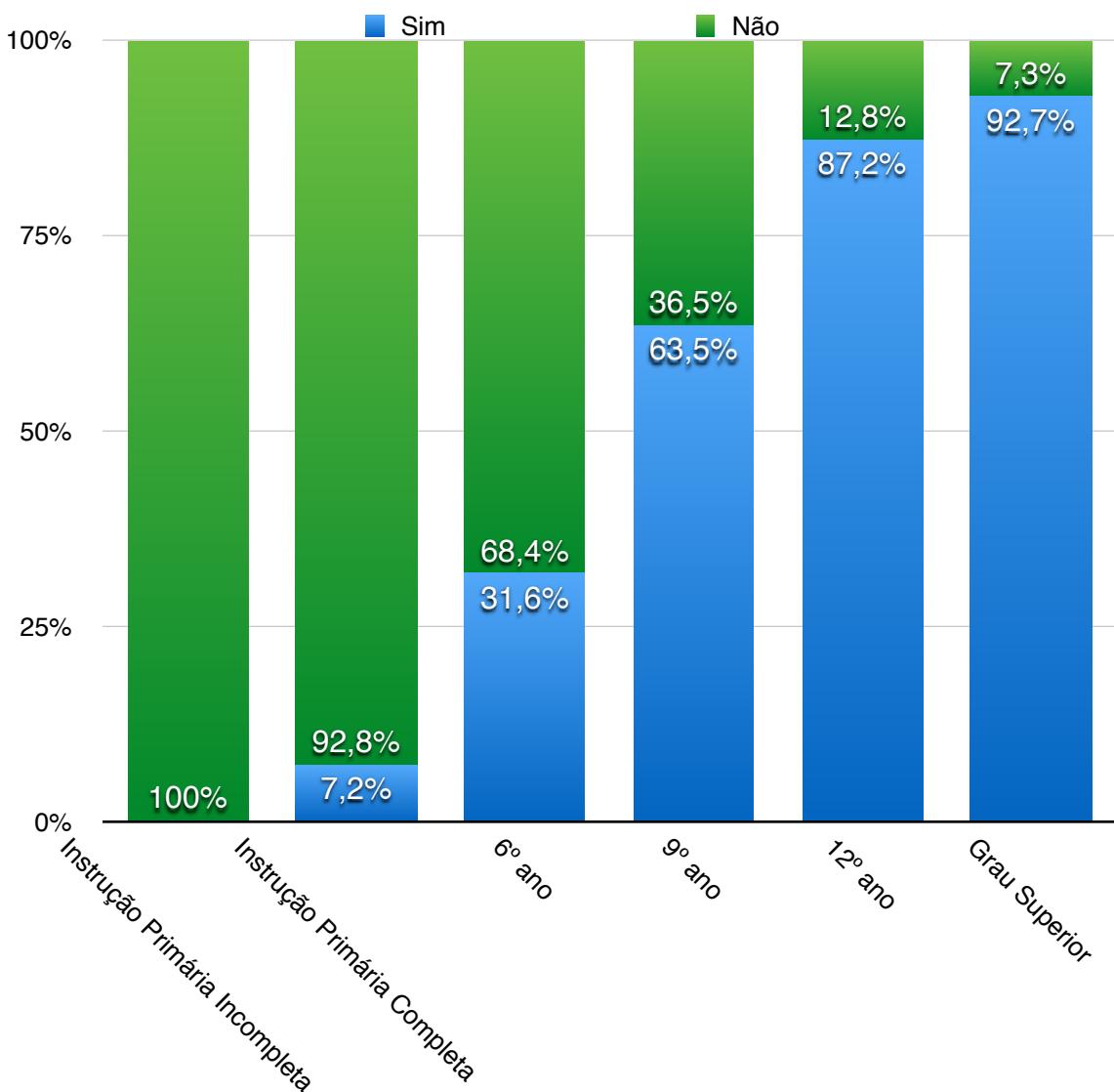


Figura nº 5 - Utilização de Internet, por grau de escolaridade, em Portugal, em 2013

O cruzamento da utilização de Internet com o grau de escolaridade é revelador de uma tendência também fortemente vincada. No caso desta variável sócio-demográfica, que revela também um efeito em “escada” visualmente sugestivo, quanto maior a escolaridade dos indivíduos, maior será a taxa de utilização de Internet. Entre os inquiridos com Instrução Primária incompleta e com Instrução Primária completa, as taxas de utilização de Internet são praticamente residuais (0,0% e 7,2%, respectivamente), situação oposta à das sub-amostras mais escolarizadas. Os indivíduos com o 12º ano completo e com Grau Superior atingem taxas de utilização muito elevadas de 87,2% e 92,7%, respectivamente.

Fonte: Observatório do Conhecimento (OberCom)