



LUMINI

Plano Executivo

Equipe
Layla Maria
Mateus Emanuel
Samuel Fabián
Thalia Silva

Universidade Federal do Ceará
Campus Quixadá

Curso
Design Digital

Disciplina
Projeto Integrado II

Orientadora
Tânia Pinheiro



Sumário

1.	Apresentação	01
2.	Problema	03
3.	Oportunidade	03
4.	Objetivo	04
5.	Público-alvo	04
	5.1. Personas	05
	5.2. Cenário de Problema	07
	5.2. Linguagem de Categoria ..	08
6.	Solução	09
	6.1. Estratégia de Design	11
	6.2. Conceito de Criação	13
	6.3. Produto	13
	6.4. Marca	15
	6.5. Paleta de Cores	17
	6.6. Tipografia	18
6.7.	Elementos Visuais	19
6.8.	Projitos Específicos	20

6.8.1. Projeto de Informação ...	21
6.8.2. Projeto de Interface	23
6.8.3. Projeto de Navegação	25
6.8.4. Projeto de Interação	27
7. Materiais e Tecnologias	29
8. Plano de Divulgação	30



Este documento apresenta o Plano Executivo do Projeto Lumni, uma plataforma digital online que busca criar um ambiente voltado à ufologia em Quixadá onde pessoas interessadas por ufologia possam conhecer melhor a cultura da cidade, se entreter, compartilhar informações e relatos sobre experiências extraterrestres entre si em um ambiente sério e confortável.



Problema

Pouco proveito da Secretaria de Turismo quanto ao reconhecimento cultural ufológico de Quixadá, ausência de conhecimento da população dos pontos turísticos ufológicos da cidade e falta de seriedade nas divulgações sobre ufologia na cidade por parte da mídia.

Oportunidade

Quixadá é reconhecida regionalmente por suas lendas populares envolvendo eventos paranormais extraterrestres, visa-se, então, se apropriar desta cultura ufológica quixadaense para criar um meio de entretenimento virtual e motivar turistas a conhecer a cidade.

Objetivo

Deseja-se oferecer um meio no qual as pessoas possam se informar sobre pontos turísticos ufológicos de Quixadá, se comunicar, compartilhando relatos umas com as outras e adquirir virtualmente produtos personalizados no tema.

Público-alvo

O público-alvo do portal Lumni varia desde turistas à ufólogos. Em geral, pessoas que tenham interesse em ufologia, fãs de extraterrestres, pessoas que queiram relatar suas experiências ou curiosos sobre o tema.

Personas

Cliente

Nome: Josimar Ferreira

Idade: 56 anos

Ocupação: Ufólogo

Profissão: Comerciante

Valores Tecnológicos: Têm contato com tecnologias digitais, mas não gosta muito de usar.

Valores Culturais: Acredita em ETs e afirma que provavelmente já foi abduzido.

Valores Estéticos: Diz que existem Extraterrestres com várias formas e tamanhos.

Opinião sobre Turismo: Acredita que falta divulgação sobre o turismo em todos os aspectos na cidade. Conhece vários pontos turísticos ufológicos em Quixadá, que poderiam ser aproveitados, mas não estão sendo.

Usuário

Nome: Maria do Santos

Idade: 48 anos

Ocupação: Ufóloga

Profissão: Comerciante

Valores Tecnológicos: Utiliza computador e smartphone.

Valores Culturais: Acredita em alienígenas e diz que já foi abduzida 3 vezes É uma grande conhecedora da ufologia, acumula mídias e conteúdos voltados a ufologia, especialmente relatos, fotografias e documentários ufológicos. Presenciou ocorridos paranormais no passado e isso o motivou a investigar sobre o assunto.

Valores Estéticos: Citou que os extraterrestres possuem formas diferentes dependendo da espécie. Tem os Grays alfas, betas...

Opinião sobre Turismo: Acredita não ser muito aproveitado.

Usuário 2

Nome: André Luís

Idade: 20 anos

Ocupação: Estudante [turista]

Valores Tecnológicos: Utiliza notebook e smartphone.

Valores Culturais: Conhece a cidade de Quixadá mas não é um morador, já ouviu falar sobre discos voadores e extraterrestres na região, como pessoas que foram abduzidas e histórias envolvendo aparições nos monólitos. Não tem certeza se acredita em extraterrestres.

Valores Estéticos: Acredita que se existirem ETs seriam: Altos, magros, asquerosos e com os dedos gordos.

Opinião sobre Turismo: Acredita que não existe turismo voltado aos OVNIs em Quixadá.

Cenário de Problema

Asa Branca é um município localizado no interior do Ceará, é conhecido por seus moradores como um local misterioso, pois são relatados avistamentos de OVNIs (objetos voadores não identificados), abduções e aparições de extraterrestres na cidade. Josimar Ferreira é um comerciante da cidade, que estuda ufologia a mais de 20 anos. Ele acredita que Asa Branca possui um grande potencial para o turismo ufológico, mas que a Secretaria de Turismo não aproveita a oportunidade de reconhecimento da cidade. A falta de seriedade na divulgação sobre os fenômenos, fizeram Asa Branca perder a credibilidade e respeito de seus moradores.

Linguagem de Categoria

A Marca Lumni é relacionada com conteúdo ufológico. Utiliza-se de elementos que remetem ao espaço e a cultura ufológica. Na comunicação da marca dos concorrentes, foi identificado uma tendência a explorar a ufologia brevemente e de forma não esclarecedora. A divulgação da categoria envolve imagens e representações gráficas de OVNIs, ETs, pessoas sendo abduzidas. Levando em conta que Lumni é um produto voltado para um segmento específico (Fenômenos ufológicos de Quixadá), não foram identificados na internet, sites ou alternativas que atuam no mesmo segmento. Foram encontrados produtos dentro da categoria “site informativo” que contam com diversos temas e notícias.





Estratégia de Design

Informações ufológicas com seriedade

**Interação entre usuários
(troca de informações/relatos)**

Identidade visual do portal baseado na cultura ufológica popular

Loja virtual com produtos com estampas ufológicas

Web design responsivo

**Site intuitivo,
de fácil aprendizado**

Tempo atual

- ● **Tecnológico** Uso de smartphone, notebooks, internet, rápido acesso à informação. Fácil visualização, leitura rápida, organização, site responsivo.
- ● **Cultural** Conhecimento sobre ufologia adquirida por filmes, seriados, documentários.
- ● **Estético** Desenho: usa-se verde, forma de aliens diversificados. Filmes: cores voltados a cinza, preto, verde escuro, aliens com formas que são descritas em relatos.

Cliente

- ● **Tecnológico** Possui contato com tecnologias digitais, mas não gosta de usar
- ● **Cultural** Acredita em ETs, diz ter sido abduzido.
- ● **Estético** Diz que os ETs têm vários tamanhos e formas diferentes.

Usuário

- ● **Tecnológico** Computador, Smartphone (redes sociais /comunicação)
- ● **Cultural** Acredita de ETs, diz ter sido abduzida. Sempre procura investigar esses assuntos.
- ● **Estético** Citou que os ETs possuem formas diferentes dependendo da espécie.

Usuário 2

- ● **Tecnológico** Notebook, Smartphone
- ● **Cultural** Conhece Quixadá, já ouviu falar de OVNIs na região, mas não tem certeza se acredita em ETs.
- ● **Estético** Imagina que os ETs são altos, magros, asquerosos e possuem dedos gordos.

Stakeholders

- ● **Tecnológico** Interatividade, Responsividade
- ● **Cultural** Valorizam patrimônio público e festivais.

Conceito de Criação

“Fenômenos Ufológicos de Quixadá”.

Produto

O site Lumni, promove aos seus usuários um contato maior com a ufologia local(Quixadá), disponibiliza ao cliente formas para debater sobre questionamentos ufológicos, informações catalogadas, permite que as pessoas escrevam seus relatos para que as histórias sejam compartilhadas.

O produto terá um fórum de debates, para que todos possam expor suas opiniões, informações sobre ufologia, acontecimentos e tudo relacionado ao tema, focando sempre na cidade de Quixadá.

O site disponibilizará uma página voltada para as vendas, onde serão comercializados produtos personalizados, como buttons, canecas, blusas com estampas exclusivas. A intenção é que as informações sobre o tema sejam apresentadas, catalogadas e compartilhadas de maneira séria que preza os valores do cliente.

Marca

Na composição da marca, foi realizada uma pesquisa iconográfica para reunir elementos que representassem os valores da comunidade ufológica. Analisando o símbolo que constitui a Marca é possível visualizar uma nave espacial com formato arredondado, emitindo uma luz, representação inspirada em diversos relatos ufológicos sobre abdução, assunto bastante comentado pela comunidade.



Logo vertical



Logo Horizontal



Logo Horizontal com Conceito

O logotipo da Marca possui muita influência de séries, filmes e documentários sobre a temática ufológica. O nome “lumini” vem da palavra lume, que significa “jato de luz”. A palavra “lumini” representa muito bem os valores do projeto: mistério e seriedade são equilibrados em um logotipo que desperta o imaginário popular. A tipografia com formas arredondadas externamente e quadradas internamente representa, de maneira discreta, o próprio símbolo da Marca, a fim de criar uma harmonia entre eles.

Tamanho Mínimo

Para assegurar a legibilidade da marca, fica estabelecido que o tamanho mínimo para aplicação física é de 0,9 centímetros de largura por 1,3 centímetros de altura.



Paleta de Cores

A paleta de cores escolhida representa a galáxia, os tons de violeta chamam a atenção do espectador para o mistério. Utilizamos a harmonia cromática de cores análogas para fazer uso de degradê na logomarca.

R:116 G:27 B:103 C:0 M:84 Y:38 K:35 HEXADECIMAL: #A61B67 PANTONE: P 81-8 C	R:113 G:32 B:115 C:2 M:72 Y:0 K:55 HEXADECIMAL: #712073 PANTONE: 259 C	R:63 G:22 B:91 C:31 M:76 Y:0 K:64 HEXADECIMAL: #3F165B PANTONE: 2627 CP	R:16 G:18 B:64 C:75 M:72 Y:0 K:75 HEXADECIMAL: #101240 PANTONE: 2766 C	R:1 G:1 B:1 C:255 M:255 Y:255 K:255 HEXADECIMAL: #000000 PANTONE: 20-0200 TPM
---	---	--	---	--

Tipografia

Frutiger 45 light - Tipografia foi escolhida para os textos que acompanham a marca. Possui alta legibilidade e altura proporcional ao logotipo. Sem serifa.

Frutiger 65 bold, foi escolhido para ser utilizado em títulos, possui uma ótima legibilidade. Em redes sociais as duas são usadas juntas para criar dinamicidade.

Frutiger 45 Light

A QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG.
the quick brown fox jumps over the lazy dog.

0123456789

Frutiger 65 Bold

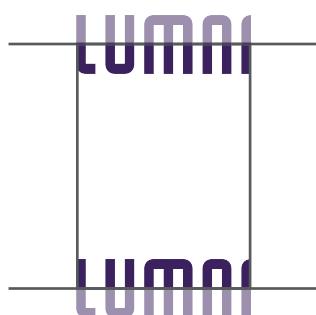
**A QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY
DOG. the quick brown fox jumps over the lazy
dog. 0123456789**

Elementos Visuais

Os ícones com preenchimento, arredondado nas bordas e de coloração branca trazem legibilidade e interação visual com a marca.

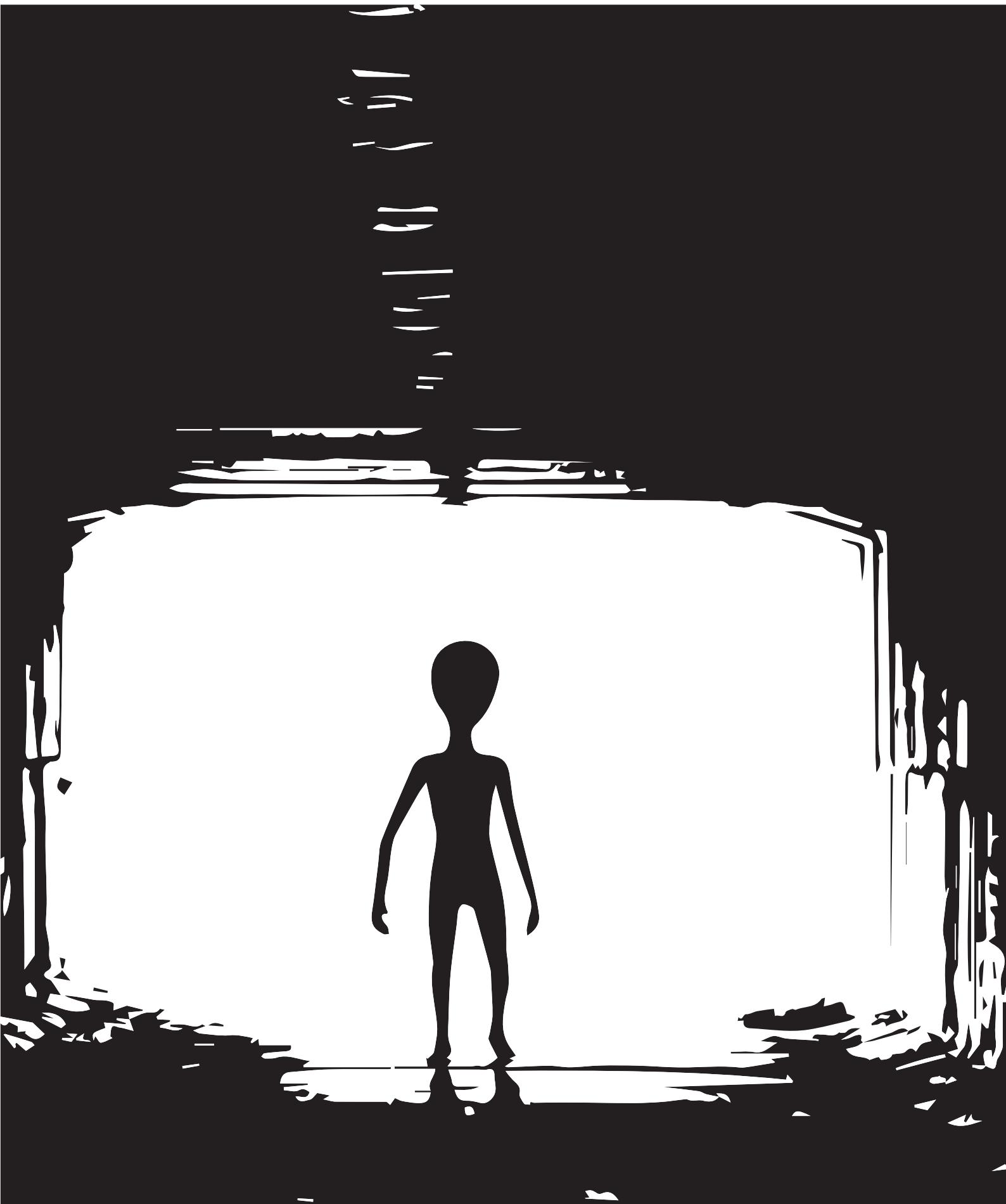


O logotipo da marca lumni pode ser aplicado como grafismo, ele é cortado no centro horizontalmente. Utiliza-se a parte inferior do logotipo para o topo da página e a superior para a base. Devem estar sempre juntos, como ilustrado abaixo:



A ilustração abaixo também será usada como grafismo, o vetor é composto por monólitos da cidade de Quixadá, onde são relatados eventos ufológicos.





Projeto de Informação

USUÁRIO

- Nome
- ID
- E-mail
- Favoritos
- Senha
- Postagens
- Imagem de Perfil
- Postagens

Visitante



Administrador



COMENTÁRIO

- Texto curto
- Data de Publicação
- Autor
- Imagem do Perfil
- Curtidas
- Temática
- Resposta de outros usuários
- Resposta de outros usuários

MENÚ DE NAVEGAÇÃO

- Links principais (Início, Fórum, Loja, Eventos, Relatos, Sobre nós)
- Ícone de Ajuda
- Barra de Pesquisa
- Ícone de Login / Cadastro

POSTAGEM DE NOTÍCIA

- Descrição
- Vizualizações
- Horário
- Imagem / Vídeo
- Autor
- Data de publicação
- Curtidas
- Quantidade de acessos

BANNER DE BOAS VINDAS

- Título de apresentação
- Vídeo
- Autor
- Botão [Saiba mais]
- Frase de Efeito

PRODUTO

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Nome | <input checked="" type="checkbox"/> Quantidade disponível |
| <input checked="" type="checkbox"/> Imagem | <input checked="" type="checkbox"/> Cor |
| <input checked="" type="checkbox"/> Preço | <input checked="" type="checkbox"/> Categoria (|
| <input checked="" type="checkbox"/> Desconto | Camisa, Botton, |
| <input checked="" type="checkbox"/> Botão Adicionar ao carrinho | Chaveiro, Caneca, Garrafa) |

EVENTO UFOLÓGICO

- | | |
|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Data | <input checked="" type="checkbox"/> n. pessoas confirmadas |
| <input checked="" type="checkbox"/> Local | <input checked="" type="checkbox"/> Pessoas interessadas |
| <input checked="" type="checkbox"/> Descrição | <input checked="" type="checkbox"/> Compartilhamentos |
| <input checked="" type="checkbox"/> Palestrantes | |

RELATO

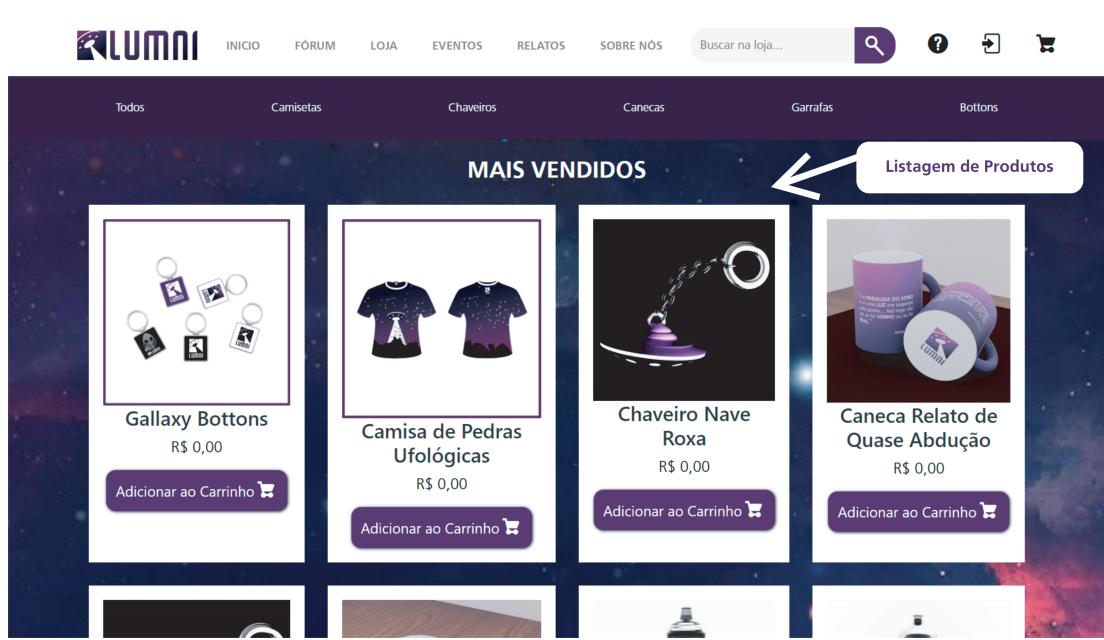
- | |
|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Autor |
| <input checked="" type="checkbox"/> Texto completo |
| <input checked="" type="checkbox"/> E-mail |

Projeto de Interface

The screenshot shows the LUMNI homepage with a dark purple background featuring a nebula. At the top, there's a navigation bar with links for INICIO, FÓRUM, LOJA, EVENTOS, RELATOS, and SOBRE NÓS. A search bar and a magnifying glass icon are also present. A callout box labeled "Menu Ubíquo de Navegação" points to a small, semi-transparent white box in the upper left corner of the main content area. Another callout box labeled "Banner de Boas Vindas" points to the large, central banner that reads "BEM-VINDO AO PORTAL LUMNI" and "A plataforma ufológica de Quixadá". Below the banner is a button labeled "SAIBA MAIS".

The screenshot shows the "NOTÍCIAS" (News) section of the LUMNI website. The background is a dark image of a nebula. A callout box labeled "Notícias Postadas" points to a white box in the upper right corner. Below the news section are four news cards with images and descriptions:

- Ulólogos visitam o Posto de Abastecimento com escultura alienígena** (Ulologues visit the fuel station with an alien sculpture)
- Pedra do Eurípedes é considerada um ponto de inúmeros avistamentos de naves extraterrestres** (The Eurípedes Rock is considered a point of numerous sightings of extraterrestrial ships)
- Sério do History grava episódio na cidade de Quixadá no Ceará** (Sério from History Channel拍s a episode in the city of Quixadá in Ceará)
- Antigo Clube OVNI é recordado em palestra ufológica realizada em Quixadá** (The former OVNI Club is remembered in a ufological lecture held in Quixadá)



LUMNI

INICIO FÓRUM LOJA EVENTOS RELATOS SOBRE NÓS Buscar na loja... ? 🔍 🛒

Todos Camisetas Chaveiros Canecas Garrafas Bottons

OFERTAS POR TEMPO LIMITADO

Listagem de Produtos

Chaveiro Nave Encandescente R\$ 0,00 Adicionar ao Carrinho

Garrafas Iluminadas R\$ 0,00 Adicionar ao Carrinho

Canecas Monolíticas R\$ 0,00 Adicionar ao Carrinho

Gallaxy Botts R\$ 0,00 Adicionar ao Carrinho

Camiseta Ufológica R\$ 0,00 Adicionar ao Carrinho

Gallaxy Botts R\$ 0,00 Adicionar ao Carrinho

Camiseta Ufológica R\$ 0,00 Adicionar ao Carrinho

MAIS VENDIDOS

LUMNI

INICIO FÓRUM LOJA EVENTOS RELATOS SOBRE NÓS Buscar na loja... ? 🔍 🛒

Todos Camisetas Chaveiros Canecas Garrafas Bottons

Chaveiro Nave Plutônica R\$ 0,00 Adicionar ao Carrinho

Caneca Relato Clarão Luminoso R\$ 0,00 Adicionar ao Carrinho

Garrafa Alfa Grey R\$ 0,00 Adicionar ao Carrinho

Chaveiro Nave GJ504b R\$ 0,00 Adicionar ao Carrinho

FORMAS DE PAGAMENTO



Contate pela nossa Central de Vendas:

(88)99999-9999

Entregas em todo o Brasil

Que tal ficar por dentro de todas as nossas ofertas em primeira mão? Deixe seu e-mail e aproveite. :)

E-mail

Enviar

Política de Privacidade

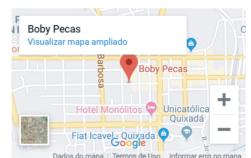
Siga nossas redes sociais:



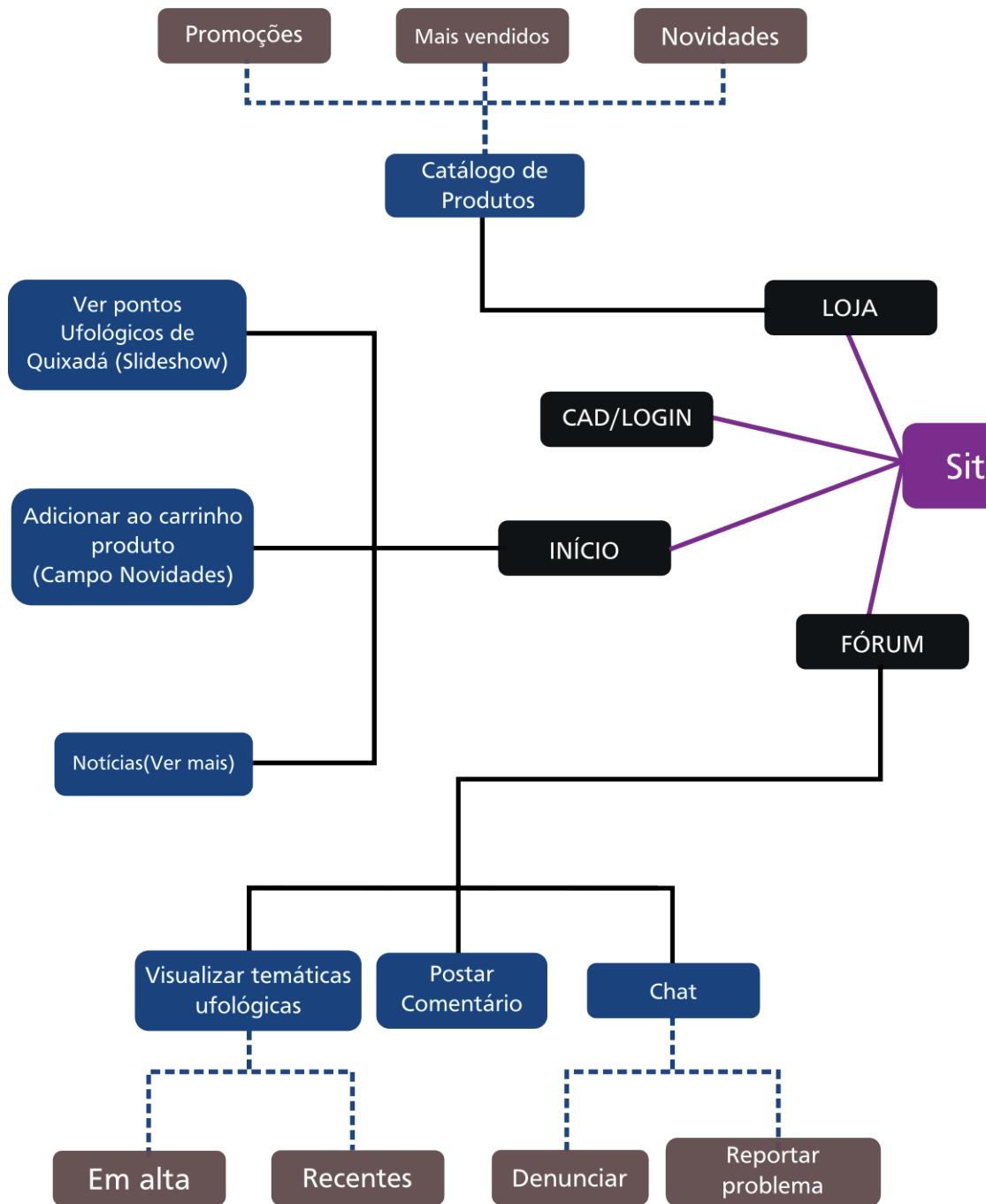
Sistema de Localização de Loja Física do Google Maps

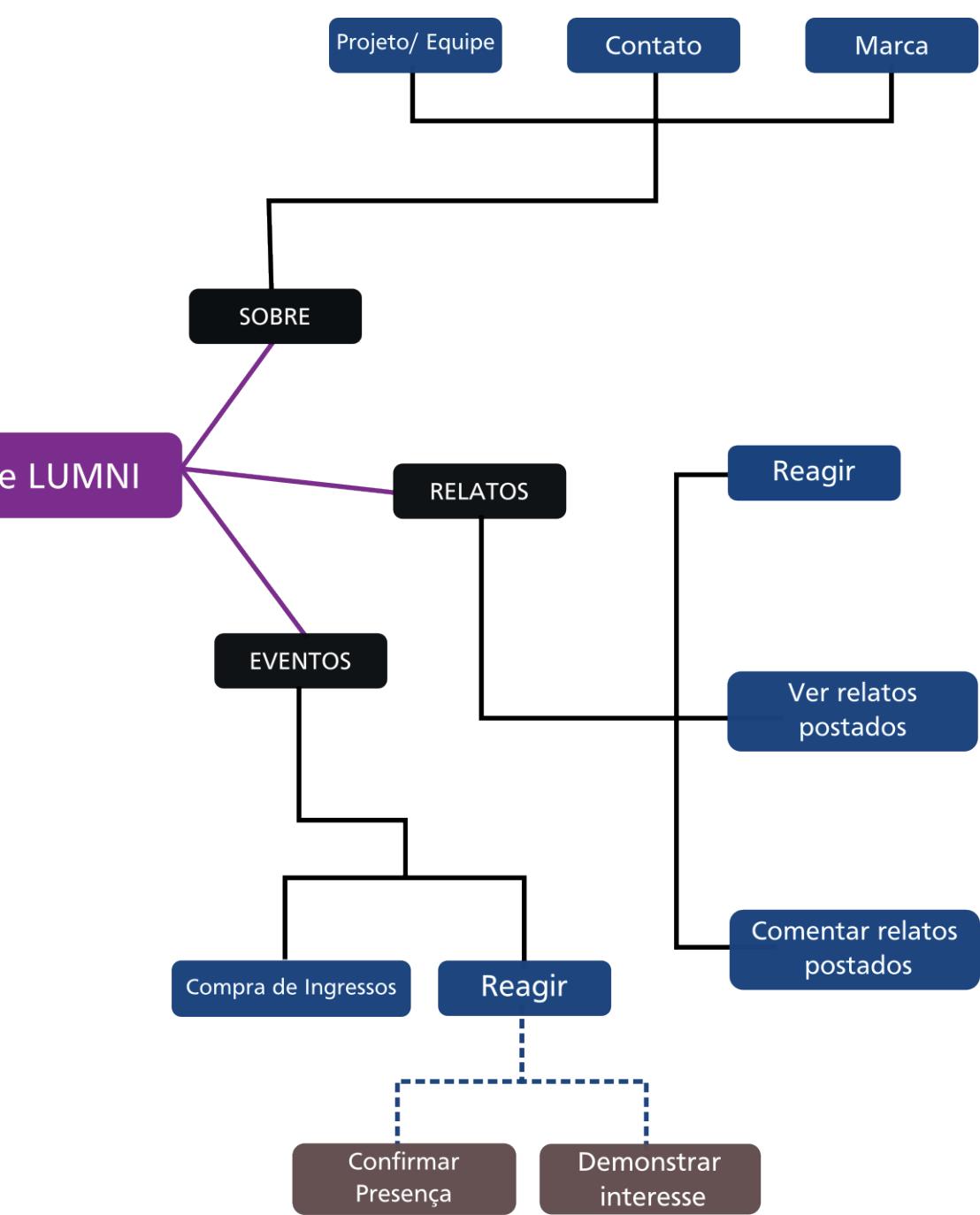
© 2019 By Portal Lumini, Todos os direitos reservados

LOJA FÍSICA



Projeto de Navegação





Projeto de Interação

LUMNI

INÍCIO FÓRUM LOJA EVENTOS RELATOS SOBRE NÓS

O que você procura? 🔎 ? ↗

FÓRUM

Favoritos | Criar Post | Salvos



EM ALTA MAIS RECENTES CONTROVERSOS

100 O corredor Bavick Por Yuuki

52 Vi um OVNI ontem a noite... Por Quixinha32

3 Palestra sobre Ufologia Por Abduzido

52 O que vocês acham sobre a... Por xxjonnnyxx

Astronomia
Ocultismo
Teoria da Conspiração
Paranormalidade
Telecinese
Abdução

Favoritar Compartilhar Denunciar

Favoritar Compartilhar Denunciar

Favoritar Compartilhar Denunciar

Favoritar Compartilhar Denunciar

LUMNI

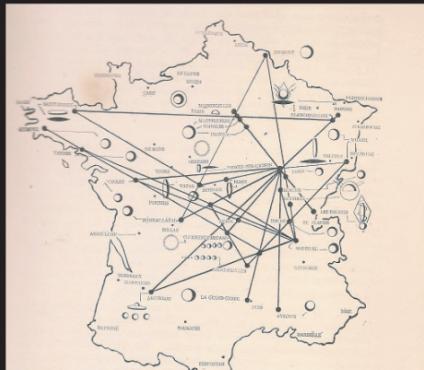
INÍCIO FÓRUM LOJA EVENTOS RELATOS SOBRE NÓS

O que você procura? 🔎 ? ↗

FÓRUM

EM ALTA

100 O corredor Bavick Por Yuuki



Bom, muita gente não sabe, nem mesmo muitos Ufólogos. Então vamos lá, é um conceito simples e importante. Em 1954, o famoso Ufólogo Aimé Michel estudou as trajetórias de UFOs nos céus da Europa, descobrindo certos caminhos no ar, talvez caminhos eletro-magnéticos, e criou um conceito a partir das suas

Astronomia
Ocultismo
Teoria da Conspiração
Paranormalidade
Telecinese
Abdução

LUMNI

FÓRUM

EM ALTA

- 52
- 52
- 52
- 52

Bom, muita gente não sabe, nem mesmo muitos Ufólogos. Então vamos lá, é um conceito simples e importante. Em 1954, o famoso Ufólogo Aimé Michel estudou as trajetórias de UFOs nos céus da Europa, descobrindo certos caminhos no ar, talvez caminhos eletro-magnéticos, e criou um conceito a partir das suas observações: A Linha Bavick.

O nome Bavick é a junção dos nomes de duas cidades francesas - Bayonne e Vichy - onde o alinhamento entre estas duas cidades sugerem a existência uma UFO "superhighway".

O interessante é que se prolongarmos esta linha além do Atlântico até o Brasil ela cruzará nosso país no centro-oeste e nordeste, justamente em lugares com alto número de avistamentos de UFOs. Mas são inúmeros corredores e estes cruzam todos os lugares do Brasil e do mundo. Vale a pena estudar essas rotas caso se queira montar vigílias.

Comentários

Deixe seu comentário...

Quixinha32:
Deveras interessante. Já havia ouvido falar do corredor bavick,não pode ser coincidênci...

[Responder](#) [Reportar](#)

CATEGORIAS

- Astronomia
- Ocultismo
- la Conspiração
- ranormalidade
- Telecinese
- Abdução

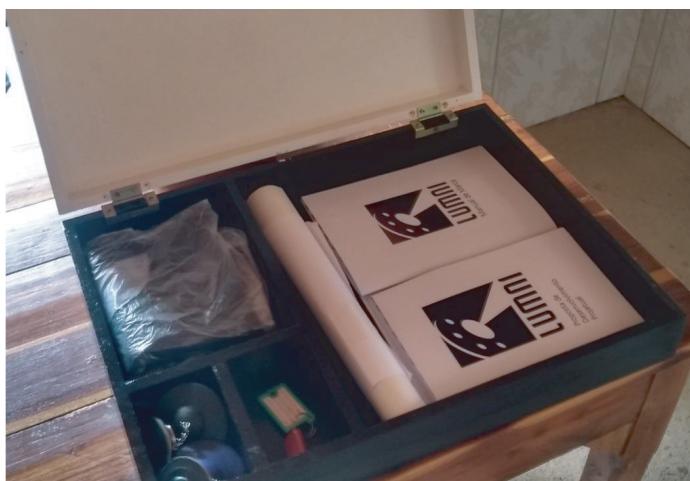
Materiais e Tecnologias

A linguagens de Marcação(html e css) e Lógica de programação(JS) responsáveis por montar a estrutura das páginas, estilizar e criar interatividade em elementos presentes na navegação. A utilização de banco de dados para alimentação do estoque de produtos ufológicos a venda, além do sistema de cadastro e login de usuários pensado para garantir a segurança de compras, novidades de promoções e demais informações importantes a serem gerenciadas pelos usuários que acessarem nossa plataforma.



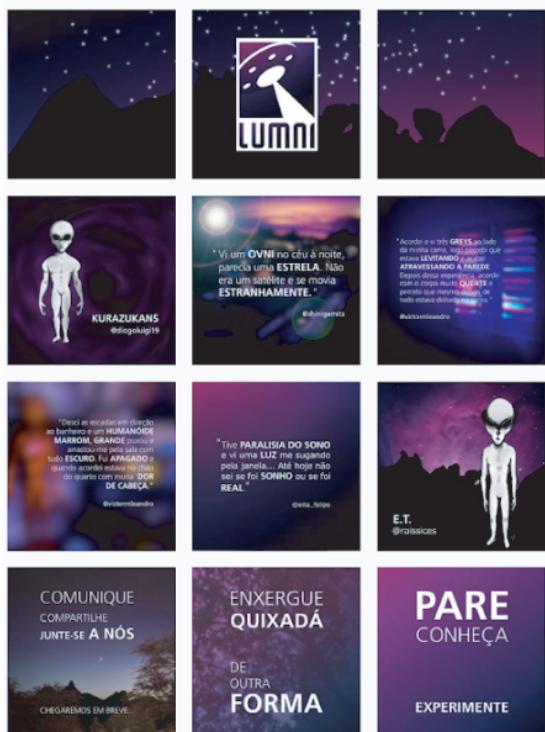
Plano de Divulgação

Pensando no nosso objetivo que é informar as pessoas sobre o tema e tornar Quixadá um centro ufológico, à forma que utilizaremos para divulgar o projeto Lumni será de forma virtual, pelas redes sociais do site. E de forma presencial onde apresentaremos nosso produto e suas respectivas funções. Em sua embalagem conceitual, contém os mockups do site, Artigo, Manual de marca, Proposta de Desenvolvimento Projetal e brindes publicitários como adesivos , buttons e chaveiros estampados com nossa marca Lumni. O material gráfico é constituído por banner digital para divulgação em mídias sociais e por cartazes no tamanho A3.



Embalagem conceitual (com manual de marca, chaveiros, cartaz, camisa e PDP)

Rede Social - Instagram



Cartaz A3



Banners Digitais de divulgação dos produtos da loja



FINAL de semana com
50%
de DESCONTO!!!



Blusas
por
R\$ 20,99

PROMOÇÃO
DE OUTRO
MUNDO

COMPRE DOIS E
PAGUE UM!

Canecas
por até
R\$ 15,99



