

CONTATO

Proposta de Desenvolvimento Projetual

PEDRO VICTOR
MATEUS EMANUEL
MARCIO GLEIDSON
FELIPE NOBRE
SAMUEL FABIÁN

SUMÁRIO

Apresentação	04
Problema	05
Objetivo	06
Público-Alvo	07
Personas	08
Cenário de uso	10
Linguagem de categoria	11
Solução	13
Estratégia de Design	14
Conceito de criação	15
Produto	16
Marca	17
Paleta de cores	18
Tipografia	19
Projetos específicos	20
Materiais e tecnologias	25
Plano de Divulgação	26

APRESENTAÇÃO

PROBLEMA

Quixadá é reconhecida nacionalmente pelas suas lendas envolvendo acontecimentos ufológicos misteriosos, entretanto isto não é explorado pela iniciativa pública nem privada, logo há uma oportunidade de apropriar-se desse tema para angariar mais turismo e interatividade entre pessoas em ambientes culturais locais (museus, centros culturais), que além de nunca terem recebido nenhum trabalho da temática ufológica, também nunca usaram tecnologias contemporâneas em suas exposições.

OBJETIVO

Geral: Nosso objetivo é oferecer uma exposição de Arte e Design experimental, de acesso gratuito, que fomente a atividade cultural de Quixadá. Se apropriando da temática de mistérios ufológicos da região, com a finalidade de retornar uma parte expressiva da microcultura regional para a população local e turistas em forma de um produto cultural que intuita quebrar com a realidade cotidiana a partir da interação com uma narrativa hipermidiática apresentada a partir da realidade virtual.

Específico: Criar uma experiência envolvente e íntima ao usuário, onde a interatividade seja realizada partindo da utilização de tecnologias eletrônicas digitais ligadas a internet das coisas.

PÚBLICO-ALVO

Tendo como intuito a coleta de valores e conhecimentos prévios , foram realizadas duas pesquisas de campo na qual foram entrevistados 3 grupos de pessoas: moradores locais, visitantes da cidade e guias turísticos. Em análise aos dados obtidos, as principais afirmações coletadas em relação ao tema foram que, os motivos da presença por parte dos visitantes em Quixadá se deu por notícias na TV e pela internet, enquanto que por outro lado, guias turísticos e demais conterrâneos da cidade descrevem aparições misteriosas no céu principalmente a noite, supostamente presenciadas por familiares ou amigos próximos. Percebeu-se mediante a essas ocasiões que essas pessoas demonstram uma certa disposição ao falar sobre o assunto, o que impulsionou a decisão de destinar nossa proposta a uma faixa etária compostas por elas, que corresponde a adolescentes desde os 14 anos até adultos no máximo aos 50 anos de idade.

PERSONAS

Nome: Marta Cristina Germana Nunes

Idade: 18 anos

Profissão: Estudante

Categoria: Espectador

Contexto Social: Moradora local, usa na rotina celular e notebook, costuma passar o tempo em redes sociais, sair para festas, eventos e atividades culturais locais. Recém graduada na universidade, gosta de assistir filmes de ficção científica e suspense, faz caminhada semanalmente e admira muito as formações rochosas em volta da cidade.

Importância no Projeto: Como possível espectadora e moradora local, seu comparecimento em espaços culturais a levarão a partir da exposição, a conhecer mais esse lado enigmático da ufologia local que faz parte da cultura da cidade.

Nome: Lucas Filho Junior Meneses

Idade: 24 anos

Profissão: Assistente Administrativo

Categoria: Espectador

Contexto Social: Recém chegado na cidade, pratica Jiu Jitsu e joga futebol quando volta para a cidade natal e se mudou para Quixadá por novas oportunidades de emprego, curiosidade cultural e por perceber atribuições quase imediatas de amigos próximos sobre a cidade de um local com frequente aparição de OVNIs. Conhece filmes e documentários de pesquisadores gravados na cidade, como O Shaolin do Sertão e o Área Q. Sente-se desmotivado a quebrar a rotina casa-trabalho pois nota baixo incentivo das instituições locais em relação a historicidade do regional, diferente de seu lugar de origem onde visitações e demais atividades culturais são bem incentivadas. Importância no Projeto: Dados sobre o contexto social, bagagem cultural, anseios sobre o que espera na cidade no dia a dia e como o projeto pode mudar a rotina da população comum.

CENÁRIO DE USO

Lucas passou a frequentar Quixadá a fim conhecer a cidade , ver de perto as edificações históricas remanescentes, a bela barragem do Açude Cedro e também conhecer algum museu local. Ele ficou sabendo de uma exposição que estava em um centro cultural local chamada Contato, que era sobre ufologia. Achou muito interessante pois já tinha assistido um documentário que cita a cidade como ponto de frequente aparição de discos voadores, além de ter visto também algumas matérias na televisão sobre o assunto. Ao sair da instalação, ele se divertiu bastante com as simulações, ao ter uma experiência próxima dos que as pessoas relataram nas famosas histórias ufológicas da cidade de Quixadá. Apesar de não acreditar inicialmente nessa questão de abduções, depois da experiência vivenciada, Lucas passou a refletir sobre a infinitade do universo e o quanto a humanidade ainda precisa evoluir não apenas tecnologicamente como pela questão do cuidado com o planeta, que assim como a ciência universal já descobriu planetas com condições favoráveis à vida, possivelmente a humanidade não é o único ser de vida inteligente existente.

LINGUAGEM DE CATEGORIA

Projetos similares tem como natureza causar uma interação do público com suas obras partindo de um contato contemplativo. Geralmente se utilizam de tecnologias como projeção mapeada, sons, projeção espacial e conteúdo audiovisual, sempre de alguma forma causando a imersão do indivíduo na obra.



OUCHHH

Estúdio especializado em produções artísticas com utilização de vídeo projetores, além de animação em 3D e ilusão de ótica.

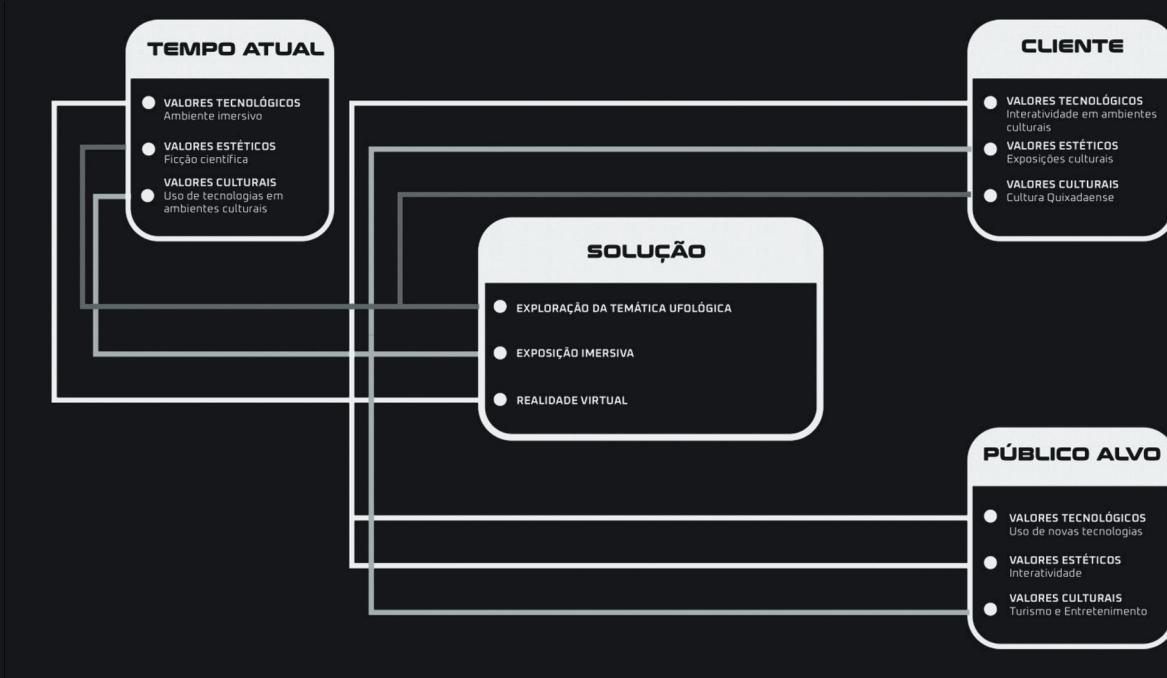
OBSCURA

OBSCURA DIGITAL

Empresa que desenvolve produções icônicas em ambientes esféricos voltados a música e outros meios de entretenimento a partir de conteúdos imersivos e multissensoriais, que reinventam formas de conexão com o público.

SOLUÇÃO

ESTRATEGIA DE DESIGN



CONCEITO DE CRIAÇÃO

Experiência imersiva em primeira pessoa de como supostamente é o possível contato com alienígenas.

PRODUTO

O produto será uma C.A.V.E. em que os visitantes irão interagir com o tema alienígena. C.A.V.E. (Cave Automatic Virtual Environment) é uma sala fechada onde são projetados nas 3 dimensões objetos em 3D onde o usuário poderá interagir com este ambiente.

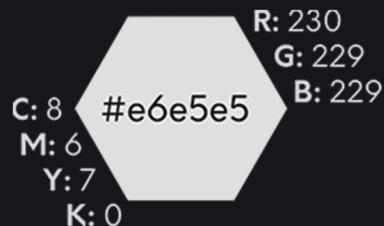
MARCA

“Contato” vem de “contato imediato”, um termo da ufologia que significa o encontro entre seres humanos e seres extraterrestres. A logomarca é escrita com a fonte Space Age, que com suas formas circulares arrojadas dão impressão de futurismo e um apelo intergalático.

CONTATO

PALETA DE CORES

A paleta de cores é composta por um cinza carbonico e um cinza claro, ambas as cores foram abstraídas para que representassem a luz e a vasta escuridão presente no espaço.



R: 23
G: 23
B: 23
C: 59 #171717
M: 50
Y: 45
K: 86

TIPOGRAFIA SPACE AGE

The Angular logo consists of two light gray chevron-like shapes pointing upwards, with a small white circle positioned between them.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V
W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

Oxanium

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#\$%^&*()

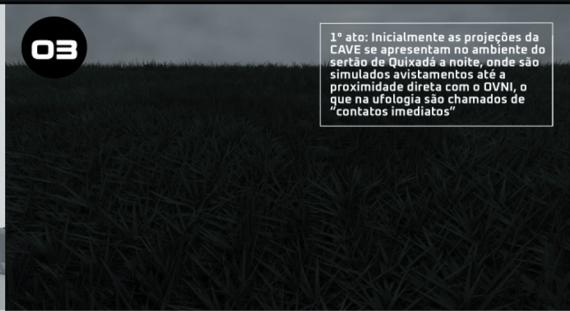
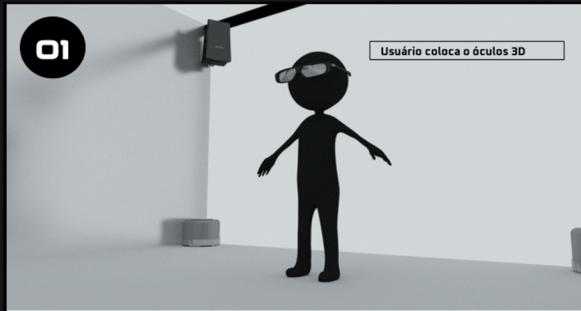
**PROJETOS
ESPECÍFICOS**

P. DE INFORMAÇÃO

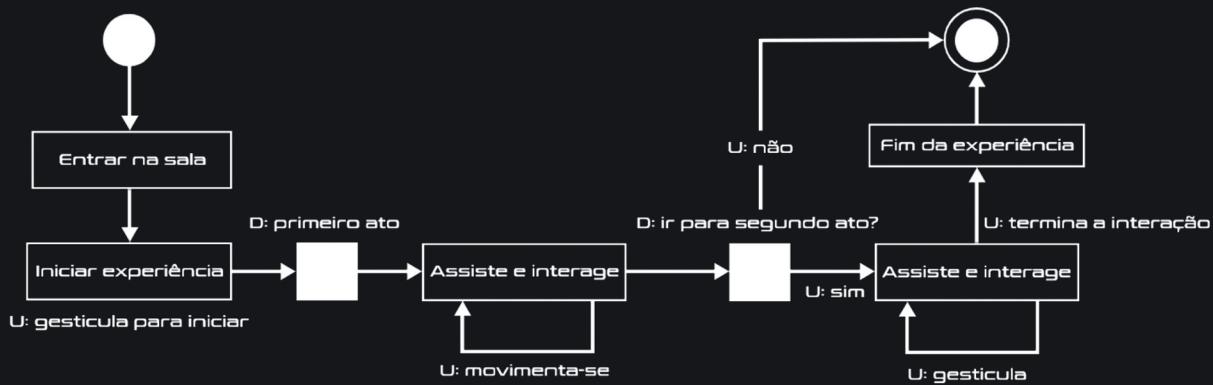


P. DE INTERFACE

P. DE NAVEGAÇÃO



P. DE INTERAÇÃO



MATERIAIS E TECNOLOGIAS

PROJETOR CASIO XJ-L8300HN

Resolução 4K, precisão nos detalhes imagéticos.

ÓCULOS NVIDIA 3D VISION 2

Detalhamento de renderização gráfico de texturas, controle de profundidade da imagem 3D.

DIFUSOR DE AROMA 500 ML

Controle de duração do aroma, solubilidade com a água que não deixa o ar poluído, além do formato compacto no qual não ocupa muito espaço.

SMART CÂMERA ICANPRO

Sensor de alta precisão embutido, grande alcance na amplitude de captação.

CAIXA DE SOM JBL SELENIUM C621

Ideal para som ambiente, potente configuração acústica e som stereo limpo.

**PLANO
DE
DIVULGAÇÃO**

Para os turistas, e também para o público local, será elaborado um banner digital e um vídeo conceitual para circular nas principais redes sociais (Facebook, Instagram e WhatsApp), e também, cartazes em formato A3 nos principais pontos da cidade, como em supermercados, universidades e rodoviária.

