

Briefing

Orientadora: Tânia Saraiva de Melo Pinheiro
3º Semestre DD 2019.1

Equipe 8: Márcio, Mateus Emanuel, Mateus Felipe, Pedro, Samuel

• DADOS BÁSICOS

1. **Cliente** - Secretaria de Cultura de Quixadá;
2. **Responsável** - Secretário de Cultura de Quixadá (José Audênio Moraes da Silva);
3. **Data** – 24 de Abril de 2019.

• DESCRIÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO

1. **Nome do projeto** – Fahrenheit 64
2. **Função/Uso** - Interação com um espaço hipermidiático construído a partir de projeções, onde o usuário é a interface ativa na exploração de uma exibição artística experimental baseada em episódios ufológicos quixadaenses.
3. **Comunicação atual** - Exposição de relatos em Quixadá sobre supostos encontros com vida extraterrestre;
4. **Categorias do produto** - Produtora cultural
5. **Produto/Serviço** - Exposição audiovisual experimental baseada na interação íntima entre usuário e uma narrativa imersiva inspirada em eventos envolvendo extraterrestres. Trazer uma nova experiência e um modo novo de vivenciar famosos relatos sobre encontros ufológicos por meio de uma exposição conceitual imersiva que dá liberdade de interação do usuário com informações projetadas;
6. **Locais de Uso** - Casa de Saberes Cego Aderaldo;
7. **Percepção/Imagem no mercado** - Espera-se que ele seja visto como um diferencial em relação a outros museus locais, através do uso da tecnologia, de uma interação com o visitante e com uma temática voltada mais ao aspecto imaginário popular de Quixadá.
8. **Imagem e símbolos** - Comunicativo, interativo, acessível, interessante, imersivo, apreciativo.

• PROJETO

➤ Delimitação do contexto, problema e oportunidade

1. **Problema/Oportunidade** - Quixadá é reconhecida nacionalmente pelas suas lendas populares envolvendo eventos paranormais extraterrestres, todavia, esta cultura também é celebrada regionalmente, visa-se, então, se apropriar desta cultura ufológica quixadaense para criar um meio de entretenimento cultural a partir de uma exposição ligada diretamente ao imaginário coletivo contemporâneo da população de Quixadá.
2. **Contexto de uso** - Salas com controle da entrada de luz, Museus.
3. **Razões/ Motivações** - *Com a pesquisa de campo, após o análise dos audio e dos dados obtidos, onde turistas tem essa curiosidade de saber sobre fatos que aconteceram envolvendo OVNIS, concluímos que nosso projeto se basearia nessas histórias.*
4. **Influências** - Influências partem ~~da~~ toda a produção cultural e simbólica feitas em Quixadá que tenha relação com os supostos avistamentos e contatos com vida extraterrestre.

Comentado [1]: (-) (1 de 9) não é categoria de produto.
Vejam minhas orientações no Trello "análise de concorrência", e só depois façam aqui. Ficará bem mais fácil.

Comentado [2]: (-) (2 de 9) Briefing é uma primeira conversa com o cliente. Qual é mesmo a razão para o projeto?

Briefing

Orientadora: Tânia Saraiva de Melo Pinheiro
3º Semestre DD 2019.1

Equipe 8: Márcio, Mateus Emanuel, Mateus Felipe, Pedro, Samuel

5. **Condições ou restrições** - Questões financeiras a respeito principalmente dos recursos tecnológicos do projeto, burocracias e a necessidade de deslocamento do cliente ao local uso.

6. **Restrições** - *Nenhuma restrição legal foi levantada.*

➤ Concorrência

1. **Concorrentes diretos** – DIGITAL AV, Omnis Lux, Atelier des lumières
2. **Concorrentes indiretos** – Estudo de criação OUCHHH
3. **Concorrentes substitutos** – Não conseguimos identificar
4. **Preços praticados** – Não conseguimos identificar.
5. **Pontos positivos** – Experiência no mercado de trabalho, grande ramificação de equipamentos para diversos tipos de projeções.
6. **Pontos negativos** - Falta de interação com o visitante (influência do usuário com a experiência).

Posicionamento de mercado perante a concorrência**:

Qual o posicionamento do produto no mercado, em relação à concorrência? Síntese que deixe claro qual a vantagem competitiva: vantagem na competição com os concorrentes por fatias de mercado. Detalhamento será realizado no item "4. Público-alvo e Posicionamento de mercado".
Informação complementar:
<https://www.youtube.com/watch?v=YnJj5K9V6ag>

Comentado [3]: (-) (3 de 9) muito errado. Se já está dizendo que o projeto é inviável, por que começar?

Comentado [4]: (-) (4 de 9) sejam específicos em relação a burocracia.

Comentado [5]: (-) (5 de 9) sem sentido dizer que limitação de um projeto em museu é o usuário se deslocar até o museu.

Comentado [6]: (- muito grave) (6 de 9) faltou o item mais importante deste bloco: posicionamento. Ao tentar fazer, verá que a análise de concorrência está incompleta - quais as limitações da concorrência que será o espaço de mercado para você se posicionar? (não vale dizer que eles não atendem Quixadá!)

Formatado: Sem marcadores ou numeração

Formatado: Fonte: (Padrão) Arial, 11 pt, Não Negrito

➤ Imagem do Cliente e Principais Diferenciais

1. **Diferenciais** - Oferecer uma nova maneira de experienciar as histórias sobre avistamentos em Quixadá.
2. **Contribuição** - Uma experiência diferenciada e interativa ao cliente com os aspectos arquitetônicos e históricos regionais enraizados na cultura quixadaense;

Comentado [7]: (-) (7 de 9) errado. Esta seção trata da "Contribuições do projeto para a imagem DO CLIENTE."

➤ Público-alvo e Posicionamento de mercado

1. **Identificação** - A população local e turistas.
2. **Segmentação** – Adolescentes, jovens adultos.
3. **Influências** – Contato com supostas histórias de avistamentos e abduções. Ufologia, Imaginário popular.
4. **Hábitos e costumes** - Curiosidade sobre aparições de extraterrestres, conhecimento prévio sobre o assunto e interesse em vivenciar os relatos.
5. **Valores estéticos** - Subjetivo, harmonioso, regional.

Comentado [8]: (-) (8 de 9) adolescente não é jovem?

Briefing

Orientadora: Tânia Saraiva de Melo Pinheiro
3º Semestre DD 2019.1

Equipe 8: Márcio, Mateus Emanuel, Mateus Felipe, Pedro, Samuel

6. **Valores culturais** - Ufologia, imaginário popular, lendas.
7. **Valores tecnológicos** - Interativo, participativo, comunicativo, artístico.
8. **Benefícios** - Experiência nova e imersiva através do uso de tecnologias (projeções, realidade virtual, áudio) proporcionando ao espectador uma experiência lúdica, interativa e enriquecedora baseada em relatos sobre encontros com ETs.
9. **Formas de Aquisição** - Pública, pois podemos assim conseguir um número considerável de visitantes, porém pode ser adquirida por qualquer instituição privada.
10. **Motivação para aquisição** - O serviço oferece uma forma ~~moderna~~, imersiva e gratuita de acesso a ufologia regional.
11. **Condições por sexo, idade, escolaridade** - Pessoas de qualquer gênero, entre 14 e 50 anos, de qualquer ofício ou área de conhecimento.

Comentado [9]: *(-) (9 de 9) *

Condição é diferente de segmentação. Em segmentação, podem incluir o 14 a 50, mas aqui estão dizendo que a partir de 51 não pode mais usar.

(!) fiquei triste, já passei da faixa. Não terei permissão para usar o projeto!
snif snif...

Briefing

Orientadora: Tânia Saraiva de Melo Pinheiro
3º Semestre DD 2019.1

Equipe 8: Márcio, Mateus Emanuel, Mateus Felipe, Pedro, Samuel
