* **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 –** Blá
2. **Função/Uso –** Proporcionar ao usuário uma experiência interativa colocando-o na perspectiva de uma pessoa que vivenciou algum contato ufológico no contexto de QXD;
3. **Comunicação atual -** Exposição de relatos em Quixadá sobre supostos encontros com vida extraterrestre;
4. **Categorias do produto -** Sala temática interativa / Exposição multimidiática;
5. **Produto/Serviço** – Trazer uma nova experiencia e um modo novo de vivenciar famoso relatos sobre encontros ufológicos por meio de uma exposição conceitual imersiva responsiva que dá liberdade de interação do usuário e seu corpo com os dados e informações projetados;
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, da maior interação com o visitante e com uma temática voltada mais ao aspecto imaginário popular de Quixadá.
8. **Imagem e símbolos -** Comunicativo, interativo, acessível, intuitivo, informativo, interessante, lúdico, imersivo, apreciativo etc.

* **PROJETO**
* **Delimitação do contexto, problema e oportunidade**

1. **Problema/Oportunidade –** Quixadá é uma cidade conhecida pelas suas histórias paranormais, dado isto,vê-se a oportunidade de criar conteúdo cultural para fomentar o turismo local, já que ainda não é comum na cidade meios de entretenimento envolvendo tecnologia.  
   ////// A negligência que existe em torno da produção cultural e simbólica brasileira, principalmente se tratando de produções regionais, teve como consequência a desvalorização, o descaso e a indiferença da população com a própria cultura identitária, sendo assim, apagando-a da memória cultural coletiva.
2. **Contexto de uso –** Quixadá é conhecida internacionalmente por seus misteriosos casos envolvendo avistamentos, contatos e até abduções com ovnis **//**Quixadá é uma cidade de grande importância dentro das raízes históricas e ancestrais do Brasil, tendo isto em mente, é uma missão humanitária preservar, resgatar, propagar e manter toda a sua produção simbólica ao longo das décadas dentro do processo identitário brasileiro. Apesar disso, ainda se é necessário atualizar e modernizar o ambiente do museu, assim, estimulando o interesse do público para o consumo de sua identidade histórica e contemporânea.
3. **Razões/ Motivações -** Manter e proteger parte significativa da cultura identitária brasileira de Quixadá como forma de resgatar e ressignificar dentro da memória coletiva suas raízes históricas e contemporâneas.
4. **Condições ou restrições -** Questões financeiras a respeito principalmente dos recursos tecnológicos do projeto, burocracias e a necessidade de deslocamento do cliente ao local uso**.**
5. **Influências -** Influências partem de toda a produção cultural e simbólica feitas em Quixadá ou que a tenha como símbolo de inspiração: Filmes, músicas, poemas, artes plásticas, etc.
6. **Restrições -** Nenhuma restrição legal foi levantada.

* **Concorrência**

1. **Concorrentes diretos –** Museu da Língua Portuguesa, Museu do Amanhã,Museu Digital de Campina Grande.
2. **Concorrentes indiretos –** Museu Histórico Jacinto de Sousa
3. **Concorrentes substitutos –** Websites ou aplicativos com acervos históricos.
4. **Preços praticados –** Não conseguimos identificar.
5. **Pontos positivos –** Maior estrutura de acervo, maior tradição de mercado.
6. **Pontos negativos -** Falta de interação com o visitante (museus locais).

* **Imagem do Cliente e Principais Diferenciais**

1. **Diferenciais –**  Oferecer um acervo voltado único/exclusivamente sobre a cultura quixadaense e sertão central;
2. **Contribuição -** Uma experiência diferenciada e interativa ao cliente com os aspectos arquitetônicos e históricos regionais enraizados no cotidiano quixadaense;

* **Público-alvo e Posicionamento de mercado**

1. **Identificação -** A população local e turistas.
2. **Segmentação –** Direcionado ao público adolescente e adulto, sem restrições de classe e aberto a toda comunidade presente na região e demais turistas interessados nas histórias locais.
3. **Influências –** No turismo, e na pesquisa de campo pelo setor ;
4. **Hábitos e costumes -** Turísticos; educacionais.
5. **Valores estéticos -** Subjetivo, harmonioso, regional.
6. **Valores culturais –** Ufologia, imaginário popular, lendas.
7. **Valores tecnológicos -**Interativo, participativo, comunicativo, artístico.
8. **Benefícios -** Um contato com o passado local através do uso de tecnologias (projeções, realidade virtual, áudio) proporcionando ao espectador uma experiência lúdica e enriquecedora com patrimônio imaterial e/ou material.
9. **Formas de Aquisição -** Preferencialmente pública, porém pode ser adquirida por qualquer instituição privada.
10. **Motivação para aquisição -** O serviço oferece uma forma moderna, contemporânea e gratuita de acesso a cultura regional.
11. **Condições por sexo, idade, escolaridade -** Pessoas de qualquer gênero, entre 14 e 50 anos, de qualquer ofício ou área de conhecimento.